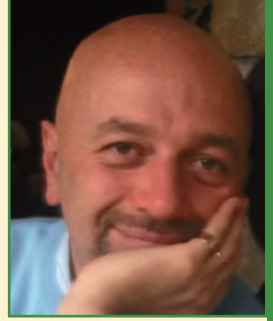


Dati e New Literacies

Una nuova sfida per l'educazione

di Pier Cesare Rivoltella



L'1 dicembre scorso, a Roma, presso il Ministero, sono stato invitato a prender parte a un seminario di studi organizzato da *Save the Children* e *Generazioni connesse* nell'ambito delle attività collegate al Safer Internet Program della Comunità Europea. Mi era stato chiesto di ragionare sinteticamente sulle nuove sfide per la Media Literacy che provengono da un mondo segnato dal protagonismo dei dati e degli algoritmi il cui esito è la quantificazione precocissima delle informazioni personali di ciascuno, addirittura già prima della nascita, durante la vita intrauterina (Barassi, 2021). Ho strutturato la mia analisi in tre brevi passaggi: la descrizione dell'oggi, con le sue caratteristiche e il ruolo che i media giocano; l'individuazione della cifra culturale in base alla quale leggere e interpretare questo "oggi"; alcune piste di lavoro sul piano educativo.

I media everywhere

Adam Greenfield, esperto di architetture della conoscenza e noto al pubblico italiano per il suo libro *Tecnologie radicali* (Greenfield, 2017), nel 2006 scrive *Everyware. The Dawning Age of Ubiquitous Computing* (Greenfield, 2006), un libro che già nel titolo dimostra di essere in anticipo sui tempi. La tesi di Greenfield è che noi viviamo in un surround digitale: i media sono un ambiente avvolgente, un intorno che ci comprende. Il digitale è intorno a noi e dentro di noi e questo rende immediatamente chiaro come sia impossibile sfuggirvi. I media non sono solo *everywhere*, ma anche *everyware*. Dappertutto, come l'*ubiquitous computing* suggerisce e l'Internet delle cose materializza: i media entrano nelle cose di uso ordinario e per il fatto stesso di abitarle le rendono "smart". Qui risiede la spiegazione del concetto di *everyware*, intraducibile in italiano, soprattutto nel gioco di assonanze *where-ware*. Non solo i media sono dappertutto, ma la realtà dei dispositivi è divenuta tale da renderli completamente distribuiti. La nostra realtà è effettivamente una realtà fatta anche di media.

Visibile, invisibile, potere

Il dato culturalmente rilevante di questa realtà è la ridefinizione che essa comporta della relazione tra visibile, invisibile e potere. Oggi siamo passati dalla sorveglianza panottica di cui parlava Foucault in *Sorvegliare e punire*, a un nuovo tipo di sorveglianza indiretta (Zuboff) fondata sulla raccolta delle informazioni. Il tema dell'invisibilità si registra qui: esso va messo in relazione appunto con i dati che consentono a terzi di sapere tutto di noi, prevedendo e provando a condizionare i nostri comportamenti senza che noi ce ne accorgiamo.

Ma accanto a questa nuova forma di sorveglianza si affermano forme di subveglia, indicando con questo la possibilità che il fatto di essere tracciati e videoripresi consegna a ciascuno di monitorare le posizioni e i comportamenti degli altri. Qui più che l'invisibilità è l'eccessiva visibilità a fare problema: vale per la telesorveglianza (telecamere piazzate ovunque nel territorio) ma anche per la trasparenza che alle nostre vite viene offerta dalla presenza nei social. Qui è il comportamento da sciame a prevalere, dove il comportamento dei più diviene modellizzante, guida e orienta il comportamento degli altri. Come si capisce, il tracciamento (trasversalmente rispetto a visibilità e invisibilità) offre lo spunto al *microtargeting*, ovvero alla possibilità di influenzare le scelte di voto dei singoli e più in generale dei compor-

tamenti e dei valori. Ma allo stesso tempo gli algoritmi rappresentano e rappresenteranno sempre più un'inevitabile interfaccia tra noi e l'oceano altrimenti ingestibile delle informazioni che ci circondano. Come si capisce si ritrova qui l'idea platonica dei media come pharmakon, veleno e insieme medicina, un'ambivalenza irriducibile e costitutiva che vale per la scrittura – fatta oggetto di analisi da Derrida in quel saggio straordinario che è *La farmacia di Platone* – ma vale per tutti i media, fino agli algoritmi e ai sistemi attuali di Intelligenza Artificiale.

Le prospettive dell'educazione

In relazione a questo tipo di scenario e ai temi cui abbiamo accennato, cosa si potrebbe suggerire nella prospettiva dell'intervento educativo? Mi limito a fornire tre indicazioni.

La prima indicazione è che va discussa (e respinta) la posizione di chi ritiene che le giovani generazioni siano dotate di una sapienza innata riguardo a questi temi: si pensi all'idea dei nativi digitali di Marc Prensky, o alla Net generation di Don Tapscott. Questa posizione non regge anzitutto perché non coglie le dinamiche attraverso le quali si sviluppano le competenze digitali, dinamiche che non si possono sicuramente ricondurre a una sorta di apprendimento per osmosi, in cui basta l'immersione in un certo tipo di ambiente per imparare a muoversi in esso. Inoltre, tende a generalizzare senza valutare il peso delle variabili culturali e socioeconomiche. I bambini non sono tutti uguali e la variabile anagrafica non è l'unica determinante tra quelle che si possono considerare.

Seconda indicazione. L'invisibilità, cui abbiamo fatto cenno, comporta di ripensare la lezione del pensiero critico, che si è sempre esercitato sul visibile. Le forme testuali hanno un loro corpo, una materialità: su di essi si può far funzionare l'analisi, si possono decostruire, si può vedere "dietro" a quel che appare quali siano le strutture implicite. Ma nel caso dei dati, che non hanno forma testuale e che operano sotto traccia, come è possibile fare lo stesso tipo di lavoro? Serve, come si capisce, immaginare un nuovo modo di fare analisi e di costruire il pensiero critico.

Da ultimo, il problema educativo riguardo ai media non è di come saltar fuori dal digital surround (come le ipotesi di digital detox sembrano suggerire) ma di come riuscire a starci dentro in maniera equilibrata e sfruttandone le opportunità. Da questo punto di vista si può seguire la prospettiva di Christopher Bollas (1993) applicando la teoria degli oggetti transizionali di Winnicott all'interpretazione del digitale. L'idea che sta alla base di questa ipotesi è che il digitale non rappresenti solo il rischio di comprimere e di ridurre la nostra complessità psichica, ma al contrario costituisca uno spazio transizionale che consente all'io di esprimersi creativamente e di sviluppare forme di contenimento grazie alla tecnologia. Gli oggetti, anche quelli tecnologici, sono chiavi psichiche, sono trasformativi del sé. Le tecnologie digitali moltiplicano le opportunità di accogliere, immagazzinare, esplorare ed esprimere emozioni, ansie, conflitti psichici. Così la cultura del selfie si può interpretare non necessariamente come una forma di dipendenza, ma come un modo creativo di autorappresentazione ed elaborazione dell'io.

Riferimenti bibliografici

Barassi V. (2021). *I figli dell'algoritmo. Sorvegliati, tracciati, profilati dalla nascita*. LUISS University Press, Roma.

Bollas C. (1993). *Essere un carattere*. Tr. it. Raffaello Cortina, Milano 2020.

Greenfield A. (2006). *Everyware. The Dawning Age of Ubiquitous Computing*. New Riders, Indianapolis.

Greenfield A. (2017). *Tecnologie radicali. Il Progetto della vita quotidiana*. Tr. it. Einaudi, Torino 2017.

Zuboff S. (2019). *Il capitalismo della sorveglianza*. Tr. it. LUISS University Press, Roma 2020.