

Unità 2 Ecce homo... virtualis!

Una bacheca magica e incontrollabile p. 30

(Dopo la morte del marito, Evandra deve affrontare giornate vuote e noiose. Il consiglio di Rosalena le aprirà un nuovo mondo...)

“Potresti andare su Facebook!” Le spiegò che il bello era [...] che su Facebook potevi [...] costruirti una vita nuova a ogni nuovo contatto. Questo soprattutto le piaceva: costruirsi! Diventare una persona diversa [...]. Una volta diceva che le piaceva il mare e voleva fare un corso da sub, [...] e un'altra che da bambina aveva uno zio cattivo che le faceva acquarelli, [...] o che si era iscritta a un corso di danza classica. Un po' erano cose vere e un po' no, come la storia dello zio cattivo: non aveva mai avuto zii cattivi. Ma il bello è che non era chiaro neanche più a lei stessa il vero e il falso. Era un gioco, ma era anche la vita. Come se le cose fossero vere solo perché le scrivevi su Facebook [...].

“Ma poi [...] quando vide che ogni giorno c'erano valanghe di gente¹ in più, [...] che lampeggiavano sul suo schermo e le chiedevano l'amicizia e lei non sapeva chi fossero [...], cominciò a turbarsi un po'. Un esercito² di sconosciuti. Convocati da chi? E come, e perché? Tutto si moltiplicava. [...]

Rosalena si mise a ridere e le spiegò [...] che era normale [...] entri nella bacheca di tutti quelli a cui hai dato l'amicizia e allora anche i loro amici vedono che ci sei, e gli amici dei loro amici, e gli amici degli amici [...] la rete dei tuoi amici cresce e tu non controlli più. Ma poi, in fondo, perché dovresti controllare? Qual è il problema, Eva'?

Paola Mastrocola, “Facebook in the rain”, © Guanda, 2012

1. abitazione delle formiche; 2. armata

“Non credono ai social, ma tre giovani su dieci rilanciano le bufale” p. 31

L'87% diffida della Rete, ma il 28,5% ha condiviso almeno un fake e l'11% diffonde “sempre e comunque”.

Tra i giovani che hanno dai 20 ai 34 anni circa uno su tre ammette di aver condiviso un'informazione poi rivelatasi falsa. Eppure il pericolo bufala è noto: l'86,6 per cento afferma che i social non vanno presi troppo sul serio perché “i contenuti che vi si pubblicano possono essere tanto veri quanto inventati”.

I dati raccolti sulla diffusione delle bufale in rete lasciano tuttavia qualche speranza su una maggiore consapevolezza nell'uso dei social. [...] Il 74,5 [...], dopo [...] la diffusione di una bufala da parte di un amico, ha aumentato l'attenzione ai contenuti “sospetti”. [...] Il 55,6 per cento ha smesso di condividere contenuti da contatti a rischio e il 41,7 per cento ha rimosso dalla propria rete chi diffondeva notizie false. Ma resta un 11,2 per cento che tende a condividere “sempre e comunque, tanto è impossibile appurare l'attendibilità di quello che circola in rete”.

La capacità di aumentare l'attenzione è poi strettamente legata agli strumenti culturali. Con un titolo di studio universitario si individuano le notizie false condivise da altri e anche la reazione dipende dal livello culturale: il 79,1 per cento dei laureati è pronto a cancellare un contatto facile alle fake news.

Cristina Nadotti, “Non credono ai social, ma tre giovani su dieci rilanciano le bufale”, © La Repubblica, 28 gennaio 2017

Design calzaturiero: il progetto unico di Olivia, famosa su Instagram p. 32

La provincia di Macerata è famosa per i suoi artigiani calzaturieri, meticolosi creatori di scarpe conosciute e vendute in tutto il mondo. [...]

Olivia Monteforte [...] crea scarpe curandone il processo [...] dalla progettazione alla creazione del prodotto, fino alla sua commercializzazione. [...]

Quell'idea è maturata e si è trasformata in open space dove produce le sue scarpe e le mostra a chi viene a farle visita. Ma qui è possibile anche vedere e capire come ogni singolo elemento venga realizzato, trasformato e assemblato per dar vita al prodotto finito. La visita di un cliente in questa nuova bottega 2.0 diventa un'esperienza davvero unica: ci si immerge in questo piccolo mondo produttivo fatto di macchinari e di odore delle pelli.

Olivia l'odore non può (ancora) trasmetterlo ai visitatori del suo sito, in compenso può raggiungerli in tutto il mondo e parlare con loro tramite i social network. Il suo profilo Instagram è molto attivo e lo utilizza per mostrare le foto delle sue scarpe o dei momenti che ne hanno preceduto la produzione. Uno sfoggio orgoglioso delle sue piccole opere d'arte indossabili, condivise e vendute, tramite la rete in tutto il mondo.

“Artigiani 2.0 storie di piccole imprese che hanno fatto successo grazie al web”, © Aviva.it, 2019

Cittadini attivi nel mondo reale e in quello virtuale: concluso il corso di formazione i citizen pp. 38-39

Il Corso di formazione che si è tenuto dal 9 al 14 Settembre, si proponeva di raggiungere i seguenti obiettivi:

- Migliorare le capacità di coinvolgimento degli operatori giovanili, promuovendo i valori della cittadinanza attiva e l'educazione mediatica.
- Sviluppare il pensiero critico degli operatori giovanili, le loro capacità di analisi delle fonti di informazione e comunicazione, con particolare attenzione ai social media e al fenomeno dell'hate speech.
- Acquisire nuove tecniche per la creazione di contenuti testuali e audiovisivi e il loro utilizzo strategico nel contesto di campagne online su Facebook, Twitter e Instagram.
- Rafforzare le competenze organizzative attraverso la pianificazione, progettazione e realizzazione dell'evento finale del progetto.
- Condividere buone pratiche tra realtà nazionali e internazionali e la creazione di reti tra organizzazioni europee e operatori giovanili.

Tramite attività basate su tecniche e metodi di educazione non-formale, che hanno stimolato la condivisione di idee e opinioni e l'apprendimento reciproco, i partecipanti sono stati coinvolti su 3 aree tematiche che hanno caratterizzato 3 fasi di apprendimento:

Cittadinanza attiva

I partecipanti hanno riflettuto sui temi dell'educazione alla cittadinanza e dei valori del vivere comune, dell'estremismo, dell'hate speech online e dell'alfabetizzazione mediatica e il legame tra di essi, ragionando su come internet e i social network possano rappresentare fattori protettivi ma allo stesso tempo anche di potenziale vulnerabilità nel processo di radicalizzazione.

Pensiero Critico e alfabetizzazione mediatica

I partecipanti hanno sperimentato attività e tecniche per stimolare il loro pensiero critico, analizzare le fonti di informazione e i discorsi d'odio sui social media e imparare ad agire come cittadini attivi sia nel mondo reale che in quello virtuale, combattendo l'estremismo e promuovendo narrazioni positive basate sui valori di democrazia, comprensione reciproca e rispetto.

Sviluppo e lancio di una campagna di sensibilizzazione online

I partecipanti hanno analizzato e riflettuto sugli elementi più importanti per il successo di una campagna di sensibilizzazione online e hanno sperimentato essi stessi, lavorando in gruppo, la creazione di contenuti testuali e audio-visivi mirati su tre diversi social network: Facebook, Instagram e Twitter.

I partecipanti sono stati infine coinvolti in una visita a Moltivolti, il ristorante/co-working esempio tangibile di successo di impresa sociale basata sulla multiculturalità e la valorizzazione della diversità; durante la visita hanno avuto modo di ascoltare la testimonianza di Claudio Arestivo, uno degli esponenti principali di Mediterranea Saving Humans - un progetto portato avanti da diverse realtà della società civile impegnate da più di un anno in operazioni di monitoraggio, denuncia e salvataggio in mare di migranti in situazioni di pericolo.

Tratto da: danilodolci.org