**CORSO REGIONALE DI AGGIORNAMENTO DEGLI INSEGNANTI DI RELIGIONE CATTOLICA**

**“NEW COMMUNICATION E SCUOLA PER UN IRC EFFICACE”**

per 80 docenti di Religione Cattolica di ogni ordine e grado di scuola del Veneto,

formatori di Insegnanti di Religione Cattolica

21 ottobre 2021 – Centro Pastorale Card. URBANI Via Visinoni, 4/c - 30174 VENEZIA – ZELARINO

29 ottobre 2021 – M9 – Museo del Novecento via Giovanni Pascoli, 11 30171 VENEZIA - MESTRE

Centro Pastorale Card. URBANI Via Visinoni, 4/c - 30174 VENEZIA – ZELARINO

**Prima giornata: 21 ottobre 2021**

**LE SFIDE LEGATE ALLA NEW COMMUNICATION E SCUOLA**

*Relazione del Prof. Giovanni Fasoli (IUSVE)*

Obiettivo dell’intervento: analizzare alcuni meccanismi della tecnologia che ci fanno capire I BISOGNI VIVI degli adolescenti, cui possiamo dare RISPOSTE NON TECNOLOGICHE.

Questi stili di vita “cyber” interpellano la scuola.

Quella attuale è definita “Generazione 5G”, che interiorizza fin dalla nascita lo smartphone non solo come “oggetto” ma in senso psicologico. All’interno delle stesse generazioni c’è però un “digital divide” che separa chi ha interiorizzato la tecnologia come tutta e sempre positiva e chi invece la vede per lo più a partire dai rischi che racchiude. Ci muoviamo dunque tra CLINICAL MODEL (del prof. Tognoni del Gemelli e il Minotauro di Pietropolli Charmet) e il DEVELOPMENT MODEL: cerchiamo un equilibrio tra queste due prospettive.[[1]](#footnote-1)

Gli stili di vita digitali che gli adolescenti adottano RACCHIUDONO DEI BISOGNI PROFONDI che dobbiamo ascoltare: “dobbiamo” perchè POSSIAMO, perchè siamo presenti e abbiamo l’occasione dell’incontro con loro... Scrive Kant “Tu devi perché puoi”, non necessariamente trasmettere un sapere tecnico...: anche un “saper leggere il bisogno che portano nel cuore”.

Attraverso il “Digital Lifestyle”, i bambini “introiettano” la RETE fin dal seno materno: per questo viene definita “generazione digitale”; tuttavia, esiste anche un “digital divide” perché le competenze non sono omogenee né a livello intragenerazionale né intergenerazionale.

Anche se il tema delle “dipendenze” va trattato con estrema cautela in adolescenza, si possono delineare alcuni fenomeni tipici e ricorrenti.[[2]](#footnote-2)

**1) NOMOFOBIA** (NO-MOBILE FOBIA)[[3]](#footnote-3): è la paura di rimanere senza telefono e di non riuscire a stare dentro una “info-demia”, una produzione pandemica di contenuti che influiscono sul “modeling” dell’identità.

La “No-mobile-fobia” si associa a sensazioni di ansia e panico, nervosismo e irrequietezza per non avere a portata di mano lo smartphone; si accompagna all’angoscia di perdersi qualcosa.

“Secondo David Greenfield, professore di psichiatria all’Università del Connecticut, l’attaccamento allo smartphone è molto simile a tutte le altre dipendenze in quanto causa delle interferenze nella produzione della dopamina, il neurotrasmettitore che regola il circuito celebrale della ricompensa: in altre parole, incoraggia le persone a svolgere attività che credono daranno loro piacere. Così, ogni volta che vediamo apparire una notifica sul cellulare sale il livello di dopamina, perché pensiamo che ci sia in serbo per noi qualche cosa di nuovo e interessante. Il problema però è che non possiamo sapere in anticipo se accadrà davvero qualche cosa di bello, così si ha l’impulso di controllare in continuazione innescando lo stesso meccanismo che si attiva in un giocatore di azzardo” (www.stateofmind.it/tag/nomofobia)

Questo stile digitale non caratterizza solo le generazioni dei più giovani ma anche gli adulti, in misura consistente: questo ci porta a comprendere quanto sia lungo il tempo dell'adolescenza!

Questo panico è accompagnato dalla sensazione di perdersi qualcosa e collegato all’INFODEMIA: con questo termine si intende una “pandemia di informazioni”, un flusso costante di news non filtrate nelle quali siamo continuamente immersi. L’Oms ha coniato il neologismo “infodemia” per indicare un fenomeno che ha avuto un effetto “confusivo” sulle persone; nel caso della pandemia da Covid, una carenza di vettori organizzativi rispetto alla affidabilità delle informazioni, ha contribuito a diffondere, se non a consolidare, una sfiducia diffusa nell’autorità e nelle istituzioni e, quindi, ad aumentare un sentimento di smarrimento e assenza di direzione.

La conseguenza è stata una estrema difficoltà nello sviluppare interpretazioni e indicazioni di tipo prospettico, quindi orientate al futuro a medio e lungo termine, invece che al qui ed ora emergenziale; in questo “overflown” (flusso) siamo esposti (soprattutto I bambini) al “modeling” e alla conseguente riproduzione acritica degli stessi.

In questo flusso, ci giungono amplificati “rumors” e “fake”[[4]](#footnote-4); la nomofobia genera il bisogno costante di controllare il cellulare col rischio di innescare un meccanismo di dipendenza del tutto analogo alla tossicodipendenza: si “aumenta il dosaggio” con comportamenti disfunzionali (seguire gli amici su FB o Instagram o Telegram, aspettare risposte “subito”, commentare e/o controllare di continuo…).

**2) VAMPING**: indica l’andare in giro per la casa con il telefono, giorno e notte come vampiri. Il problema correlato è l’alterazione del ritmo sonno-veglia e l’aspetto di “attaccamento affettivo” e di “imprinting digitale”: la persona (non solo giovani...) si sveglia di notte, con le notifiche, per leggere qualunque contenuto (“Binge watching”), prolungando nella notte le attività del giorno. Le visualizzazioni, come i “like”, sono forme di rinforzo continuo nel cercare un “riconoscimento”, fino a quando non lo si trova.

In un articolo del 2004, Laura Holson coniò il termine per indicare l’atteggiamento psicologico di chi ha la costante necessità di restare connesso col cellulare, giorno e notte. Gli adolescenti restano svegli la notte per chattare, giocare, guardare serie tv o film, sentendosi poi svogliati e inconcludenti al mattino, perdendosi il meglio di quella che dovrebbe essere la loro vera vita. Alcune delle cause potrebbero essere:

• trasgredire, liberandosi dal controllo genitoriale, con conseguente sensazione di libertà;

• sentirsi parte di qualcosa di esclusivo...

ma soprattutto è un aspetto sociale importante, da non sottovalutare.

Questo disturbo del ritmo del sonno, causato dal Vamping, può creare anche un’alterazione dell’umore; d’altra parte, può essere un disturbo dell’umore, già presente, a creare la necessità di un rifugio notturno nel web. Ogni adolescente ha una storia a sé. Per aiutarlo a superare questo attaccamento ad Internet bisogna scoprire quale sia l’origine del circolo vizioso che si è instaurato. È davvero il Vamping a causare l’insonnia, o piuttosto l’insonnia è la conseguenza di un disagio sociale?”

CONSEGUENZE: alterazione del ritmo sonno-veglia, dipendenza, irritabilità, momenti depressivi, “cybersikness” (nausea, vertigine, mal di testa, senso di confusione causati dalla lunga esposizione all’ausilio elettronico: quando con il touchscreen l’occhio si sposta, seguendo lo schermo su e giù, il cervello rileva un movimento ma la confusione provocata dal fatto che il corpo resta fermo genera un senso di nausea) ed affaticamento oculare. Il Vamping porta con sé il tema del sonno[[5]](#footnote-5).

**3) PHUBBING** (Phone-snubbing): consiste nell’ignorare gli altri per dedicarsi al proprio smartphone proprio quando si è in situazioni di socialità. Con tale atteggiamento il “phubber” (chi lo fa) manda il messaggio, a chi lo riceve (phubee), di assoluto disinteresse per la situazione presente, facendolo sentire svalutato ed ignorato.

Il tema di fondo è “l’esclusione” dell’altro: l’esperienza di sentirsi invisibili ed esclusi dall’interazione sociale porta a vissuti di depressione, ansia, rabbia, solitudine determinando di fatto esclusione e impoverimento delle risorse dell’individuo; il phubbing è una nuova modalità di isolamento sociale, ha un impatto negativo perchè abbassa il tono dell’umore, riducendo la qualità della comunicazione e del rapporto perché va a intaccare gli stessi bisogni che vengono minacciati quando le persone si sentono socialmente escluse (bisogno di appartenenza, di autostima, di attribuzione di significato e controllo). Il “phubber” è colui che snobba gli altri, mentre il “phubbee” è colui che ne subisce le conseguenze vedendosi ignorato.

Siamo tutti sempre, perennemente agganciati al nostro smartphone. Fa parte della nostra vita quotidiana, un accessorio ed uno strumento di cui non possiamo più fare a meno. Se ci guardiamo intorno ad una festa o una serata tra amici non faremo fatica a scorgere ben più di una persona china sul telefono e probabilmente non ci sembrerà per nulla strano; il phubbing è quindi un comportamento che consideriamo ormai comune e abituale? Falso consenso, reciprocità e frequenza rendono il phubbing un comportamento percepito come non dannoso; a questo si aggiunge che chi subisce il phubbing a sua volta lo attua passando spesso e fluidamente dall’essere protagonista all’essere destinatario di questo comportamento, in un circuito che si autoalimenta: il phubber diventa phubbee e viceversa.

Come affrontare questa sfida, assai complessa? In base al significato profondo del fenomeno, la dimensione della relazione va rilanciata con una proposta che “faccia unità” della persona (diminuire la dissociazione da sé, dal corpo, dalle relazioni fisiche...): ad esempio, lavorare in modo preventivo facendo qualcosa che “unisce”, come mettere insieme le mani nella “materia”.

Il phubbing ci dice che questa persona è interessata a tutto fuorché a quello che c’è lì, perciò SE AUMENTIAMO LA PORTATA DI INTERESSE DI QUELLO CHE FACCIAMO, FORSE POSSIAMO SUPERARE QUESTO COMPORTAMENTO. Partendo preventivamente, fin dalla scuola materna, in prospettiva FACENDO METTERE LORO LE MANI NELLE COSE (con la terra, l’argilla, le attività manuali) possiamo proiettarli sempre più verso qualcosa che “ti tira dentro”.

Nel binomio “tecnologia-ritiro sociale” rientra il fenomeno patologico degli “HIKIKOMORI”, un ritiro sociale “web-mediato” che, per chi ne soffre, ha il significato di affermare “rimango in contatto solo con chi voglio io”.

L’investimento della persona, rivela che nel web c’è qualcosa che “tira-attira” in modo potente.

Anche le FAKE NEWS rientrano nel concetto di “HOT COGNITIONS” (la “cognizione a caldo” elabora le informazioni principalmente attraverso le emozioni e le esperienze immagazzinate nella memoria a lungo termine) cioè stimoli che soddisfano il bisogno di trovare qualcosa che tocca in profondità, addirittura fa “bollire”.

**4) FO.MO.** (FEAR OF MISSING OUT): è la paura di essere “tagliati fuori” (deriva dalla sintesi di nomofobia e phubbing). La nascita del termine si fa risalire a Patrick J. McGinnis, in un suo articolo sulla rivista della Harvard Business School nel 2004; lo riprende nel 2013 Przybylski ed indica una forma di ansia sociale caratterizzata dal desiderio di rimanere continuamente in contatto con le attività che fanno le altre persone, e dalla paura di essere esclusi da eventi, esperienze, o contesti sociali gratificanti.

Comporta la paura che le altre persone possano fare esperienze gratificanti quando non si è presenti o direttamente coinvolti. La FoMO, perciò, collega i bisogni sociali degli individui (ad esempio il rimanere in contatto con gli altri) con l'impegno sui Social. L'offerta dei social network su cui poter condividere momenti della propria vita privata è sempre più ampia, rendendo quindi abituale l'essere sempre connessi e reperibili.

Nella relazione noi siamo “interpreti/lettori” dell’altro quindi “restare connessi” è fondamentale per non andare in ansia. Il significato di mezzi come TikTok, Instagram, ... è proprio quello di “voler stare insieme, in comunità, in contatto”. Il fatto che i ragazzi investano sui social, ci dice che cercano la relazione, cercano, a modo loro, una vita “ricca di senso”.

Vi è un collegamento importante, difatti, tra FoMO e dipendenza da smartphone. Chi è affetto di FoMO cade in un circolo vizioso: cerca di riempire la solitudine con i social che solo apparentemente gli danno compagnia, facendolo cadere invece in un senso di solitudine ancora maggiore che cerca di riempire sempre attraverso i social...e via dicendo.

Se analizziamo bene questi comportamenti, diventiamo capaci di decodificare I segnali sui bisogni che trasmettono: non siamo più nemici dei social ma diventiamo DECODIFICATORI, non tanto dei social ma DELLE PERSONE CHE NEI SOCIAL SI ESPRIMONO, riprendendo l’aspetto generativo della comunicazione. Il loro modo di comportarsi SFIDA IL NOSTRO PRESENTE. La vera sfida non è allora quella delle emergenze educative ma quella delle NUOVE NORMALITA’ EDUCATIVE (che però sono anche nuove dipendenze).

Ciò che gli adolescenti ci chiedono, senza dirlo, è la capacità di CREARE NUOVE RELAZIONI NUTRIENTI, TEMPI E SPAZI IN CUI DIAMO LORO CONTENUTI DI VITA VERA.[[6]](#footnote-6)[[7]](#footnote-7)

**Riferimento al film READY PLAYER ONE, di S. Spielberg 2018 (trailer)**

|  |  |
| --- | --- |
| Mi chiamo Waide ... mio padre scelse questo nomeMA MORI’ quand’ero piccolo, come mia madreSono finito qui, angolo NEL NULLA, non c’è nessun posto dove andaretranne OASIS...viene per quello che si può fare ma ci rimane per quello che si può ESSERE...sento di avere UNA MISSIONEnickname: PARSIFAL (l’ultimo cavaliere di Artù, cherecupera il Graal)non è solo un gioco, si tratta di vita o di morte NELLA REALTA’Benvenuto nella ribellione! INSIEME SALVEREMO OASIS (è venuto per evadere ma ha trovato qualcosa di più grande di lui) LOTTANO INSIEME E...VINCONO ANDANDO AL CONTRARIO poi...decidono di SPEGNERE IL GIOCO per qualche ora, perchè essendo cambiato il reale, non hanno bisogno di cercare una ALTER-NATIVA (un modo per nascere in un’altra dimensione). | Come Batman, il protagonista è solonon ha scopoil virtuale dà identità(come Call of Duty)interrealtà, dove I confini si mescolanopassano dall’on line all’on life |

**“NUOVE NORMALITA’” E SFIDE EDUCATIVE**

Le “nuove dipendenze” esprimono una multi-problematicità a diversi livelli; unite alle “nuove normalità” (sdoganate anche nei digital life-styles) generano nuove sfide educative. Queste modalità utilizzate dai giovani, parlano al mondo degli adulti: è una critica al presente e un modo di esprimere la volontà che il loro presente sia “vivibile” e “piacevole”, di non aver bisogno di “andare in un’altra storia” (cfr il film “Ready Player One”).

Il mondo degli adulti ha il ruolo di creare tempi e spazi in cui dare CONTENUTI con il nostro “essere nella relazione”. Da questo punto di vista, l’ora di religione è, potenzialmente, un’“OASI” di relazione nutriente.

La co-educazione con i genitori presenta sfide e aspetti specifici.

Nel fenomeno del “Vamping”, ad esempio, il collegamento con il mondo dei sogni, della realtà aumentata, dell’espressione del desiderio ... con il fatto che non ci sia, a fine giornata, il tempo per assimilare le informazioni già accumulate, provoca una “scarica di irrequietezza” e un possibile anticipo dello sviluppo puberale (si parla di 2 anni di anticipo...).

In merito al “phubbing”, si sottolinea che le energie investite su più fronti non producono un “multitasking” ma un funzionamento a vari livelli cioè c’è un rapido spostamento dell’attenzione da un compito all’altro.

In conclusione, ciò che genera degli effetti sull’essere umano, è REALE, anche se viene chiamato ... “VIRTUALE”.

**LABORATORIO**

**Educazione e apprendimento attraverso i social network: prof. Ugo GUIDOLIN (IUSVE)**

Quando si parla di questi temi, in genere si divide il mondo in due estremi: il prof. Guidolin li chiama “sfera dell’organico” e “sfera del virtuale”.

McLuhan diceva che “le armi sono l’estensione dei nostri denti e delle nostre unghie”: in modo similare, i cellulari si sono gradualmente ingranditi e appiattiti come “parti di noi”, sono stati come “incorporati nel nostro corpo” (ogni strumento è un’estensione di noi). Allo stesso modo, i “social” possono essere considerati un’estensione delle nostre relazioni.

EDUCARE AI SOCIAL, dunque, significa EDUCARE ALLE EMOZIONI, nella “cornice” del concetto “ORGANICO/VIRTUALE”.

Gianni Rodari difese, già negli anni ‘80, il cartone animato “Atlas Ufo Robot” (Goldrake), paragonandolo ad un Ercole moderno e invitando gli adulti a cogliere l’occasione per spiegare l’archetipo dell’eroe.

Il nostro telefono è una cornice di demarcazione tra “l’organico” (il noi “corpo”) e il “virtuale”: entrambi sono reali perché ciò che si vede nel cellulare suscita emozioni.

Questa cornice rappresenta sia una “connessione” che una “separazione”, al pari di quello che è stato la televisione per i nostri genitori o, ancora, di quelle forme artistiche o cinematografiche (cit. il primo filmato del treno che sembrava entrare in sala) che davano l’impressione di “entrare in un’altra realtà”; da questo punto di vista, anche un libro può essere una “cornice” ...

Il videogioco può essere anche “creativo”: un esempio può essere il “CODING”, il procedimento di insegnare ai ragazzi a “montare e smontare” i software.

La generazione attuale è la “Generazione Z”, la generazione dei nati tra il 1995 e il 2010, i cui membri sono generalmente figli della Generazione X (1965-1980) e degli ultimi Baby boomers. Tale generazione è stata preceduta dai Millennials, mentre la generazione successiva, che comprende i nati dal 2011 in poi, è stata chiamata Generazione Alpha.

Si tratta della prima generazione ad essersi sviluppata potendo godere dell'accesso a Internet sin dall'infanzia, e perciò i suoi membri sono considerati come avvezzi all'uso della tecnologia e dei social media, che incidono per una parte significativa sul loro processo di socializzazione. Pertanto essi sono stati definiti "nativi digitali". Vi è un grande confine dalla generazione precedente (Guidolin parla di “bullismo” dai Millennials): sono cresciuti nell’ansia che abbiamo generato noi (Torri Gemelle, crisi, evanescenza del poter/patria), nell’assenza del “maschio”, come marito e come padre e nell’ansia della situazione ecologica.

 I ragazzi capiscono le nostre contraddizioni (ex. “non usare il cellulare”, “devi leggere” ...) mentre il mondo degli adulti non li capisce e non li vuole capire. Un esempio potrebbe essere il fenomeno musicale della TRAP: quello che ci raccontano è quello che per 30 anni abbiamo nascosto, anzi generato negli anni 80; ci gettano in faccia quello che abbiamo nascosto sotto il tappeto ... contestano quello che noi non facciamo.

Occorre dunque passare dal giudizio all’analisi: in 30 anni non ci si è mai posti la domanda sulla MEDIA EDUCATION, mentre urge insegnare come usare i social, i game, le chat ...tutelando la privacy, conoscendo gli haters, la “netiquette”.[[8]](#footnote-8)

I SOCIAL NETWORK hanno grandi potenzialità di inclusione, portano competenze, rientrano a pieno titolo nel concetto di RETI SOCIALI. Ecco alcuni esempi.

1. **COSTRUZIONE D’IDENTITA’**: i social si potrebbero sviluppare come una fantastica “palestra sociale” poiché il sé sociale permette al sé individuale di crescere.

Nei social i ragazzi possono osservare, con i loro tempi, il mondo dei coetanei da lontano e cominciare a lavorare su questo, per poter costruire le loro strategie sociali e poi gradualmente l’identità; in questo processo distinguiamo la “solitudine” (che può essere generativa) dall' isolamento" che sorge quando si diventa dipendenti da questo osservare senza rivelarsi: una “droga” che porta all’ “hikikomori”.

L’importante è che sia una scelta dell’individuo, che viene guidato poi a sperimentarsi in un gruppo sociale vero.

2. **CONFRONTARSI**: i social sono strumento di dialogo. Il prof. Guidolin riporta e sottolinea che il pensiero logico, oggi, è deficitario ... anche all’Università! Noi uomini siamo “bionici” da 5000 anni: nella storia dell’homo sapiens, se fosse un giorno di 24 ore, l’uomo avrebbe imparato in un minuto e mezzo a leggere e scrivere e la rivoluzione digitale sarebbe di 2 secondi. Oggi è in atto un mutamento antropologico.

È fondamentale insegnare a commentare, a usare il cervello logico, a saper argomentare, aiutare i ragazzi ad entrare nei dibattiti, a costruire argomentazioni utili a difendere o a smentire.

3. **SAPER CERCARE E SELEZIONARE INFORMAZIONI GIUSTE**

Attualmente, vediamo che pediatri ed esperti di marketing si occupano di ragazzi e social ... dove sono i pedagogisti? E gli psicologi?

Distinguiamo tra SOCIAL NETWORK (es. Facebook e Linkedin), che sono reti di relazioni, e SOCIAL MEDIA (es. Twitter, Youtube, Tik tok), che sono canali in cui vali per quello che sei, trasmettono contenuti. Dalle ricerche sappiamo che possiamo avere 5000 amicizie ma parliamo solo con 20 ... Questo perché, dal punto di vista antropologico, come “homo sapiens” mappiamo solo 150 persone come nostra “tribù ancestrale”.

In merito alla competenza “saper cercare e selezionare informazioni giuste”, si può insegnare a cercare in Internet attraverso gli “HASHTAG” (#); ad esempio, partendo dal sito “DISPLAY PURPOSES”[[9]](#footnote-9), si inserisce la parola chiave preceduta dall’ #: vengono proposti i termini associati e si può scegliere la funzione che li presenta in forma di grafico; una proposta didattica potrebbe essere “Trova qualcosa di curioso tra le parole elencate” (in questo modo si fa cogliere loro la “verticalità delle informazioni”) oppure si può proporre una ricerca degli # in Instagram o su un social network (in questo momento i ragazzi usano Hi5). N.B: si ricorda che gli # di Facebook non possono essere pubblicati all’esterno.

Si può far usare TWITTER per insegnare a “riassumere”, dato che viene richiesto di esprimere un concetto con un determinato numero di parole[[10]](#footnote-10).

4. **INSEGNARE CODICI COMPORTAMENTALI**

Si può invitare ad usare maniere gentili, chiare, ben definite: per una comunicazione riuscita servono poche e semplici regole di base. È importante inoltre selezionare gli amici, curare l’audience, quello che accade nel mondo fisico, CURARE il proprio profilo.

5. **CREAZIONE DI CONTENUTI DIGITALI**

Si può proporre agli studenti di produrre un PODCAST[[11]](#footnote-11) su un determinato tema per poi dare inizio ad un dibattito (dopo aver opportunamente preparato gli studenti sui temi) o anche VIDEO da mettere su Youtube.

6. **COOPERAZIONE E COLLABORAZIONE DIGITALE**

Il concetto chiave è raccontare un argomento complesso in un altro modo.

Si possono usare le piattaforme Mirò, Padlet, Google per costruire contenuti da pubblicare sui social; ad es. creando una pagina Facebook come se fossi un personaggio famoso e invitando i ragazzi a mettere un post ragionato in dialogo con lui.[[12]](#footnote-12)

Oppure, su ispirazione della pagina Facebook “Se i social Network fossero sempre esistiti”, si possono stimolare gli studenti a creare pagine simili;[[13]](#footnote-13) su ispirazione della pagina Facebook “Feudalesimo e libertà”, per attualizzare i concetti chiave e concettualizzare, si può pensare ad una “pagina” come: “Che cosa penserebbero gli Apostoli, i primi cristiani, ... se vivessero oggi?

Si può creare una CHAT VIRTUALE (si può fare anche su cartellone, con vignette) tra personaggi storici, ad esempio biblici.

YOUTUBE si può utilizzare per condividere Storytelling (alla scuola primaria si possono utilizzare anche delle presentazioni in Power Point).

Un caso interessante è la piattaforma “TWITCH”, al momento la più popolare non solo tra i giovani, offre live streaming su temi molto vari tra loro, usufruibili anche in Podcast. Tra i più interessanti per la materia filosofia, viene segnalato: https://riccardodalferro.com/.

TWITCH RICK DUFER (Youtuber intergenerazionale) nasce come “life streaming” per videogiocatori e oggi propone anche dissertazioni di filosofia.[[14]](#footnote-14)

- Il videogioco “Minecraft” si presta a molteplici usi: un esempio, far costruire agli studenti il Tempio di Gerusalemme.

- Per la scuola dell’infanzia, viene segnalata l’app “Bibbia per ragazzi” (icona gialla) e si può utilizzare sulla LIM.

- Un’esperienza positiva è stata la registrazione, da parte di una maestra della scuola dell’infanzia, di un messaggio vocale da parte dei bambini che è stato portato e fatto ascoltare ai bambini di un’altra scuola: oltre che alla curiosità sulle proprie voci, questo ha creato un dialogo tra bambini di scuole diverse, che poi hanno risposto.

- Strumenti utili ai docenti per costruire materiale possono essere anche “Adobe Spark” e “Animoto”.

IN SINTESI...

Il concetto che viene ribadito dal prof. Guidolin è che l’atteggiamento più proficuo è quello di “coviewing” cioè di mediazione educativa che non proibisca ma disciplini l’uso dei social e dei media.

È importante DISCIPLINARE, proibire è una forma di estremismo. La censura non ha mai risolto problemi...

Alla base dell’educazione ci stanno delle pratiche da discernere:

1. le mediazioni restrittive dell’adulto (contrattate e motivate)
2. le mediazioni educative
3. il COVIEWING cioè guardare insieme (le ricerche sui bambini lasciati soli davanti alla TV dicono che sviluppano aggressività) e COPLAYING

IPOD, il “libretto” della favola, ... sono tutti SENI VIRTUALI ma il bambino/ragazzo vuole il “seno reale” e noi non possiamo farlo come docenti, come persone che ricorrono tempi che non sono più i nostri...

“Siamo alla rincorsa?” È vero ... le tecnologie evolvono, i ragazzi cambiano: il primo problema è la FORMAZIONE, gli insegnanti non sono non sono formati a insegnare, a comprendere... Anche se il CODING è stato introdotto nelle scuole, non si fa formazione.

Allora facciamo di queste piattaforme delle “occasioni di dialogo”: loro spiegano a noi COME funzionano e noi spieghiamo loro il PERCHE’.[[15]](#footnote-15) È necessario rincorrere per poter ascoltare il loro mondo, non per essere alla loro altezza.

Alla fine, questa cura parte dall’ascolto: i giovani sono abituati ad adulti che ascoltano per dire loro qualcosa, non per ascoltarli, mentre loro vogliono entrare in dialogo.

**Seconda giornata: 28 ottobre 2021**

**LA REALTA’ AUMENTATA COME MEDIUM PER L’APPRENDIMENTO**

*Relazione del Prof. Giovanni Fasoli (IUSVE)*

[[16]](#footnote-16)Per iniziare, è bene distinguere tra I concetti di REALTA’ AUMENTATA e REALTA’ VIRTUALE, seguendo alcuni spunti di riflessione:

• cosa significa la tecnologia nella costruzione dell’identità?

• Dietro il nostro insegnamento c’è una precisa “Vision”, con la quale dobbiamo fare i conti quando utilizziamo la tecnologia?

• Analisi del trailer READY PLAYER ONE (S. Spielberg 2018)

TECNOLOGIA ED ANTROPO-POIESI (= processo di costruzione dell’identità umana)

Le tecnologie di realtà immersiva si prestano a molti settori, dall'educazione in classe ai musei, dalle simulazioni mediche al gaming, dalla pubblicità allo shopping. Nel 2020, in Italia il valore di questo mercato è arrivato a 61 milioni di euro.

La realtà AUMENTATA (AR, “open window”) aggiunge qualcosa all’esperienza, si "limita" ad arricchire la realtà portando elementi digitali nel mondo reale. L'AR non necessita di strumenti speciali, un dispositivo mobile dotato di webcam è sufficiente. Proprio per quest’ultimo motivo, l'AR è più a portata rispetto alla VR; non tutti dispongono di occhiali o di strumenti tecnologici specifici, ma tutti possiedono uno smartphone.

La realtà VIRTUALE (virtus= facoltà, virtù, potenza) permette la simulazione al calcolatore di una particolare situazione reale con la quale il soggetto umano può interagire (“SENSE OF PRESENCE”)[[17]](#footnote-17) anche involontariamente, per mezzo di interfacce non convenzionali estremamente sofisticate: cancella l’ambiente in cui ci troviamo per catapultarci in un altro attraverso speciali occhiali che comunicano al calcolatore i movimenti della testa e delle pupille e ritrasmettono al soggetto l’immagine relativa della situazione simulata, o speciali «guanti» elettronici che comunicano al calcolatore i movimenti delle mani e trasmettono alle mani stesse le sensazioni tattili corrispondenti alla pressione degli oggetti simulati, per cui egli opera di fatto in una condizione virtuale sempre più prossima alla realtà simulata, crea una nuova realtà, ed ogni interazione avviene in questo mondo digitale.

 “(..) *Niente a che vedere con il falso, l'illusorio, l'immaginario, piuttosto uno dei possibili modi di essere, contrapponibile non alla realtà ma all'attualità."*

Entrambe hanno carattere di IMMERSIVITA’ (in 2D o 3D) caratterizzata da ENGAGEMENT (capacità di coinvolgimento, di capovolgimento del modello trasmissivo e il passaggio al modello formativo); condividiamo uno spazio comune, quello delle piattaforme, in cui la comunicazione non è più da A a B ma dove siamo entrambi dentro una realtà che “ci prende” entrambi (vedi la differenza tra un insegnante ed un coach).[[18]](#footnote-18)

Come IDR abbiamo contenuti che “ci trascendono”, e questo è anche fedeltà a noi stessi => se l’uso della tecnologia va contro l’umanità ... non è costruttiva (POIESI).

Se il nostro scopo è accompagnare NASCITE DI NATURA SOCIALE E CULTURALE, dobbiamo proporre contenuti che possono mettere al mondo qualcuno, andando contro “l’effetto WOW”, il suscitare uno stupore momentaneo per lo strumento in sé stesso.[[19]](#footnote-19)

Gli strumenti sono SUPPORTIVI non sostitutivi: l’AR (AUGMENTED REALITY) aggiunge al mondo reale degli elementi virtuali utili al soggetto (come se ci fosse un proiettore)[[20]](#footnote-20). È generativa finché è supportiva NON sostitutiva.[[21]](#footnote-21)

L’INTERREALTA’ dunque rappresenta uno spazio in cui si mescolano aspetti reali e virtuali che è GENERATIVO: trasforma il nostro lavoro in prestazione professionale anziché occasionale.[[22]](#footnote-22)

**STEREOTIPI, PREGIUDIZI E MEDIA**

*Relazione della Prof.ssa Paola OTTOLINI (IUSVE)*

Cfr articolo “La violenza delle voci” di Carlo Lucarelli, Repubblica (quali associazioni di idee fa scaturire?)

Alcune associazioni di idee emerse: stereotipi (ebrei e belle donne); il peso della parola; la mancanza di senso critico; la responsabilità di chi trasmette; le “fake news”; le voci attecchiscono perché semplificano la realtà (e quindi la vita) e confermano la visione del mondo di chi le rimanda; stereotipi che possono generarsi anche da eventi singoli che vengono fortemente generalizzati e “colorati” di dettagli; importanza delle fonti (principio di autorità).

Nel 1969 ci sono voluti dei mesi, oggi in poche ore la notizia che rimbalza “rovina” la vita delle persone.

Una parola che risuona in rete, può divenire violenza.

FORMAZIONE DEGLI STEREOTIPI:

1. Dall’esperienza con un singolo o con un gruppo (contatto col singolo)
2. Apprendimento sociale
3. Il ruolo dei media

Perché dagli stereotipi si passi alla violenza, le voci devono trovare il terreno giusto e innestarsi in una determinata percezione individuale (quella mappa cognitiva che deriva da tutta l’esperienza che noi abbiamo, incluse cultura e storia). Bateson scriveva: “Noi creiamo il mondo che percepiamo”. I “filtri” sono soggettivi, quindi rendersi consapevoli è importante perché possono influenzare negativamente le relazioni e le esperienze. Con le fonti adeguate, le nostre mappe cognitive possono cambiare (Cfr “effetto alone” ed “effetto Pigmalione”).[[23]](#footnote-23)

**MEDIA EDUCATION**

*Relazione del dott. Jacopo Masiero (*[*http://www.jacopomasiero.com/*](http://www.jacopomasiero.com/)*)*

L’approccio alle nuove tecnologie nell’educazione, all’UPS (Università Pontificia Salesiana) di Roma inizia negli anni ’80 e si articola in tre modi:

1. Educazione con i media
2. Educazione ai media
3. Educazione per i media (riguarda più gli addetti alla comunicazione, che scrivono i testi base dei programmi)

“Giovani e Internet”: da questo brainstorming escono delle parole come “social network”, “giochi”, ... e un altro filone come “furto d’identità”, “pedofilia” ...; parole negative e nessuna parola positiva (come connettersi, essere creativi...).

La ricerca pubblicata dal MIUR su “Accesso, usi, rischi e opportunità di internet per i ragazzi Italiani”[[24]](#footnote-24) conferma i rischi che si intuiscono in base all’esperienza.

Il relatore propone dunque un modello a 6 fasi, per procedere nell’educazione dei giovani all’uso dei social che si sviluppa secondo le seguenti parole chiave:

- percezione di quanto si vuole pubblicare;

- informazione sui contenuti;

- confronto (con i ragazzi, a partire da delle attività che possano attivare delle discussioni);

- creazione (dopo che i ragazzi sono stati attivati, si crea una sintesi);

- diffusione (quello che i ragazzi hanno creato deve essere diffuso🡪la discussione deve essere utile per tutti);

- verifica.

**TOY AND GAME DESIGNER PER LA DIDATTICA**

*Dott. Carlo Meneghetti*

Pochi conoscono i documenti emanati per le “Giornate mondiali per le comunicazioni sociali”: sono testi ricchi di spunti, prospettive e illuminanti, in particolare si rimanda a quello di Papa Francesco del 2020 (“L’uomo è un essere narrante”).

Il gioco, perché? Perché ci permette di vivere anche delle realtà diverse.[[25]](#footnote-25) Infatti, si declina in una terminologia che esprime le sue ricche valenze:

- Agon (attività agonistiche)

- Alea (riprende il mondo dei giochi di fortuna)

- Mimicry (giochi che hanno a che fare con la narrazione e il travestimento)

- Ilinx (giochi che ci fanno perdere l’equilibrio)

ALCUNE ATTIVITA’ (PROPOSTE)

* Tautogrammi: componimenti di senso compiuto dove tutte le parole iniziano con le stesse lettere (cfr “Pinocchio” scritto con la P di U. Eco). Es.: raccontami la tua esperienza digitale utilizzando solo una lettera oppure raccontami partendo da una lettera (poi si può condividere su Padlet). Un racconto biblico raccontato in tautogrammi? O un biglietto di Natale? Il gioco permette di avvicinare i più lontani...
* IRC e Media Education con che lettera può essere raccontata? Es. con la M.
* Utilizzare le lettere come “personaggi” di una vignetta, es. la V di via e viaggio.
* Carte Dixit: permettono di creare delle storie; es. quale per la Media Education, anche messe in ordine?
* Il racconto biblico attraverso le carte Dixit.
* “Il gioco della vita di Duccio Demetrio”, anche personalizzandolo sulla disciplina.
* Cfr “The Fun Theory 1”, Youtube (https://www.youtube.com/watch?v=SByymar3bds).

IN SINTESI

Cre-attività convogliare nel gioco le quotidiane proposte. La creatività come risposta alla complessità!

1. <https://innovazione.indire.it/avanguardieeducative/il-manifesto> [↑](#footnote-ref-1)
2. <https://www.stateofmind.it/>. E’ un sito molto utile e attendibile anche per le ricerche scientifiche. [↑](#footnote-ref-2)
3. “*Sanremo al tempo dei social”*, <https://www.youtube.com/watch?v=5O1Zm0f_kGA>, un video simpatico per riflettere. [↑](#footnote-ref-3)
4. Cfr “*La rete*”, canzone di F. Gabbani e “*Nerve*”, film del 2016 diretto da Henry Joost e Ariel Schulman (Sei giocatore o spettatore? Se non sei giocatore prima o poi sei giocato). [↑](#footnote-ref-4)
5. “Demenza digitale. Come la nuova tecnologia ci rende stupidi”, di Manfred Spitzer, Corbaccio, 2013 [↑](#footnote-ref-5)
6. “*The Social Dilemma”*, docufilm diretto da Jeff Orlowski, su Netflix. [↑](#footnote-ref-6)
7. “*L’educatore riflessivo*” (con spunti sul cyberbullismo), di G.Fasoli. [↑](#footnote-ref-7)
8. “Parole O-stili”: <https://paroleostili.it> [↑](#footnote-ref-8)
9. <https://displaypurposes.com/> [↑](#footnote-ref-9)
10. <https://www.twletteratura.org/> [↑](#footnote-ref-10)
11. <https://anchor.fm/> [↑](#footnote-ref-11)
12. <https://miro.com/it/> [↑](#footnote-ref-12)
13. <https://attivissimo.blogspot.com/> [↑](#footnote-ref-13)
14. <https://www.twitch.tv/dailycogito> [↑](#footnote-ref-14)
15. <https://www.codemotion.com/> [↑](#footnote-ref-15)
16. Introduce con il video “My Universe”, dei Coldplay con i BTS e i Supeernova 7, gruppi del filone coreano gender fluid [↑](#footnote-ref-16)
17. “I social network”, di Giuseppe Riva, Il Mulino (2010) [↑](#footnote-ref-17)
18. “Il mondo che avrete. Virus, Antropocene, Rivoluzione”, di Marco Aime, Adriano Favole, Francesco Remotti (2020) [↑](#footnote-ref-18)
19. “Cultura. Dalla complessità all'impoverimento”, di Francesco Remotti, Laterza, 2011 [↑](#footnote-ref-19)
20. “Il ritiro sociale negli adolescenti”, di Matteo Lancini, 2019 [↑](#footnote-ref-20)
21. “Realtà virtuali. Gli aspetti psicologici delle tecnologie simulative e il loro impatto sull'esperienza umana” di Giuseppe Riva e Andrea Gaggioli, 2019 [↑](#footnote-ref-21)
22. <http://www.toninocantelmi.it/userfiles/cyberpsi.pdf> [↑](#footnote-ref-22)
23. “Media Education. Analisi critica e buone pratiche”, di Matteo Adamoli, Jacopo Masiero, Carlo Meneghetti

(2020) [↑](#footnote-ref-23)
24. [https://www.miur.gov.it/documents/20182/0/La+ricerca.pdf/7a2a344e-601f-4d62-b76a-ecc592748809](https://www.miur.gov.it/documents/20182/0/La%2Bricerca.pdf/7a2a344e-601f-4d62-b76a-ecc592748809) [↑](#footnote-ref-24)
25. “I giochi e gli uomini, la maschera e la vertigine”, di Roger Caillois, (2000) [↑](#footnote-ref-25)