



Social Privacy. Informare, comunicare, educare ai tempi del web 3.0

Alberto Fornasari

“In una società complessa e liquida in cui dominano la transizione, la complessità, il passaggio, niente è duraturo; molte informazioni valgono appena poche ore.

In tale contesto si vivono realtà molteplici, iper-realtà (il cui inizio si è avuto con la virtualità), e la mente si deve così adattare e trasformare alle nuove dinamiche; l'io si frammenta vivendo una molteplicità del sé, multipersonalità, identità mutevoli, cadono le certezze, avanzano gli spazi dei molteplici interrogativi, domina la comunicazione comunque e ovunque, con qualsiasi media; tutto va sperimentato condividendo esperienze, relazioni, in gruppi reali o virtuali di breve durata, o creati per l'occasione, o vissuti in comunità di interessi.”

(Tratto da “Modernità Liquida” Z. Bauman, 2011, Laterza, pag.16) [1]

Sommario

Ragazzi e internet: un tema di riflessione e di dibattito cui è difficile sottrarsi in una società globalizzata e cosmopolita. Genitori, insegnanti, educatori operanti del terzo settore e dell'associazionismo, nonché studiosi di campi disciplinari che vanno dalla sociologia alla pedagogia, sino alla psicologia, non possono eludere le domande che la rapida diffusione della rete e l'appropriazione che ne è stata fatta da parte dei più giovani sollecitano abbondantemente. Nel suo ultimo rapporto sulla comunicazione, il Censis [2] ha definito quella che viviamo l'era biomediativa o dell'esibizione del sé digitale. Un'era in cui lo sharing ha completamente surclassato la riservatezza. L'influenza della tecnologia interessa comportamenti, abitudini e stati d'animo di tutte le generazioni, ma ha effetti molto più importanti sui cosiddetti nativi



digitali giovani nati e immersi nelle nuove tecnologie e che vivono in simbiosi con i loro dispositivi mobili, ecosistemi applicativi, videogiochi, internet e nuovi media. L'uso massiccio dei nuovi media infatti determina un importante effetto da tenere in considerazione nelle relazioni sociali: l'analfabetismo emotivo. Nuovo autobiografismo e narcisismo di massa sono quindi espressione di quel bisogno di riconoscimento che ha trovato nel Web 3.0 un mezzo per esprimersi e che il potere (politico e commerciale) favorisce e usa per i suoi scopi, cioè per indirizzare e controllare i comportamenti. I dati acquisibili sono molto vari: stato di salute, educazione, reddito, capacità di spesa, preferenze di acquisto, preferenze sessuali, religiose, culturali, politiche, ecc.

Una risposta ai pericoli appena citati è stata data in Italia attraverso la creazione della figura del Garante per la protezione dei dati personali, un'autorità amministrativa indipendente istituita dalla legge n. 675 del 31 dicembre 1996 (cosiddetta legge sulla privacy), per assicurare la tutela dei diritti e delle libertà fondamentali e il rispetto della dignità nel trattamento dei dati personali. Ma oltre e prima della dimensione normativa di un fenomeno così complesso appare necessaria un'attività di Media Education ovvero un'attività, educativa e didattica, finalizzata a sviluppare nei giovani una informazione e comprensione critica circa la natura e le categorie de i media, le tecniche da loro impiegate per costruire messaggi e produrre senso.

Abstract

Youth and internet: a theme of consideration and debate difficult to avoid in a globalize and worldwide society. In its latest report, the Censis has defined the era in which we live as the "bio-media era", or the "exhibition of the own digital self" era. An era in which the sharing has completely outclassed the confidentiality. The influence of technology affects behaviors, habits and moods of all generations. However, it has much more important effects on so-called digital natives, young people born and immersed in new technologies who live in symbiosis with their mobile devices, digital ecosystems, video games, internet and new media. In fact, the massive use of new media determines an important effect that must be taken into account in social relations: the emotional illiteracy. New autobiography and narcissism are then expression of that need for recognition, which found in the Web 3.0 a means to express themselves and that the power (political and commercial) promotes and uses to its own purposes: namely, to direct and control behaviors. The acquirable data are very varied: health, education, incomes, spending power and different preferences as regard of what to buy, sex, religion, culture, politics, etc. In Italy, a response to the above-mentioned dangers was given through the creation of an

administrative entity called “Authority For the Protection of Personal Data” (Garante per la protezione dei dati personali). This is an independent administrative authority established by Law No. 75 of December 31, 1996 (so-called Law on Privacy), to ensure the protection of fundamental rights and freedoms and the respect for the dignity in the treatment of personal data. However, beyond and before the normative dimension of such a complex phenomenon, a Media Education activity appears necessary. This means an educational and didactic activity aimed at developing in young people an information and critical understanding of the nature and of categories of new media, and of those techniques they use to build messages and to produce meaning.

Keywords: Digital natives, web 3.0, social network, privacy, media education

1. Adolescenza e nuovi media

Sulla base di una ricognizione critica della letteratura scientifica e di un'ampia serie di ricerche quantitative e qualitative condotte in Europa di grande interesse appaiono gli indirizzi di ricerca tesi all'analisi degli ambienti digitali *online* a partire dalle pratiche quotidiane che i ragazzi vi mettono in atto per apprendere, comunicare con il gruppo dei pari, costruire la propria identità o esercitare i propri diritti di cittadinanza. L'utilizzo di Internet e, più in generale, dei nuovi media da parte dei più giovani è già da molti anni oggetto della preoccupazione di genitori ed educatori (Fornasari, 2013) [3]. Il timore di non riuscire sempre a controllare l'accesso alle numerose informazioni che popolano i siti web oggi si unisce alla diffidenza per le piattaforme virtuali che incoraggiano una condivisione di contenuti priva di filtri. Il 4 febbraio 2014 Facebook ha compiuto dieci anni di storia con 1,23 miliardi di utenti nel mondo un dato che necessariamente pone alla nostra attenzione un serie di riflessioni. Quando pensiamo alla rete infatti, dobbiamo intendere un pianeta virtuale del tutto simile al mondo reale: tutto il bene e tutto il male presenti nella realtà sono riscontrabili anche nella virtualità in quantità specularmente uguale. Quello che cambia è la velocità con la quale si accede ai contenuti e alle informazioni.

I maggiori fruitori di questi nuovi media sono i cosiddetti «nativi digitali» (Prensky, 2011) [4] ovvero quella nuova generazione particolarmente propensa a utilizzare le tecnologie, ma ciò non vuol dire che essi possiedano l'adeguata responsabilità, il senso critico e la giusta prudenza per sfruttarne al meglio le potenzialità ed evitare i pericoli della rete. Senza voler riproporre le riflessioni che l'avvento della televisione portò con sé negli anni 60, basti ricordare la classificazione che Umberto Eco propose tra Apocalittici e Integrati per indicare nella prima categoria tutti quei cittadini che vedevano nella televisione uno strumento educativo e di progresso e per indicare nella seconda categoria quei cittadini che invece vedevano nell'avvento e nella diffusione della televisione un pericoloso strumento di disgregazione sociale e di alienazione.

L'avvento dei nuovi media e della rete comportano, infatti, importanti cambiamenti nei processi di comunicazione e di strutturazione della propria identità.

La rete web infatti costituisce oggi uno dei luoghi principali dell'innovazione, volano di un rapido mutamento sociale che finisce facilmente per apparire inquietante o problematico agli occhi degli adulti. Questa preoccupazione può sembrare, al contempo, giusta e sbagliata: giusta perché rappresenta la consapevolezza di quanto i mezzi di comunicazione (intesi come dispositivi simbolici attraverso i quali viene prodotta e riprodotta su base quotidiana la cultura di una collettività e come apparati socio-tecnici che ridefiniscono le condizioni dell'interazione personale e delle relazioni sociali) costituiscano una parte considerevole dell'ambiente. Sbagliata perché in una prospettiva storica non fa altro che aggiornare paure antiche quanto l'avvento dei primi media di massa dal fumetto al cinema fino alla televisione, applicando più o meno fedelmente gli stessi modelli discorsivi e le medesime argomentazioni al ruolo che internet gioca nell'esperienza dei giovani dimenticando sia l'infondatezza o la parzialità di molte di quelle paure sia le novità introdotte dalla digitalizzazione. Avviene in modo paradossale che chi, in una prospettiva educativa, lamentava la sostanziale passività del mezzo televisivo a confronto della lettura, oggi manifesti la sua preoccupazione per l'eccesso di interattività della rete (Turkle, 2013) [5].

Tale mutamento sociale ha inciso sulle modalità con cui gli adolescenti usano i media per tenersi in contatto e comunicare tra di loro e con il mondo intero. Mentre gli accademici e i politici discutono sulle strategie migliori per "massimizzare le opportunità minimizzando i rischi", gli adolescenti affrontano giorno dopo giorno, con entusiasmo, questo scenario in mutamento: costantemente immersi nei media, li hanno incorporati fisicamente (nelle tasche o nelle orecchie), come parte integrante dell'arredamento dei loro spazi, pubblici o privati (Prensky, 2013) [6]. Convivono con le tecnologie della comunicazione dal momento in cui si alzano al mattino e accendono internet, all'istante in cui si addormentano la sera con l'*ipod* o il cellulare sotto il cuscino, al punto che non riescono a immaginare di poter vivere diversamente. Si direbbe che quasi tutte le esperienze, per questa generazione che, non a caso, è stata definita *always on* (sempre connessa) o digitale, passino attraverso i media: dallo studio al tempo libero, dal rapporto con gli amici più vicini a quello con gli "altri" più lontani (De Kerckove, 2016) [7]. Indipendentemente dal fatto che la rete sia vista come causa o conseguenza del mutamento sociale, o che se ne accentuino le potenzialità piuttosto che gli aspetti problematici, l'ampiezza degli interrogativi e la quantità dei riferimenti disciplinari sembrano scoraggiare qualsiasi tentativo di restituire in modo sintetico le conoscenze fin qui acquisite. Lo stesso si può dire per quell'ambito di ricerca che si occupa degli adolescenti: la quasi totalità delle domande sul loro conto come apprendono, come interagiscono, come partecipano, come affrontano il rischio, come costruiscono la realtà nella quale vivono è stata riformulata nei termini del loro rapporto con la rete (Livingstone, 2010) [8].

Nel suo ultimo rapporto sulla comunicazione, il Censis ha definito quella che viviamo l'era biomediativa o dell'esibizione del sé digitale. Un'era in cui lo sharing ha completamente surclassato la riservatezza. Superato quindi il vecchio sistema gerarchico e verticale (giornali, quotidiani, libri) che "comandava" l'informazione nel quale le fonti tradizionali erano le uniche a trasmettere messaggi autorevoli (dunque "veri") oggi a farla da padrone è l'informazione prodotta sul web e dal web, veloce, a flusso continuo, orizzontale, selezionata e prodotta dagli utenti-destinatari (da qui l'espressione prosumer). E così, mentre si riduce il digital divide (se nel 2007 solo il 45% degli italiani utilizzava internet, la percentuale è oggi salita al 73%, con una crescita esponenziale di oltre il 10% solo negli ultimi 4 anni, e al 96% tra gli under 30 – dati Censis), aumenta il *press divide*, ovvero dove e come le persone cercano le informazioni per soddisfare i propri interessi per rispondere alle proprie domande e per trovare soluzioni ai propri bisogni. La mancanza di confine fra pubblico e privato, la deriva dell'estimità¹ di cui parla Tisseron, la "moda" del selfie, sono sintomi di questo cambiamento. (Tisseron, 2016)[9].

La fotografia, ad esempio, non ricopre più il suo ruolo tradizionale di supporto per la memoria, ma diviene uno strumento imprescindibile per la costruzione dell'identità. E ancora, l'autostima, che nell'adolescente 1.0 si costruiva principalmente sul raggiungimento di risultati, oggi è fortemente influenzata dal prestigio che si riesce a raggiungere nel mondo digitale attraverso riconoscimenti come i "like" ottenuti e il numero di contatti raggiunti

Il web rappresenta quindi uno spazio sociale importante per ogni adolescente che, attraverso i contenuti che produce e posta, costruisce una rappresentazione di sé e ridefinisce la propria identità all'interno del gruppo dei pari.

Internet è diventato quindi il luogo per eccellenza della nostra immaginazione, luogo in cui molteplici realtà parallele si intrecciano e dove la nostra identità perde la propria fisicità per acquistare fluidità.

Se già nel 1956 il famoso sociologo Erving Goffman aveva affermato, in uno dei suoi celebri romanzi, che la vita quotidiana è come una rappresentazione teatrale dove ognuno interpreta un personaggio su un palcoscenico possiamo vedere come questa brillante teoria si sia dimostrata perfettamente attuale con lo sviluppo dei media digitali del XXI secolo (Goffman, 1956) [10].

I social network quindi diventano nell'epoca del web 3.0 un grande e globale "diario segreto" che poi a ben riflettere tanto segreto non è. Il profilo *Facebook* infatti mostra con chi abbiamo stretto amicizia, le nostre azioni nella rete e permette di rintracciare quelle dei nostri contatti verso di noi.

Dal 2006 è attivo il *news feed*, un nuovo aggregatore che mostra in successione gli aggiornamenti propri e degli amici, mettendo maggiormente in risalto informazioni considerabili come private.

Se apparentemente *Facebook* non sembra di per sé pericoloso, in realtà i rischi legati al suo utilizzo sono molteplici, dalla sottrazione dei dati personali alla violazione della privacy, dai falsi profili all'utilizzo improprio di immagini private.

¹ manifestazione esteriore di aspetti criticabili della propria intimità, al fine di raccogliere consenso e accrescere la stima di sé.

In altre parole, il social network non offre solo potenzialità positive. Bisogna tener presente che, registrandosi e interagendo con altrui utenti, si rendono visibili e quindi pubbliche informazioni di carattere personale e che tutti i commenti pubblicati sul sito restano visibili e consultabili nel tempo.

Le condizioni di accesso al servizio di *Facebook*, infatti, conferiscono al sito il diritto di trasmettere a terzi le informazioni presenti nel profilo di un utente e la proprietà dei contenuti comporta che il sito è libero di rivenderli, trasmetterli a terzi e conservarli anche dopo la cancellazione del profilo dell'utente, senza alcuna conseguenza legale.

Diversi problemi, pertanto, sono sorti riguardo al suo uso (e all'uso di altri *social network*) per il possibile utilizzo come mezzo di controllo e come miniera di dati. La posizione ufficiale di *Facebook* è che il copyright di ogni cosa pubblicata dagli utenti (come fotografie, video e commenti) ricade sotto il completo controllo di Facebook che non garantisce né la sicurezza delle applicazioni, né quella dei dati, né tantomeno la privacy.

2. Analfabetismo Emotivo e Identità fluida

L'utilizzo massiccio dei nuovi media ha determinato un importante effetto, da tenere in considerazione nelle relazioni sociali, definito come analfabetismo emotivo.

Con questa espressione Goleman (1995) [11] intende la mancanza di consapevolezza e di controllo delle emozioni e dei comportamenti ad esse associate; la mancanza di consapevolezza dei motivi per cui si prova una determinata emozione; l'incapacità di relazionarsi con le emozioni dell'altro, in quanto non riconosciute e non comprese così come incompresi sono i comportamenti che le provocano. L'influenza della tecnologia interessa, infatti, comportamenti, abitudini e stati d'animo di tutte le generazioni, ma ha effetti molto più importanti sui cosiddetti 'nativi digitali' giovani nati e immersi nelle nuove tecnologie e che vivono in simbiosi con i loro dispositivi mobili, ecosistemi applicativi, videogiochi, internet e nuovi media.

Questo aumenta l'analfabetismo emotivo che, come sostiene Goleman, rappresenta la causa di alcuni delle problematiche che caratterizzano i giovani. Il fatto che ad oggi la maggior parte delle relazioni risultino mediate più che dirette comporta una crescente difficoltà nel riconoscere le emozioni dell'altro e di conseguenza risulta più difficile comprendere anche le proprie. Tali rischi dipendono dall'abuso del mezzo tecnologico, dalla dipendenza più o meno forte dai media e dagli approcci cognitivi adottati.

I nuovi media tecnologici incidono sul nostro modo di pensare, sulle nostre pratiche quotidiane, sui nostri modelli relazionali e sulla nostra comunicazione. In un'epoca dove la gran parte degli aspetti relazionali passano attraverso il setaccio del web è difficile per gli adolescenti non dare importanza al parere della community del web (Riva, 2016) [12].

Ognuno cerca il consenso degli altri allo scopo di ricoprire all'interno della società un ruolo più importante e significativo.

Il like, il cuoricino, il tweet possono diventare indici fondamentali per misurare quanto la collettività apprezzi la nostra immagine e quanto tutto questo possa rientrare nella desiderabilità sociale. Questo avviene anche attraverso parole,

frasi, commenti, ma l'esposizione attraverso le immagini è sicuramente la via più diretta e più sensibile al giudizio, soprattutto per gli adolescenti.

Dilagante la moda dei "selfie", foto in cui ci si mostra con espressioni serie, tristi, seducenti, allegre o arrabbiate. In ogni specifica posa si cerca di far arrivare agli altri la propria persona modellata secondo l'esigenza del momento.

Se volessimo applicare la teoria dei bisogni di Maslow [13] all'utilizzo dei social network potremmo individuare nei bisogni di sicurezza (visibilità del profilo e interazioni con persone delle proprie reti), di associazione (relazione, comunicazione e interazione per la condivisione di contenuti), di stima e autorealizzazione (fondamentale con le sue gratificazioni e ricompense nella formazione dell'autostima personale) le tre motivazioni forti che spingono una persona, soprattutto se giovane, ad aderire ad un ambiente di social network.

Nel 1954 lo psicologo Abraham Maslow propose infatti un modello motivazionale dello sviluppo umano basato su una "gerarchia di bisogni", cioè una serie di bisogni disposti gerarchicamente in base alla quale la soddisfazione dei bisogni più elementari è la condizione per fare emergere i bisogni di ordine superiore. Alla base della piramide ci sono i bisogni essenziali alla sopravvivenza mentre salendo verso il vertice si incontrano i bisogni più immateriali.

Nuovo autobiografismo e narcisismo di massa sono quindi espressione di quel bisogno di riconoscimento che ha trovato nel Web 3.0 un mezzo per esprimersi e che il potere (politico e commerciale) favorisce e usa per i suoi scopi, cioè per indirizzare e controllare i comportamenti.

Parlare di identità porta su un terreno tortuoso che connota una dimensione dell'essere a metà tra mondo interiore del soggetto e contesto sociale affrontato. La psicologia sociale, nello specifico, tende a distinguere tra identità personale e identità sociale dell'individuo (Tajfel, 1981), [14] ovvero tra quell'insieme di caratteristiche personalizzanti che connotano ciascuno di noi, nella relazione con se stesso, e il modo di presentarsi, di interagire con gli altri, di modulare i propri atteggiamenti in base alla situazione. Ovviamente si tratta di un argomento che ha assunto particolare rilevanza negli studi sulle culture giovanili. L'età adolescenziale, in particolare, è considerata nell'ambito psicologico una fase della vita in cui i modi e le forme di auto-rappresentazione diventano particolarmente complessi e decisivi, soprattutto se considerati nella dimensione sociale.

Sappiamo che per gli adolescenti le variazioni fisiche, il sentire inedite pulsioni e bisogni possono essere processi fortemente influenti sulla formazione del sé, creando spesso i cosiddetti turbamenti giovanili di cui finanche la narrativa è intrisa. Il fatto che i ragazzi spesso possano vivere anche le situazioni più comuni come strappi interiori dà la cifra di quanto sia delicata questa fase della vita. Uno dei nodi cruciali riguardanti la costruzione identitaria dei soggetti in età adolescenziale tocca soprattutto la dimensione sociale e contestuale. Ci si riferisce all'importanza che giocano gli altri, il gruppo, la sfera relazionale. È nell'adolescenza che ci si inizia a interrogare sul modo in cui si viene "visti" all'esterno, su quale sia il proprio ruolo all'interno delle comunità e questo influenza enormemente il modo in cui ci si auto-percepisce. Al contempo, però, l'adolescenza è condizionata dal contesto socioculturale in cui si vive e ogni

giovane sviluppa forme e modi di relazionarsi che sfruttano gli strumenti, gli spazi, le possibilità offerte dal macrosistema di riferimento. Per le generazioni digitali i nuovi media sono un elemento che accomuna e che diventa un mezzo di socializzazione utilizzato quotidianamente, in modo talvolta spontaneo.

Dunque le tecnologie connettive possono assurgere al ruolo di fattore “generazionale”, portatore di un sentire comune che si traduce in identità collettiva. Tale concezione ci riporta e si ricollega al bisogno di categorizzare in qualche modo le giovani coorti sulla base di abiti cognitivi. Di qui le note definizioni: *digital natives*, *net generation*, *y generation* e così via. Una lettura che va anche al di là di questo ambito di indagine e che entra a pieno nel discorso sulle identità sociali collettive la propone Vincenzo Susca (2010) [15] nel suo testo *Gioia Tragica*. L'autore riprende, nello specifico, il discorso sulle controculture giovanili, constatando come queste si siano caratterizzate soprattutto grazie al bisogno di affermare una propria identità collettiva corrispondente – aggiungiamo noi – al bisogno individuale di riconoscimento ed emancipazione dei sé adolescenti. Tale processo ha sempre avuto negli universi relazionali e informali, come quelli creati anche dal sistema dei consumi, comprendente le tecnologie, potenti veicoli.

3. Social Privacy e self-disclosure.

Sul web ogni gestore/provider può acquisire dati personali legalmente (i contratti di accesso ai servizi cui accediamo lo permettono) o illegalmente (le agenzie di intelligence possono decidere autonomamente di acquisire dati su qualunque individuo sospettato di atti terroristici);

questi dati vengono poi inferenzialmente connessi per mezzo di specifici algoritmi che 'costruiscono' la personalità digitale del singolo individuo e ne predicono i comportamenti futuri.

I dati acquisibili sono molto vari: stato di salute, educazione, reddito, capacità di spesa, preferenze di acquisto, preferenze sessuali, religiose, culturali, politiche, ecc.

Ciascuno di questi dati, preso singolarmente, potrebbe non avere molto valore, ma la capacità analitica esercitata dalle applicazioni dei Big Data (Business Intelligence, Data Mining, ecc.), consente di creare dei profili molto accurati e predittivi delle scelte future degli individui, la cui esistenza, contenuto e scopo rimangono sconosciuti agli interessati.

I big data superano i limiti degli strumenti database tradizionali (Mayer, 2013) [16]. L'utilizzo ormai ampiamente diffuso di qualsiasi dispositivo elettronico genera, infatti, una massa di informazioni spesso indirette, che possono andare ad alimentare basi di dati di dimensioni enormi. Se l'informazione ha le caratteristiche di varietà, velocità, volume allora si ha di fronte un vero Big Data. L'inserimento dei propri dati, dei propri commenti, delle proprie foto in un social network costruisce una memoria storica della propria attività e personalità che non scompare anche quando il soggetto lo vorrebbe.

Le nostre scatole dei ricordi, i piccoli e grandi passi con i quali costruiamo 'chi siamo', non saranno, come per i nostri genitori, chiuse in cassette private sotto forma di album di foto, lettere d'amore, ritagli di giornale da mostrare ai nipoti,

ma visibili, permanenti e ricercabili in tempo reale con un qualsiasi motore di ricerca.

Molte di queste informazioni rimangono disponibili online anche dopo parecchi anni e solo in alcuni casi possono essere cancellate direttamente dall'utente. Esiste però una modalità di sorveglianza sociale molto più incisiva e invisibile: la Sorveglianza Digitale (Web 3.0) che con la conseguente proliferazione di social media e social network ha comportato una trasformazione della sorveglianza sociale.

Tradizionalmente la sorveglianza è stata esercitata dal Potere in modo verticale e aveva lo scopo di osservare e disciplinare i "corpi" a fini repressivi, cioè infliggendo supplizi e pene (come descritto nell'inquietante analisi storica di Michel Foucault nel libro *"Sorvegliare e punire. Nascita della prigione"*).

Il sociologo Fausto Colombo [17] ha descritto l'estensione della sorveglianza sociale al Web 3.0 e alle sue applicazioni nel libro *"Il potere socievole"*.

Secondo Colombo, uno dei punti chiave della nuova sorveglianza è che, da quando i social network/social media hanno conquistato il mondo della comunicazione, due nuovi soggetti si sono affiancati alle istituzioni politiche nell'esercitare il potere: le agenzie che gestiscono la Rete (Google, Facebook, Yahoo, ecc.) e gli utenti stessi. La cosa che preoccupa oggi è proprio il fatto che siano gli utenti stessi, nella maggior parte dei casi, a fornire spontaneamente i loro dati personali con la self-disclosure (auto-rivelazione di sé). La privacy, termine inglese che evoca significati a volte mutevoli, accostabile ai concetti di "riservatezza", "privatezza", indica proprio il diritto alla riservatezza della propria vita privata: *"the right to be let alone"* (lett. "il diritto di essere lasciati in pace"), secondo la formulazione del giurista statunitense Louis Brandeis che fu probabilmente il primo al mondo a formulare una legge sulla riservatezza, insieme a Samuel Warren.

Il significato di privacy, nel tempo, si è evoluto anche in relazione all'evoluzione tecnologica che dai tempi di Warren e Brandeis (fine XIX secolo) ad oggi è intercorsa.

Inizialmente riferito alla sfera della vita privata, negli ultimi decenni ha subito un'evoluzione estensiva, arrivando ad indicare il diritto al controllo sui propri dati personali. Quindi, il significato odierno di privacy, comunemente, è relativo al diritto della persona di controllare che le informazioni che la riguardano vengano trattate o guardate da altri solo in caso di necessità.

La recente diffusione delle nuove tecnologie ha contribuito ad un assottigliamento della barriera della privacy, ad esempio la tracciabilità dei cellulari o la relativa facilità a reperire gli indirizzi di posta elettronica delle persone, che può dar luogo, ad esempio, al fenomeno dello spamming (pubblicità indesiderata). Per quanto riguarda la legislazione italiana è inutile cercare norme sulla privacy nella carta Costituzionale, essendo nata in un'epoca nella quale il problema era poco sentito.

Nel tempo però si sono ritrovati numerosi riferimenti tra le righe delle varie disposizioni, in particolare negli articoli 14, 15 e 21, rispettivamente riguardanti il domicilio, la libertà e segretezza della corrispondenza, e la libertà di manifestazione del pensiero.

In realtà il primo e più importante riferimento è oggi visto nell'articolo 2 della Costituzione, in quanto si incorpora la privacy nei diritti inviolabili dell'uomo, come del resto ha sostenuto la Corte Costituzionale con la sentenza n. 38 del 1973. Per ovviare a questi vulnus normativi è stata istituita un'autorità amministrativa indipendente "Il Garante per la protezione dei dati personali" sancita dalla legge n. 675 del 31 dicembre 1996 (cosiddetta legge sulla privacy), per assicurare la tutela dei diritti e delle libertà fondamentali e il rispetto della dignità nel trattamento dei dati personali. Dal 2012 l'autorità è presieduta da Antonello Soro. Il Garante, con l'obiettivo di aumentare la consapevolezza degli utenti e offrire loro ulteriori spunti di riflessione e strumenti di tutela, ha pubblicato nel 2014 un'interessante guida "*Social Privacy - Come tutelarsi nell'era dei social network*" [18], attraverso la quale analizza i principali fenomeni, problemi e opportunità legati all'uso dei social network e propone consigli e soluzioni che possano aiutare la "generazione 2.0", utenti alle prime armi, insegnanti e famiglie, esperti e manager. Il Garante ha proposto un decalogo che aiuta ad utilizzare le opportunità offerte dal mondo digitale difendendosi dalle trappole della Rete (vedi i numerosi fenomeni di *Phishing, Pharming, Vishing, Adescamento online Grooming: Sexitng, Cyberbullism, sino ad arrivare all'Internet Addiction Disorder*).

La stessa *Dichiarazione dei Diritti di Internet* (14 Luglio 2015), [19] elaborata dalla Commissione per i diritti e i doveri relativi ad Internet del Parlamento italiano (Camera dei Deputati), rappresenta una risposta che il governo ha ritenuto di dover fornire alle problematiche sorte rispetto alla rete, presentando una sorta di "Costituzione" della rete stessa.

4. Per concludere: la necessità di percorsi di media education

La *Media Education* è un'attività, educativa e didattica, finalizzata a sviluppare nei giovani un'informazione e comprensione critica circa la natura e le categorie dei media, le tecniche da loro impiegate per costruire messaggi e produrre senso, i generi e i linguaggi specifici." L'espressione *Media Education* indica: l'educazione con i media, considerati come strumenti da utilizzare nei processi educativi generali; l'educazione ai media, che fa riferimento alla comprensione critica dei media, intesi non solo come strumenti, ma come linguaggio e cultura; e l'educazione per i media, livello rivolto alla formazione dei professionisti. Scopo della media education: offrire alle nuove generazioni non solo le chiavi per la comprensione dei media, ma anche suscitare nuovi *prosumer* per una migliore qualità dei media (Buckingham, 2006) [20].

In questo processo di Media Education un ruolo importante è sicuramente ricoperto dalle famiglie e dai genitori. Bisognerebbe insegnare ai propri figli ad utilizzare Internet in modo consapevole: sarebbe consigliabile stabilire con loro dei tempi di utilizzo del computer, assisterli durante la navigazione esercitando una funzione di guida e di controllo, creare un rapporto di dialogo confidenziale in modo che venga confidato agli adulti se si è visto qualcosa che ha suscitato spavento o disagio, informarli sull'importanza di non inviare foto e di non

accettare appuntamenti e/o inviti

Quella che i genitori si trovano a gestire oggi è una sfida educativa complessa che tenta di conciliare necessità diverse: da un lato, la volontà di favorire la dimestichezza dei figli con gli strumenti digitali, perché possano usufruire dei vantaggi che questi comportano in termini di conoscenza, comunicazione, apprendimento, interattività; dall'altro, le difficoltà di negoziare la fruizione mediatica, l'esigenza di capire come filtrare o gestire l'impatto con contenuti nocivi, violenti o diseducativi, che propongono ruoli e stili di vita discutibili, ma anche come prevenire i rischi legati ad un uso inadeguato o imprudente di media, per garantire la privacy e la sicurezza dei minori.

Nello specifico, la Media Education è una prospettiva disciplinare impegnata nella riflessione sui media come oggetto, strumento e spazio del processo educativo, integrando i contributi delle Scienze dell'Educazione e delle Scienze della Comunicazione (Rivoltella, 2015) [21]. L'educazione con i media, che si serve dei media per insegnare, facendo pertanto di essi un utilizzo strumentale (lezioni fatte con il computer, filosofia o storia insegnate attraverso il giornale, geografia attraverso il cinema, ecc.), con la molteplice finalità di avvicinarsi ai ragazzi, di avvicinare i ragazzi ai media, di rendere l'apprendimento a scuola un'esperienza più fruibile e vicina al mondo degli studenti.

L'educazione ai media (media literacy) che considera le tecnologie come tema della didattica, insiste sulla promozione del senso critico, sulla creazione di un consumatore dei media attivo, autonomo e creativo nel suo rapporto con gli stessi, in grado di decifrarne i messaggi e di utilizzarli secondo una propria visione e utilità .

Anche il mondo della scuola si trova in una fase di passaggio e di profondo mutamento, in particolare per quanto riguarda l'introduzione di nuovi mezzi informatici che stanno gradualmente cambiando il volto della didattica (vedi le *Flipped Classroom*, *l'Augmented Reality*). La diffusione in classe della Lavagna Interattiva Multimediale (LIM), l'utilizzo degli e-book come libri di testo, il moltiplicarsi delle esperienze di blog didattici sono solo alcuni esempi di come la tecnologia abbia un peso sempre più rilevante per l'istruzione. Insieme agli ambienti e agli strumenti di apprendimento, anche l'insegnamento tradizionale è oggetto di trasformazioni che vanno nella direzione di una didattica innovativa, in cui le barriere tra apprendimento formale e informale si fanno sempre più labili e lo studente diventa costruttore attivo delle proprie conoscenze. L'analisi fin qui condotta, mostra che l'educazione ai media è compito di ogni educatore, sia pure con diversità di ruoli. Solo attraverso percorsi di media education potremo formare generazioni che sapranno utilizzare le nuove tecnologie come incredibili "protesi aumentate" della loro capacità di interagire con il mondo sapendo contrastarne un uso distruttivo e pericoloso. Auspicabile sarebbe la *formazione di media educator*, una nuova figura professionale con competenze e contributi specifici da offrire alla scuola, alla famiglia e al territorio (Rivoltella, Marazzi, 2001).

Bibliografia

- [1] Bauman Z., (2011), *Modernità Liquida*, Laterza, pag.16
- [2], Censis, (2016) *I media tra élite e popolo. Tredicesimo Rapporto sulla comunicazione*, Tredicesimo Rapporto Censis, Franco Angeli
- [3] Fornasari A., (2013), *Dietro lo Schermo. Adolescenti e comunicazione ai tempi di Facebook*, Biblioteca della Fondazione Intercultura q
- [4] Prensky M. (2001), *Digital Natives, Digital Immigrants*, From On the Horizon ,MCB University Press, Vol. 9 No. 5
- [5], Turkle S., (2013), *La vita sullo schermo*, Apogeo Education
- [6] Prensky M.R., (2013), *La mente aumentata. Dai nativi digitali alla saggezza digitale*, Erickson
- [7] De Kerckove D., (2016), *Un mondo condiviso*, Edizioni Laterza
- [8] Livingstone S., (2010), *Ragazzi online. Crescere con internet nella società digitale*, Vita & Pensiero
- [9] Tisseron S., (2016), *Diventare grandi all'epoca degli schermi digitali*, La Scuola
- [10] Goffman E. (1956), *The Presentation of Self in Everyday Life*, University of Edinburgh
- [11] Goleman D. (1995), *Emotional Intelligence*, Bantam Books.
- [12] Riva G., (2016), *I social Network*, Edizioni Il Mulino
- [13] Maslow A. (2010). *Motivazione e personalità*. Armando Editore
- [14] Tajfel H., (1981), *Human Groups and Social Categories*, Cambridge University Press
- [15] Susca V. , (2010), *Gioia tragica. Le forme elementari della vita elettronica*, Lupetti
- [16] Mayer, (2013), *Big data. Una rivoluzione che trasformerà il nostro modo di vivere e già minaccia la nostra libertà*, Garzanti
- [17] Colombo F., (2013), *Il potere socievole. Storia e critica dei social media*, Bruno Mondadori
- [18] Garante per la protezione dei dati personali, (2014), *Social Privacy - Come tutelarsi nell'era dei social network*, <http://www.garanteprivacy.it/socialprivacy>
- [19] Camera dei Deputati, (2015), *Dichiarazione dei diritti in Internet*, http://www.camera.it/application/xmanager/projects/leg17/commissione_internet/dichiarazione_dei_diritti_internet_pubblicata.pdf
- [20] Buckingham D., (2006), *Media education. Alfabetizzazione, apprendimento e cultura contemporanea*, Erickson
- [21] Rivoltella P., (2015), *Le virtù del digitale. Per un'etica dei media*, Morcelliana
- [22] Rivoltella P., Marazzi,(2001), *Le professioni della media education*, Carocci

Biografia

Alberto Fornasari, esperto in Comunicazione, PhD in “Dinamiche Formative ed Educazione alla Politica”, Professore Aggregato di Pedagogia Sperimentale presso il Dipartimento di Scienze della Formazione, Psicologia, Comunicazione dell’Università degli Studi di Bari “Aldo Moro”. I suoi indirizzi di ricerca spaziano dall’educazione interculturale (attraverso un approccio empirico) alla media education, alle TIC con un focus spesso calibrato sulla condizione giovanile. Autore di numerose pubblicazioni scientifiche nazionali e internazionali, relatore in convegni nazionali e internazionali, Direttore dello Short Master universitario in Digital Reputation Management, già Direttore dello Short Master Universitario in Protection of Infrastructure and Internet Security, Membro del Consiglio di Amministrazione di Intercultura ONLUS con delega alla Formazione; ricopre diversi incarichi accademici istituzionali in qualità di: Delegato del Rettore per la Banca del Tempo, Membro del Gruppo di Lavoro di Ateneo per il Bilancio Sociale, Membro del Gruppo di Lavoro di Ateneo per la Terza Missione, Membro del Gruppo di Lavoro di Ateneo sulle Migrazioni Internazionali, Responsabile Scientifico di Ateneo progetto europeo IF4TM, Responsabile Scientifico di Ateneo progetto Ministero degli Interni INSO, Membro del C.U.G. (Comitato Unico di Garanzia per le Pari Opportunità, la Valorizzazione del benessere di chi lavora e contro le Discriminazioni) UNIBA.

email: alberto.fornasari@uniba.it