

IL TELE SPETTATTORE

INTERVISTE
Aurea Disegna
Maltrattamento Istituzionale

Michele Ierardi
ESRI, il potere
dell'informazione geografica



SOSTANTIVI E NON AGGETTIVI

"Il richiamo del Papa all'Aiart e al Coordinamento delle Associazioni per la Comunicazione a servizio della Chiesa in Italia"

© Vatican Media

Speciale Il METAVERSO:
dalle tecnologie che lo alimentano,
alla meta-educazione, alla legge
fino all'impatto sull'economia globale

Crisi del mercato digitale:
rischio o opportunità?



Editoriale

Sostantivi e non aggettivi
di Giovanni Baggio 3

News Aiart

Corso "Minori nel mirino" 4

Critical Watcher per Orientaserie
di Sandra Costa 6

Territori

La forza dell'Aiart Marche
nella rete
di Lorenzo Lattanzi 8

Intervista

Maltrattamento istituzionale
Intervista a Aurea Dissegna 10

Speciale

Immaginare il Metaverso
e la Meta-educazione
di Giacomo Buoncompagni 13

L'impatto del metaverso
sull'economia globale
di Luciana Maci 15

Quale sarà il diritto
del metaverso?
di Riccardo Colangelo 16

Media e Digital Communication

Crisi del mercato digitale:
rischio o opportunità?
di Michele Mezza 18

Commenti

L'onda migratoria
tra realtà e percezione
di Michelangelo Bartolo 21

Intervista

Esri, il potere dell'informazione
geografica
Intervista a Michele Ieradi 23

Fatti & Flash
Speciale 27

La rete siamo noi 29

Rassegna stampa 31



Che pena!

*"Il pullover che mi hai dato tu
sai mia cara possiede una virtù/
Ha il calore che tu davi a me
e mi illudo di stare in braccio a te".*



ANACLETO

Questa nota canzonetta degli anni '60 fa da colonna sonora ad uno spot pubblicitario di un'azienda che produce biancheria intima bi-sex (si può ancora dire così senza passare – vista l'aria che tira – per passatista?) e ha come protagonista una bella ragazza che guarda compiaciuta e ammiccante baldi giovani che indossano slip aderenti. È evidente che gli sguardi della giovane commessa, per la loro intensità e la loro sfrontatezza, sono diretti più che allo slip a ciò che lo slip cela. Anacleto scuote la testa e riflette che, alla fin fine in una tv che sempre più sommerge i telespettatori con immagini oscene, sconcezze, volgarità, turpiloqui, offensive della dignità degli utenti, della decenza e delle regole di una civile convivenza, in fondo, in fondo lo spot sugli slip non è poi tanto licenzioso, specialmente se si considera che giorno dopo giorno si alza il livello dell'aggressività della tv, della sua violazione di norme e regole e della scarsa consapevolezza dei danni incalcolabili che procura – soprattutto ai minori – veicolando messaggi spesso negativi e modelli di vita, ispirati a veri e propri disvalori. Ma, dopo un attimo di sconforto, Anacleto recupera serenità perché si ricorda che nel nostro Paese operano tanti soggetti, pubblici e privati, che tutelano gli utenti. A cominciare dalla Commissione parlamentare di vigilanza, e poi l'Autorità per le Garanzie delle Comunicazioni, i Corecom, l'Istituto di Autodisciplina della Pubblicità, Il Consiglio Nazionale degli Utenti, il Comitato Media e Minori, per non citare i tanti Codici etici, le Carte, le autoregolamentazioni ecc, ecc. Ma – si chiede Anacleto – non basta tutto questo? Basta guardare la Tv e rendersi conto che non basta proprio! A chi – saldamente – controlla il sistema televisivo italiano – queste "vigilanze" non sono altro che fastidiosi e inutili intoppi, tutt'al più da usare come foglie di fico.

Lo spot dello slip è comunque, per Anacleto, di pessimo gusto e, pertanto, andrebbe censurato e rimosso. Ed è il caso di dire che fa proprio PENA. Signor proto, mi raccomando, stia attento alla vocale finale.

anacletodigital.blogspot.com



Sostantivi e non aggettivi

È il richiamo di Papa Francesco al coordinamento delle associazioni per la comunicazione a servizio della Chiesa in Italia ma anche la linea di azione e pensiero che ha fatto dell’Aiart – in quasi 70 anni di vita associativa – una rivoluzionaria nella funzione di sentinella e di tutela nella comunicazione.



31 ottobre 2022, giornata davvero storica per il Copercom e per AIART.

L’udienza in sala Clementina concessa dal Santo Padre Papa Francesco a tutte le 29 associazioni raccolte dal COPERCOM è stata una occasione straordinaria per molti motivi in quanto tutto il mondo cattolico della comunicazione era rappresentato ai massimi livelli. AIART era rappresentata dal Presidente e dai Vicepresidenti Sandra Costa Bona e Lorenzo Lattanzi e portavamo nel cuore l’Associazione intera e ciascuno di voi.

Il Santo Padre, dopo il Saluto del Presidente del Copercom, ci ha rivolto parole impegnative, insistendo sulla necessità di vivere il COORDINAMENTO per abitare con sinergie il vasto pianeta comunicativo, praticare il RINNOVAMENTO per sfuggire dalle routine che non consentono avanzamenti ed ingessano nei percorsi già fatti, rinnovamento che deve cogliere anche lo stimolo dalle costanti novità proposte soprattutto dagli ambienti digitali. Il dis-

corso del Papa è proseguito sottolineando come ASCOLTO SILENZIO E PAROLA siano la trilogia della autentica comunicazione, poiché una parola che non sia frutto di ascolto e di riflessione rischia di essere frettolosa, superficiale, vuota e, d’altro canto solo un vero ascolto permette una vera conoscenza (“non finta perché questo è brutto”) e fa scaturire parole che siano SOSTANTIVI e non aggettivi (“oggi viviamo in un mondo aggettivato”). Sostantivi e non aggettivi è un richiamo alla sostanza delle cose quando si affrontano questioni e problemi, ma anche alla sostanza – cioè alla realtà-dignità – delle persone quando si affrontano temi che hanno a che fare con uomini e donne.

L’ultimo richiamo del Santo Padre è stato quello di camminare insieme, invito a quel cammino SINODALE che la Chiesa Italiana sta compiendo, guardando con fiducia al futuro che ci sta innanzi. Certo ci accorgiamo tutti della difficoltà di superare i particolarismi e gli egoismi di parte, ma è una fatica che bisogna affrontare perché guardare insieme ad altri ci sostiene e non ci fa sentire soli.

Come Presidente ho poi consegnato a Sua Santità – mentre gli stringevo la mano, colpito dal suo sguardo davvero dolce – sei numeri de IL TELESPETTATORE e gli ultimi quattro numeri de LA PARABOLA chiedendo di pregare per i nostri 70 anni di vita che celebreremo nel 2023.

Siamo infinitamente grati al Santo Padre per questa sua disponibilità ad incontrarci per dare il suo pensiero e la Sua Benedizione su di noi e su quanto potremo e sapremo fare nell’ambiente e per la comunicazione.

Alle porte del Nuovo Anno tutto questo ci aiuti a dare un senso pieno alla celebrazione dei nostri 70 anni di vita associativa e ci incoraggi a proseguire con rinnovata fiducia e slancio la nostra missione di pensiero e azione.

Giovanni Baggio
Presidente nazionale Aiart
presidente@aiart.org



Al Via il Corso Gratuito Online **Minori nel mirino**

Per un'educazione civica mediale
Febbraio-Marzo 2023

Il corso di formazione partirà il 2 febbraio 2023
ed è costituito da cinque moduli, ognuno dei quali è suddiviso
in due modalità online:

Asincrona che prevede una lezione introduttiva caricata una settimana prima;

Sincrona per dare spazio ad un incontro-dibattito Live
con i relatori di circa 1 ora e 30 minuti
(dalle 18 alle 19.30 della data indicata).



PROGRAMMA

- Dal 2/02/23 asincrono: **QUELLO CHE (a)i MINORI NON DICONO**
Marco Brusati
Il 9/02/23 INCONTRO LIVE CON RELATORE
- Dal 10/02/23 asincrono: **PATTI DIGITALI. LE ALLEANZE EDUCATIVE**
Stefania Garassini
Il 15/02/23 INCONTRO LIVE CON RELATORE
- Dal 02/03/23 asincrono: **PRESENZA E REL-AZIONI AUTENTICHE MEDIALI**
Sandra Costa e Lorenzo Lattanzi
Il 9/03/23 INCONTRO LIVE CON RELATORE
- Dal 10/03/23 asincrono: **DIDATTICA E NUOVE TECNOLOGIE... SFIDA ALL'ULTIMO CLIC!**
Marcello Soprani
Il 16/03/23 INCONTRO LIVE CON RELATORE
- Dal 17/03/23 asincrono: **DALLA MEDIA ALLA META EDUCATION**
Giacomo Buoncompagni
Il 24/03/23 INCONTRO LIVE CON RELATORE

Il corso, accreditato dal Ministero dell'Istruzione, è rivolto a tutti con particolare riferimento a docenti di ogni ordine e grado, formatori, educatori e genitori. La frequenza al corso è valida ai fini dell'assolvimento dell'obbligo formativo secondo le disposizioni di legge. Al termine del corso sarà rilasciato un attestato dal portale Sofia.

Per confermare la tua partecipazione vai sul sito dell'associazione all'indirizzo www.aiart.org; clicca sul link per l'iscrizione e compila l'apposito modulo. Per ulteriori informazioni contatta la segreteria nazionale:

aiart@aiart.org;
06-66048450; 349-5462931



In uscita il nuovo numero de La Parabola con una serie di contributi di alto profilo provenienti da punti di vista e di studio diversi e complementari rispetto al pianeta Infanzia per rimetterlo al centro delle attenzioni e degli interessi (e non intendiamo quelli economico-commerciali!) del mondo degli adulti.

Ridare voce a chi per definizione è senza voce (infante) ma non per questo deve essere ignorato, sfruttato o circuito. Un volume monografico per riflettere sul patrimonio più prezioso del genere umano, per rispettarlo e metterlo nelle condizioni di crescere serenamente e affacciarsi al mondo in modo sicuro sotto la guida esperta di adulti maturi ed equilibrati.

Con i contributi di:

Mariolina Ceriotti

Giovanni Visci

Stefania Garassini

Riccardo Colangelo

Lorenzo Lattanzi

Maria Cristina Garbui



Critical Watcher per Orientaserie

Il sito web Orientaserie.it, promosso da Aiart e dal Master in International Screenwriting and Production dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, è stato pensato e realizzato «per rendere agevole e affidabile la scelta dei prodotti per l'intrattenimento, che riveste un ruolo sempre più rilevante nella vita delle persone e delle famiglie. In particolare, le serie tv fruibili in rete, sono un contenuto di enorme successo tra gli adolescenti, essendo molto spesso realizzazioni di alto livello che toccano tematiche piuttosto impegnative ed emotivamente complesse». (Stefania Garassini)¹.

Qui si inserisce il progetto “Critical Watcher per ‘Orientaserie’”, che nasce dall'intenzione di dare un'identità “aumentata” al sito Orientaserie, ospitando recensioni di serie tv prodotte dai giovani fruitori. L'idea di fondo trae ispirazione dallo spirito pedagogico di Don Bosco, che vuole gli adulti vicini ai ragazzi là dove si trovano, nel loro mondo, un mondo che oggi, soprattutto dopo il lungo periodo di pandemia, è quello delle storie messe in scena dalle serie televisive. Se Don Bosco andava per le strade facendosi amico dei ragazzi e poi offrendo loro attività che li coinvolgessero nell'aiuto ai poveri, ora il compito dell'educatore è percorrere le strade della rete, conoscere gli ambienti e le storie in cui sostano i ragazzi e offrire loro strumenti e attività che trasformino le realtà che incontrano in riflessioni, valutazioni e produzioni da offrire ai loro coetanei (le recensioni) ma anche agli adulti che potranno incrociare i loro punti di vista. La finalità è formare lo sguardo convertendo le visioni ingenuie in fruizioni competenti e consapevoli, coinvolgendo studentesse e studenti della scuola secondaria di II° in un percorso per le competenze trasversali e per l'orientamento nel ruolo di recensori. Si tratta di un approccio didattico che coniuga “apprendimento” e “servizio” reso alla

comunità. Scuola pilota dell'iniziativa, avviata nell'a. s. 2021-22, è il Liceo “G. Mazzini” di La Spezia, con referente la prof.ssa Nadia Superno.

Altre collaborazioni: il MED.

Tra le azioni del progetto:

- **Formare:** sono previsti sei incontri di formazione; tre per studenti: 1) Il linguaggio cinematografico; 2) Dinamiche narrative delle serie tv: come si scrive una storia per la serialità televisiva; 3) L'analisi critica di un prodotto audiovisivo: la recensione di una serie tv; tre per docenti / genitori: 1) Caratteri, evoluzione, mercato della serialità televisiva; 2) Le dinamiche narrative della serialità; 3) Generi e contenuti delle serie tv: in che modo le serie tv educano.
- **Condividere letture e produrre recensioni a più sguardi e a più mani** in un *setting* laboratoriale, ri-scoprendo insieme il mondo delle serie Tv: gli elementi compositivi del linguaggio, i diversi piani di analisi, le rappresentazioni e le espressioni culturali, la presenza di stereotipi, l'intenzionalità comunicativa, le competenze esistenziali dei personaggi; tra i materiali, anche una griglia specifica sulle *lifecomp* per analizzarne i tratti caratteristici – prezioso il contributo dei seminari sul progetto SEEVAL (Social and Emotional Education – building inclusive schools and ownership of values), che vede tra i partner l'Università Ca' Foscari Venezia, in cui si sono definite le competenze “che possono aiutare le persone a diventare più resilienti e a gestire le sfide e i cambiamenti nella loro vita personale e professionale in un mondo in continua evoluzione”... in questo caso rappresentato nelle storie televisive. Ciò significa imparare a decifrare situazioni e a interpretare come i personaggi affrontano le questioni, sapendo poi esprimerne il senso nella recensione.

¹ AA.VV. *50 Serie TV da guardare in famiglia*. (2022). Rubbettino.



- **Sviluppare competenze** che a sua volta promuovano negli altri competenze di fruizione – la “spettatorialità”. La recensione prevede le azioni di “rivedere”, “passare in rassegna”, “esaminare”, ma anche “stimare, apprezzare”, sapendo spiegare la trama e analizzare i temi affrontati nella serie in modo che, anche chi non conosce il prodotto, possa farsene un’idea. Interessanti sono i criteri di assegnazione del premio: “la recensione è comprensibile, chiara, corretta, coerente rispetto al target; è utile al lettore; è in grado di incuriosire; fa emergere lo sguardo

che attraverso la storia e i generi della serialità. Affrontano il prodotto audiovisivo come testo che è proiezione di un sentire che guida sia le scelte compositive del linguaggio sia i processi di lettura e di interpretazione messi in atto dal fruitore. Processi analoghi guidano anche le scritture di recensioni di episodi di serie tv, che racchiudono pensieri, sintesi e argomentazioni preziose per la costruzione della cittadinanza mediale. Altro aspetto, lo scrivere per pubblicare: una sorta di *service learning*, dove si mette a disposizione quanto appreso, elaborato, discusso, argomentato in



ORIENTASERIE
SCEGLIERE COSA VEDERE

www.orientaserie.it info@orientaserie.it

della serie considerata – come affronta alcuni aspetti della vita, quali orizzonti propone, quali riflessi ha su desideri, interessi e aspirazioni, comportamenti”.

- **Promuovere il senso civico:** scrivere una recensione consapevole di produrre un servizio per la collettività, nonché a se stessi; i ragazzi e le ragazze potranno essere per sempre spettatori attivi, avendo acquisito capacità e strumenti per operare scelte orientate costruendosi un proprio percorso informato.

Ricadute socio-culturali ed effetti educativi

Con la formazione e il laboratorio di scrittura, gli studenti affrontano il linguaggio della fotografia e del cinema; entrano nello specifico del panorama culturale tracciato dalle narrazioni seriali, an-

un circolo virtuoso di condivisione non solo di serie tv, ma anche di riflessioni su tematiche esistenziali con uno sguardo attento all’estetica e all’etica delle narrazioni. Punto forte, il coinvolgimento di scuola e famiglia nel mondo delle serie: conoscerlo per comprendere meglio studenti e figli e avviare un dialogo costruttivo, rendendoli protagonisti di condivisioni significative, trasformando i loro consumi mediali in tempo buono per se stessi e per gli altri. Infine, l’aspetto sfidante: il premio per la miglior recensione è pensato all’interno di un evento aperto alla cittadinanza con l’intervento degli studenti e di esperti, diventando esperienza comunitaria. Allora la vita, che nelle storie può perdere la sua dinamica e la sua aderenza alla realtà, come critica partecipata diventa aderenza alla vita arricchita di senso dalle storie fruiti, riflesse e condivise.

Sandra Costa

Vicepresidente nazionale Aiart



La forza dell’Aiart Marche nella rete

Lorenzo Lattanzi, presidente regionale Aiart Marche, indica i punti salienti di un’azione sul territorio che – afferma – è riuscita a mantenere il proprio trend in crescita costante.

Da oltre un decennio si sente parlare di crisi dell’associazionismo. La situazione si è ulteriormente aggravata nei lunghi mesi della pandemia, che hanno reso più complicata la possibilità d’incontrarsi in presenza nel rispetto delle regole di prevenzione dal contagio da Covid-19. Inoltre, dopo i primi entusiasmi e gli innegabili vantaggi, ci si è resi conto dei limiti oggettivi dell’online, che hanno portato alla progressiva perdita di appeal dei numerosi webinar formativi che sono proliferati sulle diverse piattaforme.

Eppure l’esperienza dell’Aiart Marche dimostra che è possibile invertire questa tendenza. Nei mesi scorsi è stata addirittura completata la copertura delle cinque sedi provinciali con l’inaugurazione ad ottobre della sede di Ascoli Piceno.

Proviamo allora a raccontare schematicamente i punti salienti di un’azione sul territorio che, pur non contando su numeri da capogiro, finora è riuscita a mantenere il proprio trend in crescita costante.

Vaccinarsi dalla “riunite” associativa

Un socio della sede provinciale maceratese ha coniato questo termine, che sembra particolarmente efficace per indicare la tendenza molto diffusa di moltiplicare riunioni organizzative in vista di qualsiasi evento. Il rischio è che per una singola iniziativa si facciano riunioni interminabili per pianificare ogni dettaglio, con il rischio concreto di arrivare esausti al momento della realizzazione e di non dedicare tempo ed energie sufficienti al cosiddetto output (pubblicità, grafica di lancio ecc...). Allora dalla “riunite” si è passati allo slogan “meno riunioni più iniziative” cercando di ottimizzare le chat online e i collegamenti da remoto per concordare rapidamente i dettagli organizzativi degli appuntamenti da pianificare, riservando eventualmente la possibilità di riunioni associative “snelle” a margine degli stessi.

Stare “sul pezzo”

Attenzione ai casi di cronaca o a particolari ricorrenze (ad es. l’internet safer day...) per proporre e presentare al pubblico la peculiare visione dell’aiart, volta alla promozione della buona cittadinanza mediale, tesa a non demonizzare i mezzi di comunicazione, finalizzata a smascherare inganni, violazioni della legge o mistificazioni a scapito degli utenti dei media. Sui canali social regionali e via mail, nei casi che potevano avere più appeal mediatico, sono stati diffusi brevi comunicati alla stampa locale che hanno contribuito a creare occasioni per interviste a mezzo stampa, radio o tv locali, in cui il parere aiart sul tema è stato considerato autorevole e centrato.

La Rete come metodo oltre che come mezzo

L’arrancare del mondo associativo può diventare opportunità nel momento in cui s’individua-



no occasioni di collaborazione – a livello istituzionale, scolastico o ecclesiale – tra realtà diverse. La nostra partecipazione attiva al Forum delle Associazioni Familiari come pure l'essere stati tra i soci fondatori della rete R.E.D (www.reteeducazionedigitale.it) ha offerto la possibilità di essere presenti in contesti formativi diversi di area cattolica e non. Inoltre tutte le attività dell'Aiart Marche sono sempre "rilanciate" dal sito aiartmarche.org e dalla pagina facebook locale oltre a essere inviate alle piattaforme nazionali.

Un'associazione "HUB"

L'Aiart può diventare una sorta di associazione "hub" nel suo duplice significato: dispositivo che collega i vari cavi provenienti da diversi computer in una rete informatica, ma anche snodo di transito per numerose rotte aeree, navali o autostradali necessario per ampliare la rete dei collegamenti.

In questo senso un ulteriore dono "sconfinato" per la realtà

territoriale marchigiana è stato l'aver ricevuto la disponibilità del prof. Antonello Antonelli – presente in sala all'ultimo convegno regionale tenutosi ad Ascoli Piceno – a coordinare la nuova sede regionale abruzzese che si sta già attrezzando per far conoscere e apprezzare la mission dell'Aiart.

Lorenzo Lattanzi

*Vicepresidente nazionale
e Presidente regionale
Aiart Marche*

IO CI STO

"Condivido in pieno la sua mission e colgo l'opportunità" dice Lindo Nepi, nuovo referente provinciale Aiart Ascoli Piceno mentre lavora all'avvio del nuovo nucleo dell'associazione cittadini mediali nel territorio ascolano con una precisa chiave di volta.

Il mio incontro con l'AIART è avvenuto in modo decisamente inaspettato. Da sempre sono interessato, come docente e giornalista pubblicitario, alle tematiche legate alla comunicazione e alla media education.

A Luglio scorso, durante un evento nella sede CEI a Roma, organizzato dalla Federazione Italiana Settimanali Diocesani, mi sono trovato "casualmente" davanti all'ingresso della sede nazionale AIART, proprio a pochi passi dalla sala in cui si svolgeva la riunione a cui partecipavo. Nei giorni successivi, ho cercato in Rete maggiori informazioni sull'AIART e sono rimasto molto colpito scoprendo che condividevo in pieno la sua mission. Subito ho pensato di contattare la sede a me più vicina e nel giro di qualche giorno ho avuto una conversazione telefonica con Lorenzo Lattanzi, vicepresidente nazionale di AIART: posso dire che è stato davvero un incontro illuminante. Nella mia esperienza lavorativa mi capita quotidianamente di incontrare adolescenti ed adulti e ho quindi presente l'importanza che i media hanno nella vita di tutti noi. È bastato poco, dopo aver ascoltato le parole di Lorenzo, per farmi capire l'importanza di poter contare su una associazione in grado di aiutare i cittadini a comprendere meglio le dinamiche dei media e poter così utilizzarli con consapevolezza e al tempo stesso diventare noi stessi attori attivi nel mondo digitale.



LINDO NEPI, docente, giornalista, coordinatore provinciale Aiart Ascoli Piceno

Ho quindi proposto al direttore dell'Ufficio Comunicazioni Sociali diocesano, don Giampiero Cinelli, di organizzare insieme all'AIART una giornata formativa sul tema "Generazioni a confronto nell'Era Digitale". La proposta è stata accolta con entusiasmo ed è stata vista come un primo passo per avviare, anche nel territorio ascolano, un nucleo AIART, in grado di mettersi al servizio dei cittadini e delle realtà pastorali esistenti. Al momento formativo, che si è svolto nell'Ottobre scorso coinvolgendo studenti di scuola media, docenti, operatori pastorali e genitori hanno fatto seguito alcuni incontri con i referenti di realtà diocesane, in cui mi è stato possibile presentare l'AIART e le sue finalità, raccogliendo anche in questo caso, pareri entusiasti da parte dei responsabili di vari gruppi e del vescovo, S.E. mons. Gianpiero Palmieri. Ora inizia la parte più concreta e faticosa, ma anche quella più entusiasmante, che sicuramente darà a tutti noi l'opportunità di crescere e di far comprendere a chi abbiamo intorno l'importanza di costruire e far crescere relazioni, anche tramite l'uso corretto dei media.



Maltrattamento istituzionale

Abuso di potere, negligenza, omissione: parole forti che identificano un aspetto particolare di violenza, ancora poco indagato eppure perpetrato e con effetti da non sottovalutare. Si tratta del maltrattamento istituzionale: un fenomeno che necessita di essere indagato, riconosciuto, nominato, affrontato. Intervista ad Aurea Dissegna, sociologa con formazione psico-sociale, già Giudice onorario presso il Tribunale per i minorenni e Consigliere onorario presso la Corte d'Appello, Garante dei diritti dell'infanzia e dell'adolescenza della Regione Veneto e Garante delle persone private della libertà personale.

J- Come nasce l'idea di un volume dedicato al maltrattamento istituzionale? Quali le motivazioni che l'hanno spinta a scrivere quella che è una vera e propria denuncia fatta di riflessioni, nodi da sciogliere ma anche proposte.

Aurea Dissegna – L'idea di approfondire l'argomento del maltrattamento istituzionale nasce da lontano, da riflessioni maturate nel corso delle mie varie esperienze di lavoro. La motivazione si è però fatta sentire più forte nel periodo in cui sono stata la Garante dei diritti dell'infanzia e dell'adolescenza della regione Veneto. In questo ambito l'ampiezza delle richieste di consulenza, di mediazione dei contenziosi e conflitti tra istituzioni, o tra istituzioni e famiglie, di segnalazioni di cittadini seguiti dai servizi in cui venivano lamentati soprusi, mi hanno fatto maturare la convinzione che esista un maltrattamento, quello istituzionale, che si aggiunge, amplifica, aggrava quello che ha motivato l'intervento dei servizi.

J- Lei definisce il maltrattamento istituzionale come forma di violenza subdola e

sfuggente che si somma e amplifica quella che ha motivato l'intervento. Spieghi ai nostri lettori di cosa si tratta esattamente?

A. Dissegna – È un maltrattamento riconducibile a forme di mancato ascolto di minori di età o delle loro famiglie, a volte di abuso di potere da parte di operatori, di violenza omissiva, quando ad esempio si ritarda o non si segnalano all'Autorità Giudiziaria situazioni di pregiudizio o di rischio di pregiudizio, o non si attuano interventi disposti dall'Autorità Giudiziaria stessa. Altri esempi sono la discontinuità della presa in carico (cambio o mancata sostituzione di operatori per molto tempo) l'insufficiente o inesistente coordinamento tra le istituzioni, interferenze o condizionamenti da parte di amministratori (Sindaci, Assessori) sulle scelte tecniche degli operatori. È spesso impossibile risalire alle responsabilità.

J- Quali i confini ambigui tra cura, protezione, tutela?

A. Dissegna – Sono termini abitualmente utilizzati nel/i sistema/i di garanzia dei diritti di bambini/e e adolescenti, che si presta-

no ad ambiguità, ad interpretazioni non univoche e chiare. L'ordinamento giuridico è per primo fonte non univoca del loro significato a cui si aggiunge l'interpretazione nella operatività da parte dei vari soggetti istituzionali che a vario titolo sono chiamati ad intervenire. La mancata definizione dei LEPS (Livelli Essenziali Prestazioni in ambito sociale) da parte dello Stato, per motivi prevalentemente economici, previsti dalla Legge quadro 328/2000, ha contribuito, nell'utilizzo di tali termini, a favorire storture nelle relazioni tra i sistemi sociale, sanitario, giudiziario.

J- Quali alcuni dei contesti in cui ha effettivamente constatato, nel corso della sua lunga esperienza professionale, questa forma di violenza verso bambini, ragazzi e le loro famiglie.

A. Dissegna – Le mie esperienze lavorative ed i relativi contesti istituzionali: Azienda sociosanitaria, Ente Locale, Tribunale per i minorenni e Corte d'Appello e da ultimo nell'esperienza di Garante regionale, sono state per me luoghi di rilevazione di forme di mal-



trattamento. Ho vissuto con senso di impotenza certe decisioni ed interventi orientati a volte da scelte ideologiche, oppure da provvedimenti dell'Autorità Giudiziaria molto generici che lasciano spazio ad abuso di potere, scarsa propensione ad investire su interventi per e con le famiglie in difficoltà, procedure complicate e contenziosi tra amministrazioni sul versante economico, tempi lunghissimi di presa in carico, insufficiente o mancato costante monitoraggio e verifica delle situazioni seguite.

J È importante anche non sottovalutare le conseguenze e i costi in termini di sicurezza, salute e benessere sociale che una lacunosa e insufficiente rete di servizi può comportare.

A. Dissegna – Esattamente. Diversi studi in ambito nazionale ed internazionale da tempo hanno dimostrato l'alta probabilità che il maltrattamento/abuso subito da bambini/e, ragazzi/e, non sufficientemente trattato, abbia come effetto a lungo termine la compromissione del loro benessere e del loro sviluppo a livello emotivo, comportamentale, sociale. Molte le patologie sanitarie, anche gravi (dipendenze da gioco, da sostanze, da farmaci, da alcool), disturbi psicologici, psichiatrici accompagnati spesso sul versante sociale da difficoltà scolastiche, devianza, criminalità. Nella vita adulta: alto rischio di disoccupazione, perdita di reddito e di autonomia, trasmissione generazionale di modelli maltrattanti e violenti. Costi sociali ed economici altissimi.

J Quali alcune delle forme di maltrattamento che incontrano l'abuso di potere e su cui invitiamo a riflettere?

A. Dissegna – L'abuso di potere si sostanzia ad esempio quando un

provvedimento del Tribunale per i minorenni affida un bambino al Servizio Sociale, una misura prevista dalla normativa che di fatto limita la responsabilità genitoriale, e gli operatori che seguono il bambino riducono o escludono rapporti con i genitori senza che tale prescrizione sia stata disposta dall'Autorità Giudiziaria. Altri possibili abusi: allontanamenti effettuati (art. 403 c.c.) senza elementi d'urgenza che li sostengano; la presa di decisioni sul futuro di un ragazzo/a senza ascoltarlo/a e coinvolgerlo/a; contrasto tra



provvedimenti di Autorità Giudiziarie diverse; procedure e/o interventi inappropriati, mancanza di vigilanza, interrogatori plurimi.

J Quale l'impatto dell'informazione (media e social) sui costi sociali del maltrattamento istituzionale?

A. Dissegna – Assistiamo spesso ad un richiamo di forte interesse da parte del mondo dell'informazione a notizie relative a violenza, maltrattamenti, abusi su bambini/e adolescenti, o a reati commessi da questi ultimi. Titoli ad effetto, con descrizioni, a volte lesivi della dignità e della privacy

delle persone coinvolte. Notizie non verificate con fonti attendibili. Commenti, valutazioni superficiali degli interventi con attribuzione di colpe, ora ad operatori o ad amministratori, favorendone l'uso strumentale di lotta politica, hanno ricadute negative sulla credibilità, sulla fiducia dei cittadini verso i Servizi delle varie istituzioni coinvolte, non solo nell'immediato ma purtroppo per molto tempo con costi sociali altissimi.

J Possiamo indicare anche alcune forme di maltrattamento da parte dell'istituzione dei media?

A. Dissegna – L'estensione delle fonti informative e la divulgazione in tempo reale di notizie, non verificate a sufficienza, favorisce fenomeni distorsivi dei fatti, attribuendo spesso ruoli negativi alle istituzioni di cura, protezione, tutela dei minori di età, inducendo timore nelle famiglie per l'intervento dei servizi sociali. Il "caso Bibbiano" ne è un esempio. Presentare l'affidamento o l'allontanamento di bambini/e come un affare per le famiglie affidatarie o per le Comunità di accoglienza ha avuto ed ha effetti devastanti sull'opinione pubblica. Per esempio ha fatto venir meno in tutto il territorio nazionale, la disponibilità di cittadini e famiglie a proporsi come risorsa di aiuto per famiglie in difficoltà.

J Lei parla anche di normative non sempre in grado di dare esigibilità ed effettività ai diritti enunciati. Quali le proposte agli enti di tutela e per l'armonizzazione della legislazione sui diritti dei bambini e dei ragazzi?

A. Dissegna – L'operatività delle istituzioni e servizi che si occupano dei diritti dell'infanzia e dell'adolescenza è sostenuta e indirizzata da normative specifiche che



attribuiscono competenze e funzioni a diversi livelli. Miriadi di norme sparse, disorganiche e non sempre messe a sistema non assicurano l'esigibilità e l'effettività dei diritti enunciati. Ritengo sia indispensabile pensare alla individuazione di un T.U. testo unico che armonizzi la legislazione esistente, anche in vista della attuazione della Legge delega di riforma della giustizia civile, che vedrà riformato anche l'ambito della giustizia minorile con l'individuazione di un Giudice monocratico e la previsione della eliminazione del Tribunale per i minorenni.

J- **Ci sono nuovi interventi normativi che lasciano intravedere l'attivazione di percorsi di maggior garanzia. Si può individuare un buon punto di partenza?**

A. Dissegna – Recenti norme di sistema fanno intravedere possibili opportunità per favorire maggior esigibilità ed effettività dei diritti. Mi riferisco in particolare:

- alla recente Legge delega n. 32/2022, cosiddetta “Family Act”, per il sostegno e valorizzazione della famiglia (introduzione assegno unico);
- la Legge delega di riforma della giustizia civile L. 206/2021, che modificherà anche la giustizia minorile;
- il Piano nazionale di azione e di interventi per la tutela dei diritti e lo sviluppo dei soggetti in età evolutiva, frutto del lavoro dell'Osservatorio nazionale per l'infanzia e l'adolescenza, strumento programmatico e di indirizzo che individua gli interventi prioritari a favore dei soggetti in età evolutiva, in attuazione della CRC L. n. 176/1991.

J- **L'eliminazione della violenza ai danni di bambini e adolescenti è stata ricono-**

sciuta tra gli SDGs (Sustainable Development Goals) previsti dall'Agenda 2030, sui Global Sustainable 2030. In questo caso però il fenomeno è indicato nella sua espressione più ampia. Le chiedo un appello al governo.

A. Dissegna – Pur affermando l'eliminazione della violenza, delle discriminazioni delle disuguaglianze, ma realisticamente ritenendola a mio avviso assai improbabile, la previsione di Agenda 2030, in particolare nei Goals 5 e 16, ci fornisce un percorso chiaro per perseguire tali obiettivi.

Pertanto l'appello più forte che mi sento di fare al Governo per ridurre significativamente questi fenomeni è quello di garantire istituzioni più responsabili, più etiche, più trasparenti, più efficienti. Dare esigibilità, effettività, attuazione, ai diritti, agli impegni assunti nella normativa nazionale, e anche a livello internazionale. Ovviamente è chiamato in causa anche il Parlamento per assicurare una legislazione più armonica.

J- **A questo punto parliamo anche dell'ascolto istituzionale che considero punto fondamentale del nostro discorso e su cui non si dovrebbero mai spegnere i riflettori perché ha a che fare con l'abc della relazione umana.**

A. Dissegna – L'ascolto istituzionale non è da confondere con l'ascolto delle famiglie e delle persone di minore età da parte delle istituzioni che si occupano di loro, in tutte le fasi della presa in carico. Dal momento iniziale in cui si analizzano i bisogni a quello in cui si definisce un piano di lavoro con obiettivi possibilmente condivisi. L'ascolto istituzionale è invece un luogo di accoglienza delle criticità e di analisi delle dinamiche e dei processi che le hanno determina-

te; uno spazio di comprensione, di ricomposizione di prospettive diverse, rispetto a diritti dei minori di età violati o trascurati. L'ascolto istituzionale è prerogativa di un organo terzo, indipendente ed autonomo, come il Garante dei diritti dell'infanzia e adolescenza (regionale o AGIA) che lo esercita attraverso il dialogo, il confronto, la mediazione per individuare vie d'uscita dalle impasse.

J- **L'Aiart è stata la prima associazione (1953) ad occuparsi di tutela e formazione degli spettatori con particolare riferimento ai minori. Quale il ruolo di un'associazione come la nostra in un contesto mediale caotico e turbolento ma soprattutto caratterizzato dalla scarsa attenzione delle istituzioni di tutela ai diritti dei minori. La denuncia ha ancora senso oppure sarebbe meglio puntare sull'educazione alla visione e al senso critico dei contenuti?**

A. Dissegna – Fatti di cronaca, fanno emergere le criticità che gli operatori incontrano nel loro lavoro quotidiano. Notizie e situazioni che andrebbero approfondite, senza giudizi, pregiudizi, e “sentenze” sommarie. Personalmente ritengo che anche la Vostra associazione possa dare un grande contributo sul versante educativo e formativo attraverso una costante lettura critica dei fatti. Favorire analisi, discussione, confronto, interpellare fonti autorevoli per approfondire tematiche complesse, con uno sguardo interdisciplinare, costituisce a mio parere una base preventiva che darà frutto solo nel tempo. Sono processi culturali che pur partendo anche da un atto di denuncia, non possono limitarsi ad essa.

Maria Elisa Scarcello



Immaginare il Metaverso e la Meta-educazione

Visione ambiziosa o possibile? Quale la cornice sociale e antropologica del metaverso e che spazio ci sarà per l'uomo nella nuova frontiera del mondo digitale? In che modo 'Meta' trasformerà la vita reale e come incontrerà il mondo dell'istruzione e dell'insegnamento.

Nonostante il termine non sia già più così inedito a distanza di quasi un anno dalla "trasformazione" (al momento solo ed esclusivamente) simbolica di Facebook in Meta, che mantiene ancora la sua principale identità e le sue funzioni essenziali di contenitore aziendale di messaggi, informazioni e dati personali degli utenti, si parla molto e in ogni ambito del cosiddetto "Metaverso".

Quali siano le sue caratteristiche e potenzialità rimangono aspetti ancora incerti, confusi, poco prevedibili.

Sicuramente stiamo assistendo ad una fase di transizione, ma per comprendere a fondo le più grandi idee tecnologiche, molto spesso bisogna prima interrogarsi, innanzitutto, sul valore sociale e sul significato tecnico-culturale di alcuni termini che vengono usati per descrivere un cambiamento, una situazione o un comportamento.

"Metaverso" è uno di quelli. Un termine complesso, affascinante, misterioso, ma nella sostanza, (forse) nulla di così straordinariamente nuovo.

Nella storia della comunicazione ogni era mediatica-tecnologica ha sempre riservato ai suoi futuri pubblici parti misteriose del suo "esserci" che si sono poi svelate nella loro essenza, potenti o deboli, utili o rischiose, in base alla natura tecnica del mezzo e agli utilizzi sociali all'interno di specifici contesti di vita.

Coniato dallo scrittore Neal Stephenson nel suo romanzo del 1992, "Snow Crash", poi reinventato come l'Oasis nel romanzo di Ernest Cline "Ready Player One", il termine "Metaverso" si riferisce a un mondo digitale che esiste al di là di quello analogico in cui viviamo. Può essere descritto come una nuova frontiera in cui le norme sociali e i sistemi di valori

possono essere riscritti nuovamente, liberi dagli schemi della *sharing economy* o del capitalismo digitale finora conosciuti, obbediente alle logiche virtuali della trasparenza e della transmedialità.

È ormai difficile contestare l'idea principale alla base della cultura tecnologica odierna secondo cui gli spazi online e offline siano ormai un *unicum*, uno il prolungamento dell'altro, contemporaneamente luoghi fisici, cognitivi e virtuali per gli individui-utenti che lo abitano; spazi caratterizzati da una dimensione temporale costantemente presente, dove vita e morte, passati, presenti e futuri di persone e contenuti, sono controllabili, modificabili, condivisibili e ripetibili.

Il Metaverso accetta (e rafforza) tale condizione psico-antropologica e non fa altro che ampliare ancora di più una realtà i cui confini sono destinati a svanire anche come semplice rappresentazione mentale dell'utente o frutto di una esperienza elettronica -pre-digitale che è ormai preistoria.

In un tempo non così lontano, in cui le relazioni tra gli esseri umani registravano i primi casi di incomprensione e conflitto proprio a causa di confini identitari, comunicativi e giuridici, sempre più fluidi, che lasciavano campo aperto a una società sempre più globalizzata e interconnessa dalle prime radio e televisioni e dove i protagonisti, l'essere umano come futuro cittadino mediale da un lato, e le istituzioni tutte, dall'altro, accettavano inconsapevolmente di lasciarsi travolgere da un nuovo ecosistema immersivo, il cui potere era ancora sconosciuto, ma (solo apparentemente) garanzia di "democrazia", "conoscenza", "libertà".

Molta della letteratura sul tema dei media e delle politiche digitali registrano oggi un "fallimento" del "sistema rete" inteso come ambiente - processo senza norme chiare e privo di strutture comunicative orizzontali e di facile accesso/utilizzo. I numerosi casi di *digital divide*, disinformazione, *hate speech*, bullismo, furto d'identità, economia sommersa, manipolazione elettorale, analfabetismo funzionale, suicidio in diretta streaming, *cyberwar*, sembrano confermare l'emergere di una società digitale allo sbando, del tutto tribalizzata, profondamente instabile.



GIACOMO BUONCOMPAGNI, Membro del Comitato scientifico Aiar, docente di sociologia del Giornalismo presso l'Università Di Verona, assegnista di ricerca in sociologia dei media a Firenze. <http://unimc.academia.edu/gbuoncompagni>



Le recenti crisi globali, ancora in corso, quella pandemica e militare, alimentano i rischi e comportamenti devianti nell'attuale panorama comunicativo.

Eppure, ciò non è bastato a rallentare l'evoluzione tecnologica che mostra tutta la sua potenza lasciando indietro l'essere umano e ostacolando la sua capacità di previsione sociale.

Il Metaverso si inserisce esattamente all'interno di questa drammatica cornice sociale e antropologica.

Nonostante la difficoltà registrata da alcuni scienziati, ingegneri informatici, e investitori circa la vera capacità di Meta di confermare in poco tempo la sua presenza nella nostra quotidianità, la maggior parte dei media internazionali e i principali leader di aziende tecnologiche cercano oggi di spiegare in che modo "Meta" trasformerà la vita reale (si parla principalmente di due ambiti, medicina ed educazione).

Matthew Ball, saggista prolifico, descrive il metaverso come "una sorta di successore di Internet" e "una struttura per una

mente tra piramidi e papiri, o ancora gestire il tuo portafoglio di criptovalute.

Alcune di queste "meta-caratteristiche" erano già presenti nei videogiochi virtuali come *Second Life*, *Fortnite* o quei strumenti di socializzazione e lavoro come *Gather.town* (stanze virtuali di videoconferenza dove è possibile interloquire e muoversi liberamente tra e con i colleghi).

La vera potenzialità del Metaverso sta nella sua capacità di combinare identità digitale, economia, *governance*.

L'immersione totale, la connessione tra sensazioni ed esperienza, memoria e immaginazione, consente agli utenti di interagire tra loro e costruire relazioni sociali, e comunicare mondi senza tempo e stanze virtuali, ospitare eventi sociali. Tutto questo suona ancora però come pura fantascienza.

Molti critici sostengono che viste le criticità registrate nei social network, gli esseri umani non siano ancora pronti a creare e vivere consapevolmente in mondi virtuali, che non sono

ovviamente privi di rischi.

Ma una cosa è certa: quando gli strumenti tecnologici saranno accessibili a milioni di persone, potremo davvero parlare di una completa integrazione del metaverso e la nostra attuale realtà. E quello sarà il momento in cui vari ambiti del sociale potranno cambiare profondamente.

Tra questi, il mondo dell'istruzione e dell'insegnamento: la Scuola 4.0.

Team internazionali di ricercatori hanno già immaginato un futuro prossimo in cui i giovanissimi potranno muoversi in un ambiente virtuale in grado di simulare veri e

propri viaggi nello spazio e nel tempo. *National Geographic*, ad esempio, ha recentemente sviluppato un'applicazione per *Oculus* che permetterà alle persone di viaggiare direttamente dal divano di casa: grazie al visore, sarà possibile scalare Machu Pichu o fare kayak tra i mari dell'Antartico.

Ecco quella che potremmo definire l'inizio di un processo di *Meta Education (MTE)*¹: la scoperta del passato e del futuro da parte di giovani studenti attraverso esperienze tecnologiche immersive e divertenti, guidate da educatori all'interno di ambienti culturali come le scuole, con l'obiettivo di apprendere criticamente le società vecchie e nuove coinvolgendo pienamente l'intero sistema sensoriale.

Giacomo Buoncompagni



vita estremamente connessa che emergerà ed evolverà, si lentamente nel tempo, ma i suoi prodotti e servizi si integreranno perfettamente fin dalle sue prime fasi di sviluppo.

Metaverso si riferisce dunque a una varietà di esperienze, ambienti e risorse virtuali (piattaforme, videogiochi, app ecc..) che si sono estesi e rafforzati soprattutto durante la nostra vita (sospesa) online a causa della pandemia.

Quella che conosciamo come realtà aumentata costituisce la "radice" del Metaverso e permetterà ad ogni utente e il suo corrispettivo personaggio/avatar di organizzare la sua agenda quotidiana, la sua vita pubblica e "privata". Ad esempio, scegliere di partecipare a una riunione dalla tua postazione di lavoro con un visore *Oculus VR*, o completare lo studio della civiltà egizia immergendosi virtual-

¹ Il concetto "Meta-Education" è stato coniato dall'autore e proposto alla *Blackwell Encyclopedia of Sociology* americana. La definizione completa verrà pubblica ufficialmente online nei primi del 2023.



L'impatto del metaverso sull'economia globale

Che concretezza ha e quanto vale la nuova rivoluzione digitale? Quali mercati sta creando? Progetti, trasformazioni e prospettive della nuova frontiera del mondo online.

Acquistare capi di abbigliamento, terreni e case, organizzare riunioni di lavoro, convegni, grandi eventi, fare formazione in azienda o in ambito scolastico, creare progetti sperimentali: sono le attività che stanno cominciando a svilupparsi nel Metaverso, sorta di convergenza delle nostre vite fisiche e digitali abilitata da varie tecnologie come la realtà aumentata, la realtà virtuale e la blockchain. Secondo Gartner, entro il 2026 il 25% delle persone passerà almeno un'ora al giorno nel Metaverso per lavorare, fare acquisti, istruirsi, navigare sui social media, divertirsi. Come? Sostanzialmente attraverso un avatar 3D, una rappresentazione digitale di noi stessi. Tutte queste attività produrranno inevitabilmente ricavi. Secondo uno studio di BCG, il Metaverso varrà fino a 400 miliardi di dollari entro i prossimi 3 anni. Come le aziende potranno sfruttare il nuovo trend?

Quali mercati nel Metaverso

Il mercato del Metaverso è principalmente composto da 4 elementi: l'economia degli asset virtuali, per cui un numero crescente di beni virtuali sarà creato da singoli utenti e scambiato tra utenti e aziende (si prevede che il valore delle transazioni per gli asset virtuali, data la loro volatilità, sarà compreso tra 150 e 300 miliardi di dollari entro il 2025); il mercato di hardware e software di realtà aumentata, virtuale e mista (AR/VR/MR) che, da quasi 50 miliardi di dollari, sarà equamente suddiviso tra acquirenti consumer e enterprise per il 2025; infine, il mercato dell'infrastruttura di rete e cloud, e delle infrastrutture informatiche e di comunicazione.

Moda e Metaverso: vendere capi di abbigliamento virtuali

Esempi concreti arrivano dal mondo della moda. Varie realtà stanno cominciando ad investire nella Virtual Reality: Balenciaga vende "skin" (in pratica i costumi dei personaggi nei videogiochi) su Fortnite, Gucci ha messo in vendita una borsa

solo virtuale. Dolce&Gabbana ha ottenuto 5,7 milioni di dollari dalla vendita di nove Non-fungible token (NFT), in pratica "gettoni" per ottenere il diritto di proprietà di un'opera d'arte o altro oggetto virtuale. Nike ha deciso di vendere scarpe virtuali, cioè adatte ad essere indossate dai protagonisti di videogiochi o in altri incontri "non reali". Secondo Morgan Stanley, per il settore moda e lusso gli introiti derivanti dalla realtà virtuale potrebbero ammontare, entro il 2030, a 50 miliardi di dollari (circa 44 miliardi di euro).



Immobiliare e Metaverso

Il Metaverso sta già diventando terreno di caccia di chi si occupa di compravendite di immobili e terreni. Carrefour, la grande catena di supermercati francese, ha acquistato a febbraio 2022 un terreno dell'equivalente di 36 ettari di superficie nel mondo virtuale del videogioco Sandbox, pagandolo 120 unità della criptovaluta Ethereum, cioè poco meno di 300 mila euro. Servirà, secondo i manager, ad organizzare eventi o lanci di prodotti.

Il business dell'organizzazione di eventi

Sono già numerosi gli eventi che si sono svolti e si stanno svolgendo sul Metaverso. La moda, ancora una volta, è stata pioniera. Dal 24 al 27 marzo 2022 su Decentraland (piattaforma di blockchain) si è svolta la "Metaverse Fashion Week",



evento di realtà immersiva con sfilate, after-party, negozi pop-up. È stato possibile acquistare NFT da indossare (o successivamente da tramutare in capi fisici). Tra i marchi presenti c'erano Dolce&Gabbana, Etro, TommyHilfiger, Cavalli.

Metaverso e formazione

Il campo della formazione potrebbe subire una profonda trasformazione a causa delle dinamiche innestate dalla nuova rivoluzione digitale. Un antesignano in questo campo è stato Philip Kotler, padre del marketing moderno, che a luglio 2022 ha lanciato la prima business school nel Metaverso. Ma già diverse organizzazioni lo utilizzano per formare i propri addetti. Per esempio Terna, società che gestisce circa 75mila chilometri di linee ad alta e altissima tensione in tutta Italia, se ne serve per formare gli operai che devono lavorare sui tralicci: apprendono la tecnica, ma indossando dei visori e restando comodamente seduti in un'aula.

I progetti sperimentali in Realtà Aumentata

Il Metaverso può servire alle aziende per sperimentare progetti senza particolari rischi. Per esempio BMW, per la sua nuova linea di produzione di veicoli elettrici, ha effettuato per sei mesi una simulazione costruendo auto virtuali in scala

uno-a-uno nel Metaverso, prima di realizzare il layout finale per la fabbrica. In effetti, perché non esercitarsi prima in questo innovativo universo, dove a basso costo si possono effettuare test praticamente all'infinito?

Ma il Metaverso di Facebook non decolla

Le prospettive sono tante. Eppure proprio Meta, la ex Facebook che ha inaugurato ufficialmente la nuova era il 28 ottobre 2022, sta perdendo soldi. L'unità Reality Labs, che è al centro dell'impegno per l'applicazione del Metaverso, ha registrato un fatturato di 285 milioni di dollari nel terzo trimestre 2022, un calo di quasi il 49% rispetto a un anno fa. E la multinazionale si aspetta che le perdite operative di Reality Labs aumenteranno in modo significativo anche il prossimo anno. Cosa non sta funzionando? "C'è ancora molta strada da fare per costruire la prossima piattaforma informatica. Si tratta di un'impresa enorme e spesso ci vorranno alcune versioni diverse di ciascun prodotto prima che diventino mainstream" ha dichiarato il CEO Mark Zuckerberg. Certamente il mondo imprenditoriale è ancora in fase esplorativa. Solo nei prossimi anni si capirà l'effettiva portata del fenomeno.

Luciana Maci
Coordinatrice editoriale Economyup

Quale sarà il diritto del metaverso?

Quale legge si applica nel metaverso? Quella comune, che vale nel mondo reale, oppure c'è un regolamento specifico per l'esperienza virtuale? È possibile commettere un illecito usando il proprio avatar? Sicurezza informatica e privacy: quale rilevanza? Ce ne parla Riccardo Colangelo.

La recente attenzione riservata al Metaverso non solo richiama alla mente di molti l'esperienza di Second Life, ormai piuttosto lontana, ma racchiude in sé, anche alla luce dell'evoluzione tecnologica e del crescente accesso effettivo ai dispositivi informatici e alla Rete, la necessità di indagare attentamente questo ambiente virtuale complesso, così come i servizi on line che presentano vari profili di somiglianza con il medesimo o sono ad esso strumentali, analizzandone le implicazioni in un'ottica necessariamente multidisciplinare.

Tra le varie implicazioni del Metaverso, che dovrebbe essere aperto ed interoperabile, o dei metaversi più o meno compiuti

che ad oggi, in un certo qual modo, tendono ad autoqualificarsi come tali, non possono sottacersi quelle rilevanti sul fronte giuridico. Questo in quanto - pur ricorrendo in senso stretto alla realtà virtuale, così come anche a quella aumentata - non si tratta di un ambiente qualificabile come un "far west virtuale", valendo anche in tal caso la generale impossibilità di distinguere nettamente tra on line e off line, se non considerandoli entrambi come due facce della stessa medaglia e, quindi, della vita di relazione tra i singoli. D'altra parte, una disamina delle definizioni del termine 'metaverso' rende manifesto come esse non presuppongano un necessario superamento dell'umano, facendo emergere profili di in-



tegrazione e sovrapposizione tra esperienze nella quotidiana vita di relazione e negli ambienti virtuali, e ricordando che, in generale, l'asserita dicotomia tra reale e ambienti on line è - o dovrebbe essere - ormai pacificamente archiviata. Inoltre, se è vero che l'avatar non ha soggettività giuridica, altrettanto vero è che quest'ultima è propria della persona fisica che - tramite detta rappresentazione digitale, o anche senza farvi ricorso - opera e si relaziona in questi contesti virtuali e che, in quanto tale, è tenuta ad osservare quanto disposto dalla normativa vigente ed in concreto applicabile. Prendendo atto di una linea a tutt'oggi ben definita nel contesto delle Big Tech - nonostante alcune significative criticità emerse nelle ultime settimane, in particolare per quanto concerne, in taluni casi, l'effettiva sostenibilità economica degli investimenti per il Metaverso - lo sviluppo di siffatte tecnologie comporta sicuramente questioni di non secondaria rilevanza, anche sotto i profili della sicurezza informatica e della privacy.

D'altra parte, il riferimento ad alcuni casi di studio, pur senza pretese di completezza, può risultare suggestivo e concretamente utile, in questa sede, per una maggiore consapevolezza circa alcune specifiche problematiche già emerse e al fine di intuirne la rilevanza, nonché

quale stimolo per il confronto e la riflessione anche, e a maggior ragione, in vista di un futuro potenzialmente caratterizzato da una crescente o comunque maggiore affermazione e frequentazione del Metaverso.

Sul fronte dell'applicabilità di norme giuridiche al Metaverso - e, per quanto ci interessa più direttamente - ai comportamenti posti in essere da soggetti di diritto nel Metaverso, anche "dietro le quinte" e senza necessariamente ricorrere ad un avatar - emerge l'opportunità, già individuata in alcune sedi sovranazionali, di prendere in considerazione alcuni profili antitrust e, quindi, l'ambito della concorrenza, così come, con maggior evidenza e per immediatezza, occorre essere consapevoli delle non secondarie implicazioni che possono riguardare l'ambito della proprietà intellettuale, così come quello dei cosiddetti segni distintivi dell'impresa e, segnatamente, del marchio, in vari contesti, quali quello musicale e quello della moda.

In ordine a quest'ultimo, un paio di casi di studio sottolineano il rapporto tra il Metaverso (e non solo) e i token non fungibili, in inglese "non fungible token", meglio noti con l'acronimo NFT, i quali - in un'ottica divulgativa e di massima semplificazione - hanno uno stretto legame con la tecnologia blockchain e possono essere considerati in un certo qual modo assimilabili a dei certificati di autenticità e di proprietà di contenuti digitali e non fungibili che quindi, in quanto tali, rilevano come se fossero pezzi unici.



RICCARDO COLANGELO, membro Comitato Nazionale Aiat e presidente provinciale Aiat Pavia, assegnista di ricerca presso l'Università di Torino e professore a contratto presso le Università di Torino e Pavia.

Il primo caso proposto è quello relativo alla controversia tra la casa di moda Hermès e un noto artista "digitale", relativa ad alcuni NFT.

Nello specifico, un tribunale degli Stati Uniti, nello scorso mese di maggio, si è pronunciato in merito a NFT correlati a borse digitali note quali "MetaBirkin" e riproduttori - con alcune variazioni e rielaborazioni in merito, ad esempio, a colori e decorazioni - le note borse Birkin. Tali NFT "MetaBirkin" sono stati messi in vendita tramite una piattaforma on line, peraltro a prezzi parecchio significativi.

In tale occasione, un giudice distrettuale, in apposita ordinanza, ha riconosciuto, seppur in via non definitiva, la sussistenza di profili di violazione del marchio di cui Hermès è titolare, così come del conseguente rischio di confusione,

potenzialmente ingenerabile nei consumatori.

Tra l'altro, il giudice in questione pare aver parimenti riconosciuto che tali NFT possano essere considerati quali opere d'arte, ma precisando che ciò potrebbe non dirsi delle opere digitali nei casi in cui siano indossabili virtualmente, in contesti simili a quello in analisi ma anche, più in generale, nell'ambito di quanto concerne il gaming on line.

Sempre nel contesto della moda e del vestiario digitale, potenzialmente indossabile da parte di avatar in contesti virtuali, un'altra controversia riguarda token non fungibili concernenti scarpe digitali Nike. Anche in questo caso emergono profili simili, in quanto la società - che peraltro ha dimostrato interesse a commercializzare propri prodotti digitali destinati a contesti virtuali - ha lamentato un utilizzo non autorizzato e potenzialmente fuorviante del proprio marchio, relativamente a scarpe digitali poste in vendita a prezzi che in media risulterebbero nettamente maggiori rispetto a un analogo paio di scarpe Nike indossabile da persone in carne ed ossa. Pur non essendo tali casi di studio tratti dal contesto italiano, le questioni giuridiche sottese ben possono interessare i cittadini medi e le realtà associative ed istituzionali che guardano alla loro tutela, così come stimolare per tempo riflessioni ampie e articolate, a livello non solo nazionale, in relazione all'opportunità di nuove norme che contemplino le specificità del contesto del Metaverso e degli NFT.

Riccardo Colangelo





Crisi del mercato digitale: rischio o opportunità?

Il mercato digitale soffre una crisi di rigetto da parte del suo popolo. Ecco cosa c'è dietro e quali sono i veri obiettivi e la dinamica che sorregge in quota i dirigibili dell'economia virtuale. Cosa indica il calo del fatturato e come si sta ri-orientando il sistema digitale?

Vox populi, Vox dei. Così Elon Musk annuncia sul suo Twitter la decisione di riammettere Donald Trump nella piattaforma, dopo un istantaneo referendum fra gli utenti.

Un modo sbrigativo per chiudere un contenzioso, che riguarda la trasparenza dell'informazione che circola sulla rete, e più ancora l'abitabilità della piattaforma che il miliardario sudafricano ha appena acquistato allo stratosferico e ingiustificato costo di 44 miliardi di dollari.

Ma la decisione di farsi scudo con un referendum, che in qualche modo ha coinvolto parte dei suoi utenti, è anche il segnale di come perfino l'onnipotente Musk debba curare il senso comune dei fruitori dell'uccellino. Tanto più in un passaggio complicato quale l'attuale fase in cui il mercato digitale sta proprio soffrendo una crisi di rigetto da parte del suo popolo.

Stiamo sempre parlando di dati relativi, e comunque di tendenze, più che di crisi assoluta, con spirali univocamente negative come accade invece nel mondo materiale.

Ma certo vedere i titoli di Google, Facebook, Amazon ballare sul-

l'orlo del rosso, con scivolate che in certe giornate, fra fine ottobre e i primi di novembre, sono arrivate a segnare un meno 4/5/6% fa scalpore.

Dopo vari lustri in cui i campioni della Silicon Valley hanno registrato un incremento che appariva inesauribile, trimestre dopo trimestre, rilevare oggi una flessione, anche se a volte è solo un calo di crescita, non può essere congiunturale. Qualcosa sta accadendo.

In discussione più che la gestione di questo o quel gruppo sembra proprio il business model su cui si basa l'intera economia digitale, intrecciata a quell'altro fenomeno drogato che è il mercato finanziario, che ci ha abituato a quel perverso gioco di aspettative e promesse che spinge poi, al minimo segno recessivo, o comunque di delusione rispetto alle attese, ad amplificare i ribassi esponenzialmente. Sotto accusa è quell'oceano di denaro che è la pubblicità.

Pensiamo che il gruppo Alphabet, che comprende, fra l'altro, i giganti Google e YouTube, che oggi è il principale contenitore di pubblicità del mondo, ha registrato nell'ultimo trimestre, il terzo del 2022, un incremento di fatturato complessivo del 6%, arrivando

ad incassare circa 69,1 miliardi, cifre che farebbero la felicità dell'intero listino di borsa di Wall Street, eppure le azioni di Alphabet sono cadute del 7% perché in realtà gli investitori si attendevano, secondo quello spericolato meccanismo di calcolo e promesse, un risultato record del +9%.

La stessa dinamica ha colpito Amazon che, pur mantenendo i propri bilanci con il +, ha comunque denunciato un calo sostanziale dei valori di borsa.

Questi bruschi singhiozzi finanziari, indotti da aspettative momentanee, ci descrivono chiaramente la dinamica che sorregge in quota questi dirigibili dell'economia virtuale: il profitto a breve. Google, Amazon, Apple non sono aziende che producono oggetti o servizi, ma si rivelano brand che assicurano profitto, tramite la commercializzazione dei propri prodotti.

Questo capitalismo delle aspettative si è poi ibridato con un mercato dominato dai monopoli. Paradossalmente proprio il segmento dell'economia che nasceva sulla più sfrenata e assillante competizione, quale era quello delle start up digitali, si è poi bloccato in base ad una mera routine di gestione della rendita



di posizione: chi arrivava prima ad accumulare volumi di utenti e di fatturato occupava tutto il mercato e bloccava l'accesso ai nuovi entranti.

Questo fenomeno ha rallentato considerevolmente il processo innovativo, spingendo i grandi centri tecnologici ad occuparsi più della gestione delle proprie

immense plus valenze finanziarie piuttosto che del turn over tecnologico.

Si calcola che il top management di Google e facebook occupino

CONSIGLI DI LETTURA

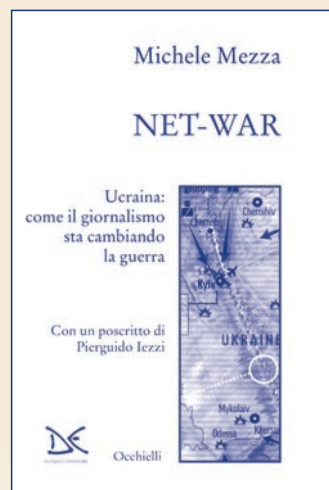
Un soldato ucraino, da solo, in una trincea piena di commilitoni morti, circondato da miliziani filorusi, in una località imprecisata del Donbass. L'immagine, ripresa da un drone, diventa il simbolo della trasformazione in corso dei linguaggi dell'informazione: se questo soldato ha avuto una chance di sopravvivenza, probabilmente la deve a queste foto che hanno fatto il giro del mondo. Il conflitto che sta infiammando l'Ucraina, scrive Michele Mezza in questo libro denso e attualissimo, è il primo caso di guerra ibrida, in cui il combattimento sul terreno si svolge nel contesto di una strategia di comunicazione che travalica la semplice propaganda, diventando una forma immateriale di organizzazione diretta del conflitto armato, vera e propria logistica militare. In questa trasformazione gruppi privati diventano potenze geopolitiche come Elon Musk, Microsoft e Google, offuscando ruolo e trasparenza degli Stati.

Per la prima volta, le armi con cui viene condotta la guerra coincidono con le infrastrutture digitali dell'informazione: siti web, smartphone, droni, sistemi di geolocalizzazione, piattaforme social hanno costituito il principale arsenale del confronto fra invasori e invasi, permettendo ai secondi di localizzare e colpire con estrema precisione le forze nemiche, anche grazie a un supporto diretto della popolazione che rimaneva collegata e connessa, persino sotto i bombardamenti. Le azioni militari vengono strategicamente studiate e messe in atto proprio pensando al loro effetto comunicativo, perché il modo in cui verranno raccontate determinerà la percezione del conflitto e, in ultima analisi, il suo esito. Se non è una novità che la comunicazione della guerra sia un terreno cruciale e delicato, oggi essa è diventata l'oggetto del contendere. La censura applicata ai media russi, dove la stessa parola «guerra» non può essere pronunciata e va sostituita con l'edulcorata definizione di «operazione militare speciale», è l'esempio più lampante di un giornalismo che ha perso il suo carattere di autonomia. Ma ciò che accade in Russia, in forme diverse e meno radicali, sta avvenendo anche da noi: come nota l'autore, con la guerra in Ucraina il giornalismo diventa tutto *embedded*, non solo per un'integrazione di ogni mediatore con una delle due parti, quanto perché l'informazione per i

sui strumenti e le sue tecniche si confonde e combina con la Cyber Security, lo scontro sulla sovranità di memorie e contenuti digitali. La manomissione dell'evidenza di immagini e news ci dice che siamo oltre al contrasto rispetto ad un supposto mainstream ideologico, siamo nel pieno della guerra ibrida teorizzata proprio dalla Russia. In questo scenario, l'informazione che scorre sulla rete è il prolungamento del perenne conflitto che i due schieramenti animano, attaccando e inibendo le risorse del nemico.

Tutto questo porta a un cambiamento epocale nel giornalismo, dove a mutare radicalmente è il rapporto tra la redazione e le fonti: le notizie sono alluvionali testimonianze civili, che affiorano abbondantemente dalla rete, che devono essere validate e contestualizzate più che rintracciate. In questo

gorgo il giornalista si misura innanzitutto con la sua autonomia da saperi e competenze tecnologiche che tendono a soverchiarlo, trasformandolo in un funzionario del sistema di calcolo che si afferma mediante «interferenza nelle psicologie altrui». La Net-War - sostiene l'autore - è dunque «mediamorfosi» che trasforma guerra e giornalismo in una contesa matematica.



MICHELE MEZZA è stato giornalista per quarant'anni in Rai, dove ha ideato e sviluppato il progetto RaiNews24. Insegna all'Università Federico II di Napoli e collabora con «Huffington Post». È autore per Donzelli di numerose pubblicazioni, fra cui ricordiamo: *Algoritmi di libertà* (2018), *Il contagio dell'algoritmo* (2020) e *Caccia al virus* (2021), scritto con Andrea Crisanti.

PIERGUIDO IEZZI, ex ufficiale di carriera, è amministratore delegato e co-fondatore di Swascan, una delle più accreditate aziende nella pianificazione e nell'analisi della cybersecurity a livello internazionale.



circa il 60% del proprio tempo a seguire gli spostamenti dei capitali accumulati all'estero per trovare la più vantaggiosa posizione ai fini fiscali e della resa finanziaria piuttosto che di tutto il resto.

La stagnazione che ha prodotto questi cali di valore ha spinto i samurai digitali a comportarsi come i più tradizionali padroni delle ferriere: licenziando. In poche settimane il complesso delle filiere delle imprese di Big tech ha licenziato circa 60 mila persone, più o meno il 10% di quei sei milioni di addetti del sistema digitale che si contano negli Usa.

Eppure questi dati che ci indicherebbero un avvistamento nella competitività dell'intero comparto digitale in realtà ci parlano di una vigilia di possibile trasformazione.

Secondo gli analisti due sono le ragioni di questo avvistamento: il calo della pubblicità, come abbiamo già visto, che è il vero motore dell'economia immateriale, basata sulle relazioni punto a punto, di cui Big tech è oggi il principale motore; e la rottura proprio della rendita di posizione dei monopoli, con l'irruzione di nuovi competitor. In entrambi i casi si tratta di una mutazione delle relazioni socio commerciali che caratterizzano l'intero sistema digitale.

A differenza del mercato televisivo tradizionale, dove la pubblicità compra l'attenzione passiva dei telespettatori, nella rete gli inserzionisti acquistano linguaggi e vocabolari con cui parlare intimamente con ogni singolo utente che sceglie le piattaforme in base proprio alla sua identità comunicativa. È un percorso socio-psicologico che regge questa dinamica. Una differenza sostanziale che ci conferma che la rete, a differenza di quanto siamo portati a pensare, non è un media, ma una prote-

si della nostra vita, in cui il credito e la reputazione dei luoghi d'incontro, come sono appunto gli spazi del web, devono riflettere il nostro sistema valoriale e la nostra sensibilità culturale. Il calo del fatturato ci parla proprio di una rottura di questa sintonia che aveva caratterizzato in questi due decenni che abbiamo alle spalle la graduale sostituzione dei mass media con strumenti relazionali freddi e bi-direzionali, come ci aveva già avvertito Mc Luhan.

Nell'infosfera, per usare la terminologia di Luciano Floridi, la promozione commerciale è il risultato di una infinità di micro-contratti di comunicazione in cui una fonte, nel caso pubblicitario appunto l'inserzionista, entra in possesso di informazioni e dati su una platea di utenti della piattaforma a cui invia un flusso di comunicazione che lo dovrebbero orientare verso un certo prodotto o servizio.

Se registriamo una contrazione dell'investimento pubblicitario, dobbiamo constatare che l'inserzionista dubita della bontà dei dati della piattaforma in base non tanto all'incapacità della stessa di estrarli – ormai i software sono standardizzati – quanto della distorsione del rapporto fra utente e i sistemi editoriali che la piattaforma usa per ricavare dal suo servizio le informazioni più sofisticate e individuali dei propri utenti. Possiamo dire che si è incrinato in molti casi il patto sociale, quella mutua complicità, che permette a Facebook o Google di profilare sfacciatamente i propri milioni di utenti in cambio di un servizio relazionale. Lo stesso vale per la perdita dello status di monopolista: se Tik Tok ruba mercato a Facebook, oppure le nuove piattaforme video sottraggono a YouTube quel flusso inarrestabile di

centinaia di migliaia di video al giorno vuol dire che salta proprio quella forma di identificazione che porta ognuno di noi a scegliere un ambiente digitale per affinità e non solo per convenienza.

Esemplare da questo punto di vista è la trasmigrazione in corso da Twitter a Mastodon. Dopo l'irruzione dell'elefante Musk nella cristalleria dell'uccellino, abbiamo visto circa un milione di utenti, fra cui importanti opinion leaders sbattere la porta. E la scelta Mastodon ci dà anche una prospettiva su cui sembra riorientarsi il sistema digitale. Infatti la nuova piattaforma del giovanissimo Eugen Rochko, un esule russo residente in Germania, è pensata esattamente sull'opposto dei principi dei dominatori attuali del mercato. Si tratta di un ambiente tutto in open source, senza sistemi proprietari, decentrato, articolato in cosiddette "Istanze" dove ognuno sceglie temi e tempi di discussione, senza alcuna presenza pubblicitaria, e dunque non agiscono software di profilazione, alimentata solo da un crowdfunding che misura costantemente la sintonia fra piattaforma e utenti. Siamo solo agli inizi, e i numeri ci parlano solo di una iniziale testimonianza, e non ancora di una vera svolta, ma certo sembra che il fantasma dell'open source che animava i fondatori della rete negli anni 60 torni a visitare i sonni turbolenti dei sazi miliardari che oggi la stanno brutalmente saccheggiando.

Michele Mezza

Giornalista, collabora con Huffington Post ed è docente all'Università Federico II di Napoli
<http://www.mediasenza-mediatori.org/>
[facebook.com/ilcontagio-dellalgoritmo](https://www.facebook.com/ilcontagio-dellalgoritmo)



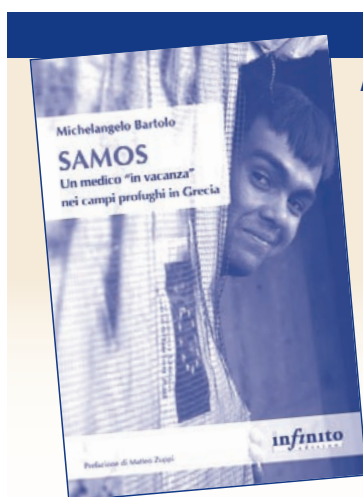
L'onda migratoria tra realtà e percezione

La realtà delle migrazioni e il ruolo dell'Italia e di un'Europa – che ci piaccia o no – inevitabilmente sempre più multietnica. La colpevole 'distrazione' dei governi e il racconto dei media tra rischio di assuefazione al male e semplificazioni da social.

Nel 1989, quando cadeva il muro di Berlino, sembrava fossimo all'inizio di un tempo nuovo che avrebbe visto le divisioni tra i popoli affievolirsi sempre più. In quegli anni nel mondo si contavano 26 muri; dopo l'11 settembre del 2001, il numero delle barriere è aumentato e sono stati costruiti un'altra trentina di muri e nel 2019 abbiamo raggiunto una settantina di divisioni tra i paesi.

Ma oltre i muri fatti di cemento, recinzioni e filo spinato dovremmo forse aggiungere il muro del Mediterraneo, che di fatto rappresenta forse una barriera che ha inghiottito migliaia di vite umane; nel solo 2021 si contano 1.315 migranti dispersi nel Mediterraneo. Ma sono numeri per difetto.

Papa Francesco nel corso della sua visita a Lesbo, nel dicembre del 2021, ha usato parole forti al riguardo: *“Il Mediterraneo, che per millenni ha unito popoli diversi e terre distanti, sta diventando un freddo cimitero senza lapidi. Questo grande bacino d'acqua, culla di tante civiltà, sembra ora uno specchio di morte. Non permettiamo che questo*



Michelangelo Bartolo partendo dalla sua esperienza di medico cooperante e nel descrivere la situazione di tanta gente incontrata nei campi profughi cerca di inquadrare anche da un punto di vista geopolitico un fenomeno di non facile soluzione. Un libro per riflettere sulla realtà delle migrazioni: un fenomeno diventato sì di estrema attualità ma soprattutto di estrema urgenza.

Con prefazione del cardinale **Matteo Zuppi**.

‘mare dei ricordi si trasformi nel mare della dimenticanza. Vi prego, fermiamo questo naufragio di civiltà!’. Si va sempre più affermando l'opinione comune che per difenderci dall'invasione dei migranti sembra che l'unica risposta di buon senso sia innalzare muri. Eppure, un acuto giornalista come Federico Rampini, in un suo saggio ci ricorda una lezione della storia spesso dimenticata: “gli imperi in ascesa costruiscono strade, quelli in declino, muri”.

Non tenendo conto di questa lezione della storia nell'ottobre del 2021 ben dodici ministri dell'Interno dell'Unione

Europea hanno inviato una lettera alla presidenza del Consiglio europeo per chiedere di utilizzare fondi europei per costruire muri.

Ma ci chiediamo quale sarà il futuro dell'Europa se non riuscirà a gestire l'onda migratoria che preme non solo dal sud del mondo ma anche dai tanti paesi in guerra e oggi anche dall'Ucraina. Sì, perché mentre ci si affannava a difendere i nostri confini, con l'invasione della Russia in Ucraina una tremenda guerra deflagrava all'interno delle nostre mura. Una guerra in Europa. E la guerra, qualunque guerra, è un propul-



sore e generatore di sofferenza, morte, distruzione, migrazioni. Nel volgere di poco tempo più di 2 milioni di persone si sono ritrovate nella condizione di profughi, accolti per lo più in Polonia, in Romania, oltre 150.000 anche in Italia.

E, non nascondiamocelo, davanti a certi drammi, quando sentiamo notizie di guerra, di migranti, di navi bloccate nel Mediterraneo o di campi di prigionia della Libia sentiamo un senso di impotenza, di sconforto e non sappiamo bene cosa fare davanti a fenomeni tanto complessi.

Il rischio di abituarci alla guerra e alle notizie di morti nel Mediterraneo c'è. Nei telegiornali le notizie sulla guerra in Ucraina sono passate in secondo piano, c'è quasi un'assuefazione al male, un abituarci a tutto.

Ma, a ben vedere, per contrastare questa strisciante indifferenza, c'è forse bisogno che ciascuno di noi possa invece compiere una piccola battaglia personale per arginare l'abitudine al male che si insinua nel quotidiano anche con piccole scelte.

Un atteggiamento utile è non accettare facili spiegazioni davanti a fenomeni complessi come quello delle migrazioni. Il mondo è complesso; sbrigliare la matassa dell'ingiustizia, dei soprusi che talvolta colpiscono interi popoli non è facile. Le semplificazioni da social che con poche righe, talvolta sbandierate con saccenta e arroganza hanno la pretesa di spiegarti il mondo; hanno tanto il sapore



MICHELANGELO BARTOLO. Medico ospedaliero, è responsabile del reparto di telemedicina all'ospedale San Giovanni di Roma. Dal 2001 compie missioni di cooperazione internazionale con il programma DREAM della Comunità di Sant'Egidio e per aprire centri sanitari di telemedicina in diversi Paesi africani. È fondatore e segretario generale della Global Health Telemedicine, una Onlus che ha realizzato servizi di telemedicina in 31 centri sanitari di 13 Paesi africani, a cui collaborano oltre 150 medici italiani.

di superficialità e scarsa comprensione.

Molti, in Italia, hanno manifestato piccoli e grandi gesti concreti di solidarietà verso il popolo ucraino. Ognuno come ha potuto con un moltiplicarsi di una rete che ha lenito, per quanto possibile, le sofferenze di tanti.

“

**Un'Europa
con meno muri
e più corridoi**

”

Ma avremmo bisogno anche che si affermi una nuova consapevolezza: non accettare che tanti disperati debbano quasi obbligatoriamente affrontare un viaggio pericolosissimo pieno di sofferenza e morte per raggiungere la nostra Europa.

La soluzione dei corridoi umanitari può essere una soluzione. Certo, piccola, parziale, ma è un segno di un modo diverso, più umano, per affrontare e le-

nire le sofferenze di chi ha già sofferto troppo.

Il primo corridoio umanitario - è bene ricordarlo - fu realizzato in tempi record da papa Francesco, che nell'aprile del 2016, dopo aver visitato il campo profughi di Lesbo tornò in Italia con dodici profughi musulmani, di cui sei minori, successivamente ospitati da Sant'Egidio.

Da allora i corridoi umanitari sono divenuti una realtà rodotta che vede il coinvolgimento attivo della Federazione delle Chiese Evangeliche, la Tavola Valdese, la Cei-Caritas e il governo italiano. Hanno seguito questo esempio anche Francia, Belgio, il Principato di Andorra e altri stati. In Italia più di 5000 persone sono state accolte così. Una rete di accoglienza che ha coinvolto migliaia di persone di buona volontà che hanno messo a disposizione case, tempo, risorse economiche, scuola, sostegno per un'integrazione e sostegno pieno e intelligente.

Una rete di umanità che deve crescere e moltiplicarsi sempre di più. Forse anche questo è uno dei compiti di un'Italia e di un'Europa con meno muri e più corridoi.

Michelangelo Bartolo



Esri, il potere dell'informazione geografica

Esri, la piattaforma ArcGIS e il potere dell'informazione geografica applicato a ogni decisione: giornalismo, ambiente, costruzioni, gestione delle emergenze, smart city e progettazione della città intelligente fino all'uso delle funzioni di analisi spaziale nel metaverso.

Esri Italia è l'azienda di riferimento in Italia nelle soluzioni geospaziali, nella geolocalizzazione e nei Sistemi Informativi Geografici. La società è parte integrante della Esri One Company, un sistema di oltre 88 aziende a livello internazionale che opera in network in oltre 200 paesi).

J- Esri è leader della location intelligence, che ruolo ha nei processi aziendali?

Michele Ieradi – Le aziende che hanno necessità di strumenti di visualizzazione dei dati si rivolgono a Esri. La piattaforma Esri, azienda pioniera nei sistemi informativi geografici da oltre 50 anni, offre strumenti per la gestione, visualizzazione e analisi dei dati cartografici che consentono l'accesso a informazioni strategiche per il business.

Le aziende che possono contare sugli strumenti Esri sfruttano il potere della localizzazione per promuovere la trasformazione digitale e ottenere un vantaggio competitivo sul mercato.

Avere a disposizione i dati e le informazioni non è sufficiente oggi per essere un'azienda all'avanguardia. Poiché le sfide diventano più complesse, le aziende hanno bisogno della location intelligence per ottenere un quadro accurato della realtà. Capire come i diversi sistemi si interfacciano spazialmente è il primo passo per sfruttare la conoscenza e il potere del "dove".

J- Ci parli della piattaforma ArcGIS, delle sue potenzialità e del potere dell'informazione geografica applicato a ogni decisione.

M. Ieradi – La Piattaforma ArcGIS è la soluzione scelta da amministrazioni locali, gruppi industriali, organizzazioni non governative e dalle principali aziende di tutto il mondo per promuovere la trasformazione digitale.

La Piattaforma ArcGIS consente di creare, integrare e condividere mappe, applicazioni e dati, di coordinare il lavoro delle persone all'interno di un'organizza-

zione portando l'innovazione tecnologica nella propria attività e migliorando notevolmente i processi decisionali.

J- Quale l'uso delle Story Map nel giornalismo. In cosa consiste lo storytelling con le mappe. Esempi e uso da parte dei media.

M. Ieradi – Le mappe sono sempre state utilizzate per raccontare storie, per stimolare l'immaginazione e ispirare, raccontando il mondo attraverso i luoghi. Le nuove tecnologie, dell'era digitale, hanno potenziato molto l'uso delle immagini, in particolare delle mappe, per comunicare e raccontare storie.

In questo contesto, Esri ha ideato lo strumento delle Story Map, applicazioni web che consentono di combinare mappe interattive, con testo, foto, video e altri contenuti multimediali. Un modo quindi di fare storytelling a partire dai luoghi in cui si svolge un racconto.

Negli ultimi anni, un crescente numero di giornalisti si è interes-



MICHELE IERADI,
Chief Technology
Officer di Esri Italia



sato all'uso delle story map per caratterizzare le notizie. Come Esri Italia abbiamo partecipato a vari corsi di formazione su questo e stretto accordi, come quello siglato con il Gruppo GEDI, per supportare le redazioni nella realizzazione delle story map su tantissimi temi. Tra quelli più attuali ricordo le story map sul Regno di Elisabetta II, sulla guerra in Ucraina, sul caro energia, sulle proteste in Iran, sulla violenza sulle donne.

J— Smart City o città intelligente è ormai un termine diventato di moda ma spesso usato anche impropriamente: spieghiamo allora di cosa si tratta. Che ruolo hanno le tecnologie geografiche?

M. Ieradi – Le città si trasformano per essere più efficienti e vivibili. Le tecnologie digitali hanno dimostrato di essere un valido aiuto per migliorare la qualità della vita dei cittadini, le interazioni con le imprese, i servizi per i cittadini e i fruitori delle città (turisti, studenti, lavoratori). La trasformazione digitale delle città è un processo iniziato ormai da diversi anni, e se ne cominciano a vedere gli effetti concreti nel campo della mobilità, della raccolta dei rifiuti, nelle modalità di comunicazione con la popolazione, nel monitoraggio ambientale, nelle reti.

Tutti questi processi hanno una forte componente geografica, che viene gestita attraverso l'uso di sistemi informativi, di applicazioni web e di sensori.

In poche parole, la componente geografica è un elemento imprescindibile per la gestione di una città intelligente.

J— Mi può fare un esempio di smart city in Italia?

M. Ieradi – In Italia le aree urbane stanno promuovendo molto la digitalizzazione, sicuramente Milano è una delle città che ha investito di più su questo lungo percorso. Il Comune di Milano ha avviato, da diversi anni, una collaborazione con Esri Italia con l'obiettivo di promuovere l'innovazione tecnologica per realizzare sistemi a supporto della smart city, su tematiche strategiche come la mobilità, la gestione e l'accesso ai servizi comunali, lo studio dei vincoli urbanistici e delle suddivisioni catastali, la sicurezza.

L'ultimo progetto su cui il Comune si sta impegnando fortemente, con il nostro supporto, accanto a Cyclomedia e CGR, è la realizzazione di un gemello digitale della città: si tratta dell'ultimo tassello per la costruzione della smart city.

J— In che modo la realizzazione di un modello digitale interessa la smart city?

Nella pianificazione delle smart city, uno strumento di crescente interesse è rappresentato dal Digital Twin, ovvero la realizzazione di un gemello digitale di parte o di tutta l'area urbana. Il Digital Twin permette di realizzare una copia virtuale della città fisica, per consentire a chi amministra e pianifica una città di verificare e monitorare gli effetti di eventuali cambiamenti, prima che abbiano effettivamente luogo.

L'invenzione del Digital Twin è stata resa possibile dall'evoluzione delle tecnologie geografiche, in particolare dagli

sviluppi del 3D. Una volta realizzato il modello digitale della città, questo può essere integrato con i sistemi chiave per la gestione della smart city, come gli edifici intelligenti, le infrastrutture dedicate alla mobilità, le reti idriche ed energetiche, tutti i sensori presenti nell'area urbana.

J— L'uso dei Digital Twin è quindi utile per anticipare gli eventuali problemi e rischi dello sviluppo di una città.

M. Ieradi – Esattamente. Inoltre, costruito grazie all'utilizzo dei Big Data, il valore del Digital Twin risiede anche nella capacità di contenere i costi, evitando le spese dovute a sviluppi non accuratamente pianificati, e di aumentare il coinvolgimento delle comunità locali, che possono visualizzare i progetti attraverso la realtà virtuale.

La piattaforma Esri è fondamentale per la realizzazione del Digital Twin perché permette di integrare informazioni, sistemi, modelli e flussi in un contesto spaziale, creando una rappresentazione olistica di ambienti, asset, reti e dati nella città.

Attraverso il Digital Twin si può ad esempio prevedere il traffico stradale prima della realizzazione di nuova strada, di un nuovo quartiere o di una linea ferroviaria, o più in generale si può pianificare la mobilità urbana, si può scoprire quali aree di una città avranno maggiore crescita della popolazione, per definire la costruzione di nuove strutture sanitarie, scuole o parchi.

In poche parole il Digital Twin è il futuro della città.



J— In questo numero de *Il Telespettatore* viene affrontato il Metaverso da varie angolazioni. Esri come incontra questa nuova frontiera digitale.

M. Ieradi – Per età anagrafica e curiosità tecnologica, circa 20 anni fa, sono stato uno degli utenti di “Second Life”. Second life fu il primo tentativo di creare un Metaverso virtuale globale. L’applicazione ebbe un discreto successo per alcuni anni ma non riuscì a decollare a causa della scarsa diffusione di internet e delle prestazioni dei PC di quel tempo.

Oggi il Metaverso è costituito da una serie di reami virtuali non sempre collegati tra loro accessibili da diversi tipi di dispositivi (hololens, PC, smartphone, ecc.). Nel Metaverso è possibile trovare negozi virtuali e luoghi ricreativi gestiti da diverse società e/o privati. In alcuni casi viene riprodotta una versione virtuale di luoghi reali in altri casi vengono generati luoghi frutto della fantasia degli autori.

Esri è stata già utilizzata per riprodurre scenari realistici di film e giochi elettronici, le ambientazioni di diversi Giochi ora diventati parte del Metaverso (es. Fortnite) sono realizzati con il nostro motore di generazione di scenari 3D (Esri CityEngine). Mi aspetto in futuro una convergenza tra il mondo dei GIS e il Metaverso. Sono moltissime le applicazioni pratiche dell’uso delle funzioni di analisi spaziale nel Metaverso. Immaginate ad esempio la possibilità di visitare una infrastruttura che ancora non è stata costruita e fornire

feedback a chi la sta progettando, oppure, immaginate di visitare un luogo del passato ricostruito fedelmente grazie alle informazioni archeologiche raccolte. Insomma, il limite dello sviluppo futuro del Metaverso sarà solo la fantasia.

J— **Integrazione tra BIM, GIS e Internet of Things nel futuro delle costruzioni. In cosa consiste e in che modo favorisce la qualità nella gestione delle infrastrutture? Ci può illustrare un esempio.**

M. Ieradi – L’integrazione tra BIM e GIS ha rivoluzionato la progettazione e la costruzione delle infrastrutture. Una nuova infrastruttura può avere un note-



vole impatto sull’ambiente circostante e sulle strutture già presenti sul territorio che, a loro volta, influenzano le diverse funzionalità della nuova costruzione.

Per questo, la conoscenza e la visualizzazione di tutte le informazioni relative al territorio, all’ambiente, alla popolazione e alle reti, quando si progetta una infrastruttura, aiuta a garantire che i progetti vengano realizzati rispettando tempi e costi previsti, minimizzando i possibili impatti negativi.

Attraverso l’integrazione dei modelli GIS (Geographic Infor-

mation System) e BIM (Building Information Model), ogni singolo progetto viene immerso nel contesto reale che lo circonda, per avere la possibilità di controllare e pianificare tutti gli effetti sul territorio e valutare gli aspetti sociali, economici e ambientali.

Quando si progetta una infrastruttura, grazie alla integrazione BIM e GIS, è possibile recuperare tutte le informazioni relative alla struttura di interesse, che sono sempre disponibili e consultabili tramite l’integrazione tra i due sistemi, nel corso dell’intero ciclo di vita dei singoli progetti. È anche possibile consultare l’andamento della fase di esecuzione: si può tornare “indietro nel tempo” e visualizzare lo stato di fatto in un determinato istante temporale.

J— **Uno dei punti di forza di ArcGIS è la visualizzazione 3D. Spieghiamo di cosa si tratta e quali le potenzialità nella progettazione.**

M. Ierardi – La visualizzazione 3D permette di visualizzare i progetti e i dati così come appaiono nel mondo reale attraverso una vista 3D dettagliata della struttura in costruzione. Questo significa poter vedere un progetto da qualsiasi angolazione e all’interno dell’ambiente in cui risiederà, nonché usufruire di una prospettiva dall’alto per verificare se le costruzioni siano state inserite in modo appropriato all’interno dell’ambiente circostante. Inoltre, utilizzando l’integrazione con piattaforma BIM, è possibile valuta-



re il contesto interno degli edifici, la relativa categoria energetica, il costo di costruzione e quali materiali saranno utilizzati.

Grazie alle numerose innovazioni tecnologiche che arrivano dall'uso di droni, dall'input dei sensori e dall'elaborazione dei dati, è possibile scansionare, fotografare e visualizzare il mondo tridimensionale che ci circonda. Ogni progetto inizia con una immagine fedele alla realtà, che può essere aggiornata con scansioni regolari per registrare i cambiamenti in ogni fase di sviluppo.

Sull'integrazione tra GIS e BIM, stiamo realizzando importanti progetti con Enel Green Power e Italferr.

J – Quali altri ambiti sono interessati dal Digital twin?

M.Ieradi – Un settore di grande interesse e dai notevoli sviluppi futuri è quello delle-road e della smart mobility. Esri Italia sta realizzando per CAV – Concessioni Autostradali Venete, un Digital Twin della sua rete autostradale, per l'utilizzo di un sistema di monitoraggio stradale basato sull'intelligenza artificiale. L'obiettivo è realizzare la prima vera E-Road basata sul Digital Twin, che permetterà di aggiornare i dati relativi ai flussi di traffico e informare in tempo reale gli automobilisti. Attraverso i dati raccolti dalle auto circolanti, aggiornerà on time il Digital Twin della rete autostradale, consentendo l'aumento continuo dei livelli di servizio della manutenzione e della sicurezza stradale.

Si è passati da un modello di mobilità statico a un modello

dinamico, grazie all'uso dell'innovazione tecnologica.

CAV ha già avviato con Esri Italia, e il partner Mobileye, una collaborazione per l'utilizzo di un sistema di monitoraggio stradale basato sull'intelligenza artificiale.

I veicoli adibiti alla manutenzione di CAV sono dotati dei sistemi di Machine Learning di Mobileye che catturano, identificano, misurano, contrassegnano e classificano con precisione dati relativi a manto stradale, flussi di traffico, dislocazione delle infrastrutture autostradali e molte altre informazioni relative ai tratti autostradali di competenza di CAV.

I dati recepiti dai sistemi Mobileye confluiscono nella piattaforma Esri, da cui poi sono estrapolate informazioni utili per la manutenzione e la gestione delle autostrade.

J – Guerra Russia-Ucraina: narrazione 4.0. Quanto una mappa satellitare digitale aiuta la narrazione e quale il suo uso contro le fake news?

M.Ieradi – L'offerta di dati satellitari gratuiti (progetto Copernicus) e con modelli commerciali a consumo (AirBUS, Planet, ecc.) unita all'uso dei droni e all'enorme evoluzione dei sistemi di riconoscimento di oggetti basato su machine learning, hanno modificato radicalmente il mondo della informazione giornalistica. Oggi siamo abituati a vedere nei servizi giornalistici l'uso di immagini satellitari e da droni per spiegare la dinamica di un determinato fenomeno. Questa modalità di comunicazione è molto più chiara e oggettiva, e si presta molto

meno alla "interpretazione" rispetto alla semplice intervista dei testimoni dell'evento.

Uno degli esempi di questa nuova modalità di comunicazione ha polarizzato l'attenzione dei media nel corso dell'anno dopo il massacro di Bucha, quando sono state usate immagini telerilevate per cercare di capire la reale cronologia degli eventi.

J – Quali i progetti in cantiere per Esri?

M.Ieradi – Esri Inc., l'azienda madre che si trova negli USA, investe ogni anno il 30% dei ricavi in progetti di ricerca e sviluppo e sono moltissimi i temi in corso di rapida evoluzione. Dal punto di vista funzionale l'interpretazione delle immagini e una gestione sempre più fluida delle rappresentazioni 3D un top trend sul quale ci saranno moltissimi sviluppi nel corso del 2023, anche qui in Italia.

Altro tema importante è l'integrazione con il mondo BIM e dei Big Data IoT, i sistemi di gestione e processamento dei dati provenienti da fonti IoT saranno sempre più performanti e ci consentiranno di conoscere sempre meglio lo stato di salute delle nostre infrastrutture.

Infine altro tema che merita di essere citato è l'integrazione con il mondo dei game Engine e dei sistemi di modellazione del clima, i sistemi informativi geografici di domani dovranno essere in grado di progettare e contestualizzare un'opera non solo nel contesto ambientale e climatico attuale ma anche in contesti che avremo tra 20 o 50 anni.

A cura della redazione AIART



Nascono i patti digitali per gestire insieme l'età di arrivo degli smartphone



Milano-Bicocca, insieme alle associazioni Mec, Aiart e Sloworking, promuove un nuovo strumento per aiutare le famiglie nell'educazione digitale, mettendo in rete gli accordi tra genitori

Fornire supporto alle famiglie, spesso isolate e impreparate a gestire l'ingresso nel mondo online dei propri figli. Allo stesso tempo, educarle alla gestione dei media. Questi i due principali obiettivi del progetto **Patti Digitali**, che da oggi si concretizza in una piattaforma (www.pattidigitali.it) per orientare, supportare e mettere in rete gli accordi tra genitori. L'università di Milano-Bicocca lancia questa iniziativa per rispondere a una precisa esigenza emersa negli ultimi anni da molte famiglie di preadolescenti, in collaborazione con le associazioni **Mec – Media Educazione Comunità, Aiart Milano – Associazione Cittadini Mediali e Sloworking**.

Come dimostrano diverse indagini, oggi le famiglie si sentono spesso forzate ad anticipare l'arrivo dello smartphone nelle mani dei propri figli a seguito delle pressioni commerciali e dei coetanei. La maggior parte degli esperti di diverse discipline – dalle scienze sociali a quelle psicologiche, mediche e dell'educazione – è convinta invece che la preadolescenza non sia un momento adatto al possesso di uno smartphone personale connesso in rete. In particolare, per quanto riguarda l'accesso ai social, la legge italiana ne vieta l'utilizzo autonomo prima dei 14 anni, normativa tuttavia spesso quasi del tutto ignorata.

Il progetto Patti Digitali propone ai gruppi di genitori la **sottoscrizione di 3 impegni** per gestire

insieme la socializzazione dei figli nell'ambiente digitale: in primo luogo, **decidere in modo collettivo i tempi** in cui i preadolescenti possono fare esperienza dei diversi tipi di schermi, quali contenuti sono adatti e quali strumenti consegnare; **partecipare con i figli a momenti di educazione digitale**, attraverso incontri di approfondimento e di scambio di esperienze che mirino all'uso degli strumenti digitali non solo per fruire di contenuti ma per crearli insieme ai propri figli, imparando e anche divertendosi; infine, **regolare l'uso degli smartphone** sottoscrivendo un accordo con i figli che, insieme a loro genitori ed educatori si impegnano a rispettare. In particolare: smartphone trasparente ai genitori (es. fino a 14 anni); luoghi e orari definiti per tutti (es. no a tavola, no a letto); app, social e giochi nel rispetto di leggi e indicazioni sulle età adatte. «Sia la ricerca scientifica che i gruppi di genitori stanno mandando messaggi sempre più chiari sul fatto che l'entrata dei preadolescenti nel mondo digitale deve avvenire in modo più graduale e **guidato collettivamente**. – sottolinea **Marco Gui**, docente di sociologia dei media ed esperto di uso di Internet – “Patti Digitali” è un'iniziativa per provare insieme a tenere conto concretamente di questi messaggi». Il sito fa tesoro di esperienze già testate in Friuli Venezia Giulia, Lombardia e Veneto, con sette gruppi già attivi. Esso offre dei **principi guida**, un **vademecum**, una **consulenza gratuita e materiali per l'educazione digitale** a chi volesse far nascere un nuovo Patto nella propria realtà.

Per maggiori informazioni:

Ufficio stampa Università di Milano-Bicocca
ufficio.stampa@unimib.it

Racconti intorno ad un foglio giunge alla seconda edizione

In occasione della Giornata Internazionale per i Diritti dell'Infanzia e dell'Adolescenza 2022, l'AIART di Potenza in collaborazione con MoNaDu (Movimento Nazionale per i Diritti Umani) hanno organizzato attività ludico-didattiche per bambini e insegnanti presso il museo Moon (Museo Officina Oggetti Narranti) di Potenza.

“Continuare a mantenere viva l'attenzione su temi legati principalmente ai diritti dell'infanzia e dell'a-



dolescenza a oltre 30 anni dall'adozione della convenzione ONU”: un obiettivo che Loredana Albano, presidente provinciale dell’Airt di Potenza ha voluto rimarcare attraverso i valori della condivisione e dell’ascolto: perni infallibili della comunicazione.

La collaborazione con la cooperativa “Il salone dei rifiutati” ha permesso il coinvolgimento della



Scuola Paritaria di Bucaletto Santa Maria della Speranza, coinvolgendo le classi della scuola per l’infanzia per un totale di circa 80 bambini come beneficiari diretti e al-

trettante famiglie come beneficiari indiretti.

Le attività proposte sono state organizzate in due momenti: la visita alla mostra interattiva “Da un capo all’altro” e un’attività laboratoriale. Due concrete esperienze attraverso le quali è stato evidenziato il significato del viaggio come conoscenza, incontro con l’altro e scoperta della bellezza della diversità. Un’occasione per offrire spunti interessanti anche per gli educatori nell’ambito dei diversi campi d’esperienza previsti dal curriculum della scuola per l’infanzia.

Particolarmente interessante anche la mostra interattiva per l’approccio multisensoriale secondo la filosofia dei musei “Hands on” e la scoperta di associazioni fra emozioni e immaginazione tramite un percorso di ‘visita giocata’ dove il bambino è protagonista attivo insieme al gruppo.

“Aprire cassette che conservano le stelle, specchiarsi nel mare, ascoltare abiti che parlano, animare costellazioni ricamate che diventano oggetti con la realtà aumentata sono le azioni che aprono le tappe di questo viaggio per esploratori di ogni età, prete-



sti – sottolinea Loredana Albano – per raccontare storie di viaggiatori e viaggiatrici straordinari”.

Il laboratorio complementare alla mostra ha proposto ai bambini un lavoro creativo sulle costellazioni fantastiche e un percorso di gioco motorio per riflettere – giocando – su contenuti, materiali e oggetti del percorso espositivo.

Materiali e strumenti a disposizione dei bambini sono quelli dell’atelier dei materiali di scarto del Museo MOON, un centro di educazione ambientale che promuove i valori della sostenibilità e dell’inclusione.

“I riscontri di bambini e bambine in merito all’esperienza sono stati molto positivi – conclude la presidente dell’Airt di Potenza – tanto da comunicare con gioia la voglia di ritornare per condividere l’esperienza con le loro famiglie. Le insegnanti coinvolte hanno partecipato alle attività vivendo anche come un’occasione formativa on the job oltre che opportunità per rafforzare la rete di prossimità fra i servizi del quartiere Bucaletto a favore delle famiglie”.



I responsabili territoriali dell'Aiart

**Presidente regionale Lombardia
Marcello Soprani**

E-mail: soprani.ds@gmail.com

**Presidente provinciale Varese
Marinella Molinari**

E-mail: marinella.molinari1@gmail.com
Cell. 328 7314885

**Presidente provinciale Como
Abele Dell'Orto**

E-mail: dellorto.a@virgilio.it

**Presidente provinciale Lecco
Giorgio Invernizzi**

E-mail: giorgio.winter@alice.it
Cell. 339 2420779

**Presidente provinciale Bergamo
Stefano Gaeta**

E-mail: gaeta.stefano@gmail.com
Cell. 3392988579

**Presidente provinciale Milano
Stefania Garassini**

E-mail: garassini@yahoo.com

**Presidente provinciale Pavia
Riccardo Colangelo**

E-mail: riccardo.colangelo@aiart.org

**Presidente regionale Piemonte
Maria Giuseppina Renzoni**

E-mail: giusy.renzoni@libero.it
Cell. 333 9598487

**Presidente provinciale Torino
Giuseppe Cosa**

E-mail: aiart.torino@fiscali.it

**Referente provinciale Brescia
Laura Foglio**

E-mail: laurafoglio1981@gmail.com
Cell. 324 5303627

**Referente provinciale Cremona
Giuseppe Foderaro**

E-mail: foderarog@gmail.com



**Presidente provinciale Verona
Ezio Tommasini**

E-mail: ezio.tommasini46@gmail.com
Cell. 349 1579107

**Presidente regionale Veneto
Gabriella Zago**

E-mail: beppi.b@alice.it
Cell. 328 0377193

**Referente provinciale Reggio Emilia
Alberto Sabatini**

E-mail: albosabo@gmail.com
Cell. 348 4278314

**Presidente provinciale Genova
Piero Schenone**

E-mail: pieroschenone@gmail.com

**Referente provinciale Savona
Lorenzo Briano**

E-mail: lorenzo.briano94@gmail.com
Cell. 328 0434218

**Presidente provinciale Pistoia
Renata Fabbri**

E-mail: aiart.pistoia@gmail.com
Cell. 339 2525969

**Presidente provinciale Pisa
Elda Landucci**

E-mail: eldalanducci@gmail.com
Cell. 342 7424633 (rif. Cosma Ognissanti)

**Referente provinciale Pesaro
Antonio Scrima**

E-mail: antonioscrima@libero.it



**Presidente provinciale Ancona
Oliviero Gorrieri**

E-mail: olivierogorrieri@gmail.com

**Presidente provinciale Macerata
Giacomo Buoncompagni**

E-mail: giacomobuoncompagni@gmail.com
Cell. 340 5232024

**Presidente regionale Marche
Lorenzo Lattanzi**

E-mail: marche@aiart.org
Cell. 338 8077070

**Presidente provinciale Fermo
Marco Splendiani**

E-mail: fermo@aiart.org

**Referente provinciale Ascoli Piceno
Lindo Nepi**

E-mail: ascolipiceno@aiart.org

**Referente regionale Abruzzo
Antonello Antonelli**

E-mail: abruzzo@aiart.org

**Presidente provinciale Rieti
Gianna Serani**

E-mail: gianna.serani@yahoo.it

**Presidente regionale Lazio
Giovanni De Marco**

E-mail: aiart@aiart.org
Cell. 338 1475631

**Referente provinciale Roma
Saverio Simonelli**

E-mail: simonelli@tv2000.it
Cell. 345 3093740

**Referente provinciale Isernia
Giuseppe Lanese**

E-mail: lanesejiuseppe@gmail.com
Cell. 349 5221309

**Presidente regionale Molise – presidente
provinciale Campobasso**

Rita D'Addona
E-mail: daddonarita@gmail.com
Cell. 338 6617012

**Presidente regionale Campania –
Referente provinciale Napoli**

Emilio De Lorenzo
E-mail: aiartcampania@gmail.com
Cell. 320 7487503

**Referente provinciale Salerno
Nunziante De Maio**

E-mail: aiartsalerno@virgilio.it
Cell. 347 2639399

**Presidente provinciale Potenza
Loredana Albano**

E-mail: loredana.albano28@gmail.com

**Presidente regionale Puglia
Giuseppe Antonelli**

E-mail: giuseppe_antonelli@libero.it

**Presidente regionale Basilicata
Domenico Infante**

E-mail: domenico.infante@aiart.org
Cell. 320 2139540

**Referente provinciale Matera
Vincenzo Scalcione**

E-mail: vincenzoscalcione@gmail.com

**Presidente provinciale Brindisi
Daniela D'Alò Legittimo**

E-mail: redazione@brindisiin.it
Cell. 320 6566109

**Presidente provinciale Lecce
Sante Mazzotta**

E-mail: afilecce@libero.it

**Referente provinciale Cosenza
Tiziana Battafarano**

E-mail: tiziana.battafarano@gmail.com
Cell. 335 8485475

**Presidente provinciale Reggio Calabria
Aldo Riso**

E-mail: aldo.riso@tin.it
Cell. 347 7763062

**Referente provinciale Catanzaro
Mario Domenico Riso**

E-mail: marido1962@libero.it
Cell. 335 8447990

**Referente provinciale Catania
Antonio Caramagna**

E-mail: nini.caramagna@yahoo.it

**Presidente regionale Sicilia – Referente
provinciale Trapani Dorotea Polizzi**

E-mail: dorotea.polizzi@gmail.com
Cell. 340 1474418

**Presidente provinciale Sassari
Nicola Puggioni**

E-mail: puggioninicola@tiscali.it
Cell. 3394076833

Aderisci ad AIART!

Le quote annuali di iscrizione sono:

Soci Ordinari:	25 euro
Soci Sostenitori, associazioni, scuole e soci collettivi:	40 euro
Soci Studenti:	6 euro

I versamenti possono essere effettuati sul
– c/c postale n. 45032000
– c/c bancario, IBAN: IT 42 U 05387 10807 000003343247
intestati a:

Sede Nazionale AIART, Via Aurelia, 468 – 00165 Roma
PayPal: aiart@aiart.org

Donazioni detraibili

Puoi sostenere l'Aiart in forma di donazione volontaria e potrai usufruire della detrazione pari al 26% della donazione oppure della deduzione del 100% della donazione effettuata.

**Aiart è accreditata presso il
Ministero dell'Istruzione come
ente di formazione**

Sito: www.aiart.org
Tel. 06-66048450/ 349-5462931
E-mail: aiart@aiart.org



Balenciaga, la campagna con i bimbi che ha sconvolto la rete. Aiart: "Come mai non vengono fatti controlli preventivi? Non esistono più limiti? Nessuno nota nulla?"



La povertà non si cura con il rischio



Collezione 2022: Benetton persevera nell'errore.

"Perché determinati contenuti vengono bloccati solo dopo le proteste degli utenti? Come mai non vengono fatti controlli preventivi? Perché al momento dell'uscita di determinate campagne pubblicitarie nessuno nota nulla?"

L'Aiart interviene riflettendo su uno spot della storica firma fashion Balenciaga proposto su sito, web e fashion shop che ha fatto inorridire la rete.

Le immagini usate per promuovere la nuova collezione ritraggono infatti bambini sdraiati sui divani tra bicchieri di vino o che tengono in mano orsacchiotti in tenuta sadomaso. Si tratta di borsette che Balenciaga evidentemente ritiene spiritose e soprattutto adatte ad essere presentate dai bambini. Solo successivamente sono state pubblicate foto di modelle per pubblicizzare la collezione ma "la pezza è stata peggiore del buco" perché alcuni libri presenti nelle foto dello spot sono firmati da artisti che raf-

La cultura dell'azzardo, una denuncia inascoltata su cui l'Aiart continua a rinnovare l'appello.

11,4 miliardi di euro, (spesi soltanto a Roma) grazie ad una rete di ben 10.142 "sportelli azzardo" e 50.000 "canali di gioco". Si tratta di cifre impressionanti: sconcertanti e deprimenti segnalate dal dossier della Caritas; strumento utile per comprendere lo stato deficitario delle politiche sociali in Italia. **L'Aiart, l'associazione cittadini mediali, si domanda se il Pnrr sarà lo strumento per mettere mano concretamente a questa deriva drammatica e se la politica si renda conto di questa urgenza.** Giovanni Baggio - presidente nazionale Aiart - ricorda e mette in guardia dall'offerta di trasmissioni televisive che propongono una visione della vita "ludica", ovvero la chance di una fortuna materiale grazie ad una logica di "gioco" che non è tale, ma è azzardo". **Molti utenti continuano a segnalare all'Aiart questo dramma e le patologie ad esso associate.** "Preoccupante - precisa Baggio - è anche la scarsa per non dire nulla ricaduta sui principali quotidiani e media". A tal proposito rimandiamo a quanto sosteneva Maurizio Fiasco - sociologo tra i massimi esperti in Italia di usura e gioco d'azzardo - sulla nostra rivista: "la banalizzazione mediatica sulla pericolosità del gioco d'az-

Aiart: "Una campagna pubblicitaria che, indisturbata e scollegata dalla realtà, spinge per un fisico avulso dalla femminilità"

"I disturbi del comportamento alimentare e le conseguenze devastanti su molte adolescenti, dati dell'Istituto Superiore Sanità, non possono non indurre le istituzioni a intervenire contro ogni comunicazione che viola le norme. Non deve essere considerato normale un messaggio pubblicitario che evidenzia in maniera così demenziale un modello estetico che ammicca all'anoressia". L'Aiart, l'associazione cittadini mediali, commenta così la nuova campagna pubblicitaria del marchio Benetton che persevera indisturbato nell'errore. Violare le norme è normale? Domanda l'Aiart, facendo eco all'appello di molti psichiatri: "i disturbi del comportamento alimentare sono ascrivibili a particolari condizioni di disagio psichico e

figurano immagini sanguinarie o di bambini in pose decisamente horror.

Le proteste dei cittadini mediali non sono tardate ad arrivare e sono state tali da portare Balenciaga a scusarsi pubblicamente fino a cancellare perfino i propri account social.

L'associazione cittadini mediali evidenzia come sia "lecito chiedersi se c'è qualcosa che non funziona nella nostra società ipertecnologica? Che cosa possiamo e dobbiamo fare per svegliarla? Non esistono più limiti?"

"Le semplificazioni dei giornali - conclude l'AIART - che si limitano ad accusare Elon Musk che avrebbe banato la grande firma hanno tanto il sapore di superficialità e scarsa comprensione a cui si aggiunge l'amara realtà che sono rimasti veramente in pochi ad interessarsi dei diritti dei minori sempre più insabbiati dalla frammentata e inefficace regolamentazione, dalla potenza del web e dal silenzio degli organi di vigilanza".

zardo sterilizza ogni approfondimento e curiosità critica; fino ad influenzare anche le decisioni politiche e amministrative" (vedi l'articolo di Maria Elisa Scarcello, "Politica, se ci sei batti un colpo...", su "Il Telespettatore" del 13 aprile 2021). L'Aiart, l'associazione cittadini mediali, dal 1953 ponte tra gli spettatori e coloro i quali producono contenuti mediali, anche questa volta decide di essere parte attiva del bisogno di interazione tra Istituzioni e cittadini. E rinnova l'appello alla messa in onda di trasmissioni che offrono una "visione del mondo" basata sull'impegno, sullo sforzo, sul lavoro, sul merito e non sulla dea bendata. Si ricordi che nel 2021 gli italiani hanno speso per puntate su web più di 107,5 miliardi di euro, tornando di fatto ai livelli del 2019. Nel 2020 si era scesi a 88,3 miliardi, a causa del Covid e delle restrizioni del Governo, tra le quali la chiusura delle sale giochi per alcuni periodi di "lockdown". Dati rintracciabili anche sui vari speciali proposti in questa rivista che - paziente e costante seguio - continuerà a vigilare sul gioco d'azzardo online e sulla responsabilità della Rai con la trasmissione "Affari tuoi". **L'Aiart rinnova così l'appello all'Agcom (che incredibilmente continua a dormicchiare) e alla nuova svolta politica affinché sia promotrice di un vero cambiamento in tal senso.**

per cause diverse' e rimarcando l'art 12 bis del Codice di Autodisciplina che recita così... "la comunicazione commerciale non deve contenere rappresentazioni tali da indurre i destinatari a trascurare le normali regole di prudenza o a diminuire il senso di vigilanza e di responsabilità verso i pericoli, tra cui immagini del corpo ispirate a modelli estetici chiaramente associabili a disturbi del comportamento alimentare nocivi per la salute". Un tipo di rappresentazione pubblicitaria, conclude Giovanni Baggio - presidente nazionale Aiart - che viaggia indisturbata nello scenario mediatico e spudoratamente in contrasto anche con il caso - finito sul tavolo del governo e presente ormai da giorni sulle pagine dei giornali - delle ex Farfalle: le due atlete della Nazionale italiana di ginnastica artistica che hanno denunciato le violenze psicologiche subite durante gli allenamenti.

1953-2023

DA AIAR AD AIART



Dalla radiofonia al metaverso: 70 anni di fatti che contano

***AIART Cittadini Mediali ha fatto tanta strada
e continuerà il suo percorso con voi verso nuove mete:***

***festeggeremo i nostri 70 anni con un convegno nazionale
in occasione del quale è stata richiesta l'udienza dal Santo Padre.***

Non un restyling per il nuovo Anno, ma il rinnovo dell'impegno che interesserà:

***I Territori Provinciali e Regionali con l'organizzazione di incontri online
in date da concordare per la tutela, la partecipazione e il dibattito;***

L'Editoria: dal formato all'individuazione di nuovi contenuti;

Il Sito e i social per una maggiore conoscenza della nostra azione e dei nostri contenuti;

***La presenza istituzionale con i nostri componenti nel Consiglio Nazionale
degli Utenti e nel Comitato Media e Minori per promuovere una tutela efficace***

I Corsi di formazione accreditati presso il MIUR

***La Rete per il coordinamento e la progettazione di interventi
ed attività coerenti con la nostra mission***

- UFFICIO NAZIONALE PER LE COMUNICAZIONI SOCIALI della CEI
- CONSIGLIO NAZIONALE DEGLI UTENTI
- COMITATO MEDIA E MINORI
- UNIVERSITÀ
- AVVENIRE
- TV 2000
- SIR
- COPERCOM
- CO.RE.COM
- FORUM DELLE ASSOCIAZIONI FAMILIARI
- METER
- MED MEDIA EDUCATION
- UCSI
- FISC
- Commissione Nazionale Valutazione Film
- AGESC
- ... ed altre ancora