



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
FIRENZE

**Scuola di
Studi Umanistici
e della Formazione**

Corso di Laurea Magistrale in
**Scienze dell'educazione degli Adulti
e della Formazione Continua**

“Smart People in Smart City”

ICT e *Social Network* per il miglioramento della Qualità della Vita e dell'inclusione nel contesto urbano. Il caso del progetto *PeopleFusion* del Comune di La Spezia

“Smart People in Smart City”

Using ICT and Social Network to improve the Quality of Life and inclusion in the urban context. Case-study: *PeopleFusion* project in La Spezia (Italy).

Candidato
Francesco Orietti

Relatore
prof.ssa Giovanna Del Gobbo

Anno Accademico 2015/2016

Al nostro futuro.
Insieme.

«Non possiamo conoscere nulla d'esterno a noi scavalcando noi stessi [...] l'universo è lo specchio in cui possiamo contemplare solo ciò che abbiamo imparato a conoscere in noi»
(Italo Calvino – Palomar)

*«Sono tranquillo
La pioggia poi fa posto al tempo bello
Così è da sempre e sempre resterà
E tutto cambia e tutto cambierà, ancora»*
(Jovanotti – Sul lungomare del mondo)

INDICE

INDICE	I
INTRODUZIONE.....	III
1. DA <i>DUMB</i> A <i>SMART CITY</i> : IL CAMBIAMENTO NECESSARIO.	1
1.1. La città come sistema complesso “ <i>multi-inter-trans-disciplinare</i> ”	1
1.2. La città comunicativa: consumi, paure, schermi e migrazioni.	5
1.3. Mutazione urbana: una nuova invasione barbarica?	8
1.4. La città tra globalizzazione e consum(ism)o: verso l’indistinto e oltre..	10
1.4.1. Qualcosa sta cambiando?	16
1.5. La città digitale	19
1.6. <i>Digital citizen</i> : tra alfabetizzazione digitale e <i>digital divide</i>	24
1.7. La <i>smart city</i>	29
1.7.1. Approccio <i>top down</i> e <i>bottom up</i>	35
1.8. <i>Smart city, smart citizen: people and living</i>	37
1.8.1. <i>Smart People in Smart City: Human Smart City</i>	40
1.8.2. La <i>smart city</i> come nuovo ambiente di adattamento: apprendimento e formazione al centro del sistema.....	44
1.9. Uno sguardo alle buone pratiche	47
1.10. Ambienti reali e ambienti virtuali: una possibile via di cooperazione per lo sviluppo.....	51
2. <i>SOCIAL LIFE</i> : IL DIGITALE NELLA SOCIALIZZAZIONE QUOTIDIANA	53
2.1. La dissoluzione degli spazi e delle identità?	53
2.2. “Se questa è l’acqua”: l’importanza di vedere il cambiamento.....	56
2.3. Le “città invisibili” e le relazioni sociali	59
2.4. La sostenibile leggerezza dell’essere 2.0	61
2.5. Nativi e migranti digitali: incontro-scontro generazionale e culturale...	65
2.6. La guerra ai social network: l’essenzialità di ricollegare reale e digitale	68
2.7. Investire nella <i>social media education</i>	72
3. POTENZIALITÀ DEGLI STRUMENTI DI SOCIAL NETWORK PER L’INCLUSIVITÀ E LO SVILUPPO.....	77
3.1. <i>Social Network and Digital Media</i> : non solo dissoluzione dell’anima ..	77
3.2. <i>Social media</i> e inclusione sociale	79
3.3. Nuovi modelli di partecipazione, di conoscenza e di vita.....	83

3.3.1 Nuovi modelli per l'educazione e l'apprendimento: dall' <i>informal</i> al <i>cooperative learning</i>	85
3.4. Verso una grande narrazione collettiva	88
3.5. <i>Social network</i> per la cittadinanza globale: un'utopia potenziale	93
3.6. L'impegno delle PA nella formazione della cittadinanza digitale in ottica inclusiva.....	96
3.7. <i>Digital democracy</i> : dall' <i>e-governance</i> alla <i>e-inclusion</i>	98
3.8. Tensione evolutiva: puntare al migliore futuro possibile per tutti	101
4. <i>SMART CITY</i> : TRA INTEGRAZIONE, COMPETENZE, RISCHI E OPPORTUNITÀ	103
4.1. "Al Margine": i nuovi margini della società 2.0	104
4.2. Vecchi residui di diseguaglianza e nuove opportunità	105
4.3. Il mare verticale vs. il mare orizzontale	109
4.4. <i>Smart city</i> & ICT: integrazione, creatività e apprendimento.....	112
4.5. <i>Smart city</i> & ICT: sviluppo g-locale sostenibile tra processo democratico e crescita intelligente	118
5. LA SPEZIA <i>SMART CITY</i> 20.20. E IL PROGETTO " <i>PeopleFusion</i> . La città di tutt@"	121
5.1. Breve descrizione del progetto e dei <i>partner</i>	121
5.2. Metodologia della ricerca	126
5.3. Considerazioni della ricerca: le interviste	127
CONSIDERAZIONI FINALI	133
APPENDICE.....	139
INTERVISTE	139
FOCUS GROUP - Classe V dell'I.T.C. Fossati.....	150
Bibliografia	155
Sitografia	164
Videografia.....	165
Ringraziamenti	166

INTRODUZIONE

Questo lavoro prende il suo spunto iniziale da una riflessione sulla città, verso quei grandi centri di interesse cosparsi per il globo, tutte col loro portato storico, centri di potere e di cultura, di consumo e di occasioni. La letteratura ci dice che circa il 50% della popolazione mondiale, ad oggi, vive all'interno di una città comprendendo, per forza di cose, anche le immense periferie che si estendono ai loro confini.

Circa 3 miliardi di persone, forse più, impossibile dirlo con precisione, abitano dunque all'interno di un contesto urbano. Miliardi di persone, le più invisibili l'una all'altra, che si sfiorano ogni giorno, che incrociano ogni giorno il loro sguardo e la loro storia con quella di qualcun altro. Le città, come il cuore del mondo, non smettono mai di battere, di pulsare, di produrre vita, economia, energia, educazione e formazione. Le città, dunque, possono essere definite, in vista del futuro, sia come il problema che come la possibile soluzione.

Si sta assistendo, infatti, ad un'acquisizione di intelligenza da parte delle città: le cosiddette *smart city*; le quali vedono nella tecnologia una risorsa importante per il miglioramento dei servizi, dell'efficacia e dell'efficienza nell'ambito dei diversi settori e delle diverse discipline che attraversano il sistema urbano.

Cose che, tuttavia, non possono tralasciare la loro dimensione formativa sull'uomo: il processo formativo deve essere al centro della città che vuol farsi intelligente e l'uomo-cittadino deve ritrovare il suo ruolo centrale nel contesto della città. La disaffezione alla politica e, più in generale, verso la democrazia è un problema sociale, ma anche pedagogico. L'acquisizione di intelligenza col solo strumento della tecnologia, calato dall'alto, non può prescindere dall'acquisizione della medesima intelligenza anche nelle persone; persone che devono essere messe in grado di pensare la complessità. Ovvero, non può darsi città intelligente senza cittadini intelligenti (*smart people in smart city*).

Questo elaborato parlando di *smart city* vuole andare a dimostrare – con un taglio interdisciplinare – come questo contesto formativo informale si rende necessario per affrontare al meglio le sfide del futuro: dalla sostenibilità energetica,

alle politiche dei consumi; dai servizi per il benessere e per la salute, alla *governance* trasparente e partecipativa; dal riconoscimento delle competenze alla messa al centro degli apprendimenti e della creatività come motori dell'innovazione e della crescita.

La messa al centro del cittadino nei processi decisionali, partecipativi, creando così ambienti di apprendimento cooperativo e incidentale, può essere l'utile strumento per il miglioramento della qualità della vita; questo anche a fronte dei processi migratori che avvolgono l'intero globo e che rendono l'inclusione sociale un problema totale, urgente, nonché un'immensa fonte di ricchezza.

Con un approccio sistemico, che è poi quello della *smart city* e dei suoi tavoli, si è cercato di dimostrare come, all'interno di un contesto di economia della conoscenza, la città, centro nevralgico del globo, deve ritrovare una dimensione e un contesto di apprendimento, di riscoperta dei saperi locali da inserire nel contesto più ampio della globalità. La portata della digitalizzazione è vista, all'interno di questo lavoro, attraverso l'utilizzo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT) e dei *social network services* (SNS) come strumento di connessione e co-costruzione, non solo di relazioni e di un possibile mercato, ma anche come strumento di narrazione dell'esperienza e, dunque, strumento di orientamento, coordinamento e cooperazione "in rete".

Nel Capitolo 1 si è proceduto ad illustrare brevemente il passaggio dalla *dumb city* (città stupida) alla *smart city* (città intelligente). Affidandosi, oltre che ad aspetti di tipo pedagogico, anche ad aspetti di tipo antropologico e sociologico, si è cercato di illustrare il passaggio alla città e alla cittadinanza digitale – come primo approccio *smart* – per poi cercare di far luce sulla definizione di *smart city*, sui diversi approcci e cercando di riportare alcuni esempi del contesto nazionale e internazionale.

Nel Capitolo 2 e 3 ci si è concentrati sulle opportunità che ICT e *social network* possono offrire, andando anche a "decostruire" certi orientamenti negativi ritenuti veramente poco utili alla luce della pervasività degli stessi strumenti. Si è cercato di ragionare sul concetto di "nativi e migranti digitali", su un aspetto, quindi, generazionale, per andare verso la *social media education* e concetti di democrazia digitale, mettendo in evidenza anche l'aspetto legato alla PA come agente formativo

della cittadinanza (con un riferimento anche alle politiche europee e la loro ricezione a livello nazionale).

Nel Capitolo 4 si è cercato di far luce sui fattori legati all'integrazione e del miglioramento della Qualità della Vita all'interno dei nuovi contesti *smart* e ci si è concentrati sugli aspetti formativi ed educativi che questa città ricopre nell'implementazione del sapere; di un sapere messo in moto per un futuro sostenibile che – dalla comunità ritrovata nell'aumento della partecipazione, dell'inclusione, della trasparenza – sa farsi carico degli obiettivi strategici della città che coinvolgono anche e soprattutto l'ambito formativo. La progettazione formativa e l'analisi dei bisogni formativi trova, infatti, una dimensione centrale che deve essere il punto di partenza nella progettazione di ogni *smart city* che non può darsi – come già detto – senza *smart people*. Si è cercato di mettere in evidenza come il problema degli apprendimenti sia centrale nella città intelligente, come la creatività e le competenze siano il motore generativo per il miglioramento della QdV (Qualità della vita) e dell'innovazione: si è messo al centro il problema formativo.

Nel Capitolo 5 si illustra una breve ricerca condotta all'interno del progetto *PeopleFusion* portato avanti dal Comune della Spezia insieme alla Fondazione Telecom Italia; il progetto si occupa proprio dell'integrazione dei cittadini migranti all'interno del contesto della Spezia tramite lo sviluppo di una piattaforma web e di una *mobile* per l'accesso ai servizi del territorio. Sono stati individuati dei parametri – attraverso una ricerca bibliografica sul tema – che sono stati ritenuti essenziali per muoversi verso una definizione formativa ed educativa dei progetti che, attraverso l'uso della tecnologia, vorranno farsi *smart* e andare ad accrescere, oltre che la partecipazione e il coinvolgimento dei cittadini nello spazio urbano, anche le loro competenze civiche, sociali e culturali. Si è proceduto, in seguito, al confronto dell'esperienza empirica con i parametri individuati.

Attraverso l'analisi del progetto del Comune di La Spezia si è cercato di mettere in evidenza punti di forza e di debolezza sia del progetto stesso in esame che, più in generale, tramite un procedere deduttivo, dei progetti ad esso simili: ovvero di progetti *smart* referenti al tavolo *people*.

È stata condotta una ricerca partecipativa di tipo qualitativo (mediante l'uso di interviste semistrutturate, di *focus group* narrativi e partecipazione alle riunioni del *team* di lavoro) che ha permesso, nella fase di lancio del progetto, di analizzarne la direzione comparandola con quanto derivato ed emerso dalla letteratura scientifica.

La *smart city* è un fenomeno piuttosto recente e se riesce facile misurarne alcune componenti, questo non è il caso della dimensione umana. L'individuazione dei parametri finali ci si augura possa mettere in evidenza una linea guida per il farsi *smart* dei contesti urbani che vogliono mettere al centro la persona, la sua formazione e il suo apprendimento continuo.

Sarebbe opportuno, per il prossimo futuro, un proseguimento della ricerca sul campo per poter andare ad analizzare l'impatto effettivo che il progetto andrà a produrre una volta lanciato sul territorio per andarne a misurare il grado di innovazione sociale: il vero motore di un contesto intelligente.

1. DA *DUMB* A *SMART CITY*: IL CAMBIAMENTO NECESSARIO.

1.1. La città come sistema complesso “*multi-inter-trans-disciplinare*”

«Galleggiamo in un mondo che consiste solo ed esclusivamente nel cambiamento e l'unica cosa che noi possiamo fare è cercare di restare a galla in un mondo paradossale.»
(Gregory Bateson)

Come sappiamo la mutazione, o meglio l'evoluzione, è ciò che contraddistingue l'essere vivente propriamente dato nell'ambiente che lo circonda. Sappiamo anche che l'ambiente stesso, retroagendo sull'organismo, porta una modificazione di quest'ultimo che, allo scopo di adattarsi, sviluppa nuove capacità, cambia il suo modo di essere e di agire e, in questo modo, cambia l'ambiente stesso. Un circolo che si ripete infinitamente e infinitamente si modifica.

Quando pensiamo ad ambiente, tuttavia, non dobbiamo concentrarsi solo sulla natura o su un ambiente di tipo “verde”, ché sempre più spesso l'ambiente in cui siamo inseriti e in cui intratteniamo i nostri interessi è quello urbano. Una giungla urbana in cui tutti (o quasi) prima o poi, per i più svariati motivi, siamo costretti ad addentrarci.

Nel definire un sistema Ludwig Von Bertalanffy (1968), biologo austriaco padre della Teoria Generale dei Sistemi, lo descrisse come una «realità complessa i cui elementi interagiscono reciprocamente, secondo un modello di circolarità in base alla quale ogni elemento condiziona l'altro ed è da esso a sua volta caratterizzato»¹. Ecco che la città, soprattutto quella moderna, si caratterizza esattamente come un sistema; un sistema complesso, liquido, la cui stratificazione e complessità sono cresciute in modo esponenziale negli ultimi venti anni. Dai flussi migratori che hanno dovuto far riflettere sui temi dell'interculturalità, dal cambiamento del mercato delle merci e del lavoro che si esprime sempre più nella precoce obsolescenza, il primo, e nella flessibilità e nel rischio, il secondo, fino all'avvento dei nuovi mezzi di comunicazione che, sempre più, uniscono e

¹ Bertalanffy Von, L., Teoria Generale dei Sistemi, 1968 (trad. 2004), Mondadori, Milano

aumentano l'individualismo e la solitudine dell'individuo, le città si danno la forma di sistemi articolati, sistemi complessi, e sono espressione di una società fatta di individualismo, di maratone solitarie e frenetiche verso la ricerca di un'identità che, appena raggiunta, subito si dissolve nel bisogno di andare in cerca di altro.

L'avvento di nuovi paradigmi, derivati soprattutto dall'enorme sviluppo tecnologico e digitale, hanno cambiato non solo le città dal loro punto di vista strutturale, ma anche il modo di vivere in città, il modo di essere e di formarsi all'interno di esse.

Lo studio della città, oggi, presuppone necessariamente uno sguardo sistemico, dato che ogni cosa è collegata e difficilmente scomponibile; uno sguardo teso alla complessità nel senso *moreniano* che c'è «complessità quando sono inseparabili le differenti componenti che costituiscono un tutto [...] e quando v'è un tessuto interdipendente, interattivo e interretroattivo fra le parti e il tutto e fra il tutto e le parti»².

Serve uno sguardo che, come un imbuto rovesciato, parta dal particolare per tendere al complesso, un collegamento dalla singola parte al tutto e viceversa. Non solo, si configurano come quel terreno fertile per la *multi-inter-trans-disciplinarità*, quel campo dove entrano in gioco discipline differenti, dalle scienze ambientali a quelle sociali, dalla politica alla pedagogia, un terreno fertile dove i diversi saperi si mescolano e dove il “fare rete” deve essere presupposto essenziale per le sfide che il futuro ci pone di fronte.

Essenziale è mettere insieme quelle “teste ben fatte” in modo che possano cooperare e collaborare per lo sviluppo urbano e territoriale. Urbanisti, architetti e designer certamente restano figure di massima importanza della pianificazione territoriale, ma da sole non bastano più. È richiesto l'impegno di politici, esperti ambientali, fisici, chimici, storici dell'arte, umanisti, esperti di formazione, etc. Tutte le diverse discipline devono essere collegate tra loro: ci sono legami inaspettati tra la scienza che studia il cervello e la matematica, l'informatica e le scienze sociali. Quelle barriere che dividevano i vari campi di lavoro stanno scomparendo. L'unica via per progredire sulla strada dell'innovazione è unirli in

² Morin E., *La testa ben fatta. Riforma dell'insegnamento e riforma del pensiero*, Editore Cortina Raffaello, Milano, 1999, p. 6.

gruppo con persone provenienti da aree disciplinari e ambiti professionali diversi per cercare insieme di risolvere i grandi problemi della nostra epoca.

La difficoltà sta proprio nel saper far cooperare diverse teste, diverse idee, spesso abituate a lavorare in singolo e su una sola strada che credono unica, in modo da rendere lo scambio costruttivo e fautore di miglioramenti e cambiamenti. Un cambiamento che deve essere *in primis* sostenibile, ovvero che deve garantire migliori condizioni di vita per tutti, nessuno escluso, e replicabile nel tempo e nello spazio. Un cambiamento che è richiesto ai cittadini, quindi, e che deve passare, necessariamente, tramite le istituzioni educative. «L'educazione deve contribuire all'auto-formazione della persona (apprendere e assumere la condizione umana, apprendere a vivere) e insegnare a diventare cittadino»³ e oggi sappiamo di poter lavorare secondo nuove modalità, “dal basso” appunto, anche grazie ai nuovi strumenti della Rete.

Nuove città presuppongono nuovi cittadini, ma il cambiamento non può sorgere come frutto di una magia. Non basta ridisegnare la città per cambiare automaticamente chi la abita. E proprio qui sta il compito della formazione. Se da un lato è necessario puntare sulla formazione di tipo informale, quella dei contesti quotidiani, chiaramente ridisegnando la città in modo “formativo”, o culturale, molto probabilmente se ne otterrà un cambiamento in chi la abita. Dall'altro lato è opportuno continuare a puntare su una formazione formale o non-formale rivolta alla cittadinanza, considerandone i diversi fattori e la pluralità, considerando le problematiche presenti e future, così come i contesti di vita, per consentire che il sistema città e il sistema cittadino riescano ad instaurare una comunicazione efficace ed efficiente, nonché produttiva di risultati. Così è opportuno puntare sull'alfabetizzazione digitale, sull'abbattimento del *digital divide*, sull'insegnamento delle lingue per sapersi comunicare in contesto internazionale e saper far fronte alle sfide del mondo, saper rendere l'integrazione un valore aggiunto e di ricchezza, saper fare della diversità un tesoro inesauribile di crescita, saper creare spazi dove si possa coabitare sentendoci uguali, saper rendere il futuro un luogo da vivere insieme e dove voler vivere; un luogo sfidante e ricco di opportunità.

³ Ivi, p. 65

Ecco che le città dovrebbero fare, se vogliono saper rispondere a testa alta alle nuove sfide dell'età moderna, o post moderna, quella della dematerializzazione dei contenuti e, all'estremo, delle identità: configurarsi come nido della cooperazione tra discipline che mai avrebbero pensato di potersi unire e che, ad oggi, ancora, faticano ad unirsi.

C'è una continua interazione tra ambiente e soggetti che diventa, nella complessità moderna, ancora più forte, come più forte diventa la loro reciproca retroazione. Perché, come la parabola dell'uovo e la gallina insegna, difficilmente si potrà dire se sono i soggetti a modificare l'ambiente o se è l'ambiente che modificandosi porta un cambiamento anche nei soggetti. Si potrebbe dire che, effettivamente, il cambiamento parte da entrambi. Non può darsi uovo senza gallina e non può esserci gallina se non c'è un uovo.

Le città esprimono un complesso «*sistema di agglomerati*, che si è creato a trasformato per effetto di molti fattori sociali e naturali. La vita sociale delle persone si dà sempre in uno spazio dimensionale. Ogni persona, ogni impianto economico o sociale ha in questo spazio-dimensione una sua collocazione»⁴.

L'agglomerato digitale è solo l'ultimo ritrovato spaziale delle città e verso cui il futuro sembra tendere. Abitiamo le nostre città sia nel loro spazio reale che in quello virtuale: ogni volta che ci orientiamo tramite strumenti satellitari, ogni volta che cerchiamo informazioni in rete e in ogni altra situazione in cui navighiamo il mare di Internet per un ritorno immediato nella dimensione reale. Se i sistemi di città sono sempre stati costituiti da tre dimensioni:

1. Orizzontale, cioè spaziale;
2. Verticale, cioè gerarchia rispetto alla dimensione delle altre città;
3. Storica.

Sembriamo essere nel momento storico in cui una quarta dimensione necessita di essere aggiunta: quella digitale (o virtuale). Ché non può darsi città del futuro e non può darsi comunicazione – di conseguenza, quindi, anche ogni relazione – senza la dimensione digitale di interconnessione tra le città e i suoi abitanti. Una connessione che deve essere come prima cosa, necessariamente, di tipo *hardware*, ovvero

⁴ Musil, J., *Sociologia della città*, FrancoAngeli, Milano, 1981

composta dagli strumenti fisici che la consentono; ma anche di tipo *software*, data dall'importanza di sentirci nuovamente vicini, dalla riscoperta di un senso di comunità che è rinata nel mondo virtuale e che dobbiamo riscoprire nella vita di tutti i giorni.

Gli *smartphone* sempre più si configurano come una finestra sul mondo nelle nostre mani, come una cornice verso cui proiettarsi nell'infinito, come «brecce di inverosimiglianza a cui ci affacciamo attraverso la finestra benefica della cornice. D'altra parte, un angolo di città o di paesaggio, visto attraverso il riquadro della finestra, sembra distaccarsi dalla realtà e acquistare una straordinaria palpazione di ideale [...]»⁵.

Un approccio *multidisciplinare*, come suggerito da Morin, sembra la via migliore verso una complessità come antitesi della frammentarietà e si pensa che proprio attraverso l'utilizzo dei nuovi *network* online sia possibile unire e creare inclusione, di fronte alle sfide quotidiane (dall'economia alle crisi migratorie), importante per una città che voglia investire nel suo capitale umano e che abbia la voglia di sfidare il futuro sapendo mettere al centro del suo processo di sviluppo il cittadino: un cittadino 2.0 che sappia orientarsi e parlare l'alfabeto digitale.

1.2. La città comunicativa: consumi, paure, schermi e migrazioni.

[...] *abbiamo perso il fiato per parlarci
ha perso la città, ha perso la comunità
abbiamo perso la voglia di aiutarci.*
(Niccolò Fabi - Ha perso la città)

Un diffuso clima di incertezza e di insicurezza coinvolge immediatamente i nostri vissuti urbani. Per vissuto qui si intende l'abitare, il lavorare e il consumare la quotidianità, il comunicare e il rapportarci agli *altri*, l'agire sociale in relazione tanto a ciò che ci rassicura quanto a ciò che inquieta.

Gli ultimi scenari drammatici di Parigi e di Bruxelles (a cui si sono già aggiunte Orlando e Istanbul e chissà cos'altro) sono solo gli ultimi, in ordine cronologico, relativi alle nuove paure che caratterizzano i nostri giorni, paure che

⁵ Ortega y Gasset, *Meditazione sulla cornice*, 1997

si amplificano e che si strumentalizzano a seconda delle situazioni mediatiche, paure che, comunque sia, influenzano il nostro modo di vivere e di rapportarci.

Se «la *paura* è sempre stata presente nelle città»⁶, quasi da sempre una componente intrinseca, la storia ne è testimone, con l'avvento degli anni 2000 si è assistito a una progressiva esposizione delle città verso nuove paure relative al rischio e alla sicurezza. Nel campo sociale queste paure assumono importanza in relazione ai problemi ecologici, al controllo e agli effetti delle nuove tecnologie, alla diffusione di malattie, ecc. A questi problemi si sono aggiunti quelli connessi alla guerra e all'uso di armi di distruzione di massa.

Appare interessante notare la differenza tra i pericoli percepiti e il pericolo reale nel grafico⁷ qui di seguito (fig. 1).

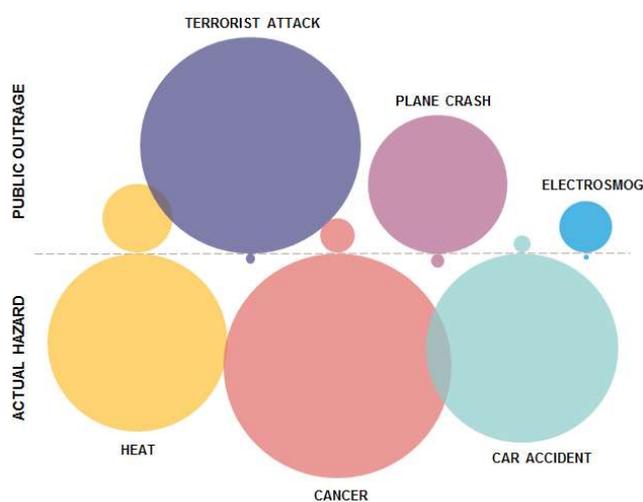


Figura 1

Nella parte superiore del grafico sono raffigurati i livelli di pericolo percepito dal campione in esame, nella parte inferiore i livelli di pericolo reale. Il grafico non necessita di ulteriori spiegazioni e come si può ben vedere le cose che sono veramente più rischiose sono quelle per le quali viene

percepito un rischio minore. È la forza dell'autoinganno che ci spinge a percepire delle cose come più pericolose rispetto ad altre e su di essa hanno un peso importante il filtro e l'incidenza che i media, vecchi e nuovi, esercitano sulle nostre vite.

I media hanno sempre esercitato una certa influenza sul pubblico, o meglio sull'opinione pubblica, la quale nelle società industriali moderne – come afferma Habermas – «tende a perdere in misura crescente il suo valore democratico, dato

⁶ Mazzette, A. (a cura di), *La città che cambia*, FrancoAngeli, Milano, 2003

⁷ Da: <https://www.gam.com/en/insights-content/anti-panic-manual-don-t-be-the-turkey/>

che sfera pubblica e privata vanno sempre più a coincidere, a causa proprio della martellante influenza dei mezzi di comunicazione»⁸.

Se già i media tradizionali (radio, giornali, cinema, televisione, ecc.) operavano una profonda influenza sulle vite dei cittadini (si veda la *teoria dell'agenda setting*⁹), quanto è indubbiamente aumentata l'influenza col passaggio al Web 2.0 e al 3.0 di oggi. E sono così mutate le nostre vite e le nostre percezioni, sempre più mediate, o addirittura costruite, da quello che vediamo ogni giorno filtrato nei social network o, in generale, su Internet: strumenti che in modo sempre maggiore vanno ad influenzare le nostre scelte di consumo e ci guidano nello spazio e nella relazione con l'altro da sé.

Viviamo in una realtà mediata, sempre più attraverso uno schermo, che fa credere anche a cose impossibili. Che sia come ricorda la Regina Rossa di Carroll per cui «basta esercitarsi per mezz'ora al giorno per arrivare a credere anche a sei cose impossibili prima di colazione»¹⁰. La realtà pare nascosta dietro un filtro, come il sole nelle giornate nuvolose, che non si vede ma è sempre presente.

Gli uomini cambiano, con lo stimolo esterno attribuito allo sviluppo tecnologico, e con loro cambiano gli ambienti. Uno sviluppo che è sì tecnologico e informatico, ma è soprattutto comunicativo. Ché la comunicazione è, da sempre, la cosa che dà forma alle società e al modo in cui esse si organizzano. Ma la comunicazione dà forma anche alle persone ed è il carattere più fondamentale e più cruciale proprio dell'*Homo sapiens* e lo stare-nella-comunicazione, il saperla gestire, il comprenderla, il potenziarla è strumento-chiave della costituzione del soggetto, della sua *formazione*.

Oggi la comunicazione è atto primario del soggetto, che è *Homo Communicans*¹¹, e del suo agire comunicativo, così come è atto primario e di definizione della città e dei suoi spazi.

⁸ Habermas, J., *Storia e critica dell'opinione pubblica*, Laterza, Roma, 2006

⁹ L'*agenda-setting* è una teoria della comunicazione che ipotizza un'influenza dei *mass media* sull'opinione pubblica in base alle scelte delle notizie c.d. "notizialibili" e allo spazio loro concesso dai mezzi di comunicazione. Il postulato principale è il *salience transfer*, il rendere una notizia più saliente rispetto alle altre, quindi la capacità dei *mass media* di trasferire argomenti da un'agenda privata ad una pubblica di maggiore interesse. (McCombs, 2002)

¹⁰ Carroll, L., *Alice attraverso lo specchio*, Rizzoli, Milano

¹¹ Ciofalo, G., Leonzi, S., *Homo Communicans. Una specie di/in evoluzione*, Armando Ed., Roma, 20133

Tutto comunica in una città, da sempre. Dagli antichi palazzi, ai monumenti storici. Dai luoghi della cultura, fino ai manifesti pubblicitari. I murales, i manifesti e le botteghe. Dal clochard che dorme coperto di giornali ai pendolari in corsa della stazione. La città comunica nella sua conformazione, comunica mediante chi la vive e chi la attraversa. Le persone rapite dalla pubblicità che si danno al consumo sfrenato e nello specchio chi si conforma all'anticonformismo. Una città è attraversata da milioni di flussi comunicativi che ne esprimono l'identità e che vanno a formare una rete comunicativa che ha, sempre più, una funzione formativa per i soggetti (soprattutto per i cittadini della specifica città).

L'affermarsi della comunicazione di massa, soprattutto con l'affermazione totale di Internet e dei social network, ha portato ad un sempre maggiore impatto della dimensione economica e di marketing all'interno dei flussi comunicativi urbani, a discapito della formazione dei soggetti. Così, sempre più, è il consumo che guida le nuove strutture, gli assetti urbani e la nuova conformazione delle città e dei nuovi cittadini.

1.3. Mutazione urbana: una nuova invasione barbarica?

«Complice una precisa innovazione tecnologica, un gruppo umano sostanzialmente allineato al modello culturale imperiale, accede a un gesto che gli era precluso, lo riporta istintivamente a una spettacolarità più immediata e a un universo linguistico moderno, e ottiene così di dargli un successo commerciale stupefacente.»¹²

Così Baricco descrive l'avvento di quelli che chiama "i barbari" e di come, questi, stiano apportando modifiche sostanziali al nostro modo di vivere (e di essere). Una mutazione tangibile, in ogni sua forma. Alla scomparsa nella noia, come nido del pensiero creativo, e con l'avvento di Internet, con tutto quello che ne consegue, si instaurano nuove forme del "fare esperienza". Il *multitasking* sta seminando, sotto la bandiera dell'efficienza, una velata superficialità: «l'abitare più zone possibili con un'attenzione abbastanza bassa è quello che evidentemente loro

¹² Baricco, A., *I barbari. Saggio sulla mutazione*, Feltrinelli, Milano, 2006, p. 43

intendono per esperienza»¹³. Spesso, nella frenesia della vita, del tran tran quotidiano, “non si ha tempo” (ormai scusa prevalente). Tempo di guardarsi intorno e all’interno, tempo di soffermare lo sguardo oltre al secondo passeggero ed effimero. Il *surfer*, navigatore impavido della superficie, si sostituisce a colui che un tempo passava, per dovere e volontà, tutta la vita nello studio e nell’approfondimento di una sola materia. Si instaura così uno sguardo di superficie, non essenzialmente come cose negativa, come cosa nuova. Un nuovo sguardo, un nuovo paradigma di questi anni dettato dalla nuova configurazione che l’ambiente mondo ha preso.

Questo nuovo sguardo sviluppato dalle nuove generazioni, i nativi digitali¹⁴, non deve far pensare ad una dissoluzione del mondo, né alla perdita totale di senso o alla svendita dell’anima. Si afferma un cambio di sguardo, un punto di vista diverso sulle cose e sul mondo intero. L’uomo da verticale diventa orizzontale.

«Pensa meno il barbaro, ma pensa più esteso»¹⁵ e vaga in cerca di *spettacolarità*, di quella forza capace di fornirgli energia vitale, una propulsione sempre maggiore che non possa consentirgli di soffermarsi troppo sulle singole cose. Cambia il suo modo di pensare e di vivere. Non abita le storie che lo circondano perché la società nel suo nuovo assetto *social*, dove la comunicazione è un rumore di fondo e dove le informazioni si affastellano le une sulle altre, non può condurre altro che all’egocentrismo e al narcisismo. Ecco che milioni di ecosistemi, gli uomini, vagano sulla terra, nelle città, sfiorandosi e regalandosi piccoli sguardi sfuggenti, ma non si vedono, o meglio, non sanno più farlo. Barricati dietro le loro muraglie, fatte di paure e insicurezze vecchie e nuove, sviluppano un nuovo adattamento all’ecosistema, l’invisibilità digitale, mentre dall’altra parte c’è una società che si arrocca oltre al confronto e che non si spinge verso le nuove generazioni ma, anzi, sembra con tutte le forze tentare di togliere voce e tentare di rinchiuderle nelle gabbie invisibili delle città dove tra vetrine e nonluoghi¹⁶ è facile perdersi sia fuori che dentro.

¹³ *Ibid.*

¹⁴ Prensky, M., *Digital Natives, Digital Immigrants*, in *On the Horizon*, Vol. 9 (5), p. 1-6;

¹⁵ Baricco, A., *op. cit.*, p. 136

¹⁶ Augé, M., *Nonluoghi. Introduzione a una antropologia della surmodernità*, Elèuthera, Milano, 2009

1.4. La città tra globalizzazione e consum(ism)o: verso l'indistinto e oltre

«In ogni società, o quasi, i nonconformisti sono di qualità probabilmente uguale e non migliore dei conformisti».
(Margaret Mead)

Lo sviluppo industriale, prima, e, in seguito, quello tecnologico-digitale hanno cambiato e continuano a modificare l'assetto delle città e il modo di vivere. Lo sviluppo industriale e quello economico hanno portato a un'espansione del mercato a livello internazionale e l'avvento della globalizzazione ha contribuito a quel processo definito spesso come "McDonaldizzazione", ovvero l'avvento delle grandi catene, dei grandi negozi e di quei luoghi che Augé ha definito come "non luoghi"¹⁷.

«Diversamente dalla tradizionale concezione antropologica che considera il luogo come uno spazio fisico legato a una precisa cultura e, quindi, in grado di consentire quelle relazioni con il prossimo grazie alle quali ciascuna forma di identità, personale o di gruppo, può costituirsi e mantenersi nel tempo»¹⁸, il non luogo è dove l'individuo è costretto a vivere in una condizione di solitudine e provvisorietà.

Ma se, come detto in precedenza, ambiente e organismo retroagiscono entrambi uno sull'altro, ecco che il non luogo crea la provvisorietà e l'uomo per fuggirne sembra affidarsi al consumo, al consumo di massa che consente di ritrovare un senso di appartenenza e di comunità nella corsa all'acquisto. La necessità di riconoscersi lo spinge verso il non luogo, dove può trovare altri come lui e sentirsi così appartenente a un qualcosa di più grande. Certamente, questi non luoghi, sono privi della storicità, essendo di origine recente, ma in essi non manca un senso di identità e di relazione: i tre elementi che caratterizzano il luogo antropologico tradizionale.

Il consumatore, il barbaro, sembra trovare nel non luogo un posto dove costruire una nuova identità, una tavola bianca priva del peso del passato dove dare forma a nuovi desideri, nuove ambizioni e nuovi sguardi sul futuro. È pertanto qui

¹⁷ *Ibid.*

¹⁸ Codeluppi, V., *Lo spettacolo della merce. I luoghi del consumo dai passages a Disney World*, Bompiani, Milano, 2000

che si manifestano oggi molte importanti forme di comunicazione tra gli individui. «Le nostre identità e le nostre esperienze sono prodotte dalla nostra esperienza di partecipazione al forum culturale del tardo capitalismo»¹⁹. Lo *shopping* si configura, dunque, come una «maniera economica di essere insieme, divertisti e godere della compagnia di una persona, ma fare allo stesso tempo i necessari acquisti»²⁰.

Nei luoghi del consumo contemporanei si sviluppano nuove forme di socialità libere da vincoli predeterminati (economici, sociali, politici o territoriali) e di nuove aggregazioni tenute insieme dalla condivisione dei segni della moda e da emozioni temporanee, ma non per questo meno solide. Non è in questi luoghi sovrappopolati che – scrive ancora Augé – «sussiste oggi qualcosa del fascino incerto dei terreni incolti, [...], di tutti i luoghi dell'incontro fortuito dove si può provare fuggevolmente la possibilità residua dell'avventura, la sensazione che c'è solo da vedere cosa succede?»²¹. La condivisione del momento presente sembra attuarsi nel non luogo, il quale, tuttavia, si rende luogo nel momento in cui va assumendo, nel corso della storia, un ruolo sempre più centrale all'interno della vita dell'uomo moderno. Il luogo che assume senso e significato in funzione dell'abbassamento della pressione sociale data dall'immersione nella massa di simili che condividono, nel qui e ora, uno solo scopo comune: il consumo.

Tuttavia è proprio con lo sviluppo del consumo di massa, e in risposta ad esso, che si sono formate controcorrenti, "subculture", movimenti che hanno saputo rompere con la tradizione e che si sono successivamente affermate come nuove mode e nuove tendenze ibridandosi con quello che già era in uso nella società. Tutto nasce dalla volontà dell'uomo che, immerso nella massa di simili, va in cerca di un qualcosa che lo faccia emergere, che lo renda diverso, unico; l'uomo che va in cerca della sua autoliberazione e autorealizzazione.

¹⁹ Codeluppi, V., *Lo spettacolo della merce. I luoghi del consumo dai passages a Disney World*, Bompiani, Milano, 2000

²⁰ Lehtonen, T., Mäenpää, P., *Shopping in the East Central Mall* in Falk, P., Campbell, C. (a cura di) *The Shopping Experience*, Sage Pub., London, 1997

²¹ Augé, M., *Nonluoghi. Introduzione a una antropologia della surmodernità*, Elèuthera, Milano, 2009

«Cercando la propria autorealizzazione, le persone si trasformano in prodotti della cultura e del consumo di massa»²² e rendono il sapere, la loro conoscenza e il loro essere, la vera merce di scambio nel mercato postmoderno. «Ognuno è rinviato a sé. E ognuno sa che questo sé è ben poco»²³; si ottiene quindi la dissoluzione, non tanto fisica, quanto della narrazione di sé e della propria identità in favore di una narrazione collettiva dove ogni identità si dissolve irrimediabilmente nell'altra e dove, ormai, non sembra più esserci spazio per l'espressione personale di sé.

Sembra proprio essere la “fine delle grandi narrazioni”²⁴ a spingere l'uomo verso la “vetrinizzazione”; ovvero verso la ricerca estrema di unicità e di quella diversità che possa distinguerlo giusto quell'attimo, prima che altri si adeguino alla nuova moda dissolvendo tutto nel mare dell'ano(ni)mia.

Le cose, così, si trasformano in *surplus*, in “supermerci”²⁵, nel superfluo necessario per navigare a vista nella complessità; esse non sono più un tatuaggio tribale, non esprimono più un'identità culturale specifica, quella ad esempio delle *subculture* che dagli anni '50 ai '90 del Novecento hanno portato alle avanguardie culturali che hanno profondamente influenzato arte, moda, musica e discipline umanistiche. Gruppi e sottogruppi erano identificati in base agli oggetti che indossavano, ai feticci che mettevano in mostra, e agli spazi urbani frequentati. Basti pensare a metropoli come Londra attraversata, anno dopo anno, dall'affacciarsi di nuove subculture giovanili che, andando a rompere con i “segni” della normalità, come “violazione simbolica dell'ordine sociale”²⁶ facevano degli oggetti dei veri e propri portatori di ideologia. Le sottoculture erano un simbolo di rottura, “rompono le nostre aspettative”, e rappresentavano una sfida simbolica a un ordine simbolico che solitamente si accompagnava da un interesse mediatico, solitamente una critica, verso l'emergere di una nuova cultura giovanile.

²² Beck, U, *Costruire la propria vita*, Il Mulino, Bologna, 1997, p. 48

²³ Lyotard, F., *La condizione postmoderna. Rapporto sul sapere*, Feltrinelli, Milano, ed. 2014, p. 32

²⁴ *Ivi*, p. 37

²⁵ “Particolari architetture collettive principalmente adibite ad attività legate all'acquisto, che contengono al loro interno migliaia di merci e hanno assorbito da queste la loro stessa natura promozionale. Le *supermerci* non esistevano prima di quel processo di progressiva industrializzazione del sociale che si è sviluppato a partire dall'Ottocento. Oggi rientrano generalmente in quelli che l'antropologo francese Marc Augé ha denominato “non luoghi.” In: Codeluppi, V., *op. cit.*

²⁶ Hebdige, D., *Sottocultura. Il fascino di uno stile innaturale*, Costa & Nolan, Genova, 2000, pp. 9 - 20

Oggi i “simboli” delle subculture giovanili vengono ripresi dall’alta moda, gli viene attribuita nuova immagine e un nuovo significato. Non più espressione di un pensiero nato “*on the road*”, non più rottura con uno schema imposto “dai grandi” o come simbolo di appartenenza a un gruppo. Ma simbolo espressivo di pseudo arte e strategie di marketing, mentre la subcultura giovanile odierna sembra essere quella che trova spazio sui *social network* dove, tra *youtuber*, *instagramers* e blogger di vario genere, tutti sono in cerca di far sentire la loro voce in mezzo al rumore assordante del sovraccarico di comunicazione e informazione. Non a caso, proprio a loro, i media e la politica rivolgono spesso quelle critiche che vanno a rafforzare il senso di appartenenza subculturale. La generazione *choosy*, i nullafacenti e perdigiorno, sono solo alcune delle parole che, dai canali mediatici tradizionali, vengono rivolte ai giovani di oggi, alle nuove generazioni, che esprimono la loro identità culturale attraverso i nuovi media non popolati, o poco popolati, dagli adulti. Questi nuovi luoghi, più che la città, sembrano essere la scelta primaria per l’espressione individuale dell’identità o per la sperimentazione della stessa.

I giovani si ritirano in quegli spazi non popolati dagli adulti, dove non sentono il loro controllo, la loro “puzza” e la loro oppressione. Sentono che qualcosa di quel mondo ancora “gli appartiene”, mentre vedono sfuggire la realtà dalle loro mani e si sentono incapaci di modificarla. Gli adolescenti “separano i contesti” per cercare di ritagliarsi uno spazio di autonomia che, evidentemente, non è più loro consentito. Paradossalmente, di nuovo, si mettono in vetrina, sui *social network*, per nascondersi dalla realtà “adulta”. E all’invasione adulta di una piattaforma digitale rispondono con la migrazione verso altri luoghi, altri spazi: ché ogni adolescenza ha i suoi spazi, da sempre. Che poi – leggendo Savage– si evince, in modo chiaro, un percorso storico di controllo sulla gioventù: da sempre interpretata come fattore critico della vita, come simbolo di rottura, come portatori del nuovo che avanza e, quindi, espressione diretta dello scorrere del tempo e della vita. Savage sostiene che persino il consumismo sia nato come strumento per il controllo, per l’imbonimento, della gioventù da parte degli adulti²⁷. Ma, alla fine, comunque, questi trovano

²⁷ Savage, J., *L’invenzione dei giovani*, Feltrinelli, Milano, 2012, pp. 462 - 487

comunque un modo per emergere: che sia nel *punk*, in una moda o in uno stile culturale. E per rompere gli schemi della realtà del loro tempo.

Tuttavia tutto si moltiplica e si pluralizza, quindi si confonde – dal *fast food* alla grande catena di negozi di abbigliamento – stiamo assistendo ad una vera e propria invasione dei nuovi spazi adibiti al consumo veloce e in serie. Accanto a ciò si registrano, sempre più spesso, le chiusure dei c.d. “luoghi della cultura” o dei luoghi storici delle città, quelli che ne hanno profondamente segnato l’identità.

Si sostituiscono storici cinema con delle *steakhouse* internazionali, delle librerie con catene di ristoranti, altre librerie si trasformano in caffè²⁸ dove i libri sono giusto il contorno per la nuova “intelligenza” cittadina o per turisti che sono, a tutti gli effetti, i veri protagonisti delle città, quelli per cui vengono ridisegnati luoghi cittadini. E se non si trasformano in luoghi di consumo enogastronomico, ecco che ci pensa l’abbigliamento o la tecnologia.

Se le città, nel corso della storia, sono diventate «sempre meno definibili nello spazio, e gli individui, con la dilatazione del proprio orizzonte, hanno visto andare in crisi le categorie percettive relative allo spazio»²⁹ adesso al centro di quelle città, il loro punto nodale, non sembrano essere più i cittadini, né lo sviluppo umano, bensì il consumo massificato e i luoghi ad esso adibiti. Luoghi pensati per la massa intesa nel senso che ne dà Blumer come «composizione eterogenea di individui anonimi tra i quali c’è interazione ma poca organizzazione»³⁰ che sembra trovare la sua ideale collocazione proprio nei nuovi luoghi, o non luoghi, ideati e costruiti in mera funzione consumistica. Le città sembrano trasformarsi in centri commerciali a cielo aperto, mentre va perdendosi il senso identitario, che pare permanere esclusivamente in rare occasioni sportive, in vista di quella che dovrebbe essere una “cittadinanza globale” ma che sembra sempre più conformarsi nell’indistinguibilità dei luoghi, *in primis*, e delle persone, poi.

²⁸ I tre esempi sono presi dalla città di Firenze dove lo storico Cinema Gambrinus è stato trasformato in un Hard Rock Cafè, la Libreria Edison in una RED, ovvero una catena di distribuzione Feltrinelli dove si possono acquistare libri ma è soprattutto un caffè; la storica Libreria Martelli (già Libreria Mazzocco) è stata sostituita da Eataly.

²⁹ *Ivi.* p. 25

³⁰ Gagliardi Carlo, *Blumer Herbert*, in Franco LEVER - Pier Cesare RIVOLTELLA - Adriano ZANACCHI (edd.), *La comunicazione. Dizionario di scienze e tecniche*, www.lacomunicazione.it (14/04/2016).

Allo stesso tempo mentre lo spazio fisico della città, nei suoi limiti strutturali, non ha più consentito un'espansione consumistica, il non luogo derivato dal passaggio dal negozio singolo alla grande concentrazione di insiemi di negozi (gallerie commerciali, grandi magazzini, centri commerciali, ecc.) ha portato a una migrazione dal centro verso le periferie urbane.

E verso le periferie sono migrati e continuano a migrare gli spazi per la fruizione culturale. Il concetto di base rimane quello della grande aggregazione, dal multisala al grande negozio in stile FNAC³¹, per necessità di dover accontentare tutti i tipi di pubblico, o meglio, di massa nel senso sopra descritto.

Dopo una delocalizzazione mondiale che ha portato la produzione in serie verso paesi dove si può produrre a costi più contenuti, stiamo assistendo ad una delocalizzazione interna che dal centro storico sposta gli abitanti verso le periferie per consumare quegli stessi prodotti. La cultura delle e nelle città sembra subire un processo di "*gentrification*"³² che la sposta sempre più verso il margine e verso la massificazione: la parola d'ordine è massificare e, infine, tingere tutto dei colori dell'indistinto.

I luoghi storici della cultura urbana vengono ridisegnati in base alle nuove esigenze, più presunte che altro, dei cittadini. Ridisegnando gli spazi, tuttavia, si ridisegnano anche gli abitanti che cambiano il loro sguardo sul mondo. Come si è detto ambiente ed essere si definiscono reciprocamente interagendo tra loro e vivere in un ambiente X rispetto ad un ambiente Y porta alla formazione di due esseri che potranno essere molto diversi tra loro. Sostituire librerie con negozi di informatica fa delle nostre vite la mela di Turing da voler mordere³³. Eppure, le due realtà,

³¹ La storia della FNAC è emblematica poiché la società inizialmente costituita come associazione di negozi specializzati, soprattutto nel campo della fotografia e di attrezzature audio, si è nel tempo trasformata in una catena di grandi magazzini (170 punti vendita nel mondo) ed ha ampliato il suo settore di mercato dal modello originale fino alla vendita di prodotti di tipo culturale (libri, musica, film, ecc.). Da notare anche che la società, pur continuando ad operare in tutto il mondo, nel 2014 ha abbandonato l'Italia con la chiusura dell'ultimo punto vendita di Milano.

³² Il termine è stato introdotto in sociologia da Ruth Glass (1964) per descrivere i cambiamenti fisici e sociali di un quartiere di Londra che sono seguito all'insediamento di un nuovo gruppo sociale di classe media. Questi cambiamenti si verificano nelle periferie urbane, ma soprattutto nei centri storici e nei quartieri centrali, nelle zone con un certo degrado da un punto di vista edilizio e con costi abitativi bassi. Nel momento in cui queste zone vengono sottoposte a restauro e miglioramento urbano, tendono a far affluire su di loro nuovi abitanti ad alto reddito e ad espellere i vecchi abitanti a basso reddito, i quali non possono più permettersi di risiedervi.

³³ Il riferimento è al simbolo della Apple - la famosa mela - che trae spunto dalla storia di Alan Turing. Steve Jobs era infatti un grande fan del matematico inglese e così, dovendo scegliere il logo

potrebbero benissimo convivere in armonia. Sembra che manchi, soprattutto, un sapere e un volere investire sul capitale umano e sulle risorse umane che, come nelle aziende, anche nelle città possono e devono contribuire allo sviluppo e alla crescita dell'ambiente cittadino.

1.4.1. Qualcosa sta cambiando?

*«But everybody's changing and
I don't feel the same»*
(Keane - Everybody's Changing)

Il cambiamento, tuttavia, non può solo spaventare, non può essere solo contrastato con odio e disprezzo. Non possiamo continuare a criticare le nuove generazioni per il loro “nuovo” modo di vivere, per il loro “nuovo” modo di fare esperienza sul e nel mondo. L'esperienza diviene maggiormente mediata, o virtuale o aumentata, grazie alle nuove tecnologie, tuttavia rimane l'assunto di base e il senso *deweyano* di come «ogni esperienza influenza in bene o in male le attitudini che aiutano a decidere della qualità delle esperienze che seguiranno»³⁴.

Diviene importante creare opportunità e luoghi che sappiano essere da stimolo. Con l'avvento dei nuovi media, delle nuove tecnologie e con l'influsso che esse hanno, in modo sempre maggiore, sulle nostre vite e sulla nostra mente c'è da aprirsi verso una mediazione e ad un immancabile conflitto (che come la storia ci insegna sorge all'affacciarsi di un nuovo paradigma storico³⁵). Non è possibile cancellare il passato, così come diviene difficoltoso arrestare l'avanzare di un presente che si fa sempre più rapido e che più repentinamente cambia assetto, e tutto

della sua azienda, fece riferimento al morso dato da Turing ad una mela avvelenata per compiere atto di suicidio.

³⁴ Dewey, J., *Esperienza e educazione*, Cortina Raffaello, Milano, 2014, p. 23

³⁵ Paradigma è qui inteso nel senso che ne dà l'economista Kondratiev, concetto ripreso poi nel modello di Shumpeter-Freeman-Perez. Secondo questo modello i c.d. paradigmi sono delle importanti innovazioni tecnologiche che portano alla ridefinizione del mondo circostante e danno l'avvio a nuovi periodi storici, detti onde, della durata di 60/70 anni c.ca. Secondo questo modello vengono identificati, dalla rivoluzione industriale (avvento del capitalismo) fino ai giorni nostri, cinque onde e una sesta in corso: 1. Rivoluzione industriale (1771); 2. Età del vapore e delle ferrovie (1829); 3. Età dell'acciaio, dell'elettricità e dell'ingegneria pesante (1875); 4. Età del petrolio, dell'automobile e della produzione di massa (1908); 5. Età dell'informatica e delle telecomunicazioni (1971). Secondo questo modello ci troviamo esattamente alla fine della quinta onda e in un periodo che gli studiosi collocano tra il 2015 e il 2020 avverrà l'affermarsi del nuovo paradigma tecnico o tecnico-scientifico che segnerà l'avvio della sesta onda.

quello che si può tentare è l'immaginare e il progettare un futuro e un nuovo modo di essere.

La battaglia contro i nuovi modi di vivere, contro il consumismo e contro i *new media* «è una battaglia sensata, me ne rendo conto. Ma nel momento in cui ti accorgi di averla persa, rimane sensato continuare a combatterla?»³⁶. Pare poco sensato continuare a combattere contro lo sviluppo tecnologico, dobbiamo considerare che questo sviluppo ci sta modificando e modificherà ancora non solo il nostro ambiente, ma anche noi stessi e, soprattutto, quelli che saranno i cittadini di domani. Fare della nostalgia un modo di essere è poco utile, ché poi, infine, tutti utilizzano questi nuovi strumenti: da *Facebook* a *Whatsapp*, dallo *smartphone* al *tablet*, dalle *App*, motori di ricerca e tantissimo altro. La nostra vita è fatta di tecnologia digitale, la nostra vita è in gran parte mediata. Questo, tuttavia, non deve spaventarci e, anzi, può aiutare nel combattere vecchie e nuove paure. Queste 'interfacce urbane' rappresentano il modo in cui la città interagisce con i cittadini.

La comunicazione può essere finalizzata a fornire informazioni "di servizio" (es. traffico, emergenze, etc.) oppure essere utilizzata per fini commerciali. L'architettura della città, nel senso originale del termine, non resta immune alla contaminazione di queste nuove tecnologie e le città diventano sempre più interattive e comunicative: «il cittadino chiede e la città interagisce con lui»³⁷.

Si pensa appunto che proprio la tecnologia e, fra tutte, le ICT (*Information and Communication Technology*) possano essere l'utile strumento per tornare a un vivere che sia qualitativamente migliore. Che queste possano garantire un ritorno alla comunità e – passando proprio dal digitale – rendere la città intelligente unitamente a chi la abita.

Non solo i siti web delle città che iniziano a rendersi strumenti attrattivi – sia a livello grafico che a livello di utilità – o le *app* da usare in contesto urbano (es. per il trasporto pubblico), ma anche strumenti *bottom up* di infografica urbana.

Pagine *social* di dimensione urbana, *blog* informativi e molto altro vanno costituendosi come vie alternative alle classiche guide, come nuova voce che possa guidare, peraltro, anche verso luoghi fuori dal classico interesse e verso quelle

³⁶ Baricco, A., *op. cit.*, p. 148

³⁷ Dall'Ò, G., *Smart City. La rivoluzione intelligente delle città*, Il Mulino, Bologna, 2014

dimensioni dove si respira la vera identità della città. Proprio attraverso i nuovi canali di comunicazione alcuni luoghi ritrovano una certa attenzione attraverso la cassa di risonanza del web, dei *social network*, e il *social media marketing* va configurandosi come essenziale anche a livello urbano e culturale.

I *social* che non devono essere solo distruttori di mente e di contenuti – come molti pensano – ma, anzi, vetrine importanti per scoprire la realtà e per costruire una rete sociale con anche una funzione di *infotainment*.

Il digitale è un processo in corso e in corso è l'adattamento ad esso. Le logiche *smart* possono, come tutte le tecnologie, essere attivate in nome di una mera strumentalità, ma essendo per loro stessa natura diffuse e inclusive e potenzialmente “trasparenti”, possono interagire coi sistemi di controllo sia rafforzandoli, sia disgregandoli. «Rimane il fatto che le logiche *smart* mettono in essere relazioni tra i fenomeni e quindi anche tra i soggetti sociali»³⁸ e così dovrebbero mettere in relazione sapere tradizionale e sapere digitale, l'artigianale con le nuove tecnologie come opportunità “trasformativa”.

Sono *smart* i nuovi sistemi di smaterializzazione dei prodotti che implicano, come diretta conseguenza, un nuovo uso, non più proprietà ma *sharing* e condivisione. Questo, seguendo quanto già detto in precedenza sui domini conoscitivi e sull'influenza di essi sulla formazione del soggetto, portano a un soggetto potenzialmente disaffezionato dal possesso materiale: appunto il passaggio all'economia e al mercato della conoscenza.

Una nuova fruizione della cultura, di quel dominio d'apprendimento socio-culturale che, tuttavia, nelle logiche *smart* trova nuova importanza al valore comunitario, dove si disperde il conflitto tra artigianato e industria, tra passato e futuro e dove, anzi, questi elementi ritornano come valore aggiunto, come distinzione nell'indistinto, per creare l'innovazione perduta: «mettere assieme, senza conflitti, il nuovissimo mondo digitale con l'antico mondo delle qualità differenti che storia e cultura possono offrire»³⁹, andare a riprendere i saperi e la cultura «non per nostalgia del passato, ma per coniugarli con la globalizzazione e la sua logica: il digitale»⁴⁰.

³⁸ Bonomi, A., Masiero, R., *Dalla smart city alla smart land*, Marsilio, Venezia, 2014, p. 126

³⁹ *Ivi*, p. 142

⁴⁰ *Ibid.*

1.5. La città digitale

«Una città non è disegnata, semplicemente si fa da sola.
Basta ascoltarla, perché la città è il riflesso di tante storie».
(Renzo Piano)

All'affermarsi di un nuovo paradigma cambia l'ambiente circostante, cambiano i mercati e la produzione, cambia il modo di pensare al mondo e il modo di fruire le cose, cambiano le mode e gli stili musicali: cambia quindi, essenzialmente, l'esperienza. E cambia il modo di pensarla. È indubbiamente osservabile come, con una rapidità sorprendente, le ICT e i sistemi mediali (*social media* e, soprattutto, *social network*) abbiano nel giro di qualche decennio cambiato radicalmente il nostro modo di fare esperienze e non solo quello.

L'affermazione su larga scala dei *social network*, solitamente collocata intorno al 2006⁴¹, ha cambiato drasticamente il nostro modo di vivere e di rapportarci agli altri ed ha cambiato il modo di pensare la città e i suoi spazi con effetti negativi e positivi.

L'essere umano si è accorto, improvvisamente, che avrebbe potuto sfruttare la tecnologia a vantaggio della sua nuova vita, a vantaggio della conformazione che la modernità stava prendendo e rimodellare l'ambiente circostante mediante l'uso dei nuovi media.

Ecco così che milioni di persone, di cittadini, sono migrati verso il mondo digitale chi con già delle conoscenze pregresse o delle bussole per orientarsi e altri alla cieca, un salto nel buio nella rete. Chi era stato, fino ad ora, cittadino del mondo reale educato fin da piccolo ad essere responsabile, educato al rispetto del diritto e alla tutela degli altri, educato alle regole, educato dall'esperienza di una realtà democratica, avrebbe dovuto imparare nuovamente tutto da capo.

La città digitale nasce sotto la spinta dell'avvento di questi nuovi strumenti per far sì che la popolazione possa essere sempre informata, connessa e collegata alla rete. Una rete, quella di Internet, che dovrebbe così trasformarsi in rete sociale e in veicolo principale di informazioni.

⁴¹ Il 2006 è l'anno in cui Facebook varca i confini statunitensi ed allarga il suo campo a tutto il mondo (o quasi). Del 2006 è anche lo sviluppo di Twitter. Entrambi, sono ad oggi, due dei social network più utilizzati (dati Censis: [Http://www.censis.it/7?shadow_comunicato_stampa=121042](http://www.censis.it/7?shadow_comunicato_stampa=121042))

La *digital city* è «la città connessa in rete con sistemi sia *wired* che *wireless*, digitalizzata, che è dotata di piattaforme tecnologiche basate sull'ICT e su Internet, grazie alle quali è possibile elaborare enormi quantità di dati ed informazioni collegando così la dimensione urbana (tangibile) con la dimensione virtuale (intangibile) e i diversi attori coinvolti. In questo modo si promuove la condivisione dei dati (open data) e contemporaneamente lo sviluppo di strumenti di *e-democracy* che favoriscano la comunicazione e il coinvolgimento attivo dei cittadini. Le componenti su cui si basa la città digitale sono pertanto l'*hardware*, il *software*, le ICT, le attività ed i servizi informatici e il *wetware*»⁴².

Una città tecnologica, una città che diventa un computer a cielo aperto, un luogo che tenta di sfruttare le nuove tecnologie per rendere migliore la vita dei suoi abitanti o anche solo di chi passa. Ci si è accorti, così, che era possibile sfruttare lo sviluppo tecnologico nel campo delle ICT per far sì che le città potessero tornare a essere luoghi vitali ed efficienti. Soprattutto si è pensato che le nuove tecnologie potessero essere sfruttate dall'uomo non solo per il divertimento o la mera alienazione, ma anche per poter migliorare i servizi offerti e per migliorare la conoscenza del territorio stesso, delle opportunità offerte o di quelle che potenzialmente potrebbe offrire.

Carlo Ratti – direttore del *MIT Senseable City Lab*⁴³ di Boston – spiega che è «come se il mondo digitale e quello fisico – bit e atomi – stessero convergendo, con noi nel mezzo. Oppure, se volete, potete immaginare che ogni atomo esterno, nell'ambiente costruito, stia diventando un sensore (*sensing*), sia un attuatore (*actuating*)»⁴⁴.

Il *sensing* è associato alla capacità di raccogliere informazioni, cosa che avviene ogni volta che navighiamo in rete, parallelamente all'*actuating*, ovvero un'attuazione di una risposta in base a queste informazioni.

«Non è nient'altro che quello che fa ogni sistema dinamico, ogni organismo vivente: quando ci incontriamo iniziamo con il *sensing* – ci guardiamo, ci

⁴² CTI Liguria (a cura di), *La città digitale. Sistema nervoso della smart city*, FrancoAngeli, Milano, 2014;

Wetware: il termine *wetware* è utilizzato per descrivere l'interazione tra cervello umano e il *software*

⁴³ <http://senseable.mit.edu>

⁴⁴ Ratti, C., *Smart City. Smart citizen*, EGEA, Milano, 2013, PDF ebook

tocchiamo, raccogliamo informazioni gli uni dagli altri – e poi reagiamo a queste informazioni. [...] Oggi, per la prima volta, le nostre città stanno iniziando a funzionare in modo simile»⁴⁵.

Stiamo quindi riflettendo sulle possibilità che le nuove tecnologie, i nuovi media e i nuovi *network* possono offrirci per la costruzione di un futuro teso al miglioramento della qualità della vita nelle città.

La città digitale dovrebbe configurarsi come quel luogo globale che mediante una riproduzione, o rappresentazione, *web-based* di una serie di aspetti o funzione specifiche di una città reale, riesca a diventare un luogo inclusivo e aperto anche ai non esperti. Dovrebbe anche essere il risultato di una ‘spinta tecnologica’, verso la quale numerosi studiosi muovono critiche in senso di “perdita di capitale sociale⁴⁶”. Difatti maggiore diventa il successo e l’efficienza della città digitale, più alto diviene il rischio che le pratiche base e gli aspetti sociali della vita urbana possano migrare dallo *space* al *cyberspace*, dove saranno sicuramente fuori dalla possibilità di molti.

Soprattutto è necessario pensare che una città digitale comporterà un vivere digitale, quindi un educarsi e formarsi, non solo ‘verso’, ma immersi dentro un nuovo mondo. Una nuova cittadinanza, a seguito della migrazione digitale, porterà a nuovi modelli di *governance* e di partecipazione. Nuovi spazi per il commercio, per il consumo e quindi per l’espressione di sé che da sempre è legata al modo in cui ci muoviamo nello spazio, o meglio in un luogo, che è dove mettiamo in pratica la nostra esperienza, e agli oggetti con cui diamo espressione di noi stessi.

Soprattutto una nuova fisicità, che la città digitale non è solo quella delle connessioni fisiche e delle componenti elettroniche, meccaniche, ecc. necessarie alla sua digitalizzazione. Questo potrebbe essere considerata la necessaria parte *hardware* del sistema per cui le ICT svolgono, e sempre più lo faranno, un ruolo centrale all’interno del sistema urbano, il quale, nel momento presente, ha l’interconnessione dei vari sistemi in rete come requisito fondamentale di sistema.

⁴⁵ Ratti, C., *op. cit.*, PDFebook

⁴⁶ Capitale sociale inteso nel senso che ne dà la sociologia e, nello specifico, nella definizione che dà Bourdieu come «la somma delle risorse, materiali o meno, che ciascun individuo o gruppo sociale ottiene grazie alla partecipazione a una rete di relazioni interpersonali basate su principi di reciprocità e mutuo riconoscimento»

Tuttavia «è il *software* che comanda, che agisce sul mondo esterno e sulle macchine, le quali esistono solo in funzione del *software*»⁴⁷.

L'altra faccia della città digitale – per riprendere il paragrafo precedente – è quella che si è venuta a creare dopo la migrazione sul web. Quando Internet era un quartiere ancora poco abitato, prima del sovraffollamento. Eppure, oggi, abbiamo una proiezione del nostro sé nella rete che va abitare il mondo digitale. Si muove con noi, come la nostra ombra, eppure sembra avere vita propria. Ma la città digitale è abitata e vissuta anche dal commercio che ha ritrovato nuova spinta nell'abbattimento dei muri fisici del negozio, dell'attività commerciale, andando a costruirsi delle pareti invisibili e facilmente attraversabili da chiunque, nella sua navigazione, si imbatte in esso. Ecco che, dunque, la città digitale non ha confini, forse neanche limiti spaziali. È appunto un luogo globale, meglio espresso col termine inglese *comprehensive*, che dà anche un senso di inclusione e aggregazione (inteso anche come abbattimento delle barriere architettoniche).

Proprio da questo parte la nuova sfida per riposizionare il cittadino al centro della città; della città il cui obiettivo è raggiungere una migliore qualità della vita grazie all'ausilio delle nuove tecnologie. L'utilizzo delle nuove tecnologie digitali e di quelle *mobile* nelle città sta diventando un aspetto sempre più centrale del modo di vivere quotidiano e questo ha un forte impatto nella dimensione formativa di tipo informale del cittadino che può trarre, proprio dalle tecnologie, un miglioramento della Qualità della Vita (QdV) nello spazio urbano, e dell'ambiente in sé, nonché vantaggi nella partecipazione ai processi decisionali. La tecnologia non sarà solo più subita dall'uomo come elemento di incidenza sul sistema, ma si andrà verso un'interazione *sensitive* con essa; questa permetterà alla città di elaborare dati relativi ai cittadini e ai cittadini di poter leggere, in ogni momento, ogni nuova riga della storia del luogo di cui stanno contribuendo, si spera, a creare senso e identità.

Le città saranno simili a computer a cielo aperto e dovranno raccogliere e gestire enormi quantità di dati, proprio come ogni elaboratore, per saper dare risposte sempre più efficaci ed efficienti in merito alle condizioni e alla qualità della vita all'interno dell'ambiente urbano. L'utilizzo delle nuove tecnologie, soprattutto di quelle *mobile* che sono in grande crescita (oltre il 54% dei cittadini possedeva

⁴⁷ Calvino, I, *Lezioni Americane*, Mondadori, Milano

uno *smartphone* nel 2014)⁴⁸ e, sempre più, vanno configurandosi di maggiore efficacia. La diffusione delle “applicazioni *mobile*” ha visto, secondo uno studio Google, nel 2015 una media di 36 app possedute su ogni *smartphone*, di cui 26 usate quotidianamente, ch  ormai esiste un “app per tutto”. Naturalmente il 68% delle app maggiormente scaricate e utilizzate sono quelle relative ai *social network*⁴⁹.

Si diceva – appunto – che esiste un’App per tutto ed   proprio cos : dall’*home banking*, all’*e-commerce* che consente sia di fare regolari acquisti (dall’abbigliamento ai libri, ecc.) sia di fare la spesa del supermercato e farsela portare a casa. Nella citt  di Boston, dal 2011, esiste un’App che consente di segnalare all’amministrazione della citt  le varie riparazioni stradali da dover effettuare in giro per la citt  e che ha apportato un evidente miglioramento al sistema delle infrastrutture stradali della citt  nonch  una riduzione degli incidenti legati a quel problema⁵⁰.

C’  una tecnologia, quindi, che viene sfruttata dai cittadini per il bene comune del luogo in cui abitano e che consente alle amministrazioni di avere un monitoraggio continuo e diretto sugli eventuali problemi che possono insorgere. Le nuove tecnologie e i nuovi media consentono di far sentire, continuamente e incessantemente, la propria voce, spesso invano ch  nessuno ascolta. Mettere, dunque, in contatto diretto cittadini e istituzioni in comunicazione tramite l’utilizzo del digitale sembra una strada da tenere ben presente nel voler riavvicinare la politica alla dimensione umana da cui, troppo spesso, sembra essere distante. Le amministrazioni, nei loro grigi palazzi, sembrano spesso mondi a parte e i cittadini sono sembrati sempre l’ultima ruota del carro della citt , o comunque una voce da ascoltare solo finch  fa comodo. Rimettere al centro il cittadino e farlo tramite l’artificiale, ma ormai naturale, evoluzione delle strumentazioni utilizzate   la vera mossa delle nuove citt  che vanno configurandosi come “intelligenti”, o meglio *smart*, che lo siano veramente, poi,   ancora da vedere, ma gi  il solo provarci sembra essere un fattore di merito.

⁴⁸ Istat, *Cittadini e Nuove Tecnologie*, 2014, in: www.istat.it

⁴⁹ thinkwithGoogle, *Mobile App Marketing Insight: How Consumers Really Find and Use Your Apps*, 2015, in: <https://think.storage.googleapis.com/docs/mobile-app-marketing-insights.pdf>

⁵⁰ <http://www.cityofboston.gov/DoIT/apps/streetbump.asp>

«Negli ultimi dieci-venti anni quello che abbiamo fatto – quello che ha fatto Google per esempio – è stato passare dal mondo fisico al mondo digitale. Oggi per la prima volta possiamo fare il passo opposto, passare dal mondo digitale, dal potere di auto-organizzazione delle reti, al mondo fisico»⁵¹.

1.6. *Digital citizen: tra alfabetizzazione digitale e digital divide*

*«Il mondo si può guardare a altezza d'uomo,
ma anche dall'alto di una nuvola (con gli aeroplani è più facile).
Nella realtà si può entrare dalla porta principale
o infilarvisi – è più divertente – da un finestrino.»
(Gianni Rodari – Grammatica della Fantasia)*

Nel passaggio da un mondo all'altro, da fisico al digitale, va sottolineata la grande influenza che quest'ultimo, il mondo digitale, esercita sul nostro vivere quotidiano. Il passaggio al digitale è ben lontano dalla teorizzazione dell'*Internet of Everything*⁵², ovvero dall'interconnessione globale di tutte le cose: uomini e oggetti.

Si parla, infatti, sempre più spesso di quel fenomeno che, ancora oggi, tiene lontane milioni di persone dalla connessione ad Internet e da tutti quei servizi che la Rete potenzialmente offre: il *digital divide* (o divario digitale).

I dati attuali (2015) mostrano un divario digitale interno, nel nostro paese, pari al 3,1% della popolazione⁵³ per la banda larga; se consideriamo la banda ultra larga, invece, il divario si allarga al 77,7% e considera tutta la popolazione esclusa dall'accesso di questo servizio. Il divario digitale va poi considerato tendendo presenti altri parametri: ad. es. sesso, età, posizione economica, nazionalità, etc. Così troveremo un divario digitale più ampio nel sud Italia rispetto al nord e allo stesso modo un divario più ampio tra il sesso femminile che non tra quello maschile.

L'appartenenza generazionale, tuttavia, rappresenta ancora il fattore più importante di questo fenomeno e qui sta la suddivisione tra “nativi digitali” ed

⁵¹ Ratti, C., *op. cit.*, PDFebook

⁵² L'*IoE* è la teorizzazione secondo cui, nel futuro, la connessione a Internet non sarà ristretta ai soli dispositivi informativi (es. computer, laptop, ecc.), ma, questa, sarà estesa al tutto che, acquistando intelligenza (*smartness*) consentirà un'interazione tra i dati prodotti da tutte le componenti globali che saranno capaci di comunicare e interagire tra loro (in: <https://www.techopedia.com/definition/30121/internet-of-everything-ioe>)

⁵³ Dati Infratel (MiSE) in: http://www.sostariffe.it/news/wp-content/uploads/2015/05/2015-05-27-2-Banda-Larga-e-Ultra-Larga-Italia_SosTariffe.it_maggio2015.pdf

“immigrati digitali” operata da Prensky, ovvero di come l’essere nati un dato periodo storico comporti, essenzialmente, una maggiore semplicità nell’uso dei nuovi strumenti digitali rispetto a chi deve ‘migrare’ verso di essi⁵⁴.

Oltre a questo *digital divide*, che potrebbe essere definito, ‘interno’ poiché si sviluppa e dipende da fattori socioeconomici interni ai diversi stati. Ne esiste anche uno ‘esterno’, o globale, che si sviluppa cioè tra i diversi paesi e che riguarda, soprattutto, i paesi in via di sviluppo dove larghe fasce della popolazione non sono in grado di accedere alle tecnologie. L’OCSE lo definisce come il gap tra individui, organizzazioni, aziende e aree geografiche a differenti livelli socio-economici in relazione sia alle loro opportunità di accesso alle ICT sia al loro uso di Internet per un’ampia varietà di attività.

«La nozione di *digital divide* si è, nel corso del tempo, ampliata fino a includere anche e soprattutto elementi che riguardano direttamente i benefici che chi accede alla Rete da essa riesce a trarne»⁵⁵ e per comprendere la profondità del problema appare necessario assumere uno sguardo multidimensionale al problema, interpretandolo come un continuum che corre dal polo del non accesso a quello di un uso consapevole e ricco della rete, e abbandonare l’*ipotesi della normalizzazione* – secondo cui il problema del *digital divide* si risolverà “naturalmente” attraverso la progressiva diffusione delle tecnologie e la conseguente normalizzazione – dato che è possibile, ad oggi, dimostrare che la diffusione di Internet non verrà a stabilizzarsi in maniera “spontanea”, ma, al contrario, il divario digitale si combinerà sempre più con altre forme di divario sociale secondo l’*ipotesi della stratificazione* – ovvero «il divario in termini di accesso va ad inserirsi in una struttura sociale già polarizzata [...], accentuando così disuguaglianze preesistenti»⁵⁶.

Un punto cardine della *smart city* dovrebbe essere proprio quello di abbattere il *digital divide* e, con esso, l’esclusione sociale. In tutto il mondo, in molte forme differenti, i servizi digitali si stanno consolidando come parte integrante della quotidianità. Per questo, proprio mentre questi servizi diventano parte integrante

⁵⁴ Prensky, M., *op. cit.*, p. 5

⁵⁵ Ranieri, M., *Formazione e cyberspazio: divari e opportunità nel mondo della rete*, ETS, Pisa, 2006

⁵⁶ Sartori, L., *Il divario digitale*, Il Mulino, Bologna, 2006, p. 32

dei nostri contesti (urbani) giornalieri si porre una particolare attenzione a tutte quelle persone che restano escluse o che non hanno accesso né competenze per utilizzarli. L'educazione, combinata con l'offerta di valide alternative per l'accesso al servizio pubblico, dovrebbe essere la priorità per garantire che nessuno possa essere escluso dall'accesso e per far ottenere a tutti le competenze necessarie alla partecipazione. Per far sì che tutte le persone del contesto siano *smart*, ovvero garantire lo sviluppo umano in parallelo a quello tecnologico e, allo stesso tempo, garantire una migliore via d'accesso a quei servizi pubblici che troppo spesso, all'interno dei territori, per mancanza di conoscenza e altro, restano del tutto inutilizzati.

Il recente D.Lgs. n.33/2016 – approvato in attuazione della Direttiva 2014/61/UE – ha stabilito l'abbattimento dei “costi per l'installazione di reti di comunicazione elettronica” cosa che, si spera, andrà ad abbattere il divario digitale del nostro paese. L'Unione Europea, difatti, già nel 2014 aveva stabilito la centralità che la dimensione digitale andava assumendo (soprattutto in riferimento all'economia) ed aveva inserito nell'Agenda Digitale – come obiettivo “2020” – l'ampiamento della banda larga ad alta velocità, con connessioni molto più veloci, e il raggiungimento del 50% delle famiglie europee.

Accanto all'effettiva possibilità d'accesso ai servizi di Rete e all'utilizzo delle ICT va considerato, poi, il livello di alfabetizzazione digitale intesa come mancanza di competenze digitali e quindi incapacità di «*saper utilizzare con dimestichezza e spirito critico le tecnologie di informazione e comunicazione (ICT) per il lavoro, il tempo libero e la comunicazione [e] per reperire, valutare, conservare, produrre, presentare e scambiare informazioni nonché per comunicare e partecipare a reti collaborative tramite Internet*»⁵⁷. Questa non va confusa con l'analfabetismo informatico, ovvero l'incapacità di utilizzare un dispositivo (*smartphone*, computer, etc.) e operare mediante esso, nonché la non conoscenza della terminologia relativa al settore.

⁵⁷ Unione Europea, *Raccomandazione del Parlamento Europeo e del Consiglio relativa a competenze chiave per l'apprendimento permanente*, (2006/962/CE)

L'alfabetizzazione digitale dei cittadini è volta all'acquisizione delle competenze digitali di base necessarie per una piena cittadinanza digitale e rappresenta un passaggio fondamentale all'interno dei progetti *smart city* oltre ad essere una componente fondamentale per preparare la stessa cittadinanza alle sfide del futuro e per spingere verso l'inclusione (e l'*e-inclusion*).

Cittadinanza digitale può essere definita come quell'insieme di «norme e comportamenti con particolare riguardo all'uso della tecnologia»⁵⁸ e al comportamento in ambito digitale. Per comprendere la complessità del concetto di cittadinanza digitale e i problemi a riguardo dell'uso, abuso e misuse delle nuove tecnologie sono state individuate “nove aree di comportamento”⁵⁹ che vanno a costituire la *digital citizenship*:

1. *Etiquette*: standard digitale di condotta e di procedura (*Netiquette*);
2. *Communication*: scambio digitale di informazioni;
3. *Education*: il processo di insegnare e imparare attraverso la tecnologia e il suo utilizzo;
4. *Access*: la piena partecipazione digitale alla società;
5. *Commerce*: la vendita e l'acquisto di beni attraverso strumenti digitali;
6. *Responsibility*: responsabilità digitale per azioni e gesti;
7. *Rights*: tutte quelle libertà che si estendono a tutti anche nel mondo digitale;
8. *Safety*: il benessere psicofisico all'interno di un mondo digitale e tecnologico;
9. *Security (self-protection)*: precauzioni digitali per garantire la sicurezza.

Cittadinanza digitale che, anche a livello Europeo, sta assumendo una notevole importanza, sempre in vista degli obiettivi di Eu2020, soprattutto considerando che il 40% della popolazione europea ha un livello insufficiente di *digital skill* (del quale il 22% non ne ha nessuna): questi sono soprattutto cittadini anziani, i giovani sottoeducati, le famiglie con problemi economici e migranti. Spesso non si crede che si comprenda fino a fondo l'importanza, nel mondo attuale, delle competenze digitali e tecnologiche a fini economico-occupazionali e non solo.

⁵⁸ Ribble, M., Bailey, G., Ross, T., *Digital Citizenship. Address Appropriate Technology Behavior, Learning & Leading with Technology*, 2004, vol. 32, n. 1, [http:// www.iste.org/LL/](http://www.iste.org/LL/)

⁵⁹ *Ibid.*

In questa strada, appunto, la Commissione Europea ha sviluppato la *European Digital Competence Framework for Citizen (DigComp)*.

La *DigComp* ha identificato 21 competenze in 5 aree chiave (fig. 3), andando a descrivere cosa significa essere “esperti digitali”. «Le persone hanno bisogno di competenze in queste aree in relazione al raggiungimento dei traguardi relativi al lavoro, occupazione, apprendimento, tempo libero e partecipazione nella società»⁶⁰ al fine di essere digitalmente alfabetizzati e quindi, proprio per lo stesso principio che avvolge le parole, poter essere “generatori” e partecipi al processo di creazione di conoscenza e, quindi, di un processo formativo esteso nel corso di tutta la vita.

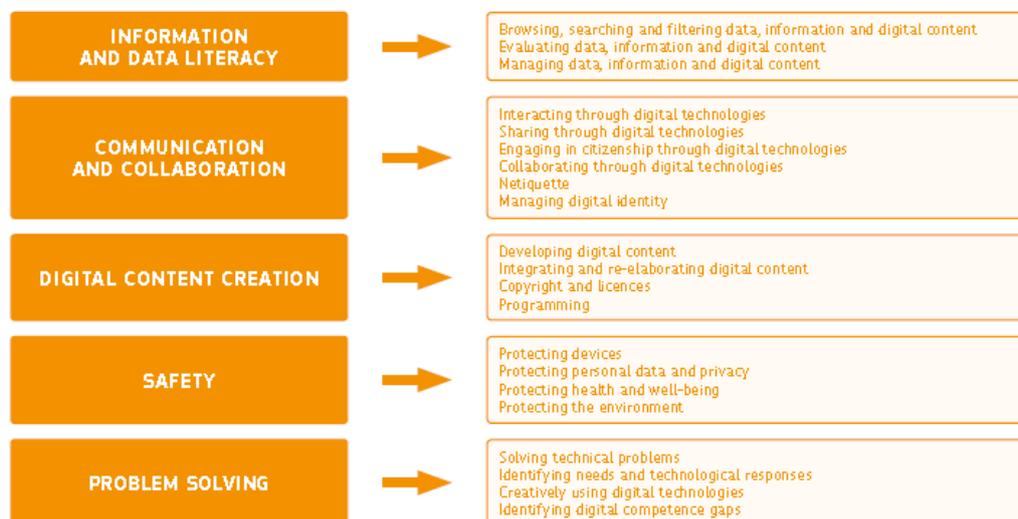


Figura 2: *DigComp's five key areas and 21 competences*⁶¹

⁶⁰ European Commission, *The European Digital Competence Framework for Citizen*, 2016, <http://ec.europa.eu/jrc/digcomp>

⁶¹ <http://ec.europa.eu/jrc/digcomp>

1.7. La *smart city*

«La città, quale si rivela nella storia,
è il punto di massima concentrazione dell'energia
e della cultura di una comunità».
(Mumford Lewis – La cultura delle città)

Sebbene il termine “*smart city*” sia, oggi, ampiamente utilizzato, non vi è una totale chiarezza dietro alla sua definizione e al suo effettivo significato. La principale idea è che nell’attuale era digitale le aree urbane, le città e le loro funzioni, non siano caratterizzate soltanto dalle infrastrutture fisiche, ma anche da qualcosa di meno tangibile, come la qualità della comunicazione della conoscenza e le “infrastrutture sociali”, ovvero il capitale sociale e intellettuale. Nell’accezione più diffusa, la *smart city* si basa su sei assi principali di “intelligenza”, ovvero «una città è *smart* se lo sono, a loro volta, la sua economia, la mobilità, l’ambiente, le persone, la qualità della vita e la *governance*»⁶². Con l’affermazione dell’*Internet of Things*⁶³ e l’adozione su larga scala delle tecnologie Web nel contesto urbano si va dimostrando che le soluzioni “*Internet-based*” possono indirizzare con successo i cambiamenti della società: in questo contesto la *smart city* si configura come una “città di rete” dove, appunto, il collegamento di tutti servizi e delle informazioni ad un *network* è lo strumento per migliorare i risultati nei diversi ambiti del contesto-città.

Nonostante si appurato, dunque, la centralità delle ICT e delle nuove tecnologie come creatrici di *smartness* urbana, spesso si fa fatica ad avere una definizione univoca di *smart city*: il problema è propria la varietà dei modi in cui il termine ‘*smart*’ è impiegato e che spesso viene percepito come sinonimo con altri termini (*wired, virtual, informational, intelligent, etc.*).

La poca chiarezza legata a questo nuovo assetto deriva, presumibilmente, proprio dalla parola *smart* usata e abusata in questi ultimi anni in combinazione con altre parole che devono essere rigorosamente in inglese. Potremo riassumere

⁶² Murgante, B., Borruso, G., *Smart cities: un’analisi critica delle opportunità e dei rischi*, in *GEOMedia*, 2013, n.6

⁶³ Il termine, introdotto da Kevin Ashton (1999) è un neologismo che fa riferimento a una possibile evoluzione nell’uso della rete dove gli oggetti (*things*) si rendono riconoscibili e acquisiscono intelligenza grazie al fatto di poter comunicare dati su se stessi e accedere a informazioni aggregate da parte di altri (in: Di Bari, V. (a cura di), *Dizionario dell’Economia Digitale*, Sole24Ore Pirola, Milano, 2002).

dicendo che quando il termine *smart* viene abbinato a un oggetto, gli conferisce “intelligenza” che ha una forte connotazione tecnologica, significa innovazione, possibilità di svolgere più funzioni e di amplificare l’uso dell’oggetto stesso. Se il passaggio dalla tecnologia è obbligatorio, per la creazione di uno spazio che sia *web-based*, questo lo diventa nella misura in cui è utile alla creazione di inclusione e di senso di comunità.

Questi luoghi vanno quindi configurandosi come dotati di intelligenza che consente, o dovrebbe consentire, loro di avere una particolare attenzione verso il cittadino e verso la qualità della vita all’interno del luogo stesso. Komninos vede le ‘città intelligenti’ come «territori con un’alta capacità per l’apprendimento e l’innovazione, che riescono a incorporare la creatività della popolazione (dei territori), delle istituzioni per la creazione di conoscenza e delle infrastrutture digitali per la comunicazione e gestione della conoscenza stessa»⁶⁴. Potrebbero essere, quindi, considerate anche come delle “*creative cities*” dove una serie di *link*, fisici e non, mettono in comunicazione tra loro le ICT, le conoscenze (*knowledge*) e le industrie culturali e creative e basate, dunque, su una forte componente data dall’economia della conoscenza (*knowledge economy*). Conoscenza che – come già affermava Lyotard – va a definirsi come la nuova merce di scambio e la nuova forma di capitale tramite cui esercitare un potere di mercato nella società post-moderna⁶⁵.

«La condivisione della conoscenza, all’interno delle città intelligenti, è vista come il fattore chiave per la partecipazione dei cittadini ai processi decisionali, al miglioramento dei servizi pubblici e sociali, alla definizione di strategie e prospettive politiche»⁶⁶. Questa condivisione possa, soprattutto, attraverso un’infrastruttura tecnologica.

Le ICT giocano un ruolo importante, in particolare come facilitatore dei processi di innovazione, condivisione e partecipazione attiva da parte dei cittadini/utilizzatori (*user*), così come dello sviluppo di elementi tipici dell’economia della conoscenza. Le *smart cities* si configurano quindi come «città

⁶⁴ Komninos, N., *Intelligent Cities: innovation, knowledge system and digital spaces*, Spoon Press, London, 2002, p. ;

⁶⁵ Lyotard, J.F., *op. cit.*, pp. 9 - 16

⁶⁶ Murgante, Borruso, *op. cit.*

in cui uno strato tecnologico viene sovrapposto alla struttura e intelaiatura urbana esistente, consentendo ai suoi cittadini e utenti di connettersi alla rete, interagire tra loro e con altri attori [...] Dato che la popolazione mondiale sta crescendo e che tale crescita ci si aspetta avvenga soprattutto nelle città, la tecnologia può giocare un ruolo importante nel limitare il consumo di suolo e migliorare la qualità della vita»⁶⁷.

Nella *smart city*, dunque, allo spazio fisico se ne sovrappone uno virtuale, che non si vede ma esiste ed è quello della città digitale. Questo dà vita ad una città dinamica, viva e proattiva nella quale i bit dello spazio digitale interagiscono con le molecole dello spazio fisico; come lo fanno?

La struttura digitale di questa nuova città sensibile e intelligente deve fondarsi, necessariamente, su tre diversi “pilastri”:

1. Connessioni: come le reti (wi-fi, *wireless*, etc.) e le infrastrutture tecnologiche;
2. Gli *open-data* pubblici o di interesse pubblico per consentire lo sviluppo di soluzioni innovative e l’interazione tra i cittadini;
3. I sensori – compresi che permettano uno studio immediato dell’ambiente e un’elaborazione dei dati istantanea (“*real time city*”): la tecnologia va ad interagire direttamente con il cittadino/utente che, in questo caso, diventa anche dato di sistema.

L’elaborazione attraverso i sensori consente di avere un monitoraggio continuo e costante del sistema-città per consentire un miglioramento della qualità della vita che passa non solo attraverso la tecnologia, ma prevede un più diretto e attivo coinvolgimento del cittadino. Questo, infatti, utilizza lo strumento tecnologico solo come mezzo, come stimolo al sistema per indurlo, mediante la comunicazione, ad una nuova e migliore forma e conformazione. Potremmo, quindi, ridurre il tutto al miglioramento dell’efficienza di un sistema di comunicazione che consenta di attuare quell’*interdisciplinarietà* moreniana e abbandonare il lavoro a compartimenti stagni.

La città *smart* è quella che realizza il vantaggio individuale e al tempo stesso il vantaggio collettivo, è la città che «cresce facendo crescere parallelamente tutte

⁶⁷ *Ibid.*

le aree che contribuiscono a risolvere le criticità di vari e molteplici aspetti del contesto urbano»⁶⁸.

Il sistema *smart city* prevede, infatti, il dialogo tra diversi tavoli a cui sono assegnate e partecipano diverse competenze. Qui di seguito riporto il modello Smart City, previsto dall'Unione Europea, suddiviso nelle sue aree di analisi (fig. 3)⁶⁹: *economy, people, governance, mobility, environment, living*.

La stessa Unione Europea fornisce la seguente definizione di smart city: «A Smart City is a city seeking to address public issues via ICT-based solutions on the basis of a multi-stakeholder, municipally based partnership»⁷⁰.

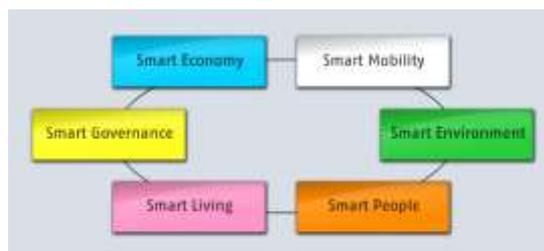


Figura 3: Tavoli che compongono il sistema smart city

Secondo questa definizione, dunque, diversi portatori di interessi, attraverso la partecipazione, andrebbero ad affrontare le questioni pubbliche attraverso soluzioni basate sulle ICT e sulla tecnologia in genere. Tuttavia, come già detto, la definizione di *smart city*, ad oggi, non ha ancora una sua unicità e non ne esiste una riconosciuta in toto. Quello che sappiamo è che il suo scheletro, la sua struttura fondante, si basa sulle ICT e sulla tecnologia (ma non solo). Si sa che una “città intelligente” prevede un’alta applicazione di dispositivi elettronici e digitali; prevede l’uso della tecnologia dell’informazione per trasformare la vita e il lavoro; l’inserimento delle ICT all’interno della città e questo per consentire alle persone di aumentare l’innovazione, la conoscenza, l’apprendimento e il *problem solving*.

È chiaro che si cambia il modo di guardare alla città – di sentirla nel suo insieme – in vista del suo futuro e di pensare ad approcci strutturati in grado di fornire risposte adeguati alle diverse e complesse questioni legate ai diversi attori urbani (cittadini, aziende, istituzioni, enti, ecc.). «Piuttosto che tentare una definizione olistica e generale di cosa sia una *smart city* chiariremo la prospettiva sul concetto [...] considerando casi, collegati allo spazio urbano, in cui c’è

⁶⁸ Dall’Ò, G., *op. cit.*

⁶⁹ In: <http://www.smart-cities.eu/model.html>

⁷⁰ European Parliament, *Directorate-General for Internal Policies*, in: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2014/507480/IPOL-ITRE_ET\(2014\)507480_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2014/507480/IPOL-ITRE_ET(2014)507480_EN.pdf)

un'interazione tra il fisico e il virtuale che è mediata tramite le ICT o sviluppata tramite attraverso metodi innovativi che prevede il coinvolgimento e l'impegno dei cittadini in esperienza innovativa per il raggiungere l'obiettivo di migliorare la qualità della vita in modo significativo. *Smart city*, dunque, dovrebbero catturare e adottare l'innovazione creative e collaborativa attraverso l'interazione (diretta) tra enti pubblici, attori privati e cittadini»⁷¹.

Attraverso il *teamworking* la *smart city* prevede un coinvolgimento diretto di tutti gli *stakeholder* della città, per un lavoro di tipo "collaborativo", finalizzato non solo nel dare risposta

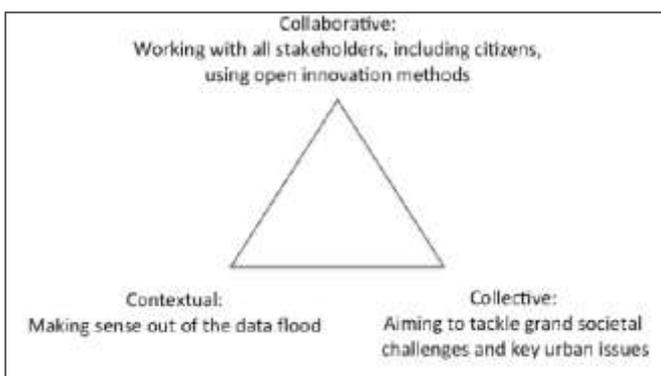


Figura 4: Tre caratteristiche di una smart city

all'enorme accumulo di *data* che la città produce attraverso l'*IoT* (aspetto "contestuale") ma anche nel creare un ambiente "collettivo" nel quale si possano affrontare i grandi cambiamenti della società e le questioni urbane fondamentali (v. figura 4⁷²)

Le *smart city* sono un concentrato di nuove tecnologie usate al meglio, ma allo stesso tempo luoghi pervasi da una sostenibilità energetica e ambientale diffusa: dalla corretta e funzionale gestione dell'energia a quella dei rifiuti e delle acque. Tutta questa positività, tuttavia, nasconde un dubbio condiviso: molte città si auto nominano come *smart city* e il concetto perde la dimensione di realtà in evoluzione. L'intelligenza delle città, dunque, per poter assumere credibilità dovrebbe poter essere analizzata con strumenti di valutazione oggettivi che abbiano una base scientifica.

Un'ulteriore critica mossa alla nuova conformazione *smart* delle città è il voler fare della sola tecnologia il loro essere intelligente, mentre è bene ricordare che non basta avere una pervasione sul territorio della rete o delle ICT per avere

⁷¹ Walravens, N., Breuer, J., Ballon P., *Open Data as a Catalyst for the Smart City as a Local Innovation Platform*, *Digiworld Economic Journal*, 2014, n. 96, pp. 15 - 16

⁷² Ivi, p. 23

delle città intelligenti. Anzi, lo scopo principale dovrebbe essere quello di utilizzare le nuove tecnologie per la riscoperta del contatto fisico con l'altro, della vicinanza e dell'inclusione sociale, mediata dai nuovi strumenti di comunicazione, e, infine, la riscoperta della comunità.

Una *smart city*, quindi, non prevede solo l'ampio uso della tecnologia che può portare, comprensibilmente, a confonderla con tutta una serie di altre definizioni date alle città negli ultimi anni come: *cyber*, *virtual*, *digital*, *etc.* Una *smart city*, o come preferisce Ratti "*sensible city*"⁷³, prevede la creazione di una *smart community* che passa, necessariamente, attraverso nuove forme di partecipazione e verso una formazione (e una comunicazione-formativa) in grado di creare *smart citizens*, ovvero un nuovo modello di cittadino, di sviluppo e di inclusività⁷⁴.

All'ambiguità del termine "*smart*" si accompagna l'ambiguità che, spesso, accompagna il termine "*sviluppo*". Lo sviluppo si fonda sulla struttura dei processi vitali degli esseri umani. Ogni bisogno è vero in quanto avvertito come stimolo, ma può essere soddisfatto in modi molto diversi. Il problema dello sviluppo sta proprio nella qualità delle risposte che si danno ai bisogni, cioè nell'offerta che le società mettono a disposizione della gente. Perché sebbene lo sviluppo ha una solida base nel processo psicofisico di soddisfazione dei bisogni, dipende in larga scala dalle ideologie e credenze prevalenti nelle società, che dichiarano tutte di volere il bene comune.

La parola "*sviluppo*", è bene ricordare, non deve avere necessariamente una connotazione positiva. Lo sviluppo indica solamente un processo che è il risultato dell'azione combinata dei diversi attori sociali. Ecco che, quindi, «occorre, quando si parla di sviluppo, aggiungere sempre uno o più aggettivi»⁷⁵.

Lo sviluppo delle città e dei cittadini passa attraverso le scelte, sì dei cittadini, ma anche della *governance* della città e su nella piramide fino alla politica nazionale, europea e internazionale. La *smart city* col suo voler riposizionare il cittadino e la comunità al centro dei processi decisionali opera uno sviluppo positivo della Qualità della Vita, tuttavia si tende, spesso, ad associare lo sviluppo

⁷³ Ratti, C., *op. cit.*, PDF ebook

⁷⁴ Ratti, C., *op. cit.* PDFebook

⁷⁵ Carrino, L., *Perle e pirati. Critica della cooperazione allo sviluppo e nuovo multilateralismo*, Erickson, Trento, 2005, p. 174

alla sola economia e all'accumulo di beni materiali. Uno sguardo sistemico sulla realtà, tuttavia, dovrebbe indurci a pensare che l'economia di massa, sfociata nel consumismo più sfrenato, non sta producendo altro che solitudini e varie scale di grigio, da quelle dello smog a quelle dei palazzi costruiti in serie.

La maggiore sfida della *smart city* è la riscoperta dell'altro da sé, l'*inclusività* sociale in questi nostri giorni in cui va costruendosi un'identità globale e una cittadinanza che scavalca i confini nazionali. Le nuove tecnologie possono essere usate, si crede, per facilitare questo lavoro. Non solo per la creazione di un ambiente migliore ed ecosostenibile, ma anche sostenibile sul lato umano. Ovvero dove ogni uomo sappia dare il giusto peso, la giusta importanza all'altro. Un ambiente fatto di empatia, di conoscenze e di apprendimento continuo da sé e dagli altri e, soprattutto, per sé e per gli altri. È chiaro ormai che il paradigma della *Smart City* negli ultimi anni ha sempre più spostato l'accento dall'innovazione tecnologica all'innovazione sociale. In questa direzione sono andate le strategie europee della nuova programmazione e nella stessa direzione stanno andando le politiche locali.

1.7.1. Approccio *top down* e *bottom up*

«And you can say what is, or fight for it
Close your mind or take a risk
You can say it's mine and clench your fist
Or see each sunrise as a gift»
(Coldplay – Up & Up)

Nella letteratura relativa allo sviluppo di modelli di *smart city* vengono indicati i due approcci principali con cui questa può prendere avvio. Un approccio dall'alto (*top down*), dove è la sola amministrazione che “impone” un nuovo modello del vivere calandolo sopra la città e, comunque, con sempre la tecnologia come protagonista. Un tipico modello *top down* lo ritroviamo nel modello fornito da Rio de Janeiro dove per lo sviluppo del nuovo centro operativo della città; una piattaforma che permette di monitorare in tempo reale quello che accade all'interno dell'area urbana in modo da intervenire con rapidità in caso di emergenza, attraverso misure di soccorso e informando i cittadini di quello che sta accadendo. La popolazione non ha avuto voce in capitolo e così, di fronte allo sviluppo tecnologico, mancando il senso partecipativo del modello *smart*, si è venuto a creare

un muro invisibile che rende difficile la collaborazione e il coordinamento fra i diversi dipartimenti e le varie agenzie governative.

Il modello *top down* – che tra le sue principali critiche vede soprattutto il loro apparire come «dettate da meri interessi economici e per comportare rischi relativamente al controllo e alla *privacy*»⁷⁶ – vede schierati, da un lato, i fornitori di tecnologia che hanno a loro disposizione le risorse e la conoscenza, dall'altro, invece, le amministrazioni pubbliche che hanno bisogno di investire per affrontare al meglio le sfide urbane. Inoltre, c'è di sfondo un alto potenziale di *business* che abbraccia tutte le aziende del territorio (e oltre) e verso cui, queste, non riescono a resistere in vista di obiettivi commerciali ambiziosi. Dall'altro lato, però, la città è fatta dai suoi cittadini, dalle persone che la abitano e che usufruiscono dei suoi servizi; questi ultimi sono costruiti, sì in base a criteri di innovazione tecnologica, ma anche considerando il campione d'utenza e, soprattutto, verso la ricerca delle soluzioni più adeguate.

Ecco che questo approccio *top down* viene contrastato dal suo opposto, ovvero un approccio *bottom up* (dal basso verso l'alto): in questa «prospettiva il processo di cambiamento è portato avanti dalle persone che “usano” la città»⁷⁷. La *smart city* di tipo *bottom up* è quella che, più di tutto, si fonda sul concetto di “*Smart Citizen*”: coloro che vivono, lavorano e si impegnano in tutti i tipi di attività in la città. Invece di lavorare per la centralizzazione, tale punto di vista sulla *smart city* ha un approccio decisamente distribuito, nel quale si sostiene e si accetta una qualche forma di caos.

Poiché la città è un “sistema di sistemi” messi insieme da persone che li portano alla vita, che danno loro vita, essa è, giustappunto, un sistema complesso che non può che essere dinamico e flessibile. Di conseguenza, la soluzione alle sfide urbane del futuro, una vera città intelligente, è molto più che solo tecnologica, messa in rete e intelligente: si basa soprattutto sulle persone.

De la Peña (2013) paragona la complessità della città con la “non-gerarchica complessità” di Internet: «come Internet, che è aperto e partecipativo, così la *smart*

⁷⁶ Walravens, N., Breuer, J., Ballon P., *Open Data as a Catalyst for the Smart City as a Local Innovation Platform*, *Digiworld Economic Journal*, 2014, n. 96, pp. 18

⁷⁷ Ivi, p. 20

city dovrebbe attivamente e consapevolmente attivare e incoraggiare i cittadini nel modellare la loro “esperienza” urbana»⁷⁸.

La spinta dal basso che caratterizza l’approccio *bottom up* si basa, dunque, su due aspetti fondamentali: «1) il pieno coinvolgimento della comunità locale nel processo di sviluppo dell’iniziativa; 2) la piena fiducia nelle persone e nelle loro capacità di percepire i problemi dei luoghi in cui vivono e di proporre ed elaborare soluzioni per risolverli»⁷⁹. Soluzioni ovviamente di natura tecnologica dato che stiamo parlando di *smart city*: servizi digitali, ICT e applicazioni che vadano a trasformare la città in un vero e proprio laboratorio (o *computer*) a cielo aperto dove l’innovazione non è soltanto aperta, ma completamente libera.

Ma per poter innestare questo processo collaborativo è necessario un supporto dell’alto, dove la PA (Pubblica Amministrazione) ha il compito di guidare la propria comunità nel lungo percorso di trasformazione della città e stimolare questo tipo di partecipazione estremamente attiva e concreta. Dove la PA deve essere la prima a credere nei suoi cittadini, ad investire su essi e nel dar loro strumenti che, solo grazie all’inclusione e al miglioramento della qualità della vita siano in grado di generare intelligenza (preferibilmente collettiva).

1.8. *Smart city, smart citizen: people and living*

*«Il vento, venendo in città da lontano, le porta doni inconsueti,
di cui s'accorgono solo poche anime sensibili,
come i raffreddati del fieno, che starnutano per pollini di fiori d'altre terre.»*
(Italo Calvino – Marcovaldo)

Abbiamo stabilito, dunque, che una città *smart* è qualcosa in più di una città digitale, in cui l’attenzione viene posta esclusivamente alle componenti ICT, quali abilitatrici di connessioni e scambi di dati e informazioni all’interno dell’ambiente urbano. Una città *smart* assomiglia di più a una nuova utopia urbana, sebbene non troppo difficile da realizzare, come ambiente in cui si combinano gli aspetti

⁷⁸ De La Peña, B., *The Autocatalytic City*, in BOOKS, T. E. D. (Ed.), *City 2.0: The Habitat of the Future and How to Get There* (Ebook). TED Conferences, 2013

⁷⁹ Mora, L., Bolici, R., *Top down o bottom up? Le due facce della smart city*, *Smart Innovation*, 2014, disponibile in: <http://smartinnovation.forumpa.it/story/75076/top-down-o-bottom-le-due-facce-della-smart-city>

dell'economia, della politica e della società con il capitale sociale e umano, nonché con il potenziale delle ICT e dei nuovi mezzi/strumenti di comunicazione.

Sappiamo appunto che la comunicazione è il carattere più fondamentale proprio dell'*Homo sapiens* e che la *rete comunicativa* costituisce il nucleo forte dell'evoluzione umana e della formazione individuale del soggetto. Nella società attuale comunicare si è fatto regola e principio e proprio per questo «la *comunicazione formativa* guarda allo sviluppo del soggetto in sé e nella società»⁸⁰.

La formazione, appunto, di uno soggetto *smart* che sappia abitare e vivere nel nuovo contesto, che sappia parlare l'alfabeto digitale e che abbia, allo stesso momento, la capacità di relazionarsi con l'altro da sé e con l'ambiente. La formazione di un cittadino che sappia interagire con la città nella direzione di innovazione, creatività e miglioramento della Qualità della Vita (per tutti). Un cittadino che, nel senso di una felice decrescita, sappia rinunciare alla vetrina e all'egocentrismo, per uno sviluppo umano teso a far sì che ogni abitante del contesto urbano possa godere di un ambiente migliore. Uno sviluppo sostenibile in vista di un futuro che è necessario garantire alle nuove generazioni.

Necessario è anche riscoprire il senso della città e tutta la sua dimensione formativa informale che esercita su chi la abita e la vive. Churchill disse: «*we shape our buildings; thereafter they shape us*»⁸¹ (noi diamo forma ai nostri edifici, dopodiché questi danno a noi la forma). Da queste parole si evince il grado di influenza che una certa conformazione di città, seguendo la già citata ottica sistemica, dà vita e retroagisce su un certo tipo di cittadino.

Eppure entrambi, città e cittadino, sono, tra loro, reciprocamente indispensabili. Ecco che, dunque, la città *smart* dovrebbe dar forma a un cittadino *smart*, ma questo non può darsi senza una modifica dell'ambiente verso una *smartness* che passi dal campo energetico a quello della mobilità, dell'abitazione, della *governance* e della formazione.

Tuttavia bisognerebbe chiedersi quanto possa essere utile investire in tecnologia senza investire nella stessa misura sull'uomo e quanto possa essere utile

⁸⁰ Anichini, Boffo, Cambi, Mariani, Toschi, *op. cit.* p. 54

⁸¹ Winston Churchill pronunciò questa frase, nel 1943, a seguito della distruzione della Camera dei Comuni per opera di un bombardamento

avere una città tecnologicamente avanzata con cittadini che non sanno usare quella tecnologia.

Smart city passa, soprattutto, da educazione e formazione. Poi da comunicazione, che diviene il canale indispensabile per dar forma al cittadino di domani che, nel mare comunicativo, è abituato a nuotare. Ha sviluppato le branchie. Le *smart city* prevedono dunque un'innovazione dal punto di vista sociale e formativo, con la messa al centro del termine "inclusione" che conferisce loro la vera intelligenza. Una città per tutti è una città in cui tutti sanno accettarsi, una città in cui le differenze sono il motore della crescita e dell'innovazione e questa passa attraverso quella *lifelong learning* che ancora tarda ad affermarsi. Una città *smart* è una città che apprende e sa apprendere; una città empatica, che sa ascoltare e rispondere alle esigenze di tutti i cittadini e che, per far questo nel modo più efficiente ed efficace, si avvale di tecnologie ICT che, a loro volta, i cittadini devono essere formati a utilizzare e, quindi, essere digitalmente alfabetizzati.

Smart People è, quindi, una popolazione resa tale non tanto dall'accesso facilitato alle informazioni abilitato dalle tecnologie utilizzate, quanto da un sistema educativo in grado di superare i limiti delle attuali metodologie di insegnamento e che, estendendosi nel corso di tutta la vita, permetta una formazione continua dei cittadini su tematiche attuali che, nel divenire incerto della modernità, possono assumere carattere centrale.

Se è indispensabile per la comunicazione abbracciare la dimensione formativa, lo è anche, e più di tutto, anche il contrario: la formazione deve sapersi rendere comunicativa o, per dirla all'inglese, *catchy*⁸². Ma la cosa importante è capire quando siano correlate tra loro queste due dimensioni: se tutto comunica e se "è impossibile non comunicare"⁸³ – primo assioma della comunicazione – ecco che, potremmo assumere, tutto dà forma. La conformazione *smart* urbana e umana dovrà passare dalla tecnologia, quindi dalla comunicazione (digitale, in questo caso), per avere delle ricadute sulla dimensione reale e di comunicazione relazionale (non filtrata dai media). Gli abitanti e la città dovranno vicendevolmente trasformarsi e, soprattutto, dovranno aver sviluppato un sistema di conoscenze tale

⁸² Trad: attraente

⁸³ Watzlawick, P., *La pragmatica della comunicazione umana*

da permettere la più ottima trasformazione (come quella, p.e., di riportare i luoghi della cultura all'interno della città).

Le città dovranno rendersi agenti di educazione e formazione di una nuova cittadinanza e, allo stesso tempo, i cittadini dovranno farsi consapevoli delle sfide necessarie ad affrontare il futuro per gli abitanti di domani. La dimensione *smart* sarà, forse, quella in cui si deciderà che è meglio consumare meno ma in modo migliore, in modo responsabile, e lo sarà allo stesso tempo produrre e l'essere *smart* che «vuol dire: collaborare anziché competere, fare sistema anziché dominare, mettere continuamente in relazione»⁸⁴.

Si spera, inoltre, che i muri di queste nuove città siano fatti del diritto di tutti ad avere diritti e dove quindi l'inclusione sarà il cuore di una città, e di un mondo, che sia degno di essere vissuto e di una vita che possa chiamarsi Vita.

1.8.1. *Smart People in Smart City: Human Smart City*

*«Il termine utopia è la maniera più comoda per liquidare quello che non si ha voglia, capacità, o coraggio di fare.
Un sogno sembra un sogno fino a quando non si comincia da qualche parte, solo allora diventa un proposito, cioè qualcosa di infinitamente più grande»
(Adriano Olivetti)*

Puntare, dunque, sulle *smart people* - sul capitale umano della città – inserite all'interno di un determinato territorio che, considerato quest'ultimo come “sistema di relazioni”, gioca un ruolo determinante nella dimensione educativa e formativa di chi lo abita.

Considerando – come suggerisce Orefice – «questo [il territorio] come un insieme è possibile isolarne, “sfogliarne”, appunto, le singole parti a una a una, mantenendone l'identità funzionale del tutto»⁸⁵, serve dunque partire da uno “sfoglio dei bisogni” all'interno di un contesto che voglia puntare sull'aumento della sua *smartness* a cui fa riscontro uno “sfoglio delle risposte”, da parte degli abitanti di un territorio, che dovrebbe rendersi sempre più trasparente e accessibile, col passaggio agli *open data*, proprio nella *smart city*.

⁸⁴ Bonomi, A., Masiero, R., *Dalla smart city alla smart land*, Marsilio, Venezia, 2014, p. 125

⁸⁵ Orefice, P., *Pedagogia scientifica*, Ed. Riuniti Universiti Press, Roma, 2009, p. 176

La facilità nel reperire le risposte corrispondenti a uno specifico bisogno all'interno di un territorio – anche e soprattutto mediante le nuove tecnologie – può essere lo strumento migliore per facilitare un processo di creazione di conoscenza collettiva e condivisa all'interno di un territorio dinamico come quello della città moderna e un più facile processo di integrazione all'interno del territorio stesso.

Il territorio-città considerando bisogni e risposte interne dà vita a un processo formativo, legato alla dimensione materiale e immateriale della cultura, che nella *smart city* – integrando i diversi saperi, facendo dell'innovazione la spinta creativa e mettendo al centro l'apprendimento e la conoscenza (e lo scambio di essa) come vie per dare risposta alle sfide urbane – trova una dimensione congeniale.

Dare vita a un ambiente collaborativo e connettivo – in questo la rete (e le ICT e i *social*) possono essere vettori propulsivi di crescita – deve servire a dar vita a un nuovo modello di cittadino che sia capace di condividere e produrre idee, all'interno di ambienti che sappiano ascoltarlo attivamente, un cittadino soggetto attivo di cambiamento che possa inserirsi all'interno di ciclo di apprendimento che partendo dalla città possa dar vita a *loop* formativi improntati alla crescita.

Aiutare all'apprendimento il cittadino come strumento per migliorare la QdV della comunità e dell'ambiente. Migliorare i processi formativi, adeguarli alla realtà globale, è un utile strumento per garantire strumenti per l'orientamento all'interno di un mondo in rapida crescita. Dare vita, dunque, a delle “*Human Smart City*” così come descritte in seguito:

«Nella *Human Smart City*, l'attore pubblico e l'azienda produttrice di tecnologia non sono più attori svincolati da un modello che vede il primo (attore pubblico) nelle vesti di acquirente ed il secondo (azienda) nelle vesti di produttore di tecnologia. Si creano nuove forme di partenariato fra pubblico, privato e persone, sotto forma di alleanze aperte. Queste sinergie composte da tre soggetti (istituzione pubblica, aziende private, cittadini) aprono nuove opportunità anche per gli attori che operano nel mondo delle tecnologie per l'informazione e la comunicazione (ICT), i quali, se disponibili a partecipare ai processi di co-progettazione, possono catturare nuove opportunità di investimento che emergono nell'affrontare i problemi quotidiani dei cittadini. Le *Human Smart Cities* sono quindi quelle città in cui i governi si impegnano nel coinvolgimento dei propri cittadini, sono disponibili ad essere coinvolti dai cittadini, sono capaci di garantire e coordinare i processi di co-

progettazione verso l'innovazione socio-digitale in un rapporto paritario con i cittadini, basato sulla reciproca fiducia e collaborazione»⁸⁶.

Dan Hill afferma che «non costruiamo città per costruire infrastrutture, quello è un effetto collaterale, non è la ragione per la quale esistiamo; noi costruiamo città per creare cultura, per creare comunità e convivialità»⁸⁷. Per far questo non è possibile puntare solo sull'investimento tecnologico, ma mediare questo con l'investimento umano.

Le città intelligenti devono rendersi efficienti sul piano del “sistema di formazione” sia su quello dei “soggetti” che sono in formazione; in quel processo del prendere forma da cui l'uomo è attraversato nel corso di tutta la sua vita. Un processo che agisce sul e dall'uomo e che in un ambiente supportivo – come quello che viene costituendosi con le *smart city* – possono consentire un migliore adattamento, una migliore mediazione, tra mente e contesto. Creare un ambiente migliore, che sappia valorizzare gli apprendimenti, che sappia essere da supporto per la formazione intesa come moneta da spendere in un mercato della conoscenza, che sappia far interagire investimenti strutturali (es. tecnologici) con l'investimento umano – essendo essi, di fatto, interdipendenti – e popolare di *smart people*, ovvero di persone capaci di pensiero critico e creativo, la *smart city*.

Seguendo la teoria di Cross sull'*informal learning* – secondo cui «l'80% di quello che apprendiamo deriva dall'apprendimento informale [...] lo apprendiamo dalle persone in contesti non strutturati»⁸⁸ - diviene essenziale trasformare gli ambienti urbani in ambienti di “*informal life long learning*”. Far diventare l'apprendimento parte stessa della città, una parte strutturale – seguendo quanto già avviene nelle imprese – avere un reparto per lo sviluppo delle risorse umane urbane.

L'apprendimento è un processo di cambiamento e la formazione nel corso di tutta la vita aiuta i soggetti nello sviluppo di nuova conoscenza, è richiesto un lavoro formativo a tutto campo.

⁸⁶https://www.cliclavoro.gov.it/Progetti/Green_Jobs/Documents/Smart_City/7_Smart%20People.pdf

⁸⁷ Hill, D., *Smart Citizen makes Smart Cities*, Fabrica Journal, 2013, online: <http://www.cityofsound.com/blog/2013/02/on-the-smart-city-a-call-for-smart-citizens-instead.html>

⁸⁸ Cross, J., *Informal Learning – The other 80%*, Internet Time Group, online: http://www.internetttime.com/Learning/The%20Other%2080%25.htm#_Toc40161533

Così come la *smart city*, coi suoi tavoli si rende interdisciplinare e interconnessa, dove ogni sapere e conoscenza è ben collegata ad ogni altra, così le *smart people* devono appropriarsi di processi cognitivi capaci di costruirsi sistemicamente, con una visione olistica degli apprendimenti e una capacità di pensiero inter-trans-disciplinare. Tuttavia è solo tornando a una dimensione comunitaria, investendo sugli ambienti della cultura, sulla dimensione di apprendimento informale che – proprio attraverso le ICT e i *social network* può trovare una giusta cassa di risonanza – si possono rendere la città non solo intelligenti, ma generatrici di processi di apprendimento e di formazione ciclici e continui per il miglioramento delle capacità e delle *skills* (anche *life skills*) di chi le abita.

Nella rete creare rete di conoscenza e, considerando il contesto di *knowledge society*, dar vita a città, sì intelligenti, ma che mettano al centro i processi di conoscenza: delle *knowledge city*. Si mette così al centro l'investimento sul capitale umano, coniugato al paradigma di *lifelong learning*, per andare alla ricerca di contesti e ambiti di costruzione della conoscenza diversi da quelli tradizionali, soprattutto a seguito dei processi di globalizzazione che hanno portato alla comunicazione e la correlazione, più che evidente in ambito urbano, tra le culture. Si deve tendere, più che mai, verso una società che sia fondata democraticamente per «dare spazio ai saperi elaborati dalla collettività nel suo complesso»⁸⁹ e per dare vita a quella “cittadinanza planetaria” che vede nella rete una possibile (o potenziale) realizzazione. Con la *smart city* si cerca di contrastare le “depersonalizzazione” dell’ambiente per renderlo, nuovamente, come quel conteso di apprendimento e di valorizzazione dei saperi che, oggi, dal locale possono iscriversi nella globalità. Si tratta di chiedersi «quale tipo di competenze siano necessarie alla società attuale affinché questa sviluppi una sua effettiva dimensione democratica e partecipativa e affinché sia in grado di sostenere il riconoscimento e l’espansione del potenziale conoscitivo di ciascun soggetto, creando appartenenza, sostenendo condizioni di libertà»⁹⁰.

⁸⁹ Del Gobbo, G., *Il processo formativo tra potenziale di conoscenza e reti di saperi*, Firenze University Press, Firenze, 2007, p. 18

⁹⁰ Ivi, pp. 18 - 19

Nella *smart city* si tenta di rimettere al centro il soggetto e, con esso, il suo apprendimento e la sua formazione. Formazione intesa come «ampia e complessa dimensione apprenditiva: la dimensione in cui vengono a iscriversi i processi formativi per la società di oggi e di domani è, infatti, quella del *lifelong learning*, apprendimento continuo che si realizza non solo e non tanto nell'ambito dei tradizionali contesti formativi, ma soprattutto nel corso delle esperienze personali e delle pratiche professionali tanto sul piano individuale quanto sul piano collettivo»⁹¹

1.8.2. La *smart city* come nuovo ambiente di adattamento: apprendimento e formazione al centro del sistema

*«Ho riempito d'oro il giardino
perché tu vedessi
chiaramente dov'è il cammino
e quanti sono i passi»
(Cristina Donà – Nel mio giardino)*

La *smart city* mette al centro la formazione del soggetto, con tutti i problemi a essa connessi. La *smart city* come nuovo passaggio evolutivo dell'ambiente a cui l'uomo dà forma e in cui è inserito; come nuovo sistema capace di saper rispondere alle sfide, non solo del soggetto, ma dell'ambiente stesso. Un nuovo processo adattativo derivato dall'autopoiesi sistemica data dall'interazione soggetto-ambiente, che porta alla costante riorganizzazione dell'organizzazione sistemica. «Anche l'uomo dunque nel suo trasformarsi si è costantemente ri-organizzato in questa interazione costante con il suo ambiente: il suo sistema autopoietico è andato elaborando le sue organizzazioni per conservarsi e riprodursi, operando nella realtà delle scelte di comportamento dal cui esito è dipesa la sua sopravvivenza»⁹² e l'influsso esterno della tecnologia, come nuova perturbazione, così come la comunicazione, ha portato e continua a portare verso nuovi processi adattativi e organizzativi.

⁹¹ Striano, M., *La formazione degli operatori dell'educazione sociale e culturale*, in Orefice, P., Sarracino, V. (a cura di), *Nuove questioni dei Pedagogia Sociale*, FrancoAngeli, Milano, 2004, p. 93

⁹² Del Gobbo, G., *op. cit.*, pp. 25 - 26

In un modo di procedere che, definito sistemico, si estende dal piccolo verso il grande, ad imbuto rovesciato, l'evoluzione *smart* partendo dal più piccolo bit potrà estendersi fino ai domini conoscitivi più ampi, dai contesti interpersonali fino al territorio: da sempre ambiente fondamentale di sviluppo formativo e del sapere.

Se difatti l'apprendimento e il processo formativo (il "prender forma" dell'uomo), sono definiti biologicamente e psicologicamente, è importante non tralasciare quell'aspetto socio-culturale che va a definirsi come "pratica del conoscere": quell'integrazione di saperi materiali e saperi immateriali della cultura che si è strutturata e, successivamente, integrata tra il conoscere individuale e il conoscere collettivo andando a formare la «costruzione di una identità collettiva come parte integrante dell'identità di ciascun individuo: nel processo autopoietico di distinzione la condizione di individuo e di membro di un gruppo hanno rappresentato una variabile interna alla stessa condizione di essere vivente. Identità e appartenenza sono state fin dalle origini delle prime società storiche due aspetti indissolubili del processo conoscitivo umano»⁹³.

La città intelligente ricolloca al centro di ogni politica l'essere umano, la sua creatività come spinta innovativa, la sua formazione e, quindi, lo sviluppo del processo formativo come «studio del rapporto che l'uomo stabilisce con l'ambiente» in una dimensione di apprendimento informale che si fa inclusivo (con l'abbattimento delle barriere architettoniche) e attento ai bisogni formativi di ognuno. C'è un intricarsi di sistemi che cooperano, coadiuvati dall'avanzamento tecnologico e digitale, per il miglioramento del benessere, della QdV e per la "formazione" di un nuovo cittadino.

Se «sono i contesti – all'interno dei quali si situa il processo formativo che emerge dalle complesse relazioni intercorrenti tra soggetto e l'ambiente fisico e socio-culturali – che contribuiscono alla modellizzazione dello sviluppo cognitivo e della costruzione di conoscenza»⁹⁴ il contesto *smart* nasce sia come necessità di rispondere alle sfide adattative delle città alle risorse limitate del sistema-mondo, ovvero come sfida alla sopravvivenza, che come spinta innovativa garantita dallo

⁹³ *Ivi*, p. 28

⁹⁴ *Ivi*, p. 34

sviluppo tecnologico assoggettato dal volere umano per la sua forza semplificatrice e fatta di risorse dematerializzate (potenzialmente infinite).

Una “tensione volutiva” dove, più di sempre, il sistema conoscitivo, di creazione dei saperi e dell’apprendimento permanente si rende indispensabile, proprio a fronte del rapido mutare del sistema. Il processo formativo, dunque, al centro del sistema da dove dà origine alle spinte creative, innovative, conoscitive e trasformative della realtà.

Si pensa che il «sistema dei saperi di un soggetto tragga origine e si sviluppi nel rapporto con la realtà»⁹⁵, ovvero scaturisce dall’esperienza che può quindi definirsi dinamica e flessibile. L’esperienza moderna del soggetto urbano l’ha messo in condizione di ripensare al sistema dei saperi per tentare di innovarlo a fronte delle innovazioni prodotte in cambio tecnologico (ICT). I soggetti agendo così – agendo all’interno di un processo formativo – hanno liberato nuove conoscenze e nuovi prodotti utili alla sostenibilità umana.

È chiaro che la *smart city* non va ad azzerare un sistema esistente, ma, anzi, va dove può a migliorarlo. Prende il sapere locale, la conoscenza collettiva del territorio, seguendo un approccio *bottom up*, e su essa va a installare un miglioramento: va a inserirlo in una globalità (all’interno di un processo fatto di condivisione). La creazione locale di un sapere e di innovazione, in un contesto *smart*, si rende strumento utile per lo sviluppo dell’intero sistema globale attraverso la condivisione della conoscenza in rete, attraverso la comunicazione e attraverso la partecipazione.

Inserire all’interno di un contesto territoriale un modello *smart* non può solo voler dire imbottirlo di tecnologia, ma deve avere a monte un’analisi territoriale dei bisogni formativi, delle risorse già disponibili e degli agenti presenti su esso. Quello che il modello *smart* va a garantire è uno sviluppo sinergico e integrato dei problemi territoriali – anche la città è un territorio – e li va ad affrontare in modo coordinato: è un pensare globale.

Un pensare globale che, nell’esperienza *smart*, si attiva dal momento in cui le città vogliono essere non erosive del contesto mondiale, ma produttrici di

⁹⁵ *Ivi*, p. 38

sostenibilità ambientale e umana. Le città vogliono essere contesti futuribili e solo attraverso il processo formativo che vada a implementare, tramite anche la cooperazione e il trasferimento delle conoscenze, delle politiche di innovazione e di proattività.

Il comportamento innovativo – il cui elemento centrale può essere ricondotto all’ambiente, riprendendo elementi di psicologia delle organizzazioni – è la vera molla centrale del modello *smart*: un modello organizzativo della città per l’innovazione e la sostenibilità.

1.9. Uno sguardo alle buone pratiche

«[...] tutti abbiamo sia luce che oscurità dentro di noi.
Ciò che conta è da che parte scegliamo di agire, è questo ciò che siamo.»
(Albus Silente)

Per comprendere meglio cosa sia una *smart city* e che cosa riguardino i progetti messi in atto in tale senso si riportano in seguito alcuni esempi di buone pratiche a livello sia internazionale che nazionale.

Come già sottolineato precedentemente l’intelligenza (*smartness*) delle città è un valore che deve essere misurato costantemente nel tempo secondo i parametri che fanno capo ai diversi ambiti dei tavoli di lavoro (solitamente sei come riportato sopra). La valutazione avviene all’interno delle singole *smartness*, questo permette di comprendere dove la città potrebbe migliorare ed è, per questo, molto importante. Si parte dunque da degli indicatori, costituiti dalla misurazione di dati oggettivi, per poi andare all’elaborazione di un *ranking*; nella definizione del *ranking* le città devono essere individuate fin dall’inizio. Questo approccio rappresenta uno strumento che misura l’evoluzione delle città verso un modello non definito *a priori*, si tiene di conto di ciò che le città stanno facendo in termini di *best practice*⁹⁶.

Nel panorama italiano le iniziative di *ranking* delle smart city sono due: *ICity Rate*, promosso da ICity Lab di Forum PA insieme ad ANCI (Associazione Nazionale Comuni Italiani), e *Smart City Index* promosso da Between⁹⁷.

⁹⁶ Dall’Ò, *op. cit.*, p. 94

⁹⁷ Entrambi saranno analizzati più nel dettaglio nel proseguire dell’elaborato

Secondo il rapporto *ICityRate* 2015⁹⁸ la città più *smart* d'Italia, secondo la classifica generale, è Milano. Importante è, tuttavia, andare a vedere i dati relativi alle diverse aree di valutazione. Mentre Milano rimane prima nelle aree *economy*, *living* e *people*, ecco che scende al 24° posto nell'area *environment*, al 4° in *mobility*, 12° in *governance* e al basso 69° posto in *legality*. Questa visione per aree consentirà all'amministrazione, in questo caso, del comune di Milano di investire nelle aree dove la *smartness* è più carente per andare a compensare con gli altri ottimi risultati ottenuti.

Nel rapporto *Smart City Index 2016*⁹⁹ troviamo invece Milano al 2° posto sorpassata da Bologna.

Il confronto tuttavia è poco utile, a partire dal diverso anno, in quanto le due ricerche tengono in considerazione parametri molto diversi fra loro: mentre quest'ultima tiene di conto di 9 aree di valutazione, con un numero complessivo di 153 indicatori; la prima tiene di conto delle 6 aree di valutazione tradizionali e 95 indicatori.

La misurazione della *smartness* trasforma le città in aziende dove l'elemento essenziale è creare sostenibilità per perdurare nel tempo e dove questa diventa elemento attrattivo e valore d'uso della città, la sua utilità per il cittadino nel rispondere a determinati bisogni. La misurazione apre anche alla sfida per l'innovazione e la crescita qualitativa della vita e dell'ambiente urbano.

Un esempio interessante del contesto italiano è la città di Montevoglio, in provincia di Bologna, riconosciuta come la prima *transition town* italiana. Il modello è convogliato, poi, all'interno del più ampio concetto di *smart city* e fa riferimento a un movimento fondato in Irlanda e nel Regno Unito dall'ambientalista Rob Hopkins¹⁰⁰. Obiettivo del movimento è elevare la consapevolezza che i cittadini hanno sulle tematiche correlate agli insediamenti sostenibili, preparandoli alla flessibilità richiesta dai mutamenti in corso. Il movimento considera la scelta di abbandonare il petrolio, ovvero l'idea che una vita senza petrolio possa essere

⁹⁸ Forum PA, *ICity Rate – La classifica delle città intelligenti italiane*, ottobre 2015, in: <http://www.icitylab.it/il-rapporto-icityrate/edizione-2015/>

⁹⁹ EY, *Rapporto Smart City Index 2016*, in: <http://www.ey.com/IT/it/Services/Advisory/ey-smart-city-index-agenda>

¹⁰⁰ In: <https://www.transitionnetwork.org/about>

più godibile e che possa dare avvio a un'epoca fiorente caratterizzata da flessibilità e abbondanza. Attualmente, in tutto il mondo, si segnalano oltre 400 comunità riconosciute come *transition town*.

Le *transition town*, pur non andandosi a costituire su una forte e solida base tecnologica, anzi, andando proprio a riscoprire il gusto della tradizione, hanno segnato una svolta nell'andare a riscoprire l'importanza che la comunità riveste. Queste forme di vivere (e di abitare), guardando al passato, sono andate a riportare in luce un modo di vivere che fu: quello dove la rete comunitaria era fondamentale al sostentamento di tutto, prima che l'egoismo (si potrebbe dire, capitalista), e conseguente edonismo, andassero a cancellare la bellezza della comunità e del coabitare un luogo, uno spazio comunitario, e renderlo vivo, vitale e conviviale. C'è poi lo sviluppo di una riflessione sull'energia che diviene fulcro centrale anche nella *smart city*, dove l'impiego di energie rinnovabili deve spingersi verso la sostituzione più ampia possibile (nonché al possibile abbandono) delle energie fossili (soprattutto del petrolio). Nonché una riflessione sulla sostenibilità dell'abitare. Tutte cose che, nel modello *smart*, vengono riattualizzate e riproposte tramite una mediazione con lo sviluppo tecnologico e delle comunicazioni, dove cioè si punta all'utilizzo di moderne strumentazioni in vista di un effettivo ed efficace miglioramento della Qualità della Vita; ovvero dove si unisce il senso della tradizione alla modernità in vista di un processo innovativo di più ampio spettro.

Altro esempio antesignano del modello *smart* sono le cosiddette *Green Town*, progetti che hanno al loro centro un miglioramento dell'*environment* di alcuni quartieri di importanti città europee. Un esempio fra i molti, ma forse il più interessante e accattivante, è il quartiere *Bo01* a Malmö in Svezia. Il quartiere si pone come esperimento per lo sviluppo di una *city of tomorrow* basata sulla sostenibilità ambientale, ma anche sulla costituzione di una società nella quale la comunità sia al centro delle scelte e sia in grado di stimolare gli individui). Dal punto di vista energetico il quartiere è autosufficiente. Il 100% dell'energia necessaria è fornito da fonti energetiche rinnovabili grazie all'utilizzo di tutte le tecnologie possibili. Inoltre, la circolazione della conoscenza, a livello globale e all'interno del quartiere, è assicurata da un sistema tecnologico di comunicazione avanzato. I residenti possono usare Internet per gli acquisti, per prenotare il turno

alla lavanderia comune, per controllare elettrodomestici e sicurezza della casa¹⁰¹. Il modello di *city of tomorrow* svedese è caratterizzato da un'elevata qualità architettonica, dimostrando che i "vincoli" della sostenibilità possono stimolare nuovi *concepts*. Il quartiere *Bo01* dove coesistono le tematiche energetiche, ambientali, la mobilità sostenibile, la comunicazione e soprattutto la partecipazione dei cittadini al processo realizzativo e gestionale, ha tutte le caratteristiche per essere considerato il primo modello completo di smart city europea e forse mondiale.

Altro esempio virtuoso europeo è la città di Amsterdam, che è già da molti anni all'avanguardia sia nel campo dell'energia sia della tecnologia che dell'utilizzo della Rete come facilitatore urbano e come creatore di inclusione. Già con la creazione del portale *IAmsterdam.com* la città aveva avviato un processo di trasparenza, tramite utilizzo di *open data*, nei confronti della cittadinanza e anche dei visitatori (*business* o *visitors*). Basta farsi un giro veloce sul sito della città per vedere la semplicità con cui è facilissimo, per tutti, accedere ai diversi servizi messi a disposizione. La città, inoltre, ha avviato da tempo delle importanti collaborazioni con grandi aziende del settore tecnologico per *partnership* rivolte al miglioramento dei servizi urbani (p.e. illuminazione della città mediante LED). Amsterdam si pone, a livello di Unione Europea, come l'esempio di eccellenza a cui guardare ed è il luogo dove il potenziale dell'*Internet of Everything (IoE)* ha, al momento, una delle sue migliori espressioni. La città punta, infatti, a interconnettere tutti entro il 2018¹⁰², questo rappresenta l'esempio più compiuto del passaggio verso l'*IoE*, in cui le possibilità offerte dalla connettività diffusa potranno non solo migliorare le esperienze lavorative ma dare un contributo significativo al benessere collettivo.

Nel corso del 2016, la città di Amsterdam, ha ottenuto il primo posto nella classifica delle Capitali Europee per l'Innovazione grazie al suo «approccio *bottom up* basato su una crescita intelligente, startups, vivibilità e innovazione sociale digitale»¹⁰³.

¹⁰¹ In: <http://ec.europa.eu/environment/europeangreencapital/winning-cities/previous-finalists/malmo/>

¹⁰² <http://amsterdamsmartcity.com/projects>

¹⁰³ http://ec.europa.eu/research/innovation-union/index_en.cfm?section=icapital

Tra le città italiane, oltre la già citata Milano, ci sentiamo (anche personalmente, non lo nego) di segnalare Torino (per altro seconda nella classifica sopra riportata «per i suoi modelli di innovazione aperti nel sostenere start-up d'innovazione sociale e la creazione di nuove opportunità di mercato»¹⁰⁴) che comunque si classifica 3° anche nel rapporto *SmartCityIndex*.

1.10. Ambienti reali e ambienti virtuali: una possibile via di cooperazione per lo sviluppo

*«Abbiamo modificato così radicalmente il nostro ambiente
che adesso dobbiamo modificare noi stessi
per sopravvivere nell'ambiente nuovo»
(Norbert Wiener)*

Lo sviluppo della *smart city*, come veicolo dell'inclusione sociale, passa attraverso lo sviluppo di una rete globale che andrà a collegare non solo le cose, tra loro, ma tutte le esistenze. Questa è, appunto, la teorizzazione dell'*Internet of Everything*: una società interamente connessa in ogni sua parte. Un sistema fatto di *sensing e actuating* che mediante un monitoraggio continuo saprà prontamente dare risposte e aumentare la sua capacità di *problem solving*. Un sistema che andrà a rivalutare il ruolo attivo della cittadinanza, la quale non dovrà più solo subire decisioni “dall’alto”, ma, anzi, proprio “dal basso” si attueranno strategie di *decision making*. Ogni componente del sistema urbano darà il suo contributo sia come sensore – permettendo uno studio immediato del sistema – sia come agente attivo, mediante un dialogo tra componenti reso possibile dallo sviluppo tecnologico.

Un cittadino *smart* è un cittadino *in-formato* che sa criticare e valutare individualmente le sue scelte di acquisto, di comportamento, di mobilità, etc. È un cittadino che si sente incluso e parte integrante di una comunità che tramite il virtuale (e in vantaggi che questo offre nella comunicazione) porterà a quella *smart community* con necessarie, indispensabili, ricadute sul reale e sulla giusta cooperazione che, tra le due dimensioni, dovrà instaurarsi. Per far questo è

¹⁰⁴ Ibid.

necessario non demonizzare o enfatizzare una dimensione rispetto all'altra, ma comprendere e osservare la realtà e i suoi cambiamenti.

La realtà è in crisi, questa parola che risuona incessantemente, eppure la crisi può essere anch'essa un'opportunità: possiamo parlare di sfide e l'evoluzione delle nostre città in *smart city* può avere un ruolo fondamentale. La necessità è quella di trasformare e ripensare la città in «orizzonte di lungo periodo e con un approccio integrato, che consenta di investire in un ampio ventaglio di ambiti»¹⁰⁵ e una città dove il progresso scientifico, tecnologico ed economico venga coniugato con la ricchezza dei valori universali.

Si pensa che agendo sull'esperienza urbana si possa agire, direttamente e/o indirettamente, sulla formazione che il soggetto acquisisce da e nell'esperienza stessa. Dalla formazione formale alla informale, una città intelligente, dove l'interconnessione tra virtuale e reale è strumento cooperativo, può puntare al miglioramento della qualità della vita, mediante l'inclusione e la partecipazione di tutti i soggetti, gli *stakeholder*, che devono essere consapevoli del loro essere. La via digitale e la sua "trasparenza" può essere vista come una via cooperativa per lo sviluppo di una *responsabilità sociale* urbana che tenda verso il miglioramento della Qualità della Vita (QdV) che – riprendendo la definizione di Veenhoven (1991) – può essere definita in base a tre aspetti: 1) qualità dell'ambiente (vivibilità): fisico, sociale e relazionale; 2) qualità delle prestazioni (abilità vitali): capacità fisiche e capacità psicologiche ad affrontare positivamente la vita (l'arte di vivere); 3) qualità dei risultati (raggiungimento): produttività e divertimento».¹⁰⁶

¹⁰⁵ Braga, C., *Smart cities e social challenges. Tra inclusione sociale e crisi occupazionale* in Beretta, I. (a cura di), *L'umanesimo della smart city*, Pensa Multimedia, Milano, 2015, p. 62

¹⁰⁶ Veenhoven, R., *Hedonism and happiness*, *Journal of Happiness Studies*, 2003, vol. 4, pp. 437 - 4357

2. SOCIAL LIFE: IL DIGITALE NELLA SOCIALIZZAZIONE QUOTIDIANA

2.1. La dissoluzione degli spazi e delle identità?

«Abbiamo solo la nostra storia ed essa non ci appartiene.»
(Ortega y Gasset)

Come abbiamo visto il passaggio verso nuove forme del vivere, o meglio dello “stare”, all’interno dello spazio urbano (ma non solo), saranno sempre più impregnate dall’uso delle nuove tecnologie, dalle ICT, per poter dare nuova intelligenza ai luoghi e alle persone, per dotare di nuova comunicazione questo complesso sistema di elementi.

Ci preme, in questo luogo, soffermarci soprattutto sull’utilizzo dei *social network* che, innegabilmente, hanno modificato e continuano a modificare non solo l’essere umano in sé, ma anche il modo di vivere e di relazionarsi agli spazi, alle cose e verso le altre persone e quindi, più in generale, seguendo sempre il principio della “comunicazione formativa”, il *formarsi* dell’uomo.

Spitzer parlando dello sviluppo di questi nuovi strumenti arriva a parlare di “*demenza digitale*”¹⁰⁷ andando a configurare tutti quei rischi a cui il nostro cervello è sottoposto nell’utilizzo di questi nuovi strumenti che hanno permeato la nostra vita andandosi quasi a determinare un’estensione della nostra cognizione. La critica che, più delle altre, sembra interessare questo documento è quella che l’autore muove a proposito del pensiero sociale. Il pensiero sociale, come ogni altro tipo di pensiero, va allenato e più si utilizza, più è elevata la rete sociale del soggetto, ovvero maggiore è il numero delle persone con cui un individuo ha a che fare più o meno regolarmente.

Secondo l’autore l’utilizzo dei media digitali (come *Facebook*) che si basano su un numero minore di contatti reali (ovvero su interazioni di tipo faccia a faccia) conduce necessariamente a “una diminuzione delle dimensioni delle zone cerebrali

¹⁰⁷ Spitzer, M., *Demenza digitale. Come la nuova tecnologia ci rende stupidi*, Garzanti, Milano, 2013

proposte alle competenze sociali nei bambini e, di conseguenza, a una diminuzione della competenza sociale”¹⁰⁸.

Non è scorretto il riferimento ai bambini, se si pensa che nel 2015 il 16,2%¹⁰⁹ dei bambini tra i 6 e i 10 anni ha utilizzato in modo attivo uno strumento di *social network* (es. creato profilo utente, postare messaggi o altro, ecc.). Una percentuale che arriva all’84,2% della fascia d’età 14 – 17.

I bambini e gli adolescenti, i famosi *digital natives*¹¹⁰, vanno appunto costruendo la loro identità in questo nuovo mondo popolato dalle ICT e dove i *social network* sono, oltre a uno strumento di informazione e comunicazione, un modello del vivere e del farsi persona.

Se già Erickson aveva precisato come «l’adolescente, nel momento in cui sviluppa il senso di identità, definisce e negozia con se stesso e con gli altri il proprio concetto e la propria immagine di sé (competenze, attributi corporei, interessi intellettuali, gusti, bisogni, progetti di vita)»¹¹¹ adesso, nella *digital era*, l’adolescente ha una vera possibilità di dare sperimentazione alla propria identità mediante quella digitale.

L’identità di una persona presenta due dimensioni: una dimensione personale (*identità personale*) e una dimensione sociale (*identità sociale*). La prima rappresenta la parte più soggettiva, connessa con le esperienze individuali, con la storia, le attese, le paure e le speranze che connotano un certo soggetto nella sua unicità; con *personale* si intende quindi una definizione “privata” del proprio essere. Con *identità sociale* si intende, invece, quella parte del concetto di sé di un individuo che gli deriva dalla consapevolezza di essere membro di un gruppo (o più gruppi) oltre al livello emozionale collegato a tale appartenenza. L’individuo, quindi, organizza la rappresentazione che ha di se stesso riconoscendosi nei gruppi

¹⁰⁸ *Ivi*, p. 108

¹⁰⁹ Autorità Garante per l’Infanzia e l’Adolescenza, *L’Italia delle parole: promesse mancate e futuro da inventare. Quarta relazione al parlamento*, 2015, www.garanteinfanzia.org

¹¹⁰ *op. cit.*

¹¹¹ Erickson, E.H., *The problem of the Ego Identity*, in *Journal of the American Psychoanalytic Association*, vol. 4, pp. 56 ss, 1956

a cui appartiene e attribuendosi le connotazioni sociali specifiche dei gruppi di cui sente di essere parte¹¹².

I gruppi virtuali vanno, dunque, ad alimentare la creazione di un sé alternativo. L'anonimato è una delle componenti principali della rete ed esso provoca una riduzione dell'autocontrollo e una diminuzione dello sforzo di mantenere un comportamento sociale adeguato¹¹³. C'è quindi il rischio per chi, bambino o adolescente, si trova a costruire la propria rete sociale nel mondo virtuale di non acquisire una competenza sociale adeguata e che le aree del cervello preposte a questo tipo di competenza non si sviluppino in maniera normale.

Spitzer che nel suo lavoro si rifà a numerosi studi scientifici internazionali e arriva ad affermare che: «Nei nostri bambini la sostituzione dei contatti umani reali con i network digitali può provocare una riduzione del cervello sociale. Corriamo il pericolo che Facebook & Co. riducano il cervello sociale *globale*»¹¹⁴.

Eppure la possibilità di sperimentare identità e personalità diverse, una delle opzioni date dai *social network*, si configura come un'importante opportunità, soprattutto in età adolescenziale (ma anche in età adulta): la possibilità di sperimentare ruoli e identità è un aspetto importante dello sviluppo individuale. Quindi il *social network* può essere considerato, in questo senso, un perfetto ambiente di *empowerment* (potenziamento, responsabilizzazione), in quanto allarga le possibilità – posso decidere di presentarmi come voglio, di essere me stesso o di essere completamente diverso – facendomi pagare, diversamente dalla realtà, un costo limitato per le sperimentazioni non andate a buon fine.

Mentre la linea di confine tra reale e virtuale si fa sempre più labile, con una sempre maggiore incursione di un ambiente sull'altro, diviene, allo stesso tempo difficile, se non impossibile, pensare un ritorno a un mondo privo di questi strumenti.

È iniziato quello che può essere considerato un vero flusso migratorio che ha coinvolto spazi e identità verso, forse, quella "liquidità" *baumaniana* che liquefà i legami tra gli individui con un processo che produce "un individuo afflitto dalla

¹¹² Migliorini, L., Venini, L., *Città e legami sociali. Introduzione alla psicologia degli ambienti urbani*, Carocci, Roma, 2001, p. 75

¹¹³ Spitzer, M., *op. cit.*, pp. 111-112

¹¹⁴ *Ibidem*

solitudine, egoista ed egocentrico, che vive un tempo anch'esso liquido"¹¹⁵. E infatti possibile considerare un profilo un piccolo mondo con al centro l'individuo e, dove ruotano, intorno a lui, tutti i suoi interessi e i suoi *likes*.

I profili come piccoli mondi egocentrici, come bolle filtrate, come un nuovo strumento dell'esperienza sul mondo e, dunque, come nuovo approccio a quel processo conoscitivo che dà forma all'uomo. Diviene peraltro difficile esprimere un giudizio, su questo sviluppo. A un certo punto, semplicemente, si è dimostrato indispensabile e maggiormente efficace da spodestare il precedente. Cambia sicuramente il processo di sviluppo della mente, ma giudicare questo sviluppo al confronto del mondo di ieri non pare molto giusto. Va confrontato col presente o, ancora di più, col futuro possibile. Più interessante è comprendere, studiare, il come si costruisce l'identità digitale, come l'esperienza digitale dà forma all'uomo, come e se le emozioni esistono anche nella realtà mediata: cosa che demandiamo ad altri lavori.

2.2. “Se questa è l'acqua”: l'importanza di vedere il cambiamento

«Ci sono due giovani pesci che nuotano uno vicino all'altro e incontrano un pesce più anziano che, nuotando in direzione opposta, fa loro un cenno di saluto e poi dice “Buongiorno ragazzi. Com'è l'acqua?” I due giovani pesci continuano a nuotare per un po', e poi uno dei due guarda l'altro e gli chiede “ma cosa diavolo è l'acqua?”»¹¹⁶

È cosa comune di molti autori contemporanei, nonché pensiero facilmente ritrovabile nei canali mediatici dell'opinione pubblica, quello di scagliarsi in modo distruttivo sia contro la nuova generazione digitale sia contro la diffusione prorompente dei *social media*; intendendo con quest'ultima espressione l'ampia gamma di dispositivi *software* e *hardware* che, ormai, quotidianamente riempiono le nostre giornate. Dallo *smartphone* alle più svariate *App*, dai *videogames* alle tv di ultima generazione (*smart Tv*) non sembra più esistere spazio che non sia impregnato di tecnologia.

¹¹⁵ Bauman, Z, *Modernità liquida*, Laterza, Roma, 2002

¹¹⁶ Wallace, D.F., *Questa è l'acqua*, Einaudi, Torino, 2009

Come già scritto nei capitoli precedenti, tuttavia, il passaggio all'*Internet of Everything* sta cambiando il modo in cui la tecnologia influisce sul nostro modo di vivere e di relazionarci; proprio il nostro sé digitale, *in primis*, sembra mutare. Si può pensare, difatti, a una prima fase del *digital self* di “proiezione”, che attraverso il tempo e lo spazio veniva interconnesso con altre persone, informazioni e servizi. Una seconda fase, quella attualmente in corso, è quella che riguarda “accrescere la presenza” e prevede un’interazione tra il sé e il dispositivo mediale che, non più solo mero elemento passivo, manda *feedback* e segnali all’utente o usa ciò che l’utente sta facendo per mandare segnali o collezionare dati utili all’ambiente circostante. La natura del digitale sta quindi mutando e, insieme ad essa, mutano le nostre relazioni con la tecnologia e il modo in cui andiamo definendo il nostro *digital self*. Gli strumenti digitali di ultima generazione (es. i dispositivi indossabili) hanno, almeno idealmente, la possibilità di riportarci verso quei “valori analogici” e verso la fisicità dei nostri corpi e dell’ambiente in cui stiamo vivendo. Sta solo a noi stimolare un uso di questi che possa accrescere e migliorare il mondo fisico, non solo quello virtuale¹¹⁷.

Non sembra più possibile, né ammissibile, il dover “ignorare l’acqua” che ci circonda né, tantomeno, scagliarcisi contro ogni giorno e nel ricordare o fare degli elenchi, in modo spesso vano e poco edificante, dei rischi collegati alla nuova acqua che ci circonda.

Se imparare a “nuotare”, o anche solo a galleggiare (il famoso *surfing*) non è cosa immediata, ancor meno lo è l’adattamento che spinge verso un nuovo modo di fare cose che, fino a poco tempo fa, richiedevano nuovi metodi e diversi approcci. Pensiamo, per esempio, al modo di muoversi nello spazio: mentre fino a poco tempo fa era di buon uso chiedere informazioni al passante, quando lo è oggi? Quanto è molto più semplice, mediante un *app* presente su un qualsiasi *smartphone*, rivolgersi a una mappa digitale e chiedere la stessa informazione alla tecnologia. Naturalmente, osservando tutte le diverse prospettive, se da un lato avremo un’informazione molto più precisa e accurata che ci condurrà in breve tempo verso

¹¹⁷ Epps, S.R., *The digital self*, *Journal of Marketing and Practice*, vol. 22, no.22 (2014), pp. 137-138, ISSN 1944 - 7175

la nostra destinazione, dall'altro lato avremo una riduzione di una possibile interazione sociale che condurrà verso gli aspetti già descritti da Spitzer¹¹⁸.

Nell'evidenziare i rischi, buona parte della letteratura, sembra sempre riferirsi all'uomo-che-fu e fare confronti con l'epoca precedente che, tuttavia, non conosceva l'uso di questi strumenti. Se è oggettivo pensare che ogni nuovo strumento di comunicazione ha apportato modifiche al nostro cervello, al nostro modo di comunicare (sia con se stessi che con gli altri), ecco che una nuova modifica oggi è in corso per un nuovo uomo futuro. In base a cosa esso debba essere peggiore, o migliore, del precedente credo sia impossibile dirlo e, allo stesso tempo, poco utile. Credo sia importante "vedere" il cambiamento in corso e comprendere di quanto sia *complicated*, di come non necessario soprattutto comprendere profondamente e di come Internet – e i social media – siano uno specchio della nostra «società: buona, cattiva o terrificante che sia. Siccome però questo specchio è pubblico e visibile da milioni di individui, e visto che proietta immagini travalicando i confini geografici e culturali, è innegabile che le sue rifrazioni causino effetti di straniamento maggiori»¹¹⁹.

Un cambiamento complesso che ha reso, quella stessa complessità, un elemento visibile ai nostri occhi e difficile da seguire all'interno di un mondo digitale molto distante da quella realtà suddivisa in procedure, regole, usi e costumi. Un mondo digitale che, col suo sviluppo, ha impattato la realtà e che sta contribuendo a modificarla. Un mondo digitale che, per i giovani, i c.d. *teens*, diviene luogo di espressione dell'identità e della cultura e dove gli spazi annullandosi fanno della globalità un nuovo modo di essere e dove l'orientamento è necessario per vedere attraverso la complessità. Serve un nuovo alfabeto, un'alfabetizzazione critica, e una nuova consapevolezza di sé, *in primis*, e poi degli strumenti che altro non sono che un'estensione della nostra identità e del nostro sé. Questo per favorire una visione del cambiamento che consenta di operare una corretta mediazione tra realtà e virtualità, tra analogico e digitale, per andare a favorire quegli apprendimenti informali che, più di altro forse, vanno a formare, oggi, il cittadino di domani.

¹¹⁸ Spitzer, *op. cit.* pp. 23 - 54

¹¹⁹ Boyd, D., *It's Complicated. The social lives of networked teens*, Yale University Press, 2014, PDF ebook

2.3. Le “città invisibili” e le relazioni sociali

«L'inferno dei viventi non è qualcosa che sarà; se ce n'è uno, è quello che è già qui, l'inferno che abitiamo tutti i giorni, che formiamo stando insieme. Due modi ci sono per non soffrirne. Il primo riesce facile a molti: accettare l'inferno e diventarne parte fino al punto di non vederlo più. Il secondo è rischioso ed esige attenzione e apprendimento continui: cercare e saper riconoscere chi e cosa, in mezzo all'inferno, non è inferno, e farlo durare, e dargli spazio.»¹²⁰

La frase di Calvino sembra riassumere perfettamente l'attuale modello di abitare la rete, a tutti gli effetti invisibile, come lo erano le città dell'autore: simbolo della complessità e del disordine della realtà. Se – parafrasando – “d'una città godi la risposta che dà una tua domanda” la rete si configura come la città a cui puoi chiedere tutto, avendo in cambio tante, forse fin troppe, risposte e in cui, fra tutte queste, è facile perdersi.

Sembra andare a configurarsi un cittadino che è fisicamente inserito all'interno di una comunità locale, ma che, allo stesso tempo, fa parte di quella comunità, potenzialmente globale, estesa a livello di rete. Non è così scontato l'isolamento sociale, a fronte di fenomeni come il *social street*¹²¹ che hanno riportato vita all'interno di alcuni quartieri urbani e che hanno riportato, attraverso proprio i *social network*, a quella voglia di condivisione reale, verso la mutualità tipica del quartiere dell'epoca pre digitale. Un fenomeno ristretto, ma presente. Come è presente, alla base del fenomeno *smart city*, quella voglia di ricostruire, proprio attraverso nuovi *network*, un senso di comunità (di *smart community*) per arrivare a un cittadino intelligente e “glocale” (abitante locale e interconnesso col mondo).

Il ruolo dell'educazione, in questo senso, è di dotare di strumenti orientativi e di conoscenza per rendere sempre più visibile, leggibile e conoscibile, la moderna complessità. Tutto parte dall'educazione a un nuovo pensiero: un pensiero sistemico e multi disciplinare. Quella famosa “*testa ben fatta*”. O comunque dove si rende necessaria l'interazione sociale con altri saperi e altre professionalità.

¹²⁰ Calvino, I., *Le città invisibili*, Einaudi, Torino, 1972

¹²¹ <http://www.socialstreet.it/>

L'Unione Europea, attraverso la Strategia 2020¹²², ha previsto azioni approfondite per lo sviluppo della Competenza Digitale e attraverso la creazione dell'Agenda Digitale Europea¹²³ vengono previste misure volte a garantire una crescita intelligente all'interno dell'UE. Un vero e proprio crogiolo di proposte per portare il digitale nella quotidianità di ogni europeo.

Si dovrebbe portare ogni cittadino, europeo e mondiale, al dover pensare non alla rete come un luogo distaccato dalla realtà, ma come una sua parte integrante. A pensare al virtuale come alla quarta dimensione della realtà. In questo, forse, persino i *videogames* possono aiutarci.

Certo è che il delinearci del mondo futuro è in mano a chi, oggi, nel presente, detiene le redini. Gli strumenti sono in mano all'uomo che, da sempre, è il decisore finale dell'utilizzo corretto o scorretto. È necessario, da una parte, riscoprire la gioia della decrescita e pensare che, assolutamente, non sono le cose né l'accumulo a renderci felici; dall'altro bisogna capire come poter utilizzare i nuovi strumenti e le nuove tecnologie per far sì che il mondo di domani possa configurarsi come più giusto e uguale per la mondialità. Ché uno dei grandi poteri dei nuovi *network* è quello di avvicinare e livellare la realtà. L'esclusione è più tra chi ha identità digitale e chi non ne ha una; come anche di chi ne ha una ma non se ne prende cura.

Le identità digitali non sono distaccate da noi, sono una nostra continuità, tuttavia le relazioni digitali, avvenendo spesso pubblicamente, nell'agorà della rete, necessitano di un pensiero aggiuntivo. L'anonimato che di frequente abbatte i muri dell'inibizione, della vergogna, della paura e che ha pure i suoi lati positivi non deve diventare il pretesto per un'anarchia digitale: in cui tutti si sentono liberi di dire tutto e più di tutto. La relazione deve essere pensata e compresa, in tutti i suoi deficit che, al momento, non consentono un passaggio di quelle informazioni non verbali che formano la comunicazione umana.

La relazione sociale, dunque, come strumento fondamentale della comunicazione interpersonale e della formazione intersoggettiva, nel suo passaggio al digitale si rende complicata, ma non a prescindere come qualcosa di peggiore o

¹²² http://ec.europa.eu/europe2020/index_it.htm

¹²³ <http://ec.europa.eu/digital-agenda/>

di meno importante. La verità è che Internet è costellato di paradossi¹²⁴: aumenta la possibilità della relazione sociale, con l'annullamento della distanza fisica tra le persone, ma aumenta il senso di solitudine; aumenta il senso critico potenziale, dato dalla disponibilità di un'immane quantitativo di dati, ma diminuisce, allo stesso tempo, il senso critico individuale che porta sempre più a credere a qualsiasi cosa si legga senza verificarne l'attendibilità.

L'altro problema del digitale (con un pesante ritorno anche sulla realtà) è la mancanza di canalizzazione delle emozioni e quindi un deficit a livello empatico. Non percependo la presenza dell'altro come nella sua fisicità il comportamento digitale sembra configurarsi, in età adolescenziale ma anche adulta, come qualcosa di diverso, di complicato. Boyd suggerisce che in realtà il comportamento *on line* è solo il riflesso, lo specchio, di una realtà ben più articolata e se è presente un disagio, di qualsiasi tipo, questo è presente non esclusivamente in rete¹²⁵.

2.4. La sostenibile leggerezza dell'essere 2.0

«Ma davvero la pesantezza è terribile e la leggerezza meravigliosa? Il fardello più pesante ci opprime, ci piega, ci schiaccia al suolo. [...] Quanto più il fardello è pesante, tanto più la nostra vita è vicina alla terra, tanto più è reale e autentica. Al contrario, l'assenza assoluta di un fardello fa sì che l'uomo diventi più leggero dell'aria, prenda il volo verso l'alto, si allontani dalla terra, dall'essere terreno, diventi solo a metà reale e i suoi movimenti siano tanto liberi quanto privi di significato. Che cosa dobbiamo scegliere allora? La pesantezza o la leggerezza?»¹²⁶

È importante comprendere che la comunicazione attraverso i nuovi *network* in rete avviene attraverso contesti collassati e verso pubblici invisibili¹²⁷; questo avviene, perlopiù, per gli utenti adolescenti (i nativi digitali). Gli adolescenti di oggi si trovano a gestire contesti sociali molto diversi proprio grazie alla forte predominanza dei *social media* nelle loro vite, questi, infatti, spesso combinano più

¹²⁴ Todero, F., *Emozioni, relazioni e apprendimento nell'era digitale*, in *Novecento.org*, n. 1, 2013, ISSN 2283-6837

¹²⁵ Boyd, D., *op. cit.*

¹²⁶ Kundera, M., *L'insostenibile leggerezza dell'essere*, Adelphi, Milano,

¹²⁷ Merwick, A., Boyd, D., *I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse and the Imagined Audience*, in *New Media Society*, 2010, pp. 1 – 20

contesti sociali insieme e rendono maggiormente difficoltosa la gestione delle norme sociali.

I contesti sociali in cui inseriamo le nostre relazioni possono essere differenti e variegati e riflettono l'identità di un soggetto che, per sua libera scelta, può essere parte di differenti gruppi o di diversa appartenenza sociale. In questo modo il soggetto va verso una costruzione della definizione di sé in modo flessibile e articolato. Il fare o non fare parte di diversi gruppi può dar vita a differenti modi di definire se stessi e quindi a diverse identità che si moltiplicano. Pensando a un adolescente potremo già identificare l'identità relativa al gruppo famiglia e quella relativa al gruppo di amici che, pur facenti capo allo stesso individuo, presuppongono due diversi modi di relazionarsi e spesso anche diversi codici comunicativi. Il collasso di contesto avviene quando queste due identità si trovano a doversi sovrapporre.

«Molti non si sentono a proprio agio all'idea che i loro mondi possano incontrarsi in modo non controllato, eppure nei social media questa dinamica si verifica spesso. Molto di ciò che è in gioco riguarda i modi variegati con cui la gente legge le situazioni sociali e si presenta di conseguenza»¹²⁸ e richiede molta competenza il saper gestire le diverse identità, nel sapersi presentare in modo diverso su siti diversi, seguendo le aspettative di pubblici diversi e norme diverse.

Un nativo digitale svilupperà competenza nuove e utili per se stesso come il sapersi spostare in modo semplice e veloce in questi ambienti mediati così come fra ambienti *online* e *offline*, «non perché passi da un'identità all'altra, o creando una separazione fra reale e virtuale, ma perché cambia contesti sociali e agisce di conseguenza»¹²⁹. Il nuovo soggetto si fa leggero e dinamico, la tecnologia rende possibile uno spostamento rapido tra i vari ambienti, e ne risulta una “danza complessa” che può, tuttavia, portare a un qualche tipo di confusione. Il nuovo soggetto ha un modo più semplice, più diretto, per dare vita, o anche solo per sperimentare, quelle “identità multiple” che vengono a crearsi nell'approcciarsi ai diversi contesti sociali. La possibilità è poi quella, forse la più importante, di creare autonomamente le norme sociali che definiscono il gruppo: gli utenti si rivolgono

¹²⁸ Boyd, D., *It's complicated*. PDF ebook

¹²⁹ Boyd, D., *op. cit.*

a un particolare sito perché secondo loro funziona bene per un certo scopo e quindi «persone simili s'influenzano a vicenda nel modo in cui usare un particolare sito e contribuiscono collettivamente a crearne le norme»¹³⁰.

Il nuovo utente è probabilmente barbaro in sé, abbisogna ancora di quell'esperienza utile per definire al meglio la sua identità primaria, e porta con sé un nuovo modo di vedere, pensare e vivere il mondo. Un modo che pare sbagliato solo in rapporto a quello che è stato il vivere normale, nel senso statistico del termine, della maggioranza delle persone. Il nuovo individuo esplora in superficie, osserva dalla distanza, si fa molteplice e può dare esperienza a tutte le sue identità.

Goffman descrive i rituali sociali della rappresentazione di sé come di “gestione dell'impressione”¹³¹. Ovvero, ciò che comunichiamo o trasmettiamo agli altri dipende da ciò che scegliamo di condividere per fare una bella impressione e da ciò che senza volere riveliamo come effetto secondario di ciò che siamo. È importante il ruolo dell'individuo nella creazione della presentazione di sé, ma – sottolinea Goffman – è presente anche un ruolo del “team” nella gestione delle impressioni: «ogni membro del team ha il potere di distruggere lo spettacolo o di rovinarlo con un comportamento inappropriato»¹³².

E, d'altronde, i *social network* si costituiscono come facili strumenti per dare differenti presentazioni di sé. Si può utilizzare un certo sito per dare una certa rappresentazione di sé ben sapendo di riferirsi direttamente a un predeterminato pubblico. Il pubblico influenza direttamente la costruzione dell'identità in rete. Pensando a un adolescente possiamo ipotizzare che, ad esempio, su Facebook (il social network più usato soprattutto dalla fascia d'età 25-34¹³³ in poi) sia presente almeno uno dei genitori e questo lo indurrà a mantenere un certo tipo di comunicazione diversa da un altro ambiente dove porterà avanti una comunicazione tra il gruppo dei pari. Porterà avanti, ovvero, quanto fa già nella realtà: una separazione di contesto che eviti il collasso.

Una separazione di contesto che è relativa, soprattutto, ad una scelta individuale, ma non solo. Il «contesto in rete, difatti, non collassa per caso, ma

¹³⁰ *Ibid.*

¹³¹ Goffman, E., *La vita quotidiana come rappresentazione*, Il Mulino, Bologna, 1997, p. 47 sgg.

¹³² Goffman, E., *op. cit.*, p. 82

¹³³ <https://zephoria.com/top-15-valuable-facebook-statistics/>

perché gli individui hanno un'opinione diversa su quali siano i confini e di come le loro decisioni riguardino gli altri»¹³⁴. Questo può essere un problema relativo alla costruzione di un ambiente virtuale che metta al centro un solo soggetto e di cui le rete di amici è un pubblico contestuale non percepito come tangibile o danneggiabile. Si dovrebbe evitare di impegnarsi in una gestione delle impressioni dipendenti dal contesto, che spesso la nostra rappresentazione può derivare dal comportamento di altri in rete e può danneggiare non poco la nostra immagine. E a poco serve il giocare a scaricare le colpe.

Quello che sta avvenendo in rete è la costruzione di una presentazione di noi stessi su larga scala e su diversi siti/contesti. Eppure, contemporaneamente, sembra aumentare la distanza tra l'identità reale e quella digitale: con due contesti sempre in pericolo di collassare l'uno sull'altro nell'impegno estremo di voler tenere ben distinte le diverse rappresentazioni. La rete – come già detto – può essere una buona opportunità per fare esperienza delle proprie identità, tuttavia emerge una tensione continua in particolare con i giovani che fanno fatica a capire chi sono e come integrarsi in un mondo più ampio. Si identificano una serie di problematiche relative alla presentazione di sé sia per i “nativi” che per i “migranti” digitali.

I primi fanno fatica sia nel capire i diversi contesti sociali che nel presentarsi in modo adeguato. Da questo si evince pure che «internet non si è evoluto in un luogo idilliaco in cui si può essere liberi dalle limitazioni del mondo fisico»¹³⁵ e, anzi, i contesti in rete e il pubblico invisibile – varianti che portano a un semplice, quasi immediato, processo di decontestualizzazione – necessitano di nuovi livelli di comprensione e nuove abilità di integrazione.

I secondi, i “migranti”, tendenti spesso all'analfabetismo digitale¹³⁶, si sono visti sbucare all'improvviso un nuovo luogo da esplorare e, nonostante la costante critica verso l'uso degli adolescenti (ma la storia ci insegna che il rapporto tra adulti e adolescenti è fatto di questo) di questi nuovi strumenti non sembra essere certo a un livello avanzato. Il nuovo adulto *social* c'è chi lo identifica come colui che, essendosi trovato finalmente in possesso di una voce, immaginandosi di essere

¹³⁴ Boyd, D., *op. cit.*

¹³⁵ Boyd, D., *op. cit.*

¹³⁶ L'Italia è al 25° posto su 28 paesi nel Rapporto DESI 2016 (<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/desi-2016-country-profiles>) relativo alla digitalizzazione e alle competenze digitali.

ascoltato, si è sentito messo su un piedistallo e si è facilmente abbandonato all'edonismo digitale. Ma, anche qui, i contesti collassano. L'adulto digitale sembra andare a riflettere tutto quello che è inespresso della realtà: le frustrazioni, i lamenti, ma anche ogni attimo vissuto che va a dare rappresentazione di un sé vitale e impegnato. Ci saranno pure adulti che andranno verso nuove esperienze di sé, con la possibilità e la tensione della separazione dei contesti.

Adolescenti e adulti stanno combattendo le stesse battaglie, ma i primi combattono sotto sorveglianza continua e senza la sicurezza di sapere chi sono. Vivono, dunque, in un “gran casino di labirinto culturale” e, questo, è terreno di incontro-scontro.

2.5. Nativi e migranti digitali: incontro-scontro generazionale e culturale

*«Excuse me if I seem a little unimpressed with this
An anti-social pessimist but usually I don't mess with this
And I know you mean only the best and
Your intentions aren't to bother me
But honestly I'd rather be
Somewhere with my people we can kick it and just listen
To some music with the message (like we usually do)
And we'll discuss our big dreams
How we plan to take over the planet»
(Alessia Cara – Here)*

La rete diventa il luogo di contrasto generazionale tra chi trova in essa il luogo per la vera espressione di sé e chi non ne capisce a pieno l'essenza. I “nativi digitali” sono madrelingua del linguaggio digitale, sono la prima generazione cresciuta con queste nuove tecnologie e, considerando questo, si può affermare, con buona probabilità, che il loro cervello sia sviluppato in modo differente (proprio come risultato di questa ingerenza)¹³⁷ rispetto a quello dei loro genitori (“immigrati digitali”). La differenza è profonda tra queste due generazioni. Cambiano radicalmente gli approcci alle cose e la struttura del pensiero dei primi, rispetto ai secondi. E – come sempre è accaduto – l'affermarsi di una nuova generazione, con tutti i suoi portati di novità, porta con sé le solite critiche e i soliti luoghi comuni su “quanto era meglio prima rispetto ad oggi”.

¹³⁷ Prensky, M., *Digital native, Digital Immigrant part 1*, in *On the Horizon*, vol 9, n 5, 2001, pp. 1 - 6

È bene pensare, tuttavia, che le due diverse generazioni (che poi sono quelle di genitori-figli) hanno preso forma in contesti storici molto diversi e che, soprattutto gli ultimi dieci anni hanno conosciuto un'accelerazione tecnologica come non ne erano mai esistite prima. Lo sviluppo della rete Internet ha avuto una crescita esponenziale e quella dei nuovi *media* e dei nuovi *network* è stata una crescita che, in pochi anni, ha portato oltre il miliardo di utenti¹³⁸.

Queste nuove tecnologie, insieme ai nuovi strumenti a esse dedicati, con la loro infiltrazione così profonda nell'ordinarietà delle cose e dei giorni, non potevano certo non modificare non solo la vita, nella sua più ampia generalità, ma anche l'essere umano e il suo modo di "sentire". È cambiata, invero, il rapporto con cui l'individuo esperienza delle cose e degli aspetti della sua vita: ovvero, sempre più, in modo mediato. Si è creata, dunque, una profonda divisione tra il nativo, naturalmente immerso nell'ambiente digitale, e l'immigrato, sempre un po' di corsa dietro allo sviluppo di nuove tecnologie.

Secondo un'importante ricerca¹³⁹ - condotta dal centro ricerche *PewResearchCentre* - l'aspetto di questo sviluppo digitale conduceva secondo il 55% degli esperti verso una previsione ottimistica (gli autori dello studio hanno precisato che molto degli ottimisti vedevano queste previsione come una "speranza") e secondo il 42% verso una previsione negativa.

Mi soffermerei su quest'ultima, la quale afferma: «Nel 2020 i cervelli dei teenager e dei giovani adulti saranno abituati al multitasking e saranno 'cablati' in maniera diversa rispetto a quelli degli ultracinquantenni e questo avrà, in generale, conseguenze negative. Non riusciranno a ricordare niente, utilizzeranno gran parte delle energie per scambiare brevi messaggi sociali [...] Non saranno capaci di riflettere né di stare in compagnia di altre persone. Saranno dipendenti in maniera patologia da Internet e dalle apparecchiature portatili.»

Eppure introducendo, a questo punto il concetto dell'"equità intergenerazionale" - secondo cui le precedenti generazioni dovrebbero lasciare in eredità alle successive una società più "decente" di quella in cui vive oggi¹⁴⁰ -

¹³⁸ <https://investor.fb.com/home/default.aspx>

¹³⁹ Anderson, J.Q., Rainie, L., *Millennials will benefit and suffer due to their hyperconnected lives*, Pew Research Center's Internet & American Lives, 2012, pewinternet.org

¹⁴⁰ Bertocchi, F., *Sociologia delle generazioni*, Cedam, Padova, 2004

sarebbe opportuno considerare lo stato del mondo messo in mano dagli immigrati ai nativi. Dobbiamo considerare le modifiche stratificate prodotte da ogni generazione, modifiche che formano la cornice entro cui le successive vanno a inserirsi e a prendere forma. Lo sviluppo di Internet è stato visto come un territorio inesplorato da conquistare, una terra dell'abbondanza, e questo lo è stato, prima di tutto, per gli immigrati digitali. Loro sono stati primi conquistatori, i primi a trarre i benefici, le opportunità personali ed economiche di questo nuovo mondo.

Chiaramente i nativi hanno preso “forma” in un nuovo ambiente e il rapporto uomo-ambiente è importante proprio per quel processo formativo dato dal “prendere forma” in un ambiente e dall'elaborazione e trasformazioni compiute su di esso. Cambia quindi quel rapporto tripolare tra prodotti materiali e immateriali della cultura e quel sistema di apprendimento e di costruzione delle conoscenze che costituisce il “motore” con cui i soggetti generano, conservano e modificano la produzione culturale all'interno della società¹⁴¹.

Tuttavia si crede opportuno sperimentare, mettere all'opera, questa generazione Y e la successiva “generazione *Google*” (nati dopo il 1993). Un nuovo mondo ci si presenta, un mondo in cui l'ingerenza tecnologia sarà sempre maggiore perché maggiori saranno i vantaggi (economici, ma non solo) che questa esercita sulle nostre vite.

La tecnologia ha creato un nuovo “sapere”, nuove conoscenze che, legittimate dalla società, sono diventate un nuovo patrimonio che la società usa, e sta usando, per trasformare la realtà. Una realtà che si fa complessa e presuppone nuovi modi di fare esperienza, di pensare e di sentire. Nuovi modi di abitare la realtà che, mediando con la tecnologia, possono portare a effettivi benefici globali. Come già detto l'importanza sta nel vedere il cambiamento, non nel negazionismo, e nel saper trarre da esso, grazie al processo formativo come “motore di creazione di saperi per interpretare e trasformare la realtà”, i maggiori benefici per uno sviluppo globale nella qualità della vita.

L'importanza sta, come afferma Prensky, nel creare nuovi metodi di educazione per garantire ai nativi di apprendere e, facendo un passo in più, di

¹⁴¹ Orefice, P., *Pedagogia Scientifica. Un approccio complesso al cambiamento formativo*, Editori Riuniti university press, Roma, 2009

apprendere ad apprendere (vista la grande opportunità che le tecnologie possono conferire al metapprendimento)¹⁴². È necessario un nuovo linguaggio da parte di chi è preposto all'educazione e alla formazione: o meglio, più che un nuovo linguaggio, un linguaggio comune. È opportuna una mediazione in questo conflitto, avendo ben presente che non si torna indietro. In una prospettiva di *lifelong learning*, tuttavia, la rete, con tutta la sua pervasività, può essere lo strumento più utile per una formazione costante e continua, a livello soprattutto informale.

I *social media* nel loro essere aperti, *web based* e *user friendly* che prevedono nuove possibilità come quella della co-creazione di contenuti (blog, wiki, twitter, ecc.), *social networking* (*Facebook*) la condivisione di gusti, di lavoro (tramite spazi di *coworking*), di connettività (*wifi sharing*) e di intelligenza collettiva (*business web 2.0*) garantiscono una maggiore pervasività e un maggiore coinvolgimento¹⁴³ e sono diventanti il terreno principale di informazione e coinvolgimento delle nuove generazioni (ma non solo). La creazione di *e-inclusion*, parte integrante di un processo del vivere *smart* che punti non solo sulle strutture ma anche sulle persone (*people and living*¹⁴⁴), passa attraverso una mediazione tra natività ed immigrazione: attraverso la costruzione di una storia comune e continuativa.

2.6. La guerra ai social network: l'essenzialità di ricollegare reale e digitale

*«Il mio principio etico è
“find light in the beautiful sea, I choose to be happy”».*
(Jonathan Safran Foer – Ecomi / Rihanna – Diamonds)

L'urgenza attuale non è nella predilezione di uno spazio rispetto a un altro, né del digitale sul reale né viceversa, quanto soprattutto quella di saper mediare queste due dimensioni e nel saperle gestire in modo efficace ed efficiente.

La migrazione verso il digitale ci ha resi tutti parte di una collezione di dati sul nostro comportamento: per ogni “utente” sono stati collezionati circa 5000 dati

¹⁴² Prensky, M., *op.cit.*

¹⁴³ Verdegem, P., *Social media for digital and social inclusion, tripleC*, vol 9, 2011, ISSN 1726-670X

¹⁴⁴ Uno dei “tavoli” essenziali all'interno dei progetti di *smart city* che punta proprio sulle politiche sociali e formative rivolte alla popolazione.

relativi al comportamento *online*. Questi dati vengono collezionati e, in seguito, analizzati per individuare soprattutto target di pubblico e per consentire strategie di *marketing* mirate, ovvero in base ai *click* e ai *like* viene a costruirsi quella “*filtering bubble*” che Eli Prasier come un: «un mondo costruito su ciò che ci è familiare è un mondo dove non c'è nulla da imparare... (in quanto c'è) un'invisibile autopropaganda che ci indottrina con le nostre proprie idee.»¹⁴⁵. Un rischio, come già sopradetto, avanzato dalla messa al centro del mondo digitale del soggetto e con all'altro capo aziende che mirano allo sfruttamento, alla colonizzazione, di Internet solo per i soliti scopi economici e di *marketing*.

Questa dimensione dei *social network* è ad oggi una delle più criticate (e criticabili) insieme al fatto che non solo si crea una bolla relativa alle informazioni e si riduce la nostra, almeno possibile, finestra sul mondo, ma una bolla viene a crearsi anche verso le altre persone. Quello che viene chiamato un mondo “insieme, ma soli”¹⁴⁶ dove appunto è il soggetto che va a costruirsi il suo mondo, che adatta il mondo a se stesso, e non viceversa. Non c'è adattamento alla dimensione umana, o ce n'è sempre meno, se pensiamo che possiamo facilmente oscurare o bloccare chi non ci piace e/o chi non ci va di vedere. Niente di così semplice avviene nella dimensione di realtà dove tutti, prima o poi, siamo costretti a trovarci in situazioni che avremmo volentieri evitato, in interazioni poco piacevoli o altro.

L'interazione digitale può portare alla negazione dell'altro da sé, nonché alla distanza del medesimo. La non percezione fisica sembra attivare, anche nelle persone più insospettabili, atteggiamenti e comportamenti che mai metterebbero in atto nell'interazioni faccia a faccia¹⁴⁷. Il che denota una scarsa capacità di gestione delle identità, nonché nella percezione del sé digitale come qualcosa d'altro rispetto alle persone e, immerso apparentemente in un mondo astratto, pensato senza le regole e i dogmi che attanagliano la realtà, con tutte le sue frustrazioni, può dar sfogo ai più nascosti e remoti lati della persona stessa.

Cambiano i soggetti nel loro modo non solo di formarsi, spiegato dal fatto che l'interazione sempre maggiore con la nuova tecnologia comporta cambiamenti

¹⁴⁵ Prasier, E., *The Filter Bubble: why the Internet is hiding from you*, Penguin Press, London, 2011

¹⁴⁶ Turkle, S., *Alone together. Why we expects more from technology and less from each other*, Basic Books, New York, 2012

¹⁴⁷ Marzi, A. (a cura di), *Psicoanalisi, identità e internet. Esplorazioni nel cyberspace*, FrancoAngeli, Milano, 2013

profondi sul sé e sullo sviluppo di esso, ma anche nel modo di pensarsi e di pensare agli altri. Cambia, profondamente, il *modus pensandi*¹⁴⁸. Eppure questo non pare possibile di retromarcia e, anzi, cambia poiché è dovuto cambiare come necessità di adattamento umano alla nuova conformazione del mondo. Una conformazione che, indipendentemente dai giudizi, complici una serie interminabile di fattori da pensare come conseguenti e cooperanti, ha portato a oggi.

Potremo, invero, passare interi pomeriggi a filosofeggiare sul “come saremo oggi se non ci fossero i *social network*?” per ottenerne vaghe risposte, mentre è utile comprendere partendo dal dato di fatto che essi ci sono, esistono, e ci stanno modificando. È bene capire, saper porre i piedi saldi a terra, per non perdere una strada che deve essere quella in cui non è l’uomo al servizio della tecnologia, ma viceversa. Dove cioè la tecnologia aiuta l’uomo nel miglioramento della qualità della vita sul pianeta, dove la tecnologia può essere un importante strumento di formazione costante e continuativa, nonché un bagaglio di capitale informativo sempre a portata di mano.

Per “coltivare nuova umanità” che abbia senso critico e immaginazione narrativa (ovvero capacità di saper entrare nelle storie degli altri). Un’umanità globale che già esiste idealmente guardando i dati di accesso a *Facebook*: con quasi 2 miliardi di account¹⁴⁹ e che ogni giorno scrive qualcosa di sé o comunque condivide piccoli pezzi di vita. La necessità come individua Nussbaum sta nel saper interconnettere e mediare tra le vecchie conoscenze (e il vecchio sistema di creazione di esse) e la novità, ché solo insieme, da questa unione, può derivare la formazione di nuova cittadinanza che non sia solo utente, non solo consumatore, non solo parte passiva di questo mondo e succube dell’iperattività economica¹⁵⁰. Ma cittadinanza che sappia riscoprire se stessa, la proficua costruzione di reti e capitali sociali, che sappia pensarsi criticamente e che sappia riconoscersi unita nella globalità mondiale.

I nuovi *network* nelle loro reti globali possono essere un potenziale veicolo per nuovi strumenti di democrazia e di condivisione (tralasciato l’edonismo 2.0) di

¹⁴⁸ Turckle, S., *op. cit.*

¹⁴⁹ <https://investor.fb.com/>

¹⁵⁰ Nussbaum, M., *Coltivare l’umanità. I classici, il multiculturalismo, l’educazione contemporanea*, Carocci, Roma, 2006

valori e informazioni utili comunitariamente. Le *smart community* possono essere la strada verso l'inclusione, verso l'abbattimento di quei troppi muri che, ancora oggi, costellano questo mondo: attraverso la creazione di meccanismi di *eInclusion* e di *eLearning*. La rete come strumento di formazione informale può essere utile per accrescere le competenze, l'*information capital*¹⁵¹, la tolleranza e la capacità di ascolto: tutto in vista di una *smartness* che deve passare, come prima cosa, dal soggetto e da esso al luogo.

Se il soggetto resta solo utente, sfruttato nelle sue debolezze volontarie e involontarie, resta "codice sostituibile" all'interno degli spazi della sua vita che, abbandonando sempre più luoghi dotati di senso, va a rifugiarsi in "non luoghi" o in "iperluoghi". Un avanzare di quella che Augé chiama "surmodernità" data da tre componenti essenziali: il restringimento dello spazio, l'accelerazione del tempo, l'individualizzazione dei destini¹⁵². Eppure sembriamo incapaci di rinunciare a questa finestra aperta sul mondo e sulle vite degli altri, un misto di *voyeurismo*, di narcisismo 2.0 e di curiosità ci spinge verso questi strumenti. Strumenti che si fanno luoghi – o iperluoghi – di vita e di relazione. Sempre più l'esistenza reale sembra dipendere da quella digitale, non pare possibile il contrario.

Così tra nuovi margini e differenze, emerge l'importanza di imparare un nuovo alfabeto, di sviluppare un nuovo pensiero che sappia autoriflettere e che possa aiutare a difenderci nel codificare e decostruire i messaggi, le comunicazioni, le immagini e tutto ciò da cui, costantemente, siamo bombardati.

¹⁵¹ Ellison, N.B., Steinflied, C., Lampe, C., *The Benefits of Facebook "Friends": Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites*, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2007, vol. 12, p. 1146

¹⁵² Augé, M., *Nonluoghi. Introduzione a un'antropologia della surmodernità*, Elèuthera, Milano

2.7. Investire nella *social media education*

*«Doveva essere possibile fare meglio dei suoi genitori,
ma non era sicura che ce l'avrebbe fatta.
Solo quando il cielo riaprì le cateratte, quando la pioggia arrivata dall'immenso,
buio oceano occidentale cominciò a battere sul tetto della macchina
e il suono dell'amore coprì gli altri suoni,
solo allora pensò che forse ce l'avrebbe fatta»
(Jonathan Franzen – Purity)*

Si è già sottolineata – nei paragrafi precedenti – l'importanza dell'investimento nell'alfabetizzazione digitale così come dell'abbattimento del *digital divide* (interno ed esterno) e di ogni altro ostacolo per un'efficace ed efficiente presenza digitale. Non solo questi risultati sono attesi dai programmi dell'Agenda Digitale Europea, ma, sembrano sempre più necessari e indispensabili per l'orientamento e l'inclusione sociale dei cittadini presenti e futuri.

A poco servono le numerose critiche quotidianamente riportate verso i nuovi media digitali, nelle varie esaltazioni di un passato che, per quanto bello, è, appunto, passato. Anzi, guardare al nuovo non significa rimuovere il passato. È importante concentrarsi sulle varie dimensioni educative che questi nuovi strumenti possono fornire; dall'educazione *ai* a quella *supportata dai* nuovi media fino a quella che può avvenire *all'interno* di essi.

Un'importante riflessione – come sottolineano anche Ranieri e Manca - «riguarda il rapporto tra *formale* e *informale* nell'apprendimento. [...] la difficoltà a stabilire confini nello spazio liquido della rete»¹⁵³. Ovvero nella necessità di collegare le classiche dimensioni formative formali, la loro istituzionalità, a un mondo che sta cambiando e verso nuove menti che subiscono l'influsso dei nuovi media nello sviluppo delle varie competenze, tra cui quelle sociali ed emotive.

Mentre Prensky suggerisce di convertire tutto il “linguaggio educativo” in quello dei *digital native* e di dar vita a metodologie più adatte a questi soggetti dotati di una “*hypertext mind*”.¹⁵⁴ L'autore ci spinge verso l'osservazione della distanza nei linguaggi e nei metodi, nella capacità di pensiero, che esiste tra le istituzioni (educative e non solo) e i giovani adulti (nonché futuri cittadini) e come questo porti, inevitabilmente, verso *gap* di incomprensioni che si fanno nel tempo

¹⁵³ Ranieri, M., Manca, S., *I social network nell'educazione*, Erickson, Trento, 2013

¹⁵⁴ Prensky, M., *Digital Natives, Digital Immigrants Part 2: Do they really think differently?*, in *On the Horizon*, 2011, vol. 9, n. 6, pp. 1 – 6

incolmabili. Un'incomunicabilità che si fa problema generazionale, avendo due generazioni che parlano “linguaggi” differenti.

L'importanza della *media education* sta proprio nella ricerca di nuove metodologie educative per la formazione continua. L'educazione *ai media* può essere uno strumento utile per sviluppare un pensiero critico su questi strumenti che possa spingere, oltre il solo scopo di svago, verso una dimensione educativa informale. Una dimensione troppo spesso trascurata e non incorporata ai moniti della formale, mentre dovrebbero reciprocamente interagire.

È importante comprendere come lo sviluppo delle reti abbia modificato le metodologie di creazione di conoscenza. Questa – soprattutto dal passaggio al 2.0 – attraverso i social media (attraverso pratiche di “socializzazione di massa”) viene, sempre più, a costruirsi in modo condiviso, collaborativo e partecipativo dal basso. La rete è divenuta un ambiente aperto dove «l'utente non è più un semplice destinatario passivo di contenuti, ma una persona coinvolta nella mutua co-creazione di contenuti e attività digitali. Gli utenti dei social media vanno in rete per condividere e valutare, incorporare e remixare, fare amicizia e essere di tendenza.»¹⁵⁵. Proprio per questo servono strumenti atti all'orientamento in questa massa caotica di notizie e informazioni, strumenti per una riflessione critica e una pronta valutazione di ciò che ci viene posto davanti.

Secondo Boyd «la retorica dei “nativi digitali” è tutt'altro che utile e spesso distrae dal capire le sfide affrontate dai giovani in un mondo in rete» e – continua – «è pericoloso dare per scontato che i giovani siano automaticamente informati. È ingenuo anche credere che i cosiddetti “immigrati digitali” non abbiano niente da offrire»¹⁵⁶.

Uno studio condotto da Helpser e Eynon non sembra tuttavia supportare l'idea di una differenziazione netta tra “nativi” e “immigrati” digitali in base a quanto stabilito da Prensky. E, anzi, ribadisce l'assoluta possibilità per gli adulti di poter “diventare nativi digitali”, ovvero del possibile sviluppo di competenze digitali anche in età avanzata. Lo studio – corredato da dati empirici – si concentra su tre concetti (*generation, experience, breadth of use*) e trae le sue conseguenze

¹⁵⁵ Selwyn, N., *I social media nell'educazione formale e informale tra potenzialità e realtà*, *TD Tecnologie Didattiche*, 2012, 20 (1), pp. 4 - 10

¹⁵⁶ Boyd, D., *op. cit.*, PDF ebook

dimostrando che nonostante le persone più giovani utilizzino più Internet, non si riscontrano insormontabili differenze nella classificazione, più retorica che non basata su evidenze empiriche, tra nativi e immigrati¹⁵⁷.

Non possiamo dare per scontato che i nativi sviluppino in modo automatico competenze digitali, così come chi, nascendo immigrato, non si sia impegnato e non ne abbia più degli altri. Quello che pare importante è un investimento nella *social media education* (e, più in generale, in tutta l'educazione al digitale) che sia generalizzato e globale, che sappia creare un linguaggio comune intergenerazionale e che sappia fare della condivisione, della collaborazione e della partecipazione un metodo di *lifelong e lifewide learning*. Dopotutto la *digital literacy* è considerata, anche a livello di legislazione europea, come una delle competenze chiave per l'apprendimento permanente¹⁵⁸.

Partendo dalla scuola (con l'attuale Piano Nazionale Scuola Digitale che, si spera, qualcosa riuscirà a smuovere) puntando sulla formazione degli insegnanti¹⁵⁹ che, obbligatoriamente, devono sviluppare competenze digitali e *digital literacy*¹⁶⁰ avendo di fronte un pubblico di "nativi" l'educazione digitale deve necessariamente estendersi a tutta la popolazione come possibilità di miglioramento delle condizioni di vita (anche come buona pratica per l'invecchiamento attivo). Secondo l'AgID il 90% della forza lavoro ha bisogno di competenze digitali minime¹⁶¹, questo considerando anche la sempre maggiore ingerenze delle nuove tecnologie all'interno dei servizi del cittadino e del lavoratore.

L'AgID dovrebbe attivare per il triennio 2017 – 2020 una serie di attività che andranno a garantire, seguendo le direttive dell'Agenda Digitale Europea, una serie di interventi volti a implementare i servizi in rete e la diffusione delle competenze di *digital literacy*, nonché a metter su un piano di buone pratiche da diffondere

¹⁵⁷ Helpser, E.J., Enyon, R., *Digital natives: where is the evidence?*, *British Educational Research Journal*, 2009, vol. 36, n. 3, pp. 503 - 520

¹⁵⁸ <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/HTML/?uri=URISERV:c11090&from=IT>

¹⁵⁹ I dati dell'indagine OCSE TALIS 2013 vedono l'Italia al primo posto per necessità di formazione ICT dei propri docenti: almeno il 36% ha infatti dichiarato di non essere sufficientemente preparato per la didattica digitale, a fronte di una media del 17%.

¹⁶⁰ Il termine inglese "*literacy*" fa riferimento, contrariamente al termine italiano "alfabetizzazione", all'abilità di leggere e scrivere in relazione ai bisogni individuali

¹⁶¹ http://www.agid.gov.it/sites/default/files/documenti_indirizzo/agid_competenze_digitali_2016_r11.pdf

all'interno del territorio nazionale in linea con le strategie di Europa 2020¹⁶². Tutti questi interventi denotano un interesse istituzionale verso un ritardo del nostro paese negli interventi di *media education*, nonché per colmare il *gap* relativo al *digital divide*.

È evidente inoltre che per raggiungere le nuove generazioni, per educarle e formarle, servono nuovi linguaggi educativi e istituzionali. Sarebbe importante che i giovani potessero concepire le istituzioni come qualcosa di “vicino” a loro, che parla e comunica nel loro linguaggio. La tecnologia digitale nel suo abbattere le barriere del tempo e dello spazio potrebbe essere uno strumento utile per un aggiornamento costante da parte delle istituzioni della popolazione, nonché per avvicinare i giovani, maggiori utenti digitali, verso i servizi territoriali a loro rivolti.

Tuttavia, per far sì che questa sia una manovra efficace ed efficiente è opportuno coinvolgere i giovani in modo attivo e diretto, con delle attività di tipo *peer to peer*, e coinvolgere verso lo sviluppo di un linguaggio intergenerazionale che possa estendersi all'intero assetto della società moderna (a livello macro) per andare a costituire una base per l'equità generazionale secondo un paradigma di *sustainability*.

Questo perché mentre i giovani, dal canto loro, sembrano sentirsi più parte delle *communities* in rete che non delle comunità locali così come sembrano rifiutare ogni servizio che gli adulti creano e mettono loro a disposizione. Gli adulti, dall'altra parte, si sentono in dovere di difendere i giovani dall'avanzare di quella che pare loro una “dissoluzione digitale”. Vorrebbero inquadrali, come sempre hanno cercato di fare¹⁶³, ma l'avanzare del mondo in rete sembra offrire agli adolescenti una spinta in più, quello scatto che li porta più facilmente a sfuggire al loro controllo. E comunque tutte le solite critiche che gli adulti rivolgono alle nuove generazioni possono essere facilmente smontate¹⁶⁴, così come vale il contrario.

¹⁶² AgID, *Strategie per la Crescita Digital 2014 – 2020*, http://www.agid.gov.it/sites/default/files/documentazione/strat_crescita_digit_3marzo_0.pdf

¹⁶³ Si veda Savage, J., *L'invenzione dei giovani*, Feltrinelli, Milano, 2009

¹⁶⁴ Si veda Boyd, D., *op. cit.* All'interno del lavoro la ricercatrice, corredando il lavoro da numerose interviste derivate dal suo lavoro continuativo col pubblico dei *teenager*, va a decostruire tutta una serie di stereotipi sul comportamento degli adolescenti in rete.

La rete e i nuovi *network* vanno verso la «costruzione di un Web dove la condizione di base sarà quella sociale»¹⁶⁵, al centro del quale c'è la collaborazione, condivisione e partecipazione nella costruzione di nuova conoscenza (articolata secondo i tre aggettivi precedenti). Cose che dovrebbero riflettersi nello specchio della realtà, ovvero dove l'iperconnessione pare aver eroso l'interazione faccia a faccia. L'educazione ai media deve muovere tenendo conto dell'importanza delle reti oggi, di cosa esse rappresentano e dell'importanza di riflettere su esse. Di fare della filosofia digitale.

¹⁶⁵ Zuckerberg, M., *Facebook's bid to rule the web as it goes social*. *BBC News Online*, 22 April 2010, <http://news.bbc.co.uk/1/hi/8590306.stm>

3. POTENZIALITÀ DEGLI STRUMENTI DI SOCIAL NETWORK PER L'INCLUSIVITÀ E LO SVILUPPO

3.1. *Social Network and Digital Media*: non solo dissoluzione dell'anima

«Sai cosa farò? Prenderò tutta questa negatività
e la userò per trovare il lato positivo.»
(Matthew Quick – Il lato positivo)

L'essenzialità di conoscere e comprendere i rischi non deve tuttavia indurre dal pensare, o dal concentrarsi, sulle molte opportunità, già attive o potenziali, di questi nuovi strumenti e della trasformazione che stanno operando su di noi, sul nostro pensare e su concetti essenziali come quelli di tempo e spazio. Tra il criticare e il comprendere si crede sia sempre più utile la seconda opzione, anche solo per poter orientare un comportamento modificativo di un'esperienza attualmente – possibilmente – errata o deficitaria di qualcosa.

Tra le varie opportunità offerte dai *social network* e, più in generale, i *digital media* e fra questi soprattutto la tecnologia *mobile* c'è appunto la possibilità di avere accesso a informazioni di qualsiasi genere da qualsiasi luogo. Una ricerca rapida e – almeno potenzialmente – accessibile a tutti previa conoscenze tecnologiche di base e infrastrutture atte a consentire l'accesso al web.

Ma non solo. È importante constatare come ogni tratto di questi nuovi strumenti nasconda al suo interno tanti rischi quante sono le potenzialità. Riva sottolinea l'importanza che rivestono gli strumenti di *social networking* nella sperimentazione del sé – soprattutto in età adolescenziale – e di quella parte di noi che con maggiori difficoltà riusciamo a mostrare nel mondo reale. «La possibilità di sperimentare ruoli e identità è un aspetto importante all'interno dello sviluppo individuale, sia nell'adolescenza che nell'età adulta»¹⁶⁶.

¹⁶⁶ Riva, G., *I social network*, Il Mulino, Bologna, 2010

Parlando inoltre di spazi urbani – come ad esempio i quartieri – va messo in luce il grande movimento di *social street*, nato a Bologna in via Fondazza, che si è presto espanso su tutta la penisola. L'obiettivo di questa iniziativa è:

«l'obiettivo di *social street* è quello di socializzare con i vicini della propria strada di residenza al fine di instaurare un legame, condividere necessità, scambiarsi professionalità, conoscenze, portare avanti progetti collettivi di interesse comune e trarre quindi tutti i benefici derivati da una maggiore interazione sociale. Per raggiungere questo obiettivo a costo zero, ovvero senza aprire nuovi siti, o piattaforme, il *Social Street* utilizza la creazione di gruppi chiusi di *Facebook*»¹⁶⁷.

Un progetto che, esattamente come quelli che vanno ad inserirsi nel più ampio contesto di *Smart City*, cercano di fare della comunità virtuale un espediente per riscoprire l'interazione sociale della quotidianità.

Ma, forse, le più grandi possibilità di questi strumenti sono legate al mondo del *business*. Nuovamente luci e ombre. Le possibilità legate all'economia – al marketing soprattutto – che attraverso questi nuovi strumenti rendono possibile raggiungere ovunque il consumatore (e viceversa) non sono trascurabili e consentono un collegamento anche delle più piccole aziende, delle comunità locali, in un contesto di economia di larga scala. Dalla maggiore vicinanza al consumatore finale, passando per lo *storytelling* legato al marketing che fa sempre più della dimensione emotiva il perno su cui spingere il consumatore all'acquisto, sono innegabili le potenzialità di questi strumenti all'interno di questa dimensione. Opportunità che devono essere colte anche relativamente al consumo di prodotti culturali e verso le quali è importante dare modo alle persone di imparare a comprenderle, di ragionarci sopra, di insegnare loro a orientarsi in questo *suk* dove è facile perdersi e dove soprattutto è facile arrendersi e non comprenderne le potenzialità.

Le opportunità si estendono poi al contesto urbano, oltre al *Social Street*, verso tutta una serie di servizi che le Pubbliche Amministrazioni possono/devono (o almeno usando il condizionale potrebbero/dovrebbero) offrire alla cittadinanza e

¹⁶⁷ <http://www.socialstreet.it>

che vanno a inserirsi all'interno del più ampio contesto *Smart City* che fa proprio delle nuove tecnologie (ICT) la base per il miglioramento della Qualità della Vita.

3.2. *Social media* e inclusione sociale

*«Nessun uomo è un'isola
intero in se stesso.
Ogni uomo è un pezzo del Continente
una parte della Terra [...]»
(John Donne)*

Esistono dunque delle opportunità, delle possibilità che, oltre gli evidenti rischi, possono garantire un uso benefico e utile di questi strumenti. Alla base dei quali c'è un concetto di "rete" che va a costituire una "rete di reti", la quale – almeno idealmente – sembrerebbe proprio avere come monito una sorta di inclusione garantita in base all'accesso. Sappiamo che, purtroppo, ad oggi, ancora non è così. Ma pare giusto concentrarsi anche sugli aspetti positivi di questi strumenti che, come già più volte ripetuto, esistono e sono parte integrante delle nostre vite e, soprattutto per i più giovani, hanno una forte presenza all'interno di esse per quanto riguarda espressione di sé e socializzazione.

È possibile affermare che, nonostante tutto, i *social network* e, più in generale, i nuovi media muovono verso un'inclusione sociale del cittadino. Pensiamo solo alle grandi opportunità che *smartphone* e le *app* possono offrire oggi in termini informativi, di conoscenza e non solo. Anche esperienzialmente, lì dove si crea, in modo attivo, la nostra formazione.

Dewey ci ricorda che «all'umanità piace pensare per estremi opposti. Formula volentieri le sue fedi in termini di opposizione, fra i quali non scorgere possibilità intermedie»¹⁶⁸. Dewey ci ricorda inoltre di quanto sia importante quel "*continuum sperimentale*"¹⁶⁹ nella distinzione di esperienze con carattere educativo, insieme al concetto di abitudine, per come «ogni esperienza influenza in bene o in male le attitudini che aiutano a decidere della qualità delle esperienze che seguiranno»¹⁷⁰.

L'esperienza digitale è entrata prepotentemente all'interno di questo *continuum* e ha ampiamente esteso le possibilità esperienziali, quindi anche

¹⁶⁸ Dewey, J., *Esperienza e educazione*, Raffaello Cortina Editore, Milano, ed. 2014, p. 3

¹⁶⁹ Ivi, p. 19

¹⁷⁰ Ivi, p. 23

educative e formative. Senza soffermarci troppo sulla connotazione positiva o negativa di esse, è, nonostante tutto, ampliato il nostro potenziale conoscitivo e inclusivo all'interno della società. Così come è innegabile che far parte di un sistema interconnesso, all'interno di una rete di reti, sia una grande opportunità che si estende dalla località alla globalità.

La rete esprime un'opportunità di unione e di comunicazione mai immaginata di cui è necessario far parte in modo attivo e consapevole. La Commissione Europea – attraverso il programma *Digital Single Market* – promuove la *digital inclusion* mediante la focalizzazione su quattro punti fondamentali¹⁷¹:

- ***Accessible ICT***: rendere le ICT maggiormente accessibili per tutti e promuovere nuove metodologie per lo sviluppo tecnologico (progettato per tutti);
- ***Assistive technologies***: supportare lo sviluppo di ICT che possano assistere persone con disabilità per poterli abilitare ad attività che essi non erano in grado prima di compiere e per interagire in modo migliore con la tecnologia;
- ***Skills and digital skills***: coinvolgimento dei cittadini per combattere la marginalizzazione e l'esclusione sociale, anche attraverso lo sviluppo di carriere che prevedano l'impiego delle ICT nell'educazione;
- ***Social Inclusion***: incrementare il tasso partecipazione delle persone svantaggiate nelle attività pubbliche, sociali ed economiche attraverso progetti di inclusione sociale.

Si denota un interesse all'interno delle direttive educative, anche a livello statale e sovrastatale, per un'inclusione che possa, grazie alle nuove opportunità offerte dal digitale, avere effetti positivi sulla realtà. Dopotutto «ci sono forti evidenze che dimostrano che coloro che sono affetti da *digital exclusion* sono anche *socially excluded*»¹⁷². Così come l'accesso all'*information capital* può garantire, non solo un accesso alla conoscenza, ma un modo per cui, grazie all'accesso, è possibile liberarsi da una situazione di svantaggio e la ricerca di Ellison *et al.* dimostra, ad esempio, il vantaggio legato all'uso di Facebook nella costruzione del

¹⁷¹ <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/digital-inclusion-better-eu-society>

¹⁷² Weerakkody, V. *et al.*, *Conceptualizing E-Inclusion in Europe: An Explanatory Study*, *Information System Management*, 2012, vol. 29, n. 35

“*social capital*” per la popolazione degli studenti che lo utilizzano, dimostrando anche che «le interazioni *online* non vanno necessariamente a rimuovere le persone dal loro mondo *offline* ma, anzi, vengono usate in supporto di esse e per mantenere le persone in contatto, anche quando la loro vita cambia»¹⁷³. Tutto questo riguarda comunque un nuovo modo di fare esperienza relativamente alla conoscenza, alla produzione di essa e alla sua creazione. Quest’ultima, difatti, fa sempre più uso dei paradigmi di condivisione e collaborazione: i quali, già di per sé, indicano una sorta di inclusione partecipativa. Una conoscenza – nuova merce di scambio nella società postmoderna – che già di per sé fortemente è relazionale (si crea conoscenza anche e soprattutto nel collegamento, nell’incontro, tra differenti conoscenze) e che trova in rete una potente via per aumentare questo “connettivismo”¹⁷⁴; quest’ultimo sa fare proprio delle differenze, presenti a livello globale, un metodo di inclusione e di produzione di conoscenza. Metodo agevolato e basato proprio sul modello delle reti, dove è forte l’interconnessione tra nodi esperti e fonti di informazione: basti pensare al modello di co-creazione di conoscenza delle *wiki*¹⁷⁵ come esempio di inclusione portato avanti dalla rete.

È importante ai fini di questo elaborato procedere alla distinzione tra la più ampia categoria dei *social media* e quella, che troviamo in essa compresa, dei *social network*.

Secondo una definizione recente, rivista dagli stessi autori che per primi la elaborarono i siti di social network sarebbero caratterizzati da: «1) profili identificabili in maniera univoca, costituiti da contenuti forniti dall’utente, contenuti forniti da altri utenti e/o da dati forniti a livello di sistema; 2) connessioni articolate pubblicamente, che possono essere visualizzate e navigate da altri; 3) funzionalità che consentono agli utenti di consumare, produrre, e/o interagire con

¹⁷³ Ellison, N.B., Steinfeld, C., Lampe, C., *The Benefits of Facebook “Friends”: Social Capital and College Students’ Use of Online Social Network Sites*, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2007, vol. 12, p. 1165

¹⁷⁴ Siemens, G., *Knowing Knowledge*, 2006, PDF ebook, <http://www.elearspace.org>

¹⁷⁵ “*Wiki*” sono tutti quei siti che possono essere modificati o che prevedono un contributo attivo da parte degli utenti. Questi possono essere datati 1995, quando Ward Cunningham creò una nuova tecnologia collaborativa per l’organizzazione delle informazioni sul web. Uno dei più famosi *wiki* di internet è sicuramente *Wikipedia*. (via: <https://www.britannica.com/topic/wiki>)

flussi di contenuti generati dagli utenti che vengono forniti dalle connessioni esistenti»¹⁷⁶.

Rispetto alla categoria più ampia dei social media, i social network possono essere visti come strumenti capaci di rafforzare la propria esperienza sociale in due principali direzioni: da un lato, in riferimento all'identità sociale, ossia alla "posizione" dell'individuo all'interno dei gruppi sociali di appartenenza; dall'altro, in rapporto alla rete sociale stessa, ossia l'insieme di persone alle quali si è collegati attraverso una forma qualsiasi di relazione sociale. In questa prospettiva, i *social network* permettono di riflettere sul ruolo di questi ambienti come strumento di espressione della propria identità, come strumento di analisi dell'identità degli altri.

I *social network* nascono in vista di una creazione di quella che dovrebbe essere una "rete sociale" (basti pensare alla storia di Facebook, nato con la funzione di divenire sostituto dell'annuario scolastico, strumento centrale della vita sociale dei college statunitensi, e, dunque, come strumento per ampliare la propria "rete sociale"). Nella creazione di quel "capitale sociale" visto come una «risorsa accumulata attraverso la relazione tra le persone»¹⁷⁷ è stato dimostrato che esiste una relazione positiva tra un certo utilizzo di Facebook e la creazione e il mantenimento del capitale sociale¹⁷⁸. Come riporta lo studio, che fa riferimento soprattutto al campione studentesco: «le interazioni *online* non rimuovono necessariamente gli utenti del loro mondo *offline*, ma possono essere usate da supporto e per tenere in contatto le persone [...] [e l'uso di queste tecnologie] può aiutare non solo gli studenti, ma anche diverse varietà di popolazioni: ricercatori professionali, vicini di casa e membri di comunità, dipendenti di azienda»¹⁷⁹ e molti altri.

¹⁷⁶boyd, d. m., & Ellison, N. B., *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2007, 13(1), pp. 210-215

¹⁷⁷ Coleman, J.S., *Social capital in the creation of human capital*, *American Journal of Sociology*, 1988, vol. 94

¹⁷⁸ Ellison, N.B., Steinflied, C., Lampe, C., *op. cit.*, p. 1164

¹⁷⁹ *Ivi*, p. 1165

3.3. Nuovi modelli di partecipazione, di conoscenza e di vita

«Stavamo mutando.
Non conoscevamo la nostra nuova forma.»
(Annie Ernaux – Gli Anni)

È chiaro che l'avvento dei *social media* e dei *social network* ha, in poco tempo, dal 2006 ad oggi, modificato ampiamente il nostro modello di conoscere il mondo e di conoscere l'altro, quindi la relazione con l'altro, e, infine, la partecipazione alla vita sociale e collettiva che si estende dalla località alla globalità. La grande rivoluzione di questi strumenti è soprattutto quella di poter garantire, quasi in tempo reale, una raccolta dati del nostro comportamento che, oltre a essere analizzato, può essere un contributo per apportare miglioramenti o per dare informazioni utili agli altri utenti.

Uno dei modi più potenti con cui le ICT stanno modificando, modellando, la vita urbana nel XXI secolo è attraverso la produzione di contenuti digitali – messaggi, foto, video, ecc. – legata a particolari posizioni sulla superficie della terra. Mentre l'atto di 'geotaggare' dei *tweet*, aggiungere la localizzazione alla foto su Instagram oppure registrarsi in uno specifico luogo su Foursquare può apparire un gesto del tutto frivolo, si deve pensare che «queste piattaforme consentono che le conoscenze locali possano essere trasferite o avere accesso da luoghi distanti, ma consentono anche ai cittadini che si trovano nelle vicinanze di poter interagire in modo specifico attraverso i *digital network*»¹⁸⁰.

È possibile, dunque, aiutare i turisti nell'orientamento all'interno dello spazio urbano mediante lo *smartphone* e una combinazione di *local-based application* e tutto questo andrà a produrre ulteriori dati che, nella loro globalità, potranno essere analizzati sotto diversi aspetti per avere una conoscenza dei comportamenti, dei movimenti, degli usi e costumi legati ai luoghi di un determinato luogo. Una possibilità che fino a oggi non era mai stata possibile e un nuovo modello di conoscere la città e chi la vive ogni giorno.

Nonostante le grandi opportunità è bene comunque tenere a mente che molte persone continuano a essere *offline* e che intercorrono alcuni processi sociali, come

¹⁸⁰ Shelton, T., Poorthuis, A., Zook, M., *Social media and the city: Rethinking urban socio-spatial inequality using user-generated geographic information, Landscape and Urban Planning*, 2015, vol. 142, p. 210

«una persistente disuguaglianza sociale, che continuano a modellare i dati con cui interagiamo, nei quali non sono mai tutti compresi egualmente o in una moda rappresentativa»¹⁸¹. E anche coloro che creano dati possono essere in altri modi marginalizzati ed è quindi importante, si direbbe necessario, saper riconoscere i limiti delle tecnologie. Un limite che intercorre non solo nella raccolta dei dati, nell'analisi, ma anche e soprattutto nella socializzazione, in quell'incontro con l'altro che è primo modo di formazione del sé.

Il limite dell'incontro con l'altro in rete è l'assenza della vicinanza fisica che non rende possibile decifrare la persona con cui sto parlando, manca tutta la dimensione della comunicazione analogica, il non verbale, mentre tutto si svolge a livello di comunicazione numerica. Diventa, inoltre, difficoltoso stabilire il livello di relazione e di contenuto sulla comunicazione e quindi metacomunicare, nonché stabilire una punteggiatura. È facile che comunicazione nate e sviluppate in modo mediato vadano a configurarsi come 'patologiche' nel senso che ne dà Watzlawick¹⁸².

Tuttavia, come suggerisce Boyd «le relazioni digitali non sono che lo specchio della realtà»¹⁸³. Ovvero le due dimensioni sono tra loro collegate, essendo comunque il digitale una parte della realtà e non cosa a sé stante. C'è da pensare anche a come interviene la realtà per coadiuvare la socializzazione, come interviene lo spazio fisico per stabilire un clima di fiducia in chi lo abita e quindi per stabilire il senso di comunità come «quel sentimento che fa percepire un individuo come parte di una struttura disponibile, supportiva, leale e che trascende l'individuo poiché, per mantenere tale relazione di interdipendenza, una persona si comporta verso gli altri nel modo in cui lei stessa si aspetterebbe dagli altri»¹⁸⁴.

All'interno di una società che ha spinto verso il privato, verso l'individualismo, verso la ghettizzazione delle differenze «implicitamente minacciose per la collettività più che stimolanti. Ciò che costruiamo sono dei luoghi anonimi e neutralizzati, degli spazi che rimuovono la minaccia di contatto sociale»¹⁸⁵. In questo gli strumenti di *social network* vanno a configurarsi, dunque,

¹⁸¹ *Ibid.* p. 200

¹⁸² Watzlawick, P. et. Al., *Pragmatica della comunicazione umana*, Astrolabio, Milano, 1971

¹⁸³ Boyd, D., *op. cit.*

¹⁸⁴ Sarason, S.B., *The psychology sense of community*, Jossey-Bass, San Francisco, 1974

¹⁸⁵ Sennett, R., *La coscienza dell'occhio*, Feltrinelli, Milano, 1992

come il luogo perfetto dell'abitare. Soprattutto luogo, come già detto, della seconda identità e dove metter in scena il lato nascosto del sé.

Ma non solo questo. La comunicazione digitale è, in modo prevalente, di tipo scritto e questo dà origine a certi connotati anche dal punto di vista pedagogico e formativo. Demetrio scrive che «quando ripensiamo a ciò che abbiamo vissuto, creiamo un altro da noi. Lo vediamo agire, sbagliare, amare, soffrire, godere, mentire, ammalarsi e gioire: ci sdoppiamo, ci bilochiamo, ci moltiplichiamo. Assistiamo allo spettacolo della nostra vita come spettatori: talora indulgenti, talaltra severi e carichi di sensi di colpa, oppure, sazi di quel poco che abbiamo cercato di vivere fino in fondo». Le nostre pagine, i nostri diari, ma anche i nostri dispositivi (come gli *smartphone*) raccontano la nostra storia e raccolgono al loro interno, in ordine cronologico, una sorta di nostra autobiografia che sia scritta che visiva. È possibile ricostruire la storia di una persona tramite la sua presenza *online* e nella creazione di contenuti ciascuno non fa raccontare agli altri se stesso.

3.3.1 Nuovi modelli per l'educazione e l'apprendimento: dall'*informal* al *cooperative learning*

«Ho sognato che
non so dove c'è
una nuova terra
sta aspettando me»
(Posso Farcela - Hercules OST)

Le piattaforme di *social network* e, più in generale, la pervasività delle ICT all'interno delle nostre vite vanno ad aumentare gli spazi, i luoghi, di condivisione e di apprendimento informale. Il compito della città, nel suo apparato istituzionale, attraverso anche l'azione attiva delle agenzie formative in essa operanti, è quello di diventare e sviluppare un'efficace ed efficiente azione di *knowledge management*.

«La rapidità con cui le conoscenze si evolvono tende a infrangere la proceduralità della formazione tradizionale a favore di processi di crescita endogena attraverso la circolazione e la capitalizzazione del *know-how*»¹⁸⁶ e il

¹⁸⁶ Trentin, G., *Apprendimento in rete e condivisione delle conoscenze*, FrancoAngeli, Milano, 2004, p. 17

supporto delle tecnologie diventa strategico per favorire processi di *peer education* e di *incidental learning*.

Quest'ultimo – come dimostrato da una ricerca condotta all'interno del progetto MASELTOV (“*Mobile Assistance for Social Inclusion and Empowering of Immigrants with Persuasive Learning Technologies and Social Network Services*”) guidato dall'Unione Europea (2012)¹⁸⁷ – ha dimostrato l'efficacia dell'apprendimento incidentale «ricorrente nella vita di tutti i giorni, come strumento per il supporto all'apprendimento culturale e del linguaggio»¹⁸⁸.

La necessità dell'apprendimento linguistico è essenziale per l'inclusione all'interno di un qualsiasi contesto ed è uno dei primi scogli in cui ogni “straniero” incorre e che si può tentare di ridurre proprio mediante le nuove tecnologie. L'accesso “continuo” che le tecnologie di tipo *mobile* – ad esempio le *app* – possono offrire grandi opportunità alla *lifelong learning*. La pervasività di queste tecnologie ad alta velocità, all'interno delle *smart city*, combinate con la «capacità informatica e “sensoriale” dei moderni *smartphone* permettono all'ambiente urbano di potersi facilmente trasformare in un *learning environment*»¹⁸⁹ (che tradurrei in: ecosistema di apprendimento. Inteso come ambiente di apprendimento ecologico, sistemico e olistico).

La dimensione sociale dell'*informal learning* diviene, dunque, cruciale e gli strumenti di *social networking* possono provvedere un supporto di tipo *peer* e *mentor*, nonché uno stimolo alla motivazione, mentre un continuo accesso ai servizi in ogni luogo e tempo permette lo sviluppo della riflessione e di nuovo apprendimento.

L'importanza dell'uso delle ICT e dei *social* come ambienti di apprendimento, inoltre, da Lévy in poi, assume di importanza per il ruolo collaborativo che la rete struttura; collaborazione che, dal costruttivismo al connettivismo, assume fondamentale importanza, oggi, in tutti i processi di apprendimento e di formazione: sappiamo infatti che dall'esperienza condivisa, dal

¹⁸⁷ Gaved, M., et.al., *A citizen-centred approach to education in the smart city: incidental language learning for supporting the inclusion of recent migrant*, IGI Globale, 2012, online: <http://dx.doi.org/doi:10.4018/jdlde.2012100104>,

¹⁸⁸ *Ivi*, p. 54

¹⁸⁹ *Ivi*, p. 61

teamworking al *coworking*, già messa bene in evidenza da Dewey, è utile sul piano della motivazione e dell'apprendimento (nonché sul piano etico e sociale).

I *social network* hanno alla loro base un farsi collaborativo e co-costruito e il passaggio al *mobile* – mediante l'utilizzo delle *App* – ne consente un semplice e immediato accesso. Un accesso semplificato e che avanza sempre più verso una maggiore e migliore accessibilità: così come tutti possano partecipare all'esperienza di costruzione. Si va sempre più favorendo un tipo di apprendimento di tipo collaborativo che viene semplificato dai nuovi strumenti tecnologici nella loro riduzione delle distanze spaziali e temporali.

Le pagine *social* e, in misura minore, i siti web delle città diventano importanti elementi di condivisione delle esperienze, diventano strumenti per l'orientamento ai servizi e per il miglioramento dell'accessibilità: diventano esperienze collaborative di apprendimento urbano.

I *social network* – nel loro costituirsi in pagine o gruppi, nel loro etichettarsi (*tagging*) mediante l'utilizzo di *hashtag* – vanno a configurarsi come *peer community* e come delle “comunità di pratica”. Le attività *smart* che si muovono nel contesto *people*, mediante ICT e *social*, vanno ad incentivare lo sviluppo di questo CdP vanno ad «attivare contatti finalizzati a trovare una risposta a un proprio problema»¹⁹⁰; si muovono verso una trasparenza, verso un'apertura, che passa anche attraverso strumenti digitali, e che favorisce, tramite l'integrazione, vere pratiche di apprendimento derivante sia da attività di tipo *problem solving* che anche nell'usufrutto dei servizi e nel miglioramento dei processi democratici.

È chiaro che l'apprendimento (dall'educazione primaria fino all'alta formazione) va a ricoprire un ruolo centrale all'interno della *smart city*, è da lì che partono i processi di sviluppo e di crescita: nel miglioramento delle competenze, delle *skills*, della creatività. Cose che derivano da un apprendimento collaborativo e che nello scambio trovano una propulsione. In questo le nuove tecnologie sono lo strumento identificato come più utile per attività di *problem solving* relative al lavoro, all'economia, all'ambiente e allo sviluppo locale. La circolazione delle conoscenze è la base per ogni città che voglia farsi *smart* e la trasparenza, l'accesso agli *open data*, consentono proprio questo. È chiaro, altresì, che l'educazione deve

¹⁹⁰ Trentin, G., *op. cit.*, p. 55

farsi portatrice di nuovi modelli derivati da nuovi contesti: dall'ampio concetto di "imparare ad imparare" fino al più pragmatico "imparare a collaborare", deve evolvere nei nuovi contesti sociali e della realtà attuale.

Propria della *smart city* – e delle sue infrastrutture tecnologiche a supporto dell'apprendimento – diventa l'azione di "apprendistato cognitivo", inteso come imparare facendo e imparare dall'esperienza. Solo educandosi attivamente si possono sviluppare competenze per conoscere e per difendersi, nonché per l'utilizzo corretto delle nuove tecnologie. L'educazione, dal suo lato, dovrebbe rendersi maggiormente attrattiva, coinvolgente, puntando veramente sul soggetto attivo, e adattandosi alla modernità cercando di innescare la comprensione non un'inutile lotta già persa in partenza e radicandosi nel confronto con un mondo "passato".

3.4. Verso una grande narrazione collettiva

*«[...] la storia è un equilibrio tra le fonti
il disegno che compare unendo i punti
un patto firmato, un bacio non dato
il futuro che cambia [...]»*
(Niccolò Fabi - Una Somma di Piccole Cose)

Va costituendosi una sorta di autobiografia collettiva dell'umanità, i *social network* danno luogo all'ultimo romanzo possibile se consideriamo – seguendo l'intuito di De Chateaubriand – «l'autobiografia come l'unica ulteriore forma di romanzo possibile»¹⁹¹. Raccontiamo tutto, fino all'estrema condivisione di noi stessi, spesso pensando che nessuno ci lega o, al contrario, bramando ardentemente di essere in una vetrina invisibile che si affaccia su un mondo sconosciuto, ai più, e che può dimostrarsi pericoloso.

La scrittura è la forma comunicativa del moderno – dagli sms alle *email* – stiamo perdendo l'oralità del comunicare e del relazionarci. Tuttavia, non sono solo le relazioni sociali a svilupparsi tramite una scrittura che per la maggior parte tenta di rispecchiare l'interazione parlata – brevi parole semplici e concise – e costituita da sostituti delle parole – le c.d. *emoticon* che cercano di sostituire le emozioni della relazione orale fatta di toni di voce, timbri e accenti diversi – così come frasi a

¹⁹¹ de Chateaubriand, F., *Memorie d'oltretomba*, Einaudi, Torino, 1995

effetto, motti, *hashtag*, in stile *marketing*. La moda dell'etichettare (*tagging*) – che sia di tipo geografico o di tipo descrittivo – sembra pervadere ogni aspetto della modernità dove questo sembra l'ultimo e disperato tentativo di catalogare la complessità e non tanto di comprenderla. Una complessità che è fatta di messaggi scritti, di post e informazioni che tendono ad accumularsi in attesa di uno sguardo. Uno sguardo che si abitua all'indifferenza, al *surfing* barbarico che non scende nella profondità delle informazioni. Ma non è la rete, questa è la città, la metropoli, il mondo moderno.

Per Simmel la modernità si identifica con la metropoli al cui interno l'individuo subisce una «*intensificazione della vita nervosa*, che è prodotta dal rapido e ininterrotto avvicinarsi di impressioni esteriori ed interiori»¹⁹² e l'individuo per pararsi dalla molteplicità di stimoli che lo colpiscono è costretto ad adottare una sorta di strumento difensivo: l'intelletto, un organo in grado di selezionare i contatti in base alla sua capacità di proteggersi dalle discrepanze dell'ambiente esterno. Si fonda un processo di duplicità, la convivenza di opposti, l'ennesimo paradosso moderno, dove si costringe, da un lato, l'individuo ad attivare tutti i sensi per poter penetrare l'eccesso e, dall'altro, è lo stesso eccesso a costringere l'individuo a rinunciare alla sua possibilità di 'sentire', di ricordare, di comunicare.

Questo avviene primariamente nella città, ben prima dell'avvento dei *digital media*, dove si riscontra una tendenza all'anomia, all'indifferenza, all'invisibilità che diviene parte della metropoli moderna dove l'individuo sembra perdere voce e non lasciare traccia, dove l'individuo sembra perdere la sua storia e il racconto del suo sé.

Lo spazio digitale diviene quindi strumento di racconto di sé, dei propri interessi, diviene un mondo scritto in cui il *surfing*, ovvero il non scendere in profondità, diviene necessario anche solo come strumento difensivo. Lo spazio digitale diviene segno evidente del progresso della "surmodernità" – già descritta in precedenza – intesa come combinazione di tre fenomeni: il restringimento dello spazio, l'accelerazione del tempo e l'individualizzazione dei destini. È facile collegare questi tre elementi alla comunicazione digitale che avviene attraverso gli

¹⁹² Simmel. G., *La metropoli e la vita dello spirito*, Armando Editore, Roma, 1996

strumenti di *social network* e che va a dare vita e forma a un uomo diverso – surmoderno appunto – che racconta, a sé e agli altri, la sua storia, condivide tutto ciò che fa, nella speranza di fissare quello che nell’istante sembra essere già passato.

Si costituiscono dunque, i *social network*, come tante autobiografie, dove il termine “auto” non deve far pensare a qualcosa che si fa solo per se stessi. L’autobiografia intesa in senso stretto come “scrivere la propria vita” solitamente sottintende a qualcosa di molto ampio e che avviene oramai durante il corso della vita. È una storia che si fissa giorno per giorno, quasi inconsapevole, ma che comunque permette di fissare dei ricordi. È una narrazione di sé, una scrittura che va a sommarsi alle altre, che va a formare una sorta di storia collettiva e quindi va a creare “cultura” secondo quel “processo formativo” – come descritto da Orefice – il quale deriva e crea, allo stesso tempo, dalla conoscenza umana¹⁹³.

È un’autobiografia nella quale è possibile individuare, ad un occhio che non si lasci trasportare facilmente dalla negatività, “un bisogno che cerca di farsi spazio”, quello di raccontarsi e, soprattutto, di fissare dei ricordi che altrimenti sembrerebbero andare perduti in un mondo dove la rapidità, l’impalpabilità, rendono difficile il lento processo del ricordare. Questa autobiografia che giorno per giorno si crea sulle pagine *social* nel lungo periodo verrà osservata per rimandare alla mente i giorni passati¹⁹⁴.

Quello che qui ci interessa è di come questo aspetto possa positivamente influenzare il sé che «narra se stesso ma, narrando se stesso, costruisce qualcosa che prima non c’era, un Sé che, costruito in tal modo, a sua volta ri-diventa il narratore di se stesso, e così via»¹⁹⁵, ovvero un “Sé narratore” che usa l’autobiografia per presentarsi agli altri, come atto di “*entrenchment*” seguendo tuttavia una precisa intenzione, operando una selezione di ciò di cui ‘dare’ una storia, che è quella di fornire qualcosa di interessante¹⁹⁶.

¹⁹³ Orefice, P., *Pedagogia Scientifica. Un approccio complesso al cambiamento formativo*, Ed. Riuniti Univ. Press, Roma, 2009, pp. 95 - 118

¹⁹⁴ Si veda in questo senso una delle nuove funzioni di Facebook “Accadde Oggi” dove il social network, mediante l’uso di un apposito algoritmo, è in grado di mostrare le cose pubblicate/condivise sul nostro diario dal momento della sua creazione in poi

¹⁹⁵ Smorti, A., *Narrazioni. Cultura, memorie, formazione del Sé*, Giunti, Firenze, 2007, pp. 89 - 90

¹⁹⁶ Bruner, J., *Self making and world making*, *Journal of Aesthetic education*, 1991, vol. 5, n. 1, pp. 67 - 78

Tutto questo lo ritroviamo nei *network* moderni dove costruiamo storie di noi stessi in base a una precisa selezione, diamo una conformazione alla nostra immagine e, dunque, infine, al nostro Sé che passa attraverso un'attenta selezione di ciò di cui gli altri hanno bisogno da noi e di ciò di cui si vuole 'dare' una storia agli altri. Ma è anche vero che si sono sempre operate scelte di cosa voler raccontare ai posteri, cosa far arrivare al futuro, di quali memorie trasmettere. Niente cambia, se non gli strumenti che rendono possibile un collegamento tra tutte le storie individuali formandone una collettiva. L'ennesimo paradosso sta qui: nella volontà di emergere, di pubblicare forsennatamente per apparire, si fonde, ancora più, nell'indistinto che tuttavia va a formare una storia che, oltre ogni individualismo, è e si fa collettiva, globale.

L'umanità racconta se stessa e lo fa giorno per giorno, con la somma di piccole storie, di istanti e ricordi. Una somma di piccole cose.

Eppure proprio da questo bisogna difendersi. Si deve essere capaci di difendersi dalle storie e ci si difende solo sapendole leggere. Entrare nelle storie degli altri, permeare il grande muro della scrittura che compone i muri del web e dei *social network* in particolare, richiedere un'elevata competenza. Le persone nelle loro narrazioni (ma anche più in generale nelle notizie della quotidianità, nelle informazioni, ecc.) esprimono dei "vissuti", delle unità minime di esperienza vissuta, dentro cui è possibile ritrovare delle emozioni e, in senso più ampio, una dimensione emotiva.

Esistono diversi modi del "saper leggere". Se nella relazione faccia a faccia può risultare più semplice provare empatia, "*sentire dentro ciò che sente l'altro*"¹⁹⁷, nella lettura di uno scritto, dove manca la dimensione non verbale, la cosa di complica.

Il mondo moderno, scritto, necessità di grandi capacità di lettura della realtà, dell'altro, di sé e di tutte le storie che vanno, sommandosi, a comporre la nostra quotidianità. Imparare a leggere diviene fondamentale nella prospettiva più alta di saper arrivare a leggere l'altro e la storia che ha con sé. L'empatia risulta

¹⁹⁷ Boffo, V., *Nei vissuti emozionali* in Anichini, Boffo, Cambi, Mariani, Toschi, *Comunicazione formativa*, Apogeo, Milano, 2012, p. 80

fondamentale poiché si configura come «condizione umana di apprendimento dell'altro, è il mezzo stesso della comunicazione più densa di esperienza. L'empatia permette di sentire il vissuto emotivo altrui e di apprendere da questa esperienza, [...] di avvicinarsi alle intenzioni della mente altrui»¹⁹⁸.

I nuovi media avvicinano distanze, riducono i tempi e ci mettono al centro del mondo, creano la condizione “surmoderna”, cosa che possono avere importanti impatti positivi solo se accompagnanti da un'importante direzione educativa e formativa verso la partecipazione alla vita collettiva, cosa che passa dalla comunità e dalla voglia di “sentire” vicino l'altro e la sua storia. Di sommare le nostre storie per un impegno comune. È necessario imparare a capire la comunicazione, ma anche imparare il come comunicare e per fare questo «è necessario conoscere se stessi e sapersi raccontare, saper interpretare i propri vissuti emotivi, saper percepire le proprie emozioni e saperle usare nella comunicazione collaborativa nei luoghi della vita quotidiana»¹⁹⁹.

Creare partecipazione passa dalla creazione della relazione formativa, fine ultimo dell'uomo, che necessita di comunicazione empatica e di sviluppo dell'intelligenza emotiva in un mondo dove sempre più le relazioni si fanno mediate, scritte, e si basano sulla distanza.

Sapersi narrare e saper interpretare (e saper mediare tra le varie interpretazioni) diventano basi necessarie per il coesistere, per convivere, per comunicare e comprendere, per la partecipazione collettiva e condivisa agli eventi della nostra “realtà narrativa”²⁰⁰ – più che mai quella di oggi dove il *marketing* fa dello *storytelling* il suo ruolo centrale andando appunto a colpire il lato emotivo del nostro essere – dove il pensiero narrativo, che necessita di essere sviluppato sin dall'infanzia, diventa strumento centrale di orientamento in questo mondo insieme al pensiero filosofico. Riscoprire la cultura umanistica come suggerisce Martha Nussbaum la quale asserisce che «Dai tempi di Socrate – spiega oggi – sappiamo che la filosofia è vitale per la possibilità della democrazia di discutere e prendere decisioni più razionali. Che la storia è fondamentale per la cittadinanza globale,

¹⁹⁸ *Ivi*, p. 84

¹⁹⁹ *Ivi*, p. 86

²⁰⁰ Bruner, J., *La cultura dell'educazione. Nuovi orizzonti per la scuola*, Feltrinelli, Milano, 1997

necessaria oggi. E che la letteratura e le arti sono fondamentali per lo sviluppo della capacità di vedere una situazione dal punto di vista di qualcuno diverso da noi»²⁰¹.

Saper leggere la realtà e sapersi interrogare su di essa, così come sulle persone, sulle emozioni, diviene necessario per questa società 2.0 dove la condivisione non deve essere solo vanagloria, ma voglia di co-costruire un mondo migliore.

3.5. *Social network* per la cittadinanza globale: un'utopia potenziale

«Essere utopisti significa impegnarsi al continuo atto di denunciare e annunciare.»
(Paulo Freire – La pedagogia degli oppressi)

Non è possibile prevedere il futuro nei minimi dettagli, quello che possiamo fare è condurre le nostre vite in base a una ragionevole assunzione, che è quella di accettare e ripudiare l'illegalità in ogni sua forma e grandezza e in qualsiasi luogo essa si manifesti.

Nel contesto storico attuale dove appunto le distanze spazio-temporali, grazie all'avvento della rete, sembrano restringersi sempre più, tutto questo in favore di quella idea di cittadinanza globale che già Morin fa sua – nel concetto di “identità terrestre” – e derivanti dalle mondializzazioni (di dominio e delle idee). Secondo Morin:

«si è veramente cittadini [...] quando ci si sente solidali e responsabili. Solidarietà e responsabilità non possono derivare né da pie esortazioni né da discorsi civici, ma da un sentimento profondo di affiliazione [...], sentimento patriottico che dovrebbe essere coltivato in modo concentrico in ogni singolo Stato, in Europa, sulla Terra.»²⁰²

Arthur Clark individua alcuni principi fondamentali di una *global community* mettendo soprattutto in guardia dalle concentrazioni di potere e mettendoci davanti alle responsabilità che come cittadini del mondo, ormai pienamente in grado (o quasi) di interconnessione, abbiamo nei confronti della comunità che dal locale si estende alla mondialità.

²⁰¹ Nussbaum, M., *Non per profitto*, Il Mulino, Bologna, 2011, p. 85

²⁰² Morin, E., *La testa ben fatta*, Raffaello Cortina Editore, Milano, 2000, p. 75

Le possibilità offerte dalla *global citizenship* sono proprio quelle di collegare conoscenze, saperi, comunità, rendendo la dimensione “glocale” pienamente attuabile ed è il ‘locale’ a trarne maggiori opportunità e, agendo così, tuttavia, si fa sì che il globale non sia una massa indistinta e uniforme di prodotti. Questo vale per l’impresa così come per l’individuo che, connettendosi col globale, può trarne un’immensa quantità di benefici e di opportunità.

Abbiamo già affermato, nelle pagine precedenti, che non può darsi città intelligente senza che, intelligenti, lo siano anche i cittadini che la abitano. Per ciò si ritiene indispensabile lo sviluppo di competenze civiche e di un’educazione alla cittadinanza per una cittadinanza educata.

Alcune competenze possono essere riscontrate già all’interno del programma del WHO – *World Health Organization* (datato 1993) relativamente alle *Life Skills*: «[con questo termine] si intendono tutte quelle *skills* (abilità, competenze) che è necessario apprendere per mettersi in relazione con gli altri e per affrontare i problemi, le pressioni e gli stress della vita quotidiana»²⁰³ e questo per garantire lo sviluppo di una «*healthy global community under a rule of international law*»²⁰⁴.

Il riferimento alle *life skills* riprende quanto già detto in precedenza relativamente alla comunicazione efficace, alla gestione delle emozioni, della conoscenza di sé, all’empatia e al *problem solving*: ormai queste stanno diventando competenze base del nuovo cittadino, la nuova alfabetizzazione relazionale ed emotiva. Sono le competenze base di cui tutti hanno bisogno per la relazione con l’altro, per la cittadinanza attiva, per l’occupazione e per l’imprenditorialità e, infine, giocano un ruolo importante per la qualità della vita, per il benessere personale e per lo sviluppo culturale. Queste dovrebbero essere – in un modo a oggi del tutto utopistico – le competenze per una cittadinanza globale che sappia fare tesoro delle diversità e ricchezza nell’incontro (o incontro-scontro) con l’altro come processo formativo conoscitivo.

²⁰³ WHO (World Health Organization), *Life skills education in schools*, 1993, online: http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/63552/1/WHO_MNH_PSF_93.7A_Rev.2.pdf

²⁰⁴ Clark, A., *The ABCs of Human Survival. A paradigm for Global Citizenship*, Athabasca University Press, Calgary, 2010

Tuttavia l'avvento delle reti online ha sicuramente permesso la connessione delle menti e dei saperi in un modo impensabile allargando immensamente il campo della conoscenza e della creazione della medesima. La migrazione della maggioranza della cittadinanza sulle piattaforme di *networking* ha allargato il



Figura 5 - Numero utenti facebook al mese (2016)

potenziale conoscitivo della stessa che, tuttavia, si trascina dietro le scarse competenze e i problemi che si riscontrano nella realtà e che nella virtualità non vengono annullati, anzi, rischiano il collasso del sistema. Questo perché si tende a pensare per contesti separati: il cittadino reale come diverso da quello virtuale.

Il cittadino *della* rete al posto del cittadino *sulla* rete, che è cosa ben diversa.

La potenzialità latente dei *social network*, nella loro possibile interconnessione globale, è quella di dare vita veramente a un “popolo di Internet” che sia, nella sua più profonda comprensione, un popolo globale e fatto, dunque, di cittadini globale. Ma questo presuppone un modo diverso di concepirsi, di pensarsi all’interno di sé e in relazione agli altri. Comporta una profonda riflessione sulla nostra identità sistemica, sul nostro sguardo che, come un imbuto rovesciato, riesca a cogliere nel più piccolo particolare il senso più grande dell’universalità del conoscere.

La cittadinanza digitale va configurandosi forse come il più prossimo traguardo verso una mondialità del sapere, verso un soggetto che sappia riconoscere il suo “io” e iscriverlo all’interno di un “noi”, verso l’*inter-trans-disciplinarietà* verso cui stiamo tendendo – l’esempio di questo elaborato, l’ambiente da cui siamo partiti, la città, sta diventando sempre più il terreno di saperi che devono cooperare tendendo a obiettivi comuni – e nei cui confronti è necessario, come per tutti i cambiamenti, richiedere del tempo.

3.6. L'impegno delle PA nella formazione della cittadinanza digitale in ottica inclusiva

*«I have only one thing to do and that's
To be the wave that I am and then
Sink back into the ocean»
(Fiona Apple – Container)*

Il cambiamento per avere la forza di imporsi, di impattare la realtà con i suoi effetti più positivi, deve essere, come prima cosa, di tipo istituzionale. Non possiamo affidarci alla sorte, alla mano invisibile, né ad altro. L'uomo ha bisogno di essere educato, istruito e guidato, o meglio, condotto.

All'interno della Strategia "Europa 2020"²⁰⁵ si evidenziano tre priorità verso cui tendere per una crescita comune, e sono:

- crescita intelligente: sviluppare un'economia basata sulla conoscenza e sull'innovazione;
- crescita sostenibile: promuovere un'economia più efficiente sotto il profilo delle risorse, più verde e più competitiva;
- crescita inclusiva: promuovere un'economia con un alto tasso di occupazione che favorisca la coesione sociale e territoriale.

In più, tra le sette iniziative "faro" promosse sempre dall'UE, troviamo la costituzione di:

«"Un'agenda europea del digitale" per accelerare la diffusione dell'internet ad alta velocità e sfruttare i vantaggi di un mercato unico del digitale per famiglie e imprese. L'obiettivo è trarre vantaggi socioeconomici sostenibili da un mercato unico del digitale basato sull'internet veloce e superveloce e su applicazioni interoperabili, garantendo a tutti l'accesso alla banda larga entro il 2013 e l'accesso a velocità di internet nettamente superiori (30 Mbp o più) entro il 2020.»²⁰⁶

Ma non solo, all'interno di un contesto di economia della conoscenza, come quello che caratterizza il mondo attuale, l'importanza di una società digitale sviluppata la ritroviamo anche nei termini – oltre a quelli della circolazione delle conoscenze stesse e del connettivismo – anche nella distribuzione di beni e servizi

²⁰⁵ <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/it/ALL/?uri=CELEX%3A52010DC2020>

²⁰⁶ *Ibid.*

da parte delle pubbliche amministrazioni (PA) verso la cittadinanza e, più in generale, quindi, nel tema dell'inclusività. All'interno delle tre priorità di crescita (intelligente, sostenibile, inclusiva) ricorre costantemente il ricorso al digitale (alle ICT) e alle sue opportunità che comporta per l'economia e la società.

«La dotazione di capitale umano di una nazione – la conoscenza e le competenze di cui sono portatori gli individui e che li abilitano nella creazione di valore economico – può essere un fattore più importante per il successo a lungo termine virtualmente di qualsiasi altra risorsa»²⁰⁷ e per far questo si richiede che tutti siano in grado di partecipare attivamente alla vita e di poter sfruttare le enormi possibilità che le ICT mettono a disposizione dei cittadini. Possibilità che si estendono non solo verso la conoscenza, ma anche verso la più semplice fruizione dei servizi offerti dalla PA nonché verso una vera e propria integrazione delle minoranze e come strumento maggiormente attrattivo nei confronti del target più giovane (per cui recenti sondaggi mostrano un alto disinteresse verso la vita pubblica e le istituzioni in generale soprattutto nella fascia 18 – 34 anni²⁰⁸).

Le opportunità, naturalmente, sono numerose, e fondamentali, anche proprio dal lato delle PA. L'importanza che le ICT offrono nel poter monitorare i servizi all'interno del territorio, la loro effettiva fruizione, offre un *feedback* continuativo sugli stessi e, pertanto, il più semplice meccanismo per il miglioramento. Proprio grazie al sistema SPID (*Sistema Pubblico d'Identità Digitale*) è possibile provare a combattere l'annoso problema dello scarso utilizzo dei servizi. Spesso difatti i servizi vengono messi in piedi, ma non viene seguita una giusta informazione e gli stessi restano perlopiù inutilizzati o sottoutilizzati.

La *digital inclusion* richiede l'intervento delle Istituzioni (dall'UE fino agli enti locali) su due fronti: da un lato, sul piano delle infrastrutture, un intervento teso al miglioramento dei servizi digitale (es. aumento della banda larga) e nel rendere sempre più accessibile le ICT; dall'altro, sul piano educativo/formativo, nel dare le giuste competenze al capitale umano in modo che possa pienamente fruire dei vantaggi e delle opportunità data dal contesto di “economia e società digitale”.

²⁰⁷ <http://reports.weforum.org/human-capital-report-2016/>

²⁰⁸ <http://www.garanteinfanzia.org/news/gli-adolescenti-italiani-e-il-rapporto-con-le-istituzioni>

Alle PA è sempre più richiesto che, nel comunicare i propri servizi, attuino il passaggio da una logica monodirezionale – in cui il cittadino viene visto come soggetto passivo – ad una PA capace di ragionare secondo logiche di *marketing* – trasformando i cittadini in clienti da conoscere e soddisfare e, grazie all'introduzione del paradigma di *Open Government*, da coinvolgere sempre più nell'agire pubblico. Questo uno dei fattori fondamentali per il successo della trasformazione digitale della PA, che passa attraverso un processo di *governance* efficiente, nonché attraverso lo sviluppo delle competenze, teso al cambiamento e, soprattutto, verso il paradigma dell'*innovation for all* e del *design for all*²⁰⁹ come tipo di intervento inclusivo e destinato a un numero sempre maggiore di cittadini.

Il ricorso agli *open data*, come già esposto all'inizio dell'elaborato, può essere visto come un grande contributo che le nuove tecnologie possono dare nello sviluppo dei servizi, nel monitoraggio degli usi e nell'interazione stessa delle ICT con l'essere umano, nella comunicazione e connessione, e nella realizzazione di iniziative con finalità sociale e di promozione territoriale (con esempi virtuosi come il Comune di Lecce²¹⁰: in questo caso un vero intervento di inclusione) e, più in generale, di inclusione dei cittadini nei processi decisionali e informativi.

3.7. Digital democracy: dall'e-governance alla e-inclusion

«L'unico modo di risolvere i problemi è di conoscerli, di sapere che ci sono. Il semplicismo li cancella e così li aggrava.»
(Giovanni Sartori – Democrazia: cosa è)

È opportuno parlare, dunque, non solo di cittadinanza digitale, ma anche, proprio per sfruttare al massimo quelle opportunità che la società digitale ci offre e/o potrà offrirci, di “democrazia digitale”. Tralasciando qui le questioni di tipo politico che, ai fini dell'elaborato, sono poco importanti ci preme invece concentrarci sulla questione rilevante alla partecipazione attiva dei cittadini ai processi decisionali – e quindi, in senso più esteso, dell'inclusione – e al

²⁰⁹ Fra le tante definizioni si sono scelte le seguenti: «*la progettazione di prodotti ed ambienti utilizzabili da tutti, nella più larga misura possibile, senza necessità di adattamenti o di progettazione speciale*» (http://trace.wisc.edu/world/gen_ud.html) e «*la progettazione di prodotti, strutture, programmi e servizi utilizzabili da tutte le persone, nella misura più estesa possibile, senza il bisogno di adattamenti o di progettazioni specializzate*» (art. 2, Convenzione ONU sui diritti delle persone con disabilità)

²¹⁰ <http://www.forumpa.it/pa-digitale/open-data-e-accessibilita-quando-linnovazione-e-per-tutti>

coinvolgimento diretto dei medesimi. Ci preme soffermarci, considerando il contesto della città e, ancor più, della *smart city* sui processi richiesti (come misurazione di *smartness*) a livello di *governance* – con il coinvolgimento diretto dei cittadini nella politica pubblica – l’inclusione sociale e la qualità della vita come aspetti comuni a più tavoli di lavoro e piuttosto basilari del modello *smart* stesso.

Il concetto di *governance* fa riferimento al modo di dirigere, di governare, e all’interno di un contesto di città intelligente si va ad agire su essa tentando di allargare la base di chi prende le decisioni rilevanti all’interno del contesto urbano. *Governance* che trova, proprio nella via digitale – attraverso ICT, *media* e *network* – la via più semplice (e più accattivante) per raggiungere la più ampia parte della cittadinanza o di una più estesa comunità (intesa come non ascrivibile all’interno di un confine).

Il tentativo è quello di dar vita a un contesto che sappia comunicare – che conosca il “come” e i “mezzi” – coi i cittadini e che li sappia allo stesso tempo ascoltare. Si tenta di instaurare un processo trasformativo con base relazionale tra il cittadino e la città, proprio attraverso una “*governance partecipata*”. Una città che si spera torni ad avere un ruolo comunitario, di aggregazione e, più in generale, un’identità.

Replicando modelli che hanno avuto origine sul web (dall’*open source* ai *wiki*) la *smart governance* tende verso un allargamento della partecipazione, ma tende soprattutto verso il *goal* di una «[rivoluzione digitale che possa] mobilitare idee, *skills* e risorse di tutti; dobbiamo cercare di costruire un sistema di informazione digitale capace di mettere insieme le diverse conoscenze e le idee di tutti»²¹¹ ed è possibile utilizzare le moderne ICT per «produrre quell’intelligenza collettiva che possa far fronte alle diverse e complesse sfide che ci circondano»²¹².

All’interno di un contesto che tende sempre più verso lo scenario dell’*Internet of Thing*, già spiegato precedentemente, diventiamo tutti vettori, spesso inconsapevoli, delle decisioni prese. L’analisi del nostro comportamento digitale, che va producendo una quantità enorme di dati – per ogni movimento in rete

²¹¹ Helbing, D., *Build Digital Democracy*, *Nature*, 2015, vol. 527, p. 34

²¹² *Ibid.*

lasciamo delle tracce digitale che verranno poi analizzate – diviene strumento per l’ottimizzazione dei sistemi urbani. Attraverso *app* e sensori il cittadino diviene il principale strumento per analizzare, nel modo più completo fin ad oggi, il comportamento umano nel contesto città e, allo stesso tempo, rende i cittadini agenti di un possibile cambiamento proprio grazie al dialogo che, grazie al digitale, si rende possibile con le Istituzioni. Quest’ultime, allo stesso tempo, si rendono maggiormente trasparenti verso la cittadinanza – che nel digitale può trovare uno strumento per rendersi “attiva” – e per implementare i servizi con ampi risvolti anche sull’aspetto formativo della popolazione che diviene più consapevole di sé e delle opportunità messe a sua disposizione.

Agire dunque tramite una *governance partecipata*, anche e grazie proprio alle ICT, verso l’inclusione sociale di tutti i cittadini e verso quella che viene definita *e-inclusion*. Sul sito della Commissione Europea si legge che: «[gli] *e-services* e le *e-solutions* possono rendere più semplici le nostre vite, più efficienti, e meno dipendenti dai documenti cartacei. Avere competenze e conoscenze digitali è importante tanto quanto le competenze di lettura, scrittura e matematiche all’interno della società di oggi, per quanto dobbiamo porre enfasi sulle capacità digitali e nell’educazione ad esse per ottenere una maggiore occupazione»²¹³.

La *e-inclusion* passa attraverso l’abbattimento del *digital divide*, ma lo fa, soprattutto, concentrandosi nel dare le giuste competenze e i giusti strumenti per orientarsi, per saper cogliere le opportunità della società digitale a livello socioeconomico. Mentre il *digital divide* si concentra soprattutto sulle strutture fisiche, sulla rete fatta di nodi e bande, l’inclusione e la *e-inclusion* passa invece attraverso l’educazione e, ancora, verso un’esperienza digitale che possa essere – rifacendosi ancora a Dewey – base di buone abitudini e di crescita²¹⁴.

L’inclusione digitale sta nel dare a tutti gli strumenti per poter cogliere le opportunità del presente – sia dal punto di vista economico che in termini di occupazione e altro – e in vista di quel 2020, ormai non così lontano, come giro di

²¹³ <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/society>

²¹⁴ Dewey, *op. cit.* p. 22

boa di questa nostra società che già è cambiata e ancora deve cambiare per tendere al futuro inclusivo di cui già da troppo si parla senza che mai si realizzi.

3.8. Tensione evolutiva: puntare al migliore futuro possibile per tutti

*«[...] ci siamo abituati ai più grandi mutamenti
siamo stai pesci e poi rettili e mammiferi
abbiamo scoperto il fuoco e inventato i frigoriferi
abbiamo imparato a nuotare poi a correre
e poi a stare immobili
eppure ho questo vuoto tra lo stomaco e la gola
voragine incolmabile
tensione evolutiva [...]»*

(Lorenzo “Jovanotti” Cherubini – Tensione Evolutiva)

Si è cercato, in questi capitoli, di descrivere nel modo migliore possibile che cosa sia una *smart city*, ovvero una città dove l’investimento nel capitale umano e sociale e l’investimento nelle infrastrutture di comunicazione tradizionali (trasporti) e moderne (ICT) possano garantire una piena crescita economica sostenibile un’alta qualità della vita. Si è cercato inoltre di sfatare, di “decostruire”, alcuni dei pregiudizi che accompagnano la pervasione della tecnologia e del digitale nelle nostre vite, spesso senza considerare le molte opportunità di cui tutti usufruiamo (anche in modo inconsapevole). Soprattutto sembra che le critiche siano sempre mosse in rapporto a un mondo passato e poco sul presente.

All’avanzare di nuove invenzioni tecnologiche, all’affermarsi di un nuovo mezzo di comunicazione si produce, quasi sempre, una rottura. La rottura si produce tra chi, indistintamente, va avanti nel criticare aspramente la nuova via comunicativa e chi cerca di comprenderla e coglierne gli aspetti positivi.

L’adattamento, l’evoluzione è un processo lungo e, pur conoscendone l’inizio, non saremo mai pienamente certi di conoscerne la conclusione. Tutto quello che possiamo fare è prendere consapevolezza di quello che siamo *hic et nunc*.

Si crede che i nuovi strumenti tecnologici legati all’informazione e alla comunicazione abbiano provocato una rottura e adesso siamo in fase di adattamento, siamo nella fase esperienziale. Stiamo facendo esperienza di questi nuovi strumenti ed è giusto iniziare a comprendere che se ci sono a poco serve combatterli, molto più utile è servirsene per un futuro migliore. Che sia migliore per tutti.

Andiamo avanti nel lavoro concentrandosi proprio su come ICT e Social possano essere utili strumenti, all'interno di un contesto di *smart city*, per l'integrazione e il miglioramento della qualità della vita in vista dell'analisi finale.

4. SMART CITY: TRA INTEGRAZIONE, COMPETENZE, RISCHI E OPPORTUNITÀ

Avvicinandosi sempre più verso la parte di ricerca di questo elaborato, ci sembra giusto soffermarsi, in modo specifico, sul target che è stato preso come riferimento di questo lavoro. Un *fil rouge* lega, in modo continuo e diretto, la città e gli abitanti e, tra questi ultimi, ci si soffermerà particolarmente sui nuovi cittadini delle nostre città: sui migranti che trovano nei nostri contesti urbani il loro luogo e ne fanno la loro casa. Si vogliono mettere in evidenza, basandosi sulla letteratura, le opportunità che ICT e social possono rappresentare per l'integrazione di queste persone e, quindi, per il miglioramento della qualità della vita (dell'intera comunità); si vuole, allo stesso tempo, mantenere un'occhi vigile anche sui rischi che, nonostante tutto, sono sempre presenti.

Continuando sulla categorizzazione di Prensky tra "nativi e migranti digitali" si vuole fare un raffronto con l'altra categoria di "migranti" e puntare sulle nuove generazioni, su un aspetto di *peer tutoring*, che possa essere vincente, anche e soprattutto attraverso i nuovi strumenti mediali di comunicazione, per generare inclusione e integrazione.

Si metterà inoltre in evidenza l'aspetto formativo e di *learning community* che la *smart city* vuole andare a creare, mettendo al centro dei suoi processi di innovazione proprio alla creatività, le competenze e il processo formativo. Bisogna considerare, infatti, che a fronte dei "classici" fenomeni migratori, quelli via mare per intendersi, nuovi flussi di migrazione sono in corso verso quelle città considerate attrattive o viste come garanzie per l'occupazione e l'apprendimento: una città che sa attirare competenze ha più possibilità di generarne di nuove e di generare innovazione.

4.1. “Al Margine”: i nuovi margini della società 2.0

Magris (2015) dà un’idea, o definizione, di margine che ci piace riportare:

«L’idea di margine attraversa le nostre vite molto più di quanto crediamo: il margine è il limite dello spazio e della morale, divide la virtù dal peccato e il centro dalla periferia. Se nel mondo scientifico il margine ricorda l’errore o il limite che ogni ricerca dee affrontare, in società evidenzia l’emarginazione economica e sociale tanto quanto circoscrive virtuosi fenomeni di anticonformismo.»²¹⁵

Se, oggi, i centri urbani sono il cuore dell’economia globale, che «danno casa a circa il 50% della popolazione terrestre (il 70% entro il 2050)»²¹⁶, è importante considerare quanto essi siano attraversati da barriere, anche le più invisibili, e da muri sottilissimi, spesso impercettibili, ma ben presenti. La società va configurandosi come attraversata da margini e frontiere.

Frontiere che, se da un lato, proteggono e imprigionano, richiudendosi in loro stesse e protendendosi ad abbracciare ciò che sta al di là di esse; dall’altro lato, invece, la frontiera può essere pure chiusura, una porta sbarrata. Chi abita la frontiera, abita al margine. «Il sentimento di marginalità, del quale fa esperienza chi abita la frontiera, può tradursi in una duplice e contrapposta reazione. Da un lato [...] può far nascere un senso di inferiorità, indotto dalla consapevolezza della propria collocazione periferica che estromette dal flusso della storia e della vita [...]. Dall’altra parte, la collocazione alla frontiera può suscitare una consapevolezza della propria specificità identitaria, opposta alla cultura omologata e omologante [...]»²¹⁷.

Nella nuova società dove i nuovi flussi di comunicazione si fanno mediati e dove le nuove tecnologie permeano il tessuto sociale non solo sull’aspetto relazionale, ma anche economico e occupazionale, è importante ridurre il margine che separa dalla piena partecipazione, dal pieno utilizzo dei servizi presenti e, tutto questo, proprio in vista di un rendersi *smart* delle città.

La città *smart*, come già affrontato, seguendo un approccio *bottom up*, deve rendersi inclusiva e partecipativa. Ovvero migliorare la Qualità della Vita di chi la vive per farlo arrivare a sentirsi ascoltato e, ancora di più, una parte attiva di una

²¹⁵ Magris, F., *Al margine*, Bompiani, Milano, 2015, PDFebook

²¹⁶ Walravens, N., *et.al.*, *op. cit.*, p. 15

²¹⁷ Magris, F., *op. cit.*

comunità. Una città che deve “formare” i suoi cittadini alla cittadinanza, sia attraverso processi formali che informali. In tutto questo le ICT e i social possono essere d’aiuto, con un impatto attivo su tutta la comunità urbana.

Ma al margine non ci sono solo migranti. Troviamo tante categorie, tante minoranze, che con il passaggio alla *smart city* dovrebbero veder ampliati i loro diritti di accesso e di partecipazione (disabili, anziani, donne, ecc.).

4.2. Vecchi residui di diseguaglianza e nuove opportunità

*«as long as I know how to love, I know I'll stay alive
I've got all my life to live
And I've got all my love to give and I'll survive»
(Gloria Gaynor – I will survive)*

Secondo Boyd «il modo in cui gli adolescenti usano i social media riflette i problemi esistenti nella società e rafforza convinzioni radicate»²¹⁸ e prosegue considerando che molte delle divisioni sociali che esistono nel mondo *offline* sono state replicate, o addirittura amplificate, *online*. Questo perché «la tecnologia permette sì di comunicare in modi nuovi, ma rafforza anche le connessioni già esistenti»²¹⁹ e permette nuovi modi di accesso alle informazioni, ma questo è spesso squilibrato. Il grande potenziale di Internet è tuttavia quello di rendere maggiormente visibili queste “malattie sociali” in nuovi modi, forse costruttivi.

La rete, da sola, non opera come la “mano invisibile” di *smithiana* memoria. Non è un meccanismo autoregolatore, ma è chiaro, ormai, che le grandi opportunità che essa offre e che sempre più offrirà non possono essere precluse a certe fette di cittadinanza, già di per sé svantaggiate.

Sempre Boyd sottolinea, tuttavia, come all’interno della rete, riferendosi per la sua ricerca soprattutto ai SNS (*social network services*) e all’uso che ne fanno gli adolescenti, sia presente un fenomeno che i sociologi definiscono come “*omofilia*”, ovvero la pratica di comunicare con persone simili (soprattutto nel contesto di riferimento statunitense, attraversato da una forte divisione sociale: soprattutto lungo le linee etniche e razziali). I *social network* sembrano quindi essere

²¹⁸ Boyd, D., *op. cit.*

²¹⁹ *Ibid.*

attraversati dagli stessi margini, e dalle stesse frontiere, della società. Almeno per quanto riguarda l'aspetto relazionale.

La portata delle ICT (tra cui i SNS) per l'integrazione e per la cittadinanza (attiva) non sono comunque da sottovalutare, anzi.

Al livello territoriale la spinta verso il digitale, visto come strumento per «garantire la semplificazione nell'accesso ai servizi alla persona»²²⁰ è stata data dalla L. 104/2015 che con l'istituzione della Carta dell'Amministrazione Digitale (CAD) si sta impegnando per consentire lo sviluppo ulteriore verso la digitalizzazione dei servizi pubblici per la cittadinanza, nonché per l'accesso ai servizi d'interesse tramite le ICT. Si aprono quindi prospettive nuove e tutte da sviluppare per cambiare radicalmente il rapporto tra cittadini e Amministrazioni locali. Interazione e comunicazione completamente digitale con gli uffici pubblici, *e-participation* anche in mobilità sono alcuni dei servizi, supportati da adeguate infrastrutture tecnologiche, su cui è necessario spingere perché per la realizzazione di città più “semplici” e più *Smart*.

Un grande potenziale – legato ad ICT e SNS – che trova un forte sviluppo all'interno di un contesto *smart* è legato a quello che viene definito “*incidental learning*” (apprendimento incidentale), ovvero quel tipo di apprendimento non intenzionale e non programmato che deriva dallo svolgimento di altre attività: questo tipo di apprendimento non è certo una novità, ma all'interno della *smart city* questo può essere “catturato” nel suo avvenire e, dunque, supportato nei suoi bisogni e può essere, successivamente, spunto di riflessione e strumento per apprendimento ulteriore.

La ICT e i SNS possono essere visti, anche e soprattutto in relazione alla popolazione migrante, come un vettore per lo sviluppo di integrazione: dal punto di vista linguistico, primariamente, e culturale, in seguito. L'utilizzo dei *social* tra gli adolescenti migranti può essere visto come uno strumento capace di integrarli all'interno di una comunità che si identifica anche grazie a un linguaggio specifico o a un “gergo” come quello che gli adolescenti usano in contrapposizione al

²²⁰ Legge 7 agosto 2015, n. 124 “Deleghe al governo in materia di riorganizzazione delle amministrazioni pubbliche”

linguaggio degli adulti. Passa da essi, dai *social network*, una via verso una sottocultura che riscopre nel digitale una via d'espressione identitaria e di rottura

L'incremento dei fenomeni migratori che attraversano l'Europa – e soprattutto l'Italia anche solo per la sua posizione geografica – hanno sollevato la questione del potenziale delle ICT e dei nuovi *social media* nella promozione dell'integrazione dei migranti e della diversità culturale in Europa (paradossalmente è più facile che si sentano vicini, anche a livello generazionale, i *teenager* di due diverse nazioni che non un adolescente e un *over 40* anche nati nello stesso luogo). La partecipazione dei migranti e delle minoranze etniche alla società dell'informazione è infatti uno degli obiettivi espliciti della Dichiarazione Ministeriale di Riga sull'inclusione digitale, in vista di incrementare le loro possibilità di integrazione e inclusione sociale, partecipazione economica e creativa.

All'interno del contesto europeo è nato, proprio per questo scopo, il progetto *BridgeIT*²²¹. All'interno del rapporto nazionale del progetto si mettono bene in evidenza le questioni relative all'inclusione dei soggetti migranti proprio attraverso la rete digitale, la quale consente il crearsi di una rete fisica a supporto dei servizi. Si mette inoltre in evidenza di come gli attori del terzo settore abbiano compreso come gli strumenti digitali siano elementi primari nell'integrazione di queste persone (si ha un passaggio dal *social network* alla “rete sociale”).

Un'iniziativa *smart city* dovrebbe agevolare pertanto la creazione di una comunità che sia aperta e dinamica, che sappia valorizzare la diversità e che attraverso le potenzialità di ICT e SNS possa essere in grado di migliorare la Qualità della Vita – partendo da fattori di tipo economico e lavorativo, ma anche culturali e linguistici – per creare una comunità integrata e partecipativa.

La *smart city* prende in considerazione, infatti, la Qualità della Vita di chi la città la vive, la abita, e quindi la fa. Guarda chi usufruisce dei servizi e guarda al cambiamento dei contesti per crearne di nuovi. Probabilmente proprio la digitalizzazione, creando un'apertura, un'interconnessione globale, dà un ampio respiro alla città che, andando oltre le etichette, oltre i documenti e le carte da

²²¹ <http://bridge-it.communicationproject.eu/>

decifrare, si costruisce e va costruendosi come inclusiva, integrata, sistemica e dinamica. Una città intelligente è una città che sa evolvere e cambiare insieme al cambiamento di chi la abita e di chi, questa città, la costruisce giorno per giorno.

Una città che dovrebbe, dunque, muoversi per l'integrazione e che lo fa attraverso tutte le sue componenti che rendendosi, anch'esse, *smart* vanno a creare quella connessione che permette la creazione di una rete digitale, prima, e fisica, poi.

Una ricerca condotta in Gran Bretagna ha evidenziato tre importanti barriere nell'esclusione digitale: mancanza di competenze, paura della tecnologia e poca rilevanza/interesse. La stessa ricerca, inoltre, evidenzia che una volta abbattuti i muri – attraverso approcci creativi che possano avvicinare tutti alla dimensione digitale – si nota che l'uso delle ICT e di Internet nel lungo periodo si potenzia e difficilmente chi ne fa esperienza poi torna indietro una volta comprese le opportunità e la sostenibilità di questi strumenti²²².

Si è dimostrato inoltre quanto basti agire sulla paura, o sul senso di frustrazione, che questi strumenti possono dare agli per crearne un uso diffuso anche in fasce della popolazione non “native digitali”.

Ulteriori studi, nonché il precedente rapporto BridgeIT, ma anche un rapporto del *Migration Policy Institute* mettono in evidenza sull'importanza dell'uso delle ICT e dei *social network* per le popolazioni migranti (e per questo vanno intesi non solo i “migranti tradizionali”, quelli che arrivano dal mare coi barconi, ma anche i tanti italiani giovani che stanno espatriando all'estero) per creare integrazione e per creare, fin da subito, un ambiente accogliente ed efficiente. Un ambiente che sappia dare velocemente risposte necessarie per il soggiorno, che quindi possano agire sul senso di qualità della vita aumentano il senso di integrazione e andando a ridurre il livello di stress derivante dal disorientamento e dall'esclusione. Insomma migliorare l'esperienza per agire sulla formazione di un cittadino migliore.

²²² Taylor, D., Packham, G., *Social Inclusion through ICT: Identifying and Overcoming Barriers to ICT Use, Strategic Change*, 2016, vol. 25, pp. 60 - 65

4.3. Il mare verticale vs. il mare orizzontale

«Ma io lascio che le cose passino e si sfiorino
perché non sono in grado di comprenderle»
(Paolo Benvenuto – Il mare verticale)

Si deve, quindi, innanzitutto, iniziare a combattere il *digital divide* come fenomeno integrato e sistemico, come un costrutto complesso caratterizzato dall'interazione di risorse fisiche, digitali, umane e sociali che comportano una differenza generazionale nell'uso e nelle *skills* relative alla tecnologia.

Si devono poi trovare degli strumenti per misurare la crescita sociale e umana delle città e avere la capacità e la voglia di investire in questo: nella sostenibilità sociale urbana come requisito centrale per una città intelligente fatta anche di tecnologia digitale, ma non solo di quella.

È ben chiaro che la *smart city* possa configurarsi come un mito e nulla più, o come una mera campagna di avanguardia tecnologica. Tutto questo va accompagnato da un'educazione, dal dover fare esperienza di digitale – o di dover fare anche solo esperienza di vita – e dalla possibilità che tutto ciò possa portare alla creazione di “piattaforme” nelle quali le persone possano interagire e comunicare con le autorità e con le amministrazioni. «Una *smart city* ha definitivamente il potenziale per diventare una piattaforma usata da tutti i differenti gruppi come le comunità, autorità pubbliche, attivisti, industrie per interagire, comunicare e discutere le sfide e trovare soluzioni in processo di co-creazione»²²³.

La problematica di questi modelli sta anche nella loro misurazione che non sempre è immediatamente e sistematicamente evidente. O meglio, se è molto semplice – per esempio – misurare il livello di inquinamento della città, allo stesso tempo è molto più complicata una “misurazione” per tutto ciò che riguarda il capitale umano e sociale.

Nel panorama italiano il rapporto *iCityRate* sembra essere quello che più dell'altro – lo *SmartCityIndex*²²⁴ che sembra basarsi più sulla misurazione degli investimenti tecnologici – pone attenzione su tutti i diversi tavoli (i sei tavoli

²²³ Monfaredzadeh, T., Krueger, R., *Investigating social factors of sustainability in a smart city*, *Procedia Engineering*, 2015, vol. 118, p. 1117

²²⁴ Per *SmartCityIndex*, soprattutto, non è stato possibile identificare con la stessa chiarezza le variabili prese in esame per l'analisi e per la creazione del *ranking*

classici: *mobility, environment, governance, economy, living, people*; a cui hanno aggiunto anche un ulteriore tavolo: *legality*) e dà il giusto peso non solo alla parte tecnologica, ma anche alla parte formativa-educativa e l'attenzione su queste dimensioni che una città *smart* dovrebbe avere.

Considerando i tavoli *people & living* – che sono quelli che ci interessano – possiamo vedere che il rapporto misura i tavoli in base ad una serie di fattori che riportiamo nelle tabelle sottostante (da *iCityRate 2015*²²⁵):

LIVING	ASSISTENZA SANITARIA	Emigrazione ospedaliera in altra regione per ricoveri ordinari acuti sul totale delle persone ospedalizzate residenti nella regione (percentuale)	ISTAT
LIVING	DISPERSIONE SCOLASTICA	Dispersione al termine del quinquennio 2009-10/2013-14 nelle province	Tuttoscuola
LIVING	CURA INFANZIA	Indice presa in carico asili nido	Sole 24 ore - Istat
LIVING	ASSISTENZA ANZIANI	Anziani trattati in assistenza domiciliare integrata (ADI) rispetto al totale della popolazione anziana (65 anni e oltre) (percentuale)	MIn. Salute
LIVING	OPPORTUNITA' DI LAVORO	Tasso % mancata partecipazione al lavoro	ISTAT
LIVING	COESIONE SOCIALE	Quota % famiglie in condizione di povertà relativa	Unioncamere
S-LIVING	INFRASTRUTTURE DI CONNESSIONE	Quota % di popolazione potenzialmente coperta dalle infrastrutture a banda larga (30 Mbps)	INFRATEL
S- LIVING	SERVIZI DI CONNESSIONE RESIDENZIALE	Velocità media in download (Mb/s) per le utenze consumer ADSL	Sos Tariffe.it
S- LIVING	SHARING ECONOMY	Percentuale di servizi di coworking, banche del tempo e Gas su totale rilevati in Italia	Rilevazione ed elaborazione ICity Rate su vari siti
S- LIVING	UNIONI CIVILI	Quota di Comuni che riconoscono le unioni civili all'interno della provincia sul totale dei comuni che riconoscono le unioni civili in Italia	Rilevazione ed elaborazione ICity Rate su vari siti
S- LIVING	OFFERTA DI INTRATTENIMENTO	Addetti unità locali attività artistiche, sportive e intrattenimento (escluo gioco) per 1.000 abitanti di 6 anni e più	Elaborazione su dati Istat - Censimento 2011
S- LIVING	INTERNAZIONALIZZAZIONE CULTURALE	Valore delle esportazioni di prodotti delle attività artistiche, creative e di intrattenimento per abitante in euro	Elaborazione su dati ISTAT
PEOPLE	LIVELLO ISTRUZIONE POPOLAZIONE	Quota % popolazione residente di 20 anni e più con titolo di studio universitario	Elaborazione su dati ISTAT - Censimento popolazione
PEOPLE	PARTECIPAZIONE SOCIALE	Rapporto % volontari nell'attività non profit su totale residenti	Elaborazione su dati ISTAT - Censimento imprese e istituzioni
PEOPLE	FLUIDITA' MERCATO LAVORO	% Persone attivamente in cerca di lavoro su somma persone in cerca di lavoro e forze lavoro potenziali	Elaborazione ICity rate su dati ISTAT - Forze di lavoro
PEOPLE	PARTECIPAZIONE SPETTACOLI	Ingressi a spettacoli per 100 residenti	Elaborazione su dati SIAE
PEOPLE	APERTURA MULTICULTURALE	Quota % stranieri stranieri su totale laureati residenti	ISTAT - Censimento popolazione
PEOPLE	EQUILIBRIO OCCUPAZIONALE DI GENERE	Rapporto tra tassi di occupazione 15-64 femmine e maschi	Elaborazione su dati ISTAT - Forze di lavoro
S-PEOPLE	CONNESSIONE FAMIGLIE	Quota % delle famiglie con connessione a internet	ISTAT - Censimento imprese e istituzioni
S-PEOPLE	TASSO REGIONALE UTILIZZO INTERNET	Quota % delle persone dai 6 anni in su che utilizzano internet almeno una volta la settimana	ISTAT
S-PEOPLE	ATTRATTIVITA'	Attrazioni (cultura, spettacolo, intrattenimento, shopping) citate da Trip advisor per 10.000 residenti nel territorio provinciale	Rilevazione ed elaborazione ICity Rate su dati Trip Advisor
S-PEOPLE	DIFFUSIONE HOME BANKING	Clienti servizi home e corporate banking alle famiglie ogni 100 residenti	Elaborazione ICity Rate su dati Banca d'Italia
S-PEOPLE	INFORMATIZZAZIONE SCOLASTICA	PC per 100 alunni	MIUR
S-PEOPLE	PRESENZA NON PROFIT SU SOCIAL NETWORK	Quota % delle istituzioni non profit presenti sui social network	Elaborazione su dati ISTAT - Censimento imprese e istituzioni

Queste sono le linee guida che, secondo il rapporto prodotto da *iCityLab*²²⁶ in collaborazione con A.N.C.I. (Associazione Nazionale Comuni Italiani), vanno considerate per muoversi verso una *smartness* in questi due campi. È chiaro che misurazioni di questo genere possono andare incontro ad alcuni rischi, che vengono messi in evidenza già dalla letteratura.

²²⁵ Forum PA, *iCityRate. La classifica delle città intelligenti italiane*, 2015, online: <http://www.icitylab.it/il-rapporto-icityrate/edizione-2015/la-pubblicazione-2015/>

²²⁶ *Ibid.*

Giovannella *et al.* mettono in evidenza come misurazioni di questo tipo vadano incontro a specifiche problematiche, quali: «(a) di andare oltre un aspetto quantitativo per includere un aspetto qualitativo (es. la qualità dei servizi); (b) di fare emergere una visione che possa ispirare le decisioni politiche e, a loro volta, possano ispirare un percorso del “locale” verso la *smartness (glocal smartness)*»²²⁷ e mettono in evidenza le problematiche, più che i rischi, relative alle attuali azioni di *benchmarking* relative ai modelli *smart city* e soprattutto sulla mancanza di procedure di controllo sull’affidabilità statistica e sull’idoneità degli indicatori scelti e, dunque, dello spazio multidimensionale della rappresentazione.

Tuttavia è bene considerare che per molti anni la misurazione principale della “Qualità della Vita” è stata affidata al “reddito pro-capite”, dunque, pur comprendendo rischi o fallacie, dei passi avanti si stanno comunque facendo per considerare un aspetto sistemico e integrato del concetto di QdV.

Un’analisi comparativa (*benchmarking*) e la realizzazione di *ranking*, tuttavia, è importante per dare una dimensione più “concreta” possibile ai processi di cambiamenti. La miglior cosa possibile da fare è sempre meglio che il niente fatto fin oggi. Il cambiamento deve essere visibile, compreso, esperito e la trasparenza *smart* passa anche da questo. Le misurazioni sono immani e, comunque, anno dopo anno, i sistemi di misurazione degli indici vanno sempre più migliorando con un passaggio ai sistemi *open data*.

Nel rendersi trasparente, un sistema, rende migliore, prima se stesso, e poi tutti i sistemi che gli gravitano attorno. Rende diversa l’esperienza che ci rende quello che siamo, nella semplificazione dell’esistenza. Non useremo più il cervello per ricordarci le strade a memoria, essendo in possesso di *app* geolocalizzate, e magari, chissà, riusciremo a canalizzare quello sforzo verso altre cose che, nel tempo, in un futuro che non possiamo conoscere, ci saranno più utili.

La misurazione si rende necessaria per entrare anche nell’ottica della responsabilità sociale, verso i cittadini e verso un sistema nazione. Le città non devono rendersi aziende, perché non potranno mai esserlo, ma è giusto che tornino a vedere, a sentire, a farsi cariche di empatia, per chi le abita e per migliorare, di

²²⁷ Giovannella, C., *et. al.*, *Smart City Analytics: state of art and future prospective*, *Intercation Design and Architecture(s) Journal*, 2014, n. 20, p. 73

conseguenza, la QdV e l'esperienza urbana. Dire questo non significa svuotarsi d'identità, anzi, può essere la giusta opportunità per far emergere la portata di ognuno nell'essere parte attiva della comunità urbana.

Abbiamo imparato a navigare mari orizzontali, abbiamo circumnavigato ed esplorate la sfera terrestre, adesso dobbiamo imparare a navigare su mari verticali, ben più insidiosi e caotici, ma altrettanto portatori di possibilità. C'è chi ancora naviga verso un orizzonte di nuove possibilità e queste persone, nella verticalità di uno schermo, possono trovare la semplicità e l'apertura di cui hanno bisogno nell'accoglienza: nel farli sentire parte di un mondo che è uno. Ed è di tutti.

4.4. *Smart city & ICT: integrazione, creatività e apprendimento*

«Guardai fuori dal finestrino. Il paese era avvolto nella nebbia della mattina, il sole cominciava a illuminarlo. Immaginai chi si stava svegliando, chi lavorava già, chi dormiva ancora e chi indugiava nel letto, a metà tra i colori dei sogni e la luce che entrava dalla finestra. Chiusi gli occhi, e ci entrò il fiume.»
(Stefano Benni – Saltatempo)

La *smart city*, strutturalmente, ha la potenzialità di impattare e migliorare le seguenti qualità: «le ICT possono aiutare le persone a connettersi, a collaborare e a condividere; i *social network* sono importanti mezzi per collegare la vita online e offline e per facilitare le congregazioni di persone che condividono interessi comuni»²²⁸ e per creare senso di comunità.

«I centri urbani sono il cuore dell'economia globale – generano il 70% del PIL mondiale – e danno casa a più del 50% della popolazione mondiale, andando a crescere fino al 70% nel 2050»²²⁹ e dunque spetta loro un ruolo primario per le sfide future.

In Italia il percorso è iniziato da “relativamente” poco tempo (dal 2012 c.ca) ed esso si configura come produttore di effetti nel lungo (o medio-lungo) periodo, ma il tutto potrebbe portare a notevoli miglioramenti nella Qualità della Vita delle città. Nonché all'aumento dei posti di lavoro e dell'occupazione (anche in vista del traguardo 2020).

²²⁸ Monfaredzadeh, T., Krueger, R., *Investigating social factors of sustainability in a smart city*, *Procedia Engineering*, 2015, vol. 118, p. 1116

²²⁹ Walravens, N., Breuer, J., Ballon P., *Open Data as a Catalyst for the Smart City as a Local Innovation Platform*, *Digiworld Economic Journal*, 2014, n. 96, pp. 15 - 33

Il ruolo delle ICT è centrale, è un po' il perno della struttura, ma è solo lo strumento più immediato e più utile al raggiungimento di tutta una serie di obiettivi molto importanti. Il dibattito non dovrebbe più essere sul fatto se queste dovrebbero esistere o meno, ma su come queste dovrebbero essere efficacemente costruite per andare incontro ai bisogni dei diversi gruppi sociali. La tecnologia può provvedere alla costruzione di piattaforme per una profonda inclusione di coloro che rimangono alla periferia della vita sociale, economica, culturale e politica. È importante che le politiche digitali puntino alla formazione delle *skills* per le ICT insieme alla fornitura di servizi, per raggiungere l'intera popolazione. La strategia digitale dei governi dovrebbe tener conto delle diverse esigenze dei gruppi e valutare quanto bene sono stati raggiunti al fine di affrontare il divario digitale e migliorare la fornitura dei servizi.

La *smart city* non deve essere la città digitale, non può esserlo, ma sta nell'incontro, nella mediazione, tra il digitale e il reale: nella loro cooperazione, nella co-costruzione di contenuti che possano portare al miglioramento della QdV. La città, rendendosi integrata e partecipativa, migliora la sua esperienza e migliora la formazione di chi la abita, diviene "città come aula".

«A *smart city is a humane city*» ed è quindi la dimensione umana ancora al centro dello spazio urbano, questo non va mai perso di vista. La città intelligente deve mettere al suo centro l'educazione, l'istruzione e la formazione che, grazie all'intervento delle ICT e dei *new media*, possono trovare una forza di propulsione in grado di estendere l'accesso in modo capillare con un approccio *bottom up* che si configura come indispensabile.

All'interno di una ricerca Winters²³⁰ ha analizzato il fenomeno delle *smart cities* e il perché queste siano in crescita, in base a fattori relativi al chi si muove e al chi rimane. La ricerca ha dimostrato che queste città si vanno configurando come ambienti di apprendimento, di *higher education* e di persone con più alti livelli di educazione. La ricerca ha evidenziato che le persone si muovono verso le *smart city* proprio per fattori relativi all'educazione e che la maggioranza delle persone che si muovono verso di esse, successivamente, rimangono andando, a loro volta, a

²³⁰ Winters, J.V., *Why Are Smart Cities Growing? Who Moves and Who Stays*, *Journal of Regional Science*, 2008, vol. 10., n.1, p. 16

innalzare il livello educativo-formativo di questi ambienti e portando tutta una serie di *skills* nell'ambiente urbano necessarie al suo sviluppo²³¹.

Si genera così un processo di crescita della conoscenza interna, una crescita ciclica, puntando proprio sull'educazione di chi apprendendo in un ambiente *smart* contribuisce poi ad aumentarne il livello di benessere generale: «regioni *smart* con la loro forza lavoro qualificata mostrano alti tassi di crescita della popolazione e del reddito»²³². Tutto questo, inoltre, contribuisce al rendere maggiore la Qualità della Vita all'interno della comunità dove lo sviluppo delle ICT va di pari passo con lo sviluppo delle *human resources (HR)*.

Il rendersi *smart* per le città – anche attraverso le ICT e puntando sullo sviluppo tecnologico – è un utile strumento per funzionare da magneti per persone creative e per una forza lavoro intelligente. Con l'attrazione delle *smart people*, difatti, si può garantire lo sviluppo di nuove culture creative che riescano a garantire lo sviluppo del contesto urbano. Una ricerca UNESCO del 2007²³³ – svolta nel contesto del sudest europeo – ha lodato gli esiti che una cultura di tipo creativo può apportare nel far accrescere le *performance* economiche e la tolleranza sociale: si evidenzia uno sviluppo delle città del sudest che hanno deciso di rendersi “attrattive”, una sorta di percorso *smart*, e se ne evidenzia la capacità anche di sapersi comunicare come creative – attraverso siti Internet, pagine web e *social network* – non solo in funzione del turismo, ma anche come attrattive di talento e di quel capitale umano che potrà portare alla crescita dell'ambiente urbano stesso.

Una *smart city* è anche una *learning city*, la quale migliora la competitività dei contesti urbani all'interno di un contesto di economia della conoscenza globale, o una *knowledge city* ovvero «una città che è stata volutamente progettata per

²³¹ Questa componente è stata messa bene in evidenza anche nel nuovo rapporto *iCityRate 2016* – presentato all'*iCity LAB* di Bologna il 20 e 21 ottobre 2016 – di prossima pubblicazione. È stato detto appunto che “chi nasce o arriva in una città *smart* difficilmente se ne va” (con particolare riferimento alla città di Bologna che ottiene alte performance nella dimensione “*living*” e “*people*” (online: <http://www.icitylab.it/icityrate2016-milano-bologna-veneziale-piu-smart-dominici-misuriamo-le-citta-piattaforme-abilitanti-dellinnovazione/>)

²³² Glaser, E.L., Berry, C.L., *Why Are Smart Places Getting Smarter?*, *Taubam Center Policy Brief*, 2006, online: http://www.hks.harvard.edu/rappaport/downloads/policybriefs/brief_divergence.pdf.

²³³ Švob-Dokić, N. (Ed.), *The Creative City: Crossing Visions and New Realities in the Region*. Zagreb, Croatia: Institute for International Relations, 2007, Online: http://www.culturelink.org/publics/joint/cultid08/Svob-Djokic_Creative_City.pdf.

incoraggiare la valorizzazione della conoscenza»²³⁴ e nella quale le ICT e i media svolgono un ruolo centrale come *driver* nella diffusione della conoscenza.

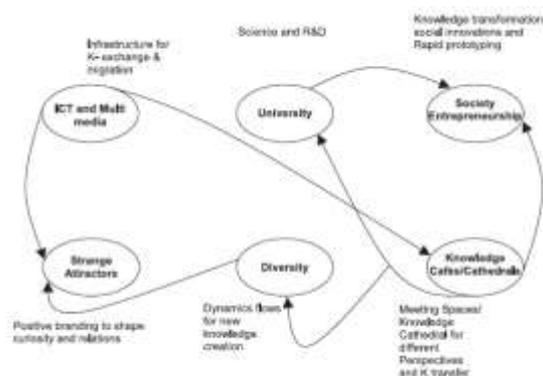


Figura 6 - Knowledge city drivers (Edvinsson, 2006)

Tutto questo diviene ancor più essenziale nel contesto odierno di economia della conoscenza, dove, appunto, è *smart* la città che non solo sa “formare” i suoi cittadini, ma che, a

sua volta, sa da essi essere “formata”.

La tecnologia, chiaramente, si configura come la chiave centrale dell’essere *smart* poiché l’uso delle ICT può trasformare in modo significativo la vita e il lavoro all’interno di una città. «Un’infrastruttura ben funzionale è un elemento assolutamente necessario, ma non sufficiente per il farsi di una *smart city*. L’infrastruttura IT e le applicazioni sono i prerequisiti, ma senza un vero impegno e la volontà di collaborare e cooperare tra istituzioni pubbliche, settore privati, organizzazioni di volontariato, associazioni, scuole e cittadini non può darsi vera città intelligente»²³⁵.

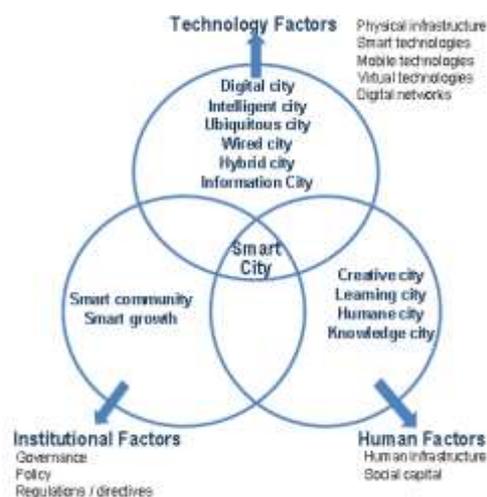


Figura 7 - Componenti Fondamentali Smart City (Nam, Pardo, 2011)

Il processo di integrazione si inserisce in tutto questo poiché la diversità è da sempre una spinta verso la crescita, verso l’innovazione, verso la collisione di idee e vissuti diversi che si fanno generatori di nuovi senso e di nuovo

²³⁴ Edvinsson, L., *Aspects on the city as a knowledge tool*, *Journal of Knowledge Management*, 2006, vol. 10, n.5, p. 12

²³⁵ Nam, T., Pardo, T., *Conceptualizing Smart City with Dimensions of Technology, People and Insitutions*, *Center for Technology in Government University at Albany, State University of New York, U.S.*, 2011, http://demo.ctg.albany.edu/publications/journals/dgo_2011_smartcity/dgo_2011_smartcity.pdf

ordine. L'apporto di ognuno, con il suo diverso passato, è fondamentale per affrontare la complessità per tendere alla non frammentarietà dei contesti. L'infrastruttura umana, il capitale umano e l'educazione sono elementi fondamentali – supportati dall'infrastruttura digitale – per lo sviluppo di intelligenza e di creatività, quindi di crescita, all'interno dello sviluppo urbano.

L'educazione ha una funzione critica nel funzionare da magnete per rendere una città attrattiva (e le università e/o i *college* devono rendersi vettori di *smartness*). L'attività industriale, le organizzazioni e gli individui di ogni estrazione gravitano intorno ad ambienti di apprendimento dinamico. «L'intelligenza collettiva e l'apprendimento sociale rendono più intelligente ogni città»²³⁶ e solo le «iniziative di *smart city* diventano approcci integrati per la connessione tra intere comunità (governi, aziende, scuole, no profit e cittadini individuali, ecc.) creando specifici servizi per affrontare gli obiettivi delle città e far crescere le competenze e le capacità collettive»²³⁷.

È importante per le città sia adottare una *stakeholder view*, all'interno di un sistema di *social responsibility*, per creare un sistema di competenze efficiente ed efficace che riesca a valorizzare l'apprendimento in funzione della creazione di un sistema di saperi che possa farsi glocale; che trasformarsi in *LivingLab* in cui sperimentare le nuove strumentazioni tecnologiche in funzione dello sviluppo umano sostenibile.

La *smart city* in questo è vista come modello del futuro per la sua interconnessione dei saperi, per la sua interdisciplinarietà, per la sua attenzione che si estende dall'ambiente, alla salute e alla QdV. La letteratura sull'argomento, sebbene il fenomeno sia piuttosto recente, è già vasta e questo, forse, basta già a dimostrare la grande portata di questo nuovo modello. Inoltre, sebbene se ne mettano in evidenza alcune criticità, un'analisi degli articoli più importanti evidenzia le grandi opportunità dell'emergere del nuovo modello di vita *smart* che, sebbene ancora non pienamente misurato, già mette in mostra le sue capacità di trasformare le città in ambienti più aperti, dinamici e, come già precedentemente

²³⁶ Coe, *et.al.*, *op. cit.*, p. 85

²³⁷ Nam, T., Pardo, T., *op. cit.*, p. 287

riportato, vettori di creatività, di innovazione sociale e di apprendimento mediante l'integrazione di tutti le persone e delle loro diversità.

Porre nella giusta luce il fattore umano della città deve porre in rilievo l'apprendimento sociale e l'istruzione. Le città dovrebbero iniziare dalla trasformazione del capitale umano e non pensare che possa bastare un avanzamento sul lato delle ICT e delle tecnologie senza che questo si accompagni all'avanzare dei processi di apprendimento e formazione continua. «Il fattore critico di ogni città di successo è rappresentato dai cittadini e da come essi interagiscono»²³⁸. Il compito principale per creare ambienti di apprendimento inclusivi, permanenti, e intelligenti è quello di puntare su un più forte approccio per la sensibilizzazione, per la formazione, per la *leadership* allo scopo di «offrire servizi che possano essere accessibili a tutti i cittadini sbarazzandosi delle barriere legate alla lingua, alla cultura, all'educazione, alle *skills* e alla disabilità»²³⁹.

Le *smart city* deve far sua l'integrazione – oltre a quella di tutti i cittadini – delle discipline e, soprattutto, di tecnica e cultura, del sapere materiale e di quello immateriale. Le ICT devono essere strumento per un accesso più semplice e diretto ad una realtà, alla partecipazione, che troppo spesso nella forza grigia e massificatrice della burocrazia viene schiacciata, e da questa alla democrazia.

Con uno sguardo rivolto all'apprendimento in età adulta (comprendendo in questa fascia anche i giovani-adulti) la *smart city* dovrebbe, aumentando il coinvolgimento diretto dei partecipanti, andare a valorizzare il ruolo dell'apprendimento e della formazione come chiave per essere parte attiva dei processi trasformativi. In un'ottica di *lifelong learning* questi modelli urbani, andando a rimettere al centro la persona, la risorsa umana, vanno a far leva proprio sulla formazione come chiave trasformativa della realtà, come moneta da scambiare nel mercato della conoscenza.

Lo sviluppo tecnologico, con le ICT, porta con sé nuovi modi di vivere, di fare esperienza, di creare conoscenza e porta con sé la necessità di nuove capacità da apprendere, di nuove *skill*. Una formazione digitale degli adulti, verso l'alfabetizzazione informatica minima, risulta indispensabile alla luce delle

²³⁸ Coe, A., *et.al.*, *op. cit.*, p. 90

²³⁹ Ivi, p. 92

opportunità che la società digitale può offrire, per esempio, ad anziani e disabili. Facendo proprio il “modello andragogico” di Knowles *et. al.* – basato su: “1) *bisogno di sapere*; 2) *concetto di sé del discente*; 3) *ruolo delle esperienze del discente*; 4) *disposizione ad apprendere*; 5) *orientamento verso l’apprendimento*; 6) *motivazione*;²⁴⁰ – l’apparato urbano deve trasformarsi, in vista delle sfide future, in un contesto di apprendimento a cielo aperto, in un laboratorio vivente in cui poter fare del sapere e della conoscenza una nuova moneta. Un ambiente dove il progresso tecnologico non vada a sostituirsi alla località, ma che sia solo un mezzo conservativo intelligente e strumento che, allargando la partecipazione e favorendo sempre più l’inclusione, vada ad allargare i processi di formazione e di conoscenza. La *smart city*, dunque, con al centro i processi di apprendimento e quindi descrivibile «come [una] soluzione creativa motivata dalla ricerca di soluzioni ai diversi problemi di sopravvivenza»²⁴¹.

4.5. *Smart city, ICT e territorio: sviluppo g-locale sostenibile tra processo democratico e crescita intelligente*

La *smart city* attraverso la sua cooperazione tra diversi tavoli, diversi settori disciplinari integrati, tutti rivolti al raggiungimento di uno o più obiettivi comuni con la messa al centro della creatività – quindi dell’apprendimento e del processo formativo – come spinta all’innovazione si dimostra come sistema di adattamento verso le sfide del futuro.

Dalle sfide per la sostenibilità energetica, dalle politiche per il benessere e la salute, dalla *governance* fino al miglioramento della mobilità – a cui sottostà lo sviluppo tecnologico – è la messa al centro del cittadino, come soggetto attivo, che dimostra sempre più il grado di *smartness* (dimostrato dall’inefficacia degli approcci *top down*) e, soprattutto, il processo del “farsi” cittadino: del suo prender forma.

Dall’esperienza attiva il cittadino può riprendere in mano il processo democratico: quel processo decisionale che forma il soggetto e,

²⁴⁰ Knowles, M.S., Holton III, E.F., Swanson, R.A., *Quando l’adulto impara. Andragogia e sviluppo della persona*, FrancoAngeli, Milano, 2008, pp. 77 - 81

²⁴¹ Del Gobbo, G., *op. cit.* p. 22

contemporaneamente, lo mette in possesso delle capacità decisionali che vanno a influire sull'ambiente in cui è inserito.

Dopo essersi annullato nella globalizzazione – il cittadino – è nella città intelligente che può andare a riscoprire un senso di comunità (*smart community*) e di identità locale che ritrova, nella digitalizzazione e nelle tecnologie dell'informazione e della comunicazione, una spinta verso una luce andata perduta. È questo il concetto di “glocale”: ovvero il locale che ritrova dimensione nella globalità. Il piccolo sistema che si riconnette al grande sistema. Ma è proprio la sostenibilità che si rende necessaria in vista di tutti quei parametri che abbiamo già riportato all'inizio di questo lavoro. Come già detto le città possono rendersi parte attiva per la soluzione dei problemi di cui sono state esse stesse, fino ad oggi, la causa principale. Il compito delle città, inoltre, è quello di rendersi produttrici di competenze e non abitate da una massa informa e passiva di abitanti, neanche cittadini, e di andare alla riscoperta dell'identità comune come fattore di protezione e come vettore per lo sviluppo umano, del benessere e della QdV.

La città può rendersi attore principale di miglioramento del territorio circostante e passare così dalla *smart city* alla *smart land*, quest'ultima è definita come segue:

«Uno *smart land* è un ambito territoriale nel quale attraverso politiche diffuse e condivise si aumenta la competitività e attrattività del territorio, con una attenzione particolare alla coesione sociale, alla diffusione della conoscenza, alla crescita creativa, all'accessibilità e alla libertà di movimento, alla fruibilità dell'ambiente (naturale, storico-architettonico, urbano e diffuso) e alla qualità del paesaggio e della vita dei cittadini»²⁴²

Un territorio intelligente che sappia, attraverso un processo formativo alle spalle, farsi sostenibile e conservativo attraverso l'utilizzo delle nuove tecnologie come strumenti per migliorare la QdV, il benessere territoriale ed estendere verso la globalità la dimensione territoriale.

²⁴² Della Puppa, F., Masiero, R., *Lessi s more. Manifesto per una società smart*, in Bonimi, A., Masiero, R., *Dalla smart city alla smart land*, Marsilio, Roma, 2014,

La *smart land* è un luogo dove la cittadinanza si fa attiva, un luogo in cui «lo sviluppo avviene attraverso la costruzione di una rete delle reti diffuse, nella quale i diversi portatori di interesse e la comunità possono svolgere un ruolo attivo, sviluppando progetti, programmi e processi nei quali il punto nodale è il sapere diffuso e condiviso, che le imprese possono utilizzare per aumentare la propria competitività e capacità di creare occupazione a livello locale, oltre alla promozione del territorio quale bene comune da preservare e valorizzare»²⁴³.

La *smart city*, dunque, nel suo sviluppo tramite ICT o meno, va ad impattare anche il territorio circostante che, appunto, dovrebbe trarre beneficio da un approccio di crescita basato sul “fare rete” e sul “fare sistema”. Garantire dunque uno sviluppo g-locale, ovvero si va garantendo quella dimensione economica che salvaguarda le caratteristiche di ciascun territorio e le specificità delle piccole imprese, valorizzandole a livello globale grazie allo sviluppo delle telecomunicazioni e delle tecnologie informatiche. Si torna a mettere al centro il patrimonio locale materiale e immateriale della persona e del gruppo di appartenenza, si torna a mettere al centro l’esperienza degli individui che il contesto dovrebbe spingere verso l’innovazione, verso la creatività e verso una democrazia che passa per un individuo consapevole di sé e conscio del fatto che l’esercizio democratico presuppone un cittadino formato e informato, un cittadino che sa pensarsi e che sa pensare l’altro. Le logiche *smart* e l’essere *smart* – già descritti in precedenza – per avere un rapporto *smart* anche con la terra, non come un ritorno nostalgico, ma come «l’organizzazione di saperi e di pratiche *green*, oltre la conflittualità tra il naturale e l’artificiale in una dimensione compiutamente digitale nella quale è essenziale essere *smart*, cioè provare un pensare che fa e un fare che pensa, uno stare al mondo come appartenenza, ma anche come somma di responsabilità»²⁴⁴ e, forse, essere *smart* significa provare a tenere assieme la realtà con la vita, la scienza con l’arte, il pensare con il fare. La democrazia con le sue responsabilità, quelle di tutti. Con la presa di coscienza di sé inseriti nel mondo.

²⁴³ Bonomi, A., Masiero, R., *Dalla smart city alla smart land*, Marsilio, Roma, 2014, pp. 118 -119

²⁴⁴ Ivi, p. 124

5. LA SPEZIA SMART CITY 20.20. E IL PROGETTO “*PeopleFusion*. La città di tutt@”

Si procederà qui di seguito nella descrizione del Progetto “*PeopleFusion* – La città di tutt@”, un progetto che può definirsi *smart* e che vede tra i suoi partecipanti il Comune di La Spezia e la Fondazione Telecom Italia. Il progetto, ancora in fase di sviluppo, prenderà il via sul territorio spezzino entro l’aprile 2017.

Quello che qui si è cercato di portare avanti è un’indagine preventiva che, basandosi sulla ricerca bibliografica, potesse andare a dimostrare gli effetti attesi dal progetto sul territorio e il suo impatto all’interno di un contesto – come quello di Spezia – che ha iniziato i primi passi verso una dimensione *smart*.

Il riferimento, nel particolare, va al tavolo *people* e si è cercato di individuare come un progetto tale, facente uso di un’infrastruttura legata alle ICT e ad una dimensione *social*, possa impattare sul territorio andando a migliorarne la QdV, ad allargare l’integrazione dei cittadini nell’utilizzo dei servizi presenti sul territorio e, dunque, aumentare la partecipazione e l’inclusione sociale.

5.1. Breve descrizione del progetto e dei *partner*

Si riporta qui di seguito una breve presentazione del progetto *PeopleFusion* così come descritta all’interno del progetto (reperibile sul sito del Comune della Spezia²⁴⁵) che – presentato nel 2013 e approvato nel 2014 – vede tra i suoi *partner* la Fondazione Telecom ed ha avuto avvio nel febbraio 2015.

Il progetto – come si legge - «fa suo il sesto Principio Fondamentale Comune dell’Unione Europea in tema di integrazione (Consiglio d’Europa 2004) secondo il quale “l’accesso degli immigrati alle istituzioni nonché ai beni e servizi pubblici e privati [...] costituisce la base essenziale di una migliore integrazione”. Secondo il quinto principio della stessa Dichiarazione inoltre, “gli sforzi nel settore dell’istruzione sono cruciali per preparare gli immigrati e soprattutto i loro discendenti ad una partecipazione più effettiva e più attiva alla società”.

²⁴⁵ www.comune.sp.it

Il Comune riconosce i limiti di accesso ai servizi, causati in particolare dalle difficoltà di reperimento delle corrette informazioni e alle barriere linguistiche, culturali e relazionali, che creano cittadini di serie A e di serie B a seconda dell'effettivo accesso alle informazioni che sostanziano il pieno esercizio della cittadinanza e la solidarietà sociale»²⁴⁶.

Il Comune, quindi, ha richiesto l'intervento della Fondazione Telecom per la creazione di una piattaforma tecnologica che faciliti la conoscenza e l'accesso ai suoi servizi sociali, sanitari e altri servizi fondamentali offerti in rete con le Istituzioni territoriali. Per il Comune questa è una priorità di comunicazione formativa non solo da rivolgere agli stranieri residenti, ma a tutta la cittadinanza, favorendo il senso più pieno del termine "integrazione".

Il progetto *PeopleFusion* si propone di sviluppare una piattaforma informatica che declini le caratteristiche e le funzionalità dei *social network* che tanto hanno penetrato il tessuto sociale, verticalizzandone i temi e le funzionalità sull'argomento dell'inclusione sociale. La piattaforma dovrà funzionare da "acceleratore di servizi" nei confronti di quanto già offerto dal Comune e non appieno sfruttato.

Accanto ad un approccio *top down* nella predisposizione della piattaforma è stato affiancato, in fase di preparazione della proposta, un approccio *bottom up* scaturito da una ricerca partecipativa sul campo – effettuata da alcuni studenti della Secondaria Superiore in attività di alternanza scuola/lavoro – che ha evidenziato i limiti di accesso ai servizi.

L'obiettivo del progetto è, dunque, creare una piattaforma *user friendly* che possa evolvere quotidianamente nel corso degli anni tramite l'estensione dei servizi e l'arricchimento continuo di esperienze e contenuti (e non quindi offrire un prodotto/servizio finito *top down* facilmente a rischio di diventare *outdated*). La piattaforma dovrà avere un approccio *cross cutting*, riflessivo e complesso (nel senso *moreniano* di antitesi alla frammentarietà).

All'interno del progetto, inoltre, si intende far rientrare anche l'estensione delle zone coperte da rete Wi-Fi pubblica; tale iniziativa – sia in corso sia in

²⁴⁶http://www.comune.laspezia.it/servizi/politiche_sociali/Progetto_People_Fusion/People_Fusion.html

progetto di realizzazione – sarà orientata a una migliore offerta di connettività gratuita col fine di ridurre il *digital divide* che attualmente si riscontra in alcune fasce della popolazione (sia italiana che straniera). Il Comune intende lanciare una campagna di *crowdfunding* – che vede il coinvolgimento degli esercizi commerciali dei quartieri interessati – poiché si individua la rete Wi-Fi come attrattiva del centro storico e delle piazze.

Il progetto facendo utilizzo di tecnologia *mobile* intende dare molta importanza alla geolocalizzazione dei servizi (che come notato in letteratura è una componente tipica della tecnologia *Smart*, laddove la geolocalizzazione permette anche un’analisi costante dei comportamenti e delle abitudini urbane) e una delle fasi previste dal progetto è la georeferenziazione delle strutture e degli uffici del comune, degli operatori del terzo settore e di tutti quegli attori del sociale che possono essere oggetto di interesse per i destinatari dell’azione. Si intende, quindi, “accompagnare” l’utente materialmente da un ufficio all’altro indicandogli ogni dettaglio che possa agevolare la sua esperienza. È prevista inoltre l’implementazione, all’interno dell’applicazione, di una vista in realtà aumentata che possa permettere all’utente di ottenere informazioni sulle strutture nelle vicinanze.

Vista l’importanza che rivestono gli operatori in questo progetto sono previste attività di formazione per la gestione della piattaforma e la moderazione dei contenuti su di essa scambiati. È previsto lo sviluppo di un percorso di formazione e di materiale di supporto che permetta di formare nuovo personale anche volontario. Il percorso di formazione sarà in modalità *blended* (in presenza, a distanza e *training on the job*).

Tralasciando la parte più strutturale, relativa alla struttura informatico e altro, quello che si ritiene più “perforante” sono le video guide: un intreccio tra le piattaforme di formazione a distanza e YouTube. Si intende realizzare formati illustrativi di accompagnamento e supporto per tutte le pratiche quotidiane che un “nuovo” cittadino si trova ad affrontare e si intende costruire una banca dati dei filmati formativi etichettati con “tag” (parole chiave) per facilitarne la ricerca.

La disseminazione dei servizi, così come anche dei video, sarà coadiuvata dalla generazione di *QR Code*²⁴⁷ che saranno apposti sui cartelli dei servizi, sui documenti, sulle ricevute, ecc.

Il progetto, inoltre, va a inserirsi nel contesto più ampio relativo a “La Spezia *Smart City* 20.20” (fig. 8)²⁴⁸ – all’interno del più specifico tavolo *People & Living* – portato avanti insieme alla Fondazione “Torino *Wireless*” – riconosciuta come Centro di Ricerca dalla Commissione



Figura 8 - La Spezia 20.20

Europea – che è *Cluster* Tecnologico Nazionale sulle *Smart Communities* e che «fornisce servizi di supporto alle imprese e agli enti locali nello sviluppo di complessi progetti di innovazione, specialmente in ambito *Smart City*»²⁴⁹.

Sulla base della ricerca bibliografica condotta è stato possibile individuare una serie di parametri che, alla luce di evidenze derivate dalla letteratura, possono ritenersi fondamentali nello sviluppo di progetti che si muovono all’interno di contesti *smart* (nello specifico all’interno del tavolo *people*) e che puntano, attraverso piattaforme che fanno uso di ITC (nonché della dimensione *Social*), al miglioramento della Qualità della Vita e all’inclusione nel contesto urbano.

²⁴⁷ Insieme di piccoli moduli bianchi e neri disposti all’interno di una cornice rettangolare, che permette di memorizzare informazioni leggibili da un telefono cellulare o da uno smartphone mediante un apposito programma (definizione Google)

²⁴⁸ http://www.comune.sp.it/export/sites/SPEZIAnet/ilcomune/Smart/Nota_per_quadro_programmatorio_La_Spezia_20.20.pdf

²⁴⁹ <http://torinowireless.it/>

Parametri	Descrizione
Accessibilità	L'accessibilità punta al miglioramento dell'accesso ai servizi sul territorio grazie allo sviluppo di applicazioni web (portali) e di applicazioni <i>mobile</i> . Nonché miglioramento territoriale dei servizi di accesso al web, con conseguente abbassamento del <i>digital divide</i> interno.
Trasparenza	La trasparenza punta sugli <i>open data</i> come strumento per aumentare la conoscenza dei servizi; è proprio di ogni contesto <i>smart</i> un investimento sulla trasparenza, sull' <i>open governance</i> . Attraverso la trasparenza della PA nei confronti della cittadinanza si aumenta l'inclusione di tutti i cittadini e si crea una base per una cittadinanza attiva e partecipativa.
Approccio <i>bottom up</i>	Un approccio "dal basso" prevede un'analisi del territorio e della popolazione: capirne le necessità, i bisogni e le competenze possedute o da sviluppare. Un approccio simile consente di individuare i bisogni territoriali e, conseguentemente, di intervenire con misure e pratiche di innovazione sociale.
Dimensione linguistica	Considerare la pluralità linguistica del contesto urbano è fondamentale per lo sviluppo di qualsiasi azione svolta verso l'integrazione e la QdV, nonché, come già evidenziato, utile strumento per l'apprendimento della lingua che è lo strumento fondamentale per la relazione e la comunicazione.
<i>Cooperative & Incidental Learning</i>	La dimensione <i>social</i> delle ICT come strumento per l'apprendimento cooperativo e incidentale in un contesto informale, nonché come strumento per fare della rete sulla rete e creare una dimensione mutualistica e comunitaria di aiuto e supporto. La creazione di un ambiente di condivisione delle esperienze come

	strumento per lo sviluppo dell'apprendimento informale, della creatività e di processi di innovazione.
--	--

5.2. Metodologia della ricerca

La metodologia utilizzata, oltre alla ricerca bibliografica esposta nei capitoli precedenti, si è basata su un'analisi qualitativa tramite interviste semistrutturate agli attori direttamente coinvolti nel progetto:

Oltre a questo è stato condotto un *focus group*, all'interno della Classe 5[^] C dell'I.T.C. "Fossati" della Spezia. I ragazzi sono stati attori diretti – con un'attività di alternanza scuola-lavoro – nella fase preliminare del progetto, ovvero nella fase di ricerca preliminare dove hanno condotto interviste sul territorio comunale che sono andate a costituire una base informativa per l'analisi dei bisogni e per la costruzione del progetto stesso. Oltre al *focus group* e alle interviste agli attori principali, nonché responsabili e ideatori, del progetto *PeopleFusion* si è partecipato attivamente a n.2 riunioni presso il Comune della Spezia (la prima all'interno del tavolo relativo al progetto "La Spezia *SmartCity 20.20*" e la seconda, più importante, espressamente rivolta al progetto *PeopleFusion* dove, al termine della riunione stessa, sono state condotte le interviste).

Le interviste sono state rivolte a n.4 operatori e componenti del tavolo *PeopleFusion*:

- Valeria Fanfani - Comune di La Spezia: Ufficio Programmazione, Progettazione e Coordinamento Attività Integrate (Responsabile del progetto *PeopleFusion*)
- Gilda Esposito – Università degli Studi di Firenze (ricercatrice e coordinatrice del progetto)
- Andrea Carmisciano – InfoPorto (ideatore del progetto e programmatore informatico)
- Francesco Tassara – Videomaker (creazione contenuti informativi video, laboratori video).

La ricerca deve essere considerata come un'indagine preventiva sull'impatto atteso sul territorio del lancio della piattaforma *PeopleFusion*

all'interno del contesto della Spezia *smart*. La ricerca si è inserita nella fase di lancio del progetto – la piattaforma sarà lanciata per aprile 2017 – e può essere considerata un'analisi *ex ante* sulle aspettative messa in relazione con la letteratura a cui sarebbe opportuno far seguire una ricerca *ex post* a seguito del lancio del progetto. Ci si è prefissati, tuttavia, in questa sede di identificare dei parametri comuni – individuati nella letteratura – e di confrontarli col progetto territoriale *PeopleFusion* in modo da poter identificare la giusta direzione verso un possibile successo o meno.

5.3. Considerazioni della ricerca

Si procede qui di seguito al confronto tra la ricerca bibliografica e la ricerca empirica condotta sul campo seguendo i punti evidenziati nella tabella soprastante.

Accessibilità

Il problema relativa all'accessibilità è relativo di ogni progetto che voglia farsi e dirsi *smart*, difatti, proprio l'utilizzo delle ICT e dei *social*, dovrebbe muovere nella direzione di rendere i servizi territoriali maggiormente fruibili dalla popolazione che, in gradi differenti, muove verso un aumento dell'uso delle nuove tecnologie.

La letteratura individua le nuove tecnologie come la via più facilmente percorribile per creare inclusione sociale, all'interno dei servizi, per le persone disabili e anche per i migranti che possono trovare nella tecnologia una facile via d'accesso alla comunità e alle informazioni utili. Le ICT muovono, in generale, verso un abbattimento delle barriere architettoniche che vanno, appunto, a favorire l'accessibilità.

Il progetto *PeopleFusion* si rende "accessibile" dal momento in cui prevede lo sviluppo delle seguenti componenti:

- Sviluppo piattaforma informativa (*database* e logica);
- Sviluppo *Application Program Interfaces* per l'integrazione con i sistemi informativi attualmente in esercizio nel comune;

- Sviluppo applicazione web (portale) per l'accesso alla piattaforma
- Sviluppo applicazione *mobile* (iOS, Android)
- Sviluppo applicazione totem

Dal punto di vista infrastrutturale, dunque, *PeopleFusion* si muove verso l'aumento dell'accessibilità su ogni fronte, integrandosi anche verso la dimensione *mobile* che - di fronte all'enorme portata che le *App* hanno nel contesto informativo ed formativo – consentirà l'aggiornamento costante e in tempo reale della piattaforma.

Secondo quanto emerso dal *focus group* condotto nella Classe V dell'I.T.C. Fossati di Spezia sarebbe proprio il ricordo alla tecnologia *mobile* e alle *app* il modo migliore per il coinvolgimento di tutti i cittadini e, soprattutto, anche delle fasce più alte della popolazione proprio per la semplicità d'accesso che questi strumenti riescono a garantire.

Trasparenza

La trasparenza, con l'implementazione di un servizio creato per far sì che vengano usufruiti i servizi territoriali, va ad aumentare e va ad aumentare dal momento in cui la PA decide, attraverso il digitale, di mettersi in vetrina per tutti e andando a disseminare “informativamente” il territorio di riferimento.

La piattaforma andrà a costituire un canale comunicativo diretto tra la PA e i cittadini – andando a verticalizzare proprio la componente *social* – e sarà un utile strumento per l'accesso agli attuali servizi digitali presenti sul territorio – come ha spiegato Andrea Carmisciano (programmatore informatico e ideatore del progetto) – nonché come utile strumento futuro per integrare i servizi che pian piano andranno a digitalizzarsi (es. cartella clinica digitale) se intorno le verrà creato “terreno fertile”. Solo il lavoro di rete può andare a rendere questo strumento un utile mezzo per la trasparenza verso la cittadinanza, per l'accesso agli *open data* territoriali, con un lavoro cooperativo tra trasparenza e accessibilità.

Approccio *bottom up*

L'approccio *bottom up* è stato seguito fin dalla fase anticipatoria del progetto come si legge: «Il Comune riconosce, sulla base dei risultati di una ricerca partecipativa che ha realizzato *ad hoc* nel periodo di preparazione della proposta, i limiti d'accesso ai servizi, causati in particolare dalle difficoltà di reperimento delle corrette informazioni e alle barriere linguistiche, culturali e relazionali, che creano cittadini di serie A e di serie B a seconda dell'effettivo accesso alle informazioni che sostanziano il pieno esercizio della cittadinanza e delle solidarietà sociale».

È stato affidato ai ragazzi della IV C dell'I.T.C. "Fossati" della Spezia il compito, come attività di alternanza scuola-lavoro riconosciuta, di svolgere sul territorio una serie di interviste ai cittadini stranieri (si legge dal progetto *PeopleFusion*: «secondo la Caritas esiste almeno il 25% di immigrazione irregolare in più rispetto a quella regolare ed è possibile stimare intorno al 12-13% la popolazione migrante che ha potenzialmente accesso ai servizi del Comune [...] Circa il 23% dei cittadini stranieri ha meno di 18 anni) per andare a indagare il grado di utilizzo e di conoscenza dei servizi territoriali (ovvero opportunità) a loro rivolti.

Si è seguito dunque un approccio *bottom up* e, viste le caratteristiche generazionali dei migranti, per la maggior parte giovani, anche un approccio *peer to peer* che ne va a valorizzare l'efficacia trattandosi di *teenager* (minori di 18 anni).

L'approccio *bottom up*, come visto dalla letteratura, va a garantire un maggiore successo delle iniziative *smart* che fanno uso di piattaforme digitali. Inoltre il progetto *PeopleFusion* prevede, al suo interno, anche l'estensione delle zone coperte da rete Wi-Fi pubblica: questo va a aumentare anche l'accessibilità, nonché a ridurre quel *digital divide* che potrebbe essere lo scoglio più grande anche di fronte all'approccio dal basso poiché spesso è dipendente da una molteplicità di fattori (economici, sociali, lavorativi, culturali, ecc.).

L'approccio *bottom up* si ritrova anche nel coinvolgimento degli *stakeholder* della città per l'abbattimento del *digital divide* attraverso una campagna di *crowdfundind* che mira all'estensione della rete Wi-Fi, vista anche come attrattiva del Centro Storico e delle piazze: così come letto in letteratura, appunto, le ICT

vanno a rendere non solo più vivibile, ma maggiormente attrattivo e stimolante il territorio che, nella connessione in rete, si rende maggiormente aperto all'innovazione.

L'approccio dal basso e l'osservazione diretta della realtà urbana è la base da cui deriva l'idea del progetto – così come pensato da Andrea Carmisciano – che va a instaurarsi in un contesto, come quello della Spezia, che da sempre conosce ed è attraversato da flussi migratori e dalla presenza multiculturale.

A questo approccio, comunque, si affianca un approccio *top down*, relativo al lancio della piattaforma che, solo a seguito del lancio effettivo, consentirà una misurazione in termini di efficacia ed efficienza relativa all'utilizzo. Ad ora si può solo dire che le indagini svolte, ovvero la ricerca partecipativa condotta *ex ante* è stato il modo più corretto di muoversi per il lancio di una piattaforma del genere.

Dimensione linguistica e culturale

La piattaforma *PeopleFusion* prevede come suo primo obiettivo quello di essere un fattore di coesione, di integrazione, a fronte di un territorio che si fa multiculturale. La generazione dell'intercultura, soprattutto nell'accesso ai servizi, passa attraverso il linguaggio che – soffermandoci sul caso dei cittadini stranieri – può non essere né conosciuto né compreso.

È importante constatare che coinvolti tra i partner del progetto troviamo dei mediatori linguistici e culturali che vanno – oltre ad occuparsi della traduzione dei vari contenuti nelle rispettive lingue scelte come più necessarie in base ad un'indagine territoriale – anche a trattare la “traduzione” di alcune tematiche per l'incontro con le altre culture. Il progetto vede nel coinvolgimento dei mediatori linguistici e interculturali un elemento chiave del sistema poiché ritiene poco utile la mera traduzione dei contenuti nelle varie lingue e si prefigge di realizzare un sistema che dimostri comprensione reale delle differenze attraverso attenzioni linguistiche e iconografiche verso gli utenti in modo da invogliare l'utilizzo e rimuovere ogni possibile barriera culturale.

Durante una riunione con i partner del progetto a cui ho partecipato, per esempio, la mediatrice linguistica ha espresso chiaramente la necessità di mettere

ben in evidenza, su questo tipo di piattaforma, i servizi sanitari per chi ha problemi psicologici e per la salute mentale. Questo è un utile strumento per far capire loro che qua possono trovare una società inclusiva, accogliente e dove possono trovare tutti i servizi di cui necessitano.

Ma non c'è solo questo. Sappiamo infatti dalla letteratura che «i migranti adulti hanno un bisogno reale di linguaggio e di inclusione culturale per negoziare nei processi burocratici, per trovare lavoro e per poter partecipare pienamente come cittadini»²⁵⁰ e questo rientra tra gli scopi del progetto del Comune della Spezia che attraverso la semplificazione di accesso ai servizi sta tentando di creare una cittadinanza comune e che possa andare oltre le barriere fisiche e culturali.

Attraverso l'utilizzo dei contenuti video, i quali saranno accompagnati da sottotitoli nelle varie lingue, la piattaforma si rende inoltre ambiente di apprendimento informale della lingua locale. I video, difatti, andranno ad accompagnare e a esemplificare l'accesso ai servizi, saranno inseriti in una situazione quotidiana, e potranno essere una buona base da cui partire per far sì che il cittadino straniero possa iniziare a comprendere la nuova lingua partendo da dimensioni a lui conosciute e utili per l'interazione sociale, per le pratiche burocratiche e, più in generale, per la piena espressione della cittadinanza.

La piattaforma sarà dotata di un sistema di Formazione a Distanza e il primo e fondamentale contenuto che si andrà ad implementare sarà quello relativo a un corso di lingua italiana in collaborazione col “Sistema Trio”²⁵¹ della Regione Toscana

Cooperative and Incidental Learning

Andando a verticalizzare la componente del tradizionale *social network*, la piattaforma *PeopleFusion* andrà a implementare un contesto di apprendimento informale e cooperativo basato sulla condivisione delle esperienze e della quotidianità nel contesto urbano legata agli obiettivi che, sia i nuovi cittadini ma

²⁵⁰ Gaved, M., *et. al.*, *op. cit.* p. 53

²⁵¹ <http://www.progettotrio.it/trio/>

anche tutti gli altri, possono risultare utili a livello di integrazione e di inclusione sociale.

Non solo il servizio di Bacheca può già, di per sé, essere considerato con funzione di apprendimento incidentale, ma, più in generale, andando a prevedere un sistema di condivisione delle esperienze va a configurarsi, seguendo già il modello proprio dei *social network*, un ambiente di apprendimento cooperativo.

La speranza sembra essere quella – attraverso la piattaforma – di riuscire a creare anche una vera e propria rete tra i servizi e, più in generale, all'interno del terzo settore – in base anche a quando ci dice Valeria Fanfani – che possa andare ad estendersi sul territorio e che possa andare a portare benefici anche in altri progetti (come, ad esempio, all'interno dei progetti *living* della *smart city*).

Tra gli obiettivi specifici, inoltre, il progetto prevede due importanti elementi che vanno a rafforzare la dimensione di apprendimento cooperativo:

- Rafforzare la cultura di rete e di partecipazione del territorio, attraverso le innovazioni tecnologiche e la valorizzazione del capitale umano verso una *smart e learning city*;
- Dare protagonismo ai giovani migranti nelle scuole e alle donne in formazione continua come portatori di innovazione e coesione sociale, contribuendo a co-costruire conoscenza e competenze per il superamento del *digital divide*.

Non è stata presa in considerazione la sostenibilità poiché sembra ovvio che progetti simili debbano andare ad inserirsi in chiave sostenibile sul territorio secondo le quattro dimensioni: sociale, economica, culturale e ambientale. Così come stati fatti rientrare i fondamentali processi di sviluppo della creatività e dell'innovazione all'interno dell'apprendimento cooperativo poiché, tramite processi di innovazione sociale e tramite lo sviluppo di un ambiente centrato sul processo formativo, si crede che proprio nell'unione, nel *teamworking* e nel *co-working* risieda la spinta centrale per un'innovazione che passi nelle quattro dimensioni della sostenibilità. Un ambiente accessibile, trasparente, multilinguistico e interculturale, educativo e formativo. Un ambiente democratico.

CONSIDERAZIONI FINALI

Possiamo trarre importanti considerazioni dallo sviluppo del modello *smart city*, a livello nazionale e internazionale, come fattore di crescita intelligente e sostenibile delle città che vanno configurandosi sempre più come centri nevralgici del globo. Ciò che ci è premo individuare in questa sede è il come, oltre agli aspetti tecnici e tecnologici, legati alla fisicità dei beni, il modello *smart city* vada al rimettere al centro dell'organizzazione urbana il processo di formazione facendo leva e usando come strumento propulsivo la nuova tecnologia che sembra ad oggi consentire un potente mezzo per migliorare gli stili di vita e la qualità della vita stessa e dell'ambiente circostante.

Il modello organizzativo *smart* va a fare del processo di innovazione una vera spinta verso una crescita improntata alla sostenibilità, soprattutto in vista degli obiettivi del futuro relativi all'educazione, agli apprendimenti, all'istruzione e alla formazione. Tutto parte da lì: dalla capacità dell'uomo di saper immaginare e di voler immaginare un futuro migliore per sé e per tutti. Per questo è importante anche riscoprire il senso di generazione e di intergenerazionalità, il mondo, dopotutto, è il dono più grande che possiamo donare a chi verrà dopo di noi e soprattutto donare le stesse o migliori opportunità. Lontani da visioni che vanno predicando l'immutabilità delle cose, o che tendono a colare oro sul passato e bile sul presente, si è cercato di dimostrare come le cose sembrano seguire lo stesso processo di adattamento che da sempre caratterizza la storia umana e che con le nuove tecnologie sembra solo ripetersi.

L'importanza di stabilire un dialogo, di costruire ponti generazionali sembra diventare una massima prerogativa, quasi un'urgenza del nostro presente dove invece, troppo spesso, si legifera e si amministra non contemplando l'inclusione giovanile, quella risorsa umana che è presente e futuro allo stesso istante. Sentire i giovani della 5° C della Spezia così passivi di fronte a quella che pare loro un'immutabilità delle cose è stato un forte colpo, come lo è sempre parlare da coi ragazzi (se soprattutto ci si ricorda ancora come si era alla loro età). Spiazzante è soprattutto che non ci si accorga che, sempre più, i ragazzi si rifugiano negli strumenti e nei dispositivi digitali a fronte di una scarsa indipendenza che

riscontrano nella realtà o una mancanza di un contesto accogliente e creativo, che sappia dare valore alle idee, valorizzare le competenze. Un contesto non giudicante e dove non si veda infranto il patto intergenerazionale.

Si è cercato di parlare, sebbene servirebbero ben più pagine e ben più approfondire, di giovani e di migranti. Migranti che, sempre più spesso, sono proprio gli stessi giovani, anche italiani, che vedono nell'esterno una maggiore attrattività e un contesto migliore per il loro futuro.

In questo si vede la *smart city*, con tutti i suoi difetti correlati, un luogo dove il processo creativo e innovativo possano andare a creare un contesto di vita qualitativamente migliore e attrattivo di capacità dall'esterno. Importante è, come abbiamo visto, non concentrarsi solo ed esclusivamente sull'aspetto tecnologico, ma seguendo quel processo *bottom up* adattare la grande potenza delle ICT alle necessità territoriali. Ci sembra che ormai non si possano più negare le opportunità della società digitale e che c'è urgenza di muoverci verso l'abbattimento del *digital divide* sia sul fronte infrastrutturale che sul fronte formativo e dell'alfabetizzazione informatico-digitale.

L'importanza di rimettere al centro della città il processo formativo e far sì che i cittadini possano essere capaci di adattamento, di pensiero sistemico e relazionale, anche a fronte di un processo di interculturazione a cui la globalizzazione ha dato vita e che va colto come opportunità. La formazione permanente e continua, l'importanza della dimensione culturale, deve andare a contrastare l'analfabetismo funzionale, quello di ritorno e la frustrazione. La *smart city* è anche questo: un contesto inclusivo dove tutti, al di là di differenze e pregiudizi, possano dare il loro contributo e mettere le loro competenze a disposizione della comunità.

C'è nella *smart city*, negli spazi di "condivisione" e nella cooperazione, strumenti già tipici della rete, una scoperta dell'altro, soprattutto un abbattimento della paura che l'altro sembra sempre più incuterci e luogo dove fare – come suggerisce Bauman – della solidarietà l'unica strada per arginare futuri disastri²⁵².

La *smart city* è una città che si sa coordinare – attraverso i suoi tavoli di lavoro – e che sa cooperare in vista dello sviluppo umano sostenibile, endogeno e integrato.

²⁵² Bauman, Z., *La solitudine del cittadino globale*, Feltrinelli, Milano, ed. 2014

Ma è davvero fondamentale comprendere che non può darsi *smart city* senza *smart people*. Solo lavorando sul sistema dell'educazione, dell'istruzione e della formazione è possibile andare a costruire un futuro che preveda una crescita e un miglioramento del capitale umano delle città.

Il ruolo del formatore, o del pedagogo (o andragogista), può essere riscoperto nella progettazione degli aspetti urbani e nel coordinamento dei servizi che all'interno della città devono andarsi ad occupare del miglioramento dei contesti di vita e della qualità della vita stessa. La progettazione della *smart city* non dovrebbe prevedere solo urbanisti, architetti o tecnocrati che spesso vanno solo calando dall'alto le loro competenze; dovrebbe, innanzi, prevedere un'analisi territoriale e una ricerca partecipativa sul territorio alla scoperta di quelli che sono i saperi, le conoscenze e le risorse già possedute e possibili di miglioramento. C'è da combattere, tuttavia, contro una mentalità e di inseminare la società con la formazione per tutta la vita, lungo tutto il corso dell'esistenza che è un continuo plasmarsi e adattarsi ai contesti o un cercare di adattare i contesti a sé.

Bisognerebbe considerare – seguendo il famoso processo di interazione uomo e ambiente – l'impatto dei luoghi sulla dimensione umana e andare verso una riscoperta e una riforma per i luoghi della cultura che troppo spesso vengono ingiustamente sacrificati in vista di uno "sviluppo economico" che non porta ad alcuno sviluppo umano né territoriale né ad altro. Non è possibile giustificare ogni singolo passo in favore della "crescita economica" che poi, alla fine, seguendo ad esempio i modelli organizzativi *olivettiani*, non c'è crescita economica se prima non c'è crescita umana. Per questo è indispensabile anche andare alla riscoperta di quei modelli di organizzazione che sappiano (ri)mettere il fattore umano al centro del processo produttivo.

La *smart city* sebbene sia ancora un'entità poco chiara, o troppo centrata sulle ICT, passa proprio dai fattori umani e dal processo di conoscenza. Abbiamo detto, a tale proposito, che si configura come una *learning city* (una città dell'apprendimento). Un contesto che sa attirare e rendere attivo il capitale umano offrendogli in cambio un contesto di vita che si configura per qualità, benessere, energia pulita, ambiente verde, attenzione gli stili di vita e una vita culturale dinamica e dirompente. Il paradigma della *smart city* negli ultimi anni ha sempre

più spostato l'accento dall'innovazione tecnologica all'innovazione sociale, al *co-design*, alla gestione dei beni comuni. È veramente dotata d'intelligenza quella città che è capace di «accogliere e di saper gestire i flussi migratori; attrarre cervelli e talenti e generare imprese innovative; attrarre finanziamenti europei per la ricerca e l'innovazione; rendere disponibili i dati pubblici; agevolare le pratiche d'uso sociale degli spazi pubblici; attivare reti e relazioni per la sostenibilità e la gestione delle politiche *smart*; garantire gli adeguati livelli di sicurezza e legalità»²⁵³. La città deve farsi “piattaforma abilitante” e deve saper guardare a traguardi lunghi operando scelte e investimenti che puntino su nuovi *driver* di sviluppo.

La *smart city* propone dunque il modello per una cittadinanza attiva e quindi, nell'attuale contesto demografico, per un invecchiamento attivo. L'importanza è anche quella di attivare una cittadinanza digitale e una democrazia che possa trovare negli strumenti digitali, negli *open data*, uno strumento verso una maggiore trasparenza e verso un allargamento della partecipazione dei cittadini alla vita del loro ambiente di vita.

C'è una necessità di “vedere l'acqua”, il contesto, l'evoluzione che ci circonda e trarre da essa il miglior cambiamento possibile. Sì, i *social network* hanno e portano con loro una serie di rischi, ma hanno anche tutta una serie di portati positivi e sono comunque un imprescindibile strumento non solo a livello pubblicitario, di *marketing* o a livello lavorativo, ma anche a livello personale. Si modifica l'esperienza, si fa probabilmente meno profonda, si ricorderanno meno cose e meno strade, ma, chissà, forse potremo iniziare ad usare quella parte di cervello che fino a poco fa si occupava di quello per altre questioni. Non avremo dovuto iniziare a utilizzare l'alfabeto perché potevamo comunicare benissimo anche a gesti? Non avremmo dovuto iniziare a leggere libri perché potevamo trastullarci anche semplicemente coi racconti alla sera? Non avremmo dovuto iniziare ad appassionarci di cinema, televisione o altro? Non so se sia più facile dare la colpa agli strumenti che, nel loro semplice esserci, vanno a modificare un'oscillazione del sistema o chi li usa che, come per tutte le cose che vanno a portare una rottura con un modello di vita precedente, ha solo bisogno di

²⁵³ <http://www.icitylab.it/icityrate2016-milano-bologna-veneziale-piu-smart-dominici-misuriamo-le-citta-piattaforme-abilitanti-dellinnovazione/>

assestamento. Un nuovo adattamento; un adattamento che si produce anche a fronte di un sistema – quello del mondo – fatto di risorse finite verso le quali, in vista della sopravvivenza, tramite il progresso tecnologico si cerca di ovviare.

Essere *smart* vuol dire: collaborare, anziché competere, fare sistema anziché dominare, mettere continuamente in relazione. Significa governare i processi per socializzare i profitti. Accompagnare i processi significa che le logiche *smart* tendono a non essere impositive e, anzi, aprono a nuove forme di democrazia: innestano meccanismi di sussidiarietà, pongono come centrale una nuova idea della cittadinanza e permettono dinamiche di *smart community*. Ovvero della riscoperta dell'altro, della relazione come strumento educativo, formativo e della comunicazione relazionale come costruzione e definizione di sé.

Si mette in relazione, inoltre, l'uomo e il suo ambiente come luogo dell'esperienza; migliorare l'esperienza urbana, o digitale, può essere la forza propulsiva verso un miglioramento generale del contesto più ampio. Agganciare una dimensione emozionale all'esperienza è di primaria importanza a fronte di chi spinge verso l'asetticità dei contesti: i contesti, un po' come il *web*, vanno popolati di contenuti. La capacità di saper leggere questi contenuti, di saper pensare all'interno di un contesto sistemico fanno di una rete di relazioni che ci definisce e va definendo gli altri e il sistema stessa. Questo è *smart*: è la condivisione.

Non possiamo ancora dire con estrema certezza o misurare l'assoluta efficacia di questo nuovo modello organizzativo urbano, tantomeno è semplice identificare una misurazione efficace sui processi formativi all'interno delle stesse città. Quello che è evidente, tuttavia, è l'identificare come le città nelle quali si vive meglio, dove è migliore la qualità della vita, come delle città che abbiano fatto della comunità il loro punto di forza e della tecnologia digitale uno strumento per una crescita sostenibile (anche per il poco impatto che il digitale ha sull'ambiente, la dematerializzazione dei processi produttivi). Quello che possiamo fare è constatare come questi modelli di organizzazione e di vita vadano ad indentificarsi come portatori di un'innovazione, di creatività, come vadano in cerca di soluzioni ai problemi facendo della risorsa umana – e solo successivamente della tecnica a cui segue sempre un processo conoscitivo umano – il motore centrale per l'innovazione – solo passando dall'educazione si crea buona base per l'esperienza creativa e

innovativa – che passa per la riscoperta di un senso antico, del *less is more*, che collegandosi col moderno, col digitale, ridà luce a un agire locale sistemico: migliorare un piccolo contesto di vita è anche migliorare un po' l'intero contesto globale. Migliorare se stessi è anche migliorare un po' l'intera umanità.

La *smart city* pensa in piccolo, pensa locale, ma pensa come un sistema e va a riporre nel suo cuore l'esperienza che dà forma all'uomo durante tutto il corso della sua vita, un prender forma su cui incidono anche i luoghi esperiti e nel quale prende vita quella forza interna che fa agire per portare miglorie e innovazione. Il processo formativo, la *lifelong learning*, dovrà stare al centro di tutti quei luoghi – in questo caso parliamo delle città, ma anche delle imprese che nel contesto italiano ancora faticano a capire l'importanza delle risorse umane – che vorranno farsi partecipi di un processo innovativo, passante per la creatività, per la conservazione, l'adattamento e il miglioramento del sistema di loro riferimento. «La distinzione più notevole fra gli esseri viventi e gli esseri inanimati, è che i primi si mantengono rinnovandosi»²⁵⁴ - questo ci dice Dewey – e «la vita è un processo di auto-rinnovamento attraverso l'azione sull'ambiente circostante»²⁵⁵. La continuità della vita significa il continuo riadattamento dell'ambiente ai bisogni degli organismi viventi. Questa è l'esperienza, è la continuità tramite il rinnovamento e «l'educazione è il mezzo di questa continuità sociale della vita»²⁵⁶.

²⁵⁴ Dewey, J., *Democrazia e educazione*, La Nuova Italia, Firenze, 1949, p. 1

²⁵⁵ *Ivi*, p. 2

²⁵⁶ *Ivi*, p. 3

APPENDICE

INTERVISTE

VALERIA FANFANI – Comune di La Spezia: Ufficio Programmazione, Progettazione e Coordinamento Attività Integrate (Responsabile del progetto *PeopleFusion*)

Oltre alla formazione tecnologia, di quale altro tipo di formazione hanno bisogno i cittadini e gli operatori all'interno di una *smart city*?

All'interno della *smart city* l'aspetto digitale è importante, l'impatto deriva proprio da quello, ma va messa bene in evidenza la capacità di fare rete – sia per gli operatori che per i cittadini – e di riuscire a coinvolgere l'associazionismo, il terzo settore, le imprese e tutti coloro che possono riuscire a portare anche finanziamenti all'interno della *smart city*. Però è importante anche riuscire ad attivarli, farli sentire protagonisti di questo percorso. Solo questo può dare una vera dimensione *smart city*, nel profondo, che sennò si ha come se fosse una cosa bellissima davanti che però dietro non ha niente. Serve appunto qualcuno che sappia portare avanti i processi e quindi che sappia guidare i contenuti.

Il progetto *PeopleFusion* è *smart* e perché?

È *smart* perché ha un aspetto tecnologico predominante, ma anche perché ha una rete che coinvolge diversi attori e ha permesso di mettere insieme e far sentire parte del progetto servizi diversi come le scuole, ad esempio, dal quale i ragazzi – che hanno aiutato nel costruire la piattaforma – hanno potuto avere un ruolo attivo all'interno del progetto. Ma anche i servizi si sono sentiti protagonisti perché abbiamo spiegato che il progetto può essere la giusta occasione per far quali sono i vostri servizi in modo immediata, non solo verso la popolazione straniera. Il progetto poi è *smart* perché ha sempre cercato di non essere solo didascalico, ma perché si è cercato, fin da subito, di arrivare direttamente alle persone e di facilitare l'accesso delle persone ai servizi dato che si dà la possibilità di vedere dove è

localizzato un servizio, di vedere come funziona un servizio anche in molti di quegli aspetti che spesso non escono nell'informazione didascalica.

Perché secondo lei è importante proprio l'utilizzo dei social network per comunicare con i cittadini, soprattutto stranieri?

Non ti so dire se sono così importanti. Sono importanti dal momento che costituiscono la realtà di oggi. Anche se bisogna evidenziare che non arrivano poi così a tutti, non a tutti indistintamente. È importante per gli stranieri perché sono costituiti in buona parte da giovani e arriva diretto questo aspetto. Mentre tutta la fetta degli anziani è difficile da raggiungere – la popolazione *over 50* – non riescono neanche a sentirli. Non li sentono parte della loro dimensione. Sono importanti soprattutto per i giovani.

Il progetto *PeopleFusion* si presenta come un progetto smart per il suo utilizzo della tecnologia in favore dell'aumento della partecipazione della cittadinanza: Questo tipo di partecipazione è importante alla Spezia?

È fondamentale perché siamo un territorio dove la partecipazione è molto ridotta ed è molto difficile riuscire a coinvolgere il territorio alla partecipazione. Qualsiasi strategia che abbiamo provato sulle associazioni rischia di fallire perché è un territorio dove non c'è una grossa rete di solidarietà e ognuno tende sempre “a far le scarpe agli altri” e soprattutto a livello di associazioni è molto difficile riuscire a creare dei canali di collaborazione, c'è molta competizione, probabilmente anche date le poche risorse che ci sono da spartire. Tutti cercano di farsi la guerra. È importante, prima di chiamarli alla partecipazione, riuscire a capire qual è la cultura della partecipazione. Ci vuole una cultura della solidarietà, che manca nel nostro territorio. Ma sono processi per cui ci vuole tempo.

Come si sta muovendo La Spezia per raggiungere la dimensione di *Smart City* dal punto di vista del tavolo *people&living*?

Oramai sono già 2/3 anni che Spezia si è candidata a essere un *SmartCity*, nel senso che non avendo niente ha iniziato a fare delle attività ed ha iniziato una

propria progettazione dove ci sono stati dei tavoli diversi che hanno coinvolto tutti i settori dell'economia. Noi abbiamo seguito il tavolo *Living* dove, per esempio, sugli "stili di vita" abbiamo fatto molta fatica a coinvolgere la sanità, ma soprattutto per aspetti amministrativi. L'altro tavolo, quello sul *Social Housing*, fa anch'esso fatica (alla riunione della mattina non si era presentato nessuno degli attori coinvolti) se non c'è un interesse, se non c'è una motivazione – per esempio sul *social housing* tutti si rendono conto che è un progetto molto grosso – e non partecipano perché lo vedono come una cosa aleatoria e non partecipano, ma si potrebbe fare comunque lo sforzo di partecipare se non altro per continuare a mantenere questo filone, per vedere se da qualche piccola cosa si può iniziare.

A volte piattaforme attivate dagli adulti in favore della popolazione giovanile (es. *teen space*) tendono a fallire, come si può ovviare a questo rischio?

Devono essere coinvolti direttamente i ragazzi. Prima di fare una cosa si deve fare un'indagine per vedere se questa cosa "prende" e se veramente si va a trattare di un problema reale. Teen Space doveva essere gestita dai ragazzi direttamente, gli adulti devono essere dietro le quinte. Devi esserci ma devi farli sentire protagonisti. Non puoi prenderne il controllo e calargliela dall'alto, i protagonisti devono essere loro e devono essere coinvolti direttamente.

GILDA ESPOSITO - Università degli Studi di Firenze (ricercatrice e coordinatrice del progetto *PeopleFusion*)

Oltre alla formazione tecnologia, di quale altro tipo di formazione hanno bisogno i cittadini e gli operatori all'interno di una *smart city*?

A mio parere effettivamente, come abbiamo detto tante volte, la tecnologia è importante, strategia, ma non è sufficiente. Innanzitutto perché, già nella parola, di per sé gli spazi tecnologici sono poco accoglienti per la cittadinanza, soprattutto per alcuni, e quando si parla di Internet, di tecnologia, di *social network* ci sono tutta una serie di persone che hanno un rifiuto immediato a questi termini e anche verso gli stessi nomi perché li sentono lontani e fuori dalla loro esperienza quotidiana. Quindi prima di arrivare alla tecnologia e anche all'alfabetizzazione

digitale sia necessario lavorare sull'educazione alla tecnologia e all'uso di essa. Quindi uno spazio di comunicazione per i cittadini in cui si sfatano anche dei miti sul fatto che i *social network* aiutano e possono essere utili, non soltanto spazi misteriosi e di difficile accesso. L'idea è quella di usare al massimo la creatività e chiedersi che cosa ha funzionato in passato e cosa sta funzionando oggi; richiamare la creatività di ognuno di noi e creare degli spazi in cui indurre la popolazione ad avvicinarsi senza paura alla tecnologia: potrebbero essere dei laboratori nei quartieri, dei festival della tecnologia per tutti anche organizzati insieme alle scuole. Effettivamente è vero, è accertato in quasi tutti i progetti di *smart city*, il fatto che non esistono città intelligenti senza cittadini intelligenti. Perché poi al centro deve tornare la persona, l'individuo, le famiglie e la comunità. Per cui credo che il primo passo sia quello di creare spazi di educazione di comunità, che è un concetto vago che è difficile da tradurre in azioni specifiche, ma merita questo tipo di sforzo. Azioni che a livello locale possono andare a ridurre il *gap* (la distanza) che c'è tra alcuni cittadini in particolare e le tecnologie più semplici.

Il progetto *PeopleFusion* è *smart* e perché?

Noi vorremmo che fosse *smart*. Effettivamente ci stiamo provando ed è più difficile di quanto ci aspettassimo, soprattutto per la difficoltà di sviluppare un progetto che prova a mettere insieme sociale e tecnologico attraverso l'Ente Pubblico. Sono difficoltà che bisogna riconoscere. Realizzare questo tipo di attività che si configurano come "ponti" è spesso difficile anche dal punto di vista burocratico. Possiamo dire che stiamo diventando "più intelligenti" dal momento in cui stiamo proponendo reti e azioni creative. Il progetto *PeopleFusion* è intelligente proprio per questo: perché lavora sulle tecnologie ma con i cittadini. L'aspetto fin ora è stato più di successo è stato il coinvolgimento delle scuole attraverso l'attività di alternanza scuola-lavoro, perché con i ragazzi abbiamo lavorato sia sul *coding* (la realizzazione della piattaforma, la programmazione informatica) sia sulla conoscenza dei servizi, sulle relazioni, sull'ascolto, sulla rielaborazione di informazioni che i ragazzi potevano raccogliere nelle visite ai servizi o comunque nel lavoro con gli enti pubblici. La *smartness* di *PeopleFusion* sta nel suo investire sulle relazioni, su nuovi modi di lavorare insieme e di lavorare

insieme, di cooperare, attraverso le discipline non più chiusi nei compartimenti stagni dei tecnici da una parte, gli operatori sociali dall'altra e cittadini dall'altra parte ancora; l'altra parte intelligente, che però deve essere ancora approfondita, è quella di essere anche interculturale, o transculturale, perché ci dovremo interrogare – e già lo si sta facendo – su come viene vissuta la tecnologia e l'accesso alla tecnologia, non soltanto attraverso le generazioni, ma anche attraverso le culture. Perché nel campo della comunicazione digitale senza dubbio ci sono più punti di vicinanza, lo spazio di prossimità è tra persone della stessa generazione, i giovani in particolare sotto ai 30 anni, seppure vengano da parte diverse del pianeta. C'è molta più vicinanza, paradossalmente, tra il giovane nigeriano e il giovane italiano che tra il giovane italiano e il pensionato ultra settantenne italiano. Si rimodulano gli spazi di prossimità e questo mi sembra interessante per l'opportunità che ci dà non solo di trasmettere informazioni, cultura, apprendimenti, ma di ricreare tutto questo. Questa è la grande sfida del nostro tempo. Il fatto che i ragazzi abbiano spazi e strumenti di ricostruzione della cultura e della conoscenza che vanno al di là delle differenze personali, dei percorsi individuali e fanno probabilmente più fatica a parlare con le generazioni adulti piuttosto che tra di loro nonostante i colori diversi della pelle, lingue diverse o percorsi personali diversi. Questa credo che sia una sfida molto importante insieme anche al fatto che in tutto questo lavoro c'è anche un terzo attore molto importante: l'impresa privata. In questo caso abbiamo lavorato con un'azienda di media grandezza come Infoporto, in futuro tutto questo lavoro potrebbe essere preso in mano da *startup* giovanili, di futuri imprenditori, per poterne fare uno spazio di sperimentazione che possa avere la possibilità di stare in piedi da solo. L'ultima cosa. Abbiamo provato a decostruire stereotipi, come quello del giovane su *Facebook* che verteva verso una certa superficialità e si è provato a muoverci verso una direzione improntata all'ascolto. Quando ci si mette all'ascolto degli altri si hanno sempre dei risultati interessanti.

Il progetto *PeopleFusion* si presenta come un progetto smart per il suo utilizzo della tecnologia in favore dell'aumento della partecipazione della cittadinanza: Questo tipo di partecipazione è importante alla Spezia?

La nostra città – La Spezia – è molto particolare e soffre di una mancanza di partecipazione e di spazio di sviluppo di comunità da almeno 20 anni, è cambiata

molto da quella che era prima. Il progetto di per sé da solo –che comunque si configura come un’importante scommessa da non dare per scontata – non sarà capace di fare la differenza ma dovrà accompagnarsi anche da altre azioni di comunicazione (anche tradizionale, quindi il passaparola, il banchetto nella piazza o il manifesto, l’annuncio sul giornale, ecc.). Siamo coscienti del fatto che non sia possibile pensare di fare educazione alla tecnologia o alla comunicazione digitale o, più in generale, all’uso dei media digitale solo attraverso gli stessi media. Bisogna mettere le persone stesse nella condizione di utilizzare i *network* che noi proponiamo. Sarà quindi un grande investimento, sarà importantissimo perché non c’è niente di simile in questo momento (al di là di quei siti dell’odio, di quei gruppi su Facebook che nascono per criticare) e quindi speriamo che possa diventare uno spazio di cittadinanza non solo virtuale ma anche con solide radici reali.

Perché secondo lei è importante proprio l’utilizzo dei social network per comunicare con i cittadini, soprattutto stranieri?

Io so che ci sono moltissime opinioni discordanti sul tema dei social network. Io credo che siano mezzi di comunicazione potentissimi con potenzialità ancora inesplorate e come me lo credevano anche gli altri tecnici che hanno scritto il progetto (ormai 3 anni fa). L’idea è un po’ questo: il social network comunica in forma immediata, semplice, comprensibile, diretta, dà lo spazio ad un riscontro immediato, può essere condiviso; il social network ha di per sé già tutte quelle caratteristiche che noi vorremmo nella piattaforma. Un esempio concreto su tutti: abbiamo detto che vorremmo che nel momento in cui il cittadino accede a un servizio abbia la possibilità di commentare il servizio stesso (cosa che già succede in servizi come TripAdvisor; FourSquare, ecc.). Questo è una lezione che noi mutiamo effettivamente dai social, che prima non c’era (al di là dell’eventuale possibilità di poter lasciare un reclamo, quindi solo in negativo), adesso invece esiste la possibilità di indurre il cittadino ad esprimersi, a raccontare la sua esperienza, ad essere parte protagonista anche quando l’esperienza è positiva e poi la sua esperienza diventa immediatamente disponibile anche ad altri cittadini. Questa – secondo me e secondo noi, quando abbiamo appoggiato questo progetto – è una potenzialità molto interessante di ridare voce ai cittadini.

A volte piattaforme attivate dagli adulti in favore della popolazione giovanile (es. *teen space*) tendono a fallire, come si può ovviare a questo rischio?

Noi abbiamo un'esperienza molto concreta che è la piattaforma TeenSpace (una piattaforma costruita in collaborazione da un Istituto Tecnico insieme alla ASL per creare uno spazio di discussione e di orientamento per i giovani studenti sui temi della salute sessuale e riproduttiva) che è stato un fallimento totale per varie ragioni a mio parere. Una è quella che la necessità stessa di questo progetto è partita dagli adulti e quindi l'idea non è partita dai ragazzi, è stata pensata da una generazione per un'altra che ha caratteristiche molto diverse; la seconda è che mi pare che i ragazzi tendano ad utilizzare soprattutto gli *smartphone* o i *tablet* e la piattaforma non aveva previsto lo sviluppo di un'applicazione (*app*). Poi, più in generale, usando un'espressione concreta che mi sembra abbastanza esplicativa, questi siti fatti dagli adulti "puzzano di adulto" [per adulto si intende *over 35* ndr]. Hanno chiaramente un *imprinting* adulto e i ragazzi – come ci hanno raccontato durante il *focus group* (v. sotto) – preferiscono muoversi in spazi tutti loro. La soluzione quindi potrebbe essere quella che invece che creare sulla base di idee che vengono dal mondo adulto piattaforme, gli adulti dovrebbero facilitare spazi di riflessione per i ragazzi sulla base dei bisogni che gli stessi ragazzi fanno emergere per aiutarli a costruire la piattaforma di cui loro hanno bisogno. Sembra un approccio molto anarchico, però del resto abbiamo visto che il contrario non funziona. Per cui allora piuttosto aspettare che i tempi siano più maturi e che i ragazzi siano in grado di proporci progetti e non di farli noi al loro posto; perché altrimenti comunque è una perdita e uno spreco di risorse.

ANDREA CARMISCIANO – InfoPorto (ideatore del progetto *PeopleFusion* – sviluppatore e programmatore della componente tecnologica della piattaforma)

Oltre alla formazione tecnologia, di quale altro tipo di formazione hanno bisogno i cittadini e gli operatori all'interno di una *smart city*?

L'idea originale del progetto non era legata al progetto *smart city* e, solo in seguito, siamo confluiti al suo interno. Era legato, soprattutto, all'inclusione dei cittadini stranieri mediante il supporto tecnologico e la *smart city* è venuta in seguito. Comunque la parte essenziale [legata alla formazione] è relativa all'alfabetizzazione informatica perché poi il grande lavoro che fanno tutte queste piattaforme è quello di abbassare la complessità tecnologica di accesso ai servizi; quindi l'alfabetizzazione minima, ovvero poter navigare, poter utilizzare un *device* di quelli personali è l'unico requisito che si chiede. L'altra componente è di tipo personale, cioè di atteggiamento, ovvero di interessarsi alla città, di vedere quali servizi offre e di capire come poterli sfruttare al meglio.

Perché secondo lei è importante proprio l'utilizzo dei social network per comunicare con i cittadini, soprattutto stranieri?

Ci siamo prefissati di "farlo" un social, perché comunque di fatto anche chi si professa "non competente" dal punto di vista tecnologico poi vai a scoprire che in realtà vive in quel mondo lì e quindi lo sfrutta e lo usa: come se fosse una competenza inconscia. È anche il modo più pratico per poter interagire, perché ti poni a un livello di comunicazione meno distante – rispetto, per esempio, a quello di un ufficio aperto al pubblico – l'idea è quella di creare dei contenuti mediante l'interazione, in modo cooperativo, nel fare rete tra cittadini e servizi. Poi ci sono componenti del progetto che fanno sì che i contenuti siano creati direttamente dagli utenti, quella è la parte che più lo avvicina a un social. È una componente importante per lo scopo di supportare i cittadini stranieri. La cosa che crea vantaggio era quella di creare una rete di tipo *peer 2 peer*: ovvero i cittadini stranieri che avevano già superato un certo tipo di difficoltà, nella condivisione della loro esperienza, potrebbero essere d'aiuto ad altri nuovi arrivati. Tutto basato sulla propria esperienza, cosa che con una piattaforma di tipo istituzionale non puoi fare perché non hai contenuti generati dagli utenti.

I migranti potranno essere realmente avvantaggiati da una piattaforma del genere?

L'essere avvantaggiati – secondo me – dipende più che altro dal tipo di contenuti che ci sono dentro e da quanto sono in grado di trovare la risposta alla loro problematica in fretta. Il nostro scopo è dare indicazioni per cose quotidiane, quindi se possono evitare di andare di andare – per esempio – cinque volte nello stesso ufficio o sbattere la testa contro qualcuno che non riesce a spiegargli che documenti che deve fare per fare una cosa allora ha trovato uno scopo questa piattaforma. Si va a migliorare l'inclusione, come dallo scopo originario del progetto, dopodiché una piattaforma come questa si rende utile per costruire “in cima” tutto quello che ti serve (es. costruire servizi appositi per certe comunità, ma non come gruppi chiusi, sempre a base collaborativa).

La piattaforma servirà anche per avere accesso ad altri servizi (es. anagrafe digitale)?

L'idea è quella. Il problema è che si scopre, facendo le cose (il progetto è stato scritto circa 3 anni fa), che è difficile abbattere alcuni muri (si fa riferimento soprattutto alla burocrazia). Per questo – secondo me – è più utile lavorare sui “percorsi”, perché dal punto di vista dell'integrazione dei servizi si ottengono maggiori utilità (sarà possibile aprire un esercizio commerciale semplicemente attraverso la piattaforma o l'applicazione), la generazione di un certificato dall'anagrafe e poco altro. Questo dipende da come sono strutturati i servizi. È chiaro che la piattaforma può servire da base per l'integrazione dei servizi in futuro, una volta che essi stessi siano evoluti verso una forma “più digitale” in modo da rendere il tutto più integrato. L'idea può crescere nel tempo, può essere replicabile, se intorno le verrà creato terreno fertile.

Il progetto *PeopleFusion* si presenta come un progetto smart per il suo utilizzo della tecnologia in favore dell'aumento della partecipazione della cittadinanza: Questo tipo di partecipazione è importante alla Spezia?

L'idea era nata fatto che La Spezia è uno dei punti dove c'è più differenza di culture mescolate nella città – questo basato su un'osservazione e sul vivere la città – e quindi mi è parso che Spezia mi sembrava potesse essere un terreno fertile per fare un esperimento di questo genere perché – io ho sempre vissuto qua – e

abbiamo sempre avuto flussi migratori che attraversavano la città: per il porto e per la marina militare. Adesso questo tipo di flusso è cambiato ma mi sembra che la città sia da sempre avvezza a introdurre gente al suo interno e quindi sembrava il territorio più adeguato, nonché, comunque, il nostro territorio.

Nelle richieste dalla piattaforma era richiesto che fosse “scalabile per estensione”. Cioè, invece che rifarla in un altro luogo, chiusa allo stesso modo, l’idea sarebbe di estenderla: es. che il cittadino registrato a La Spezia potesse andare a interagire col cittadino di Lucca, magari della sua stessa nazione e quindi tessere un certo tipo di rapporto su un canale non completamente aperto come un social network tradizionale, ma dove si possono costruire in cima applicazioni (es. banca del tempo, mercatino di servizi privati, ecc.). Cose che si possono mettere anche come pagina su Facebook, ma che inserite in una piattaforma costruita appositamente rendono i dati più strutturati, su cui è possibile fare un’analisi, e sai che quella certa persona avrà comunque accesso a tutta una serie di determinati servizi con anche tutta una serie di vincoli. Si rende, inoltre, possibile, se scalasse per estensione, il confronto tra i vari comuni che potrebbe portare, in un’ottica ottimistica, a una competitività positiva. Come spinta alla crescita.

È molto più facile costruire cose in cima ad applicazioni già esistenti, già sviluppate, quindi fare pagine e gruppi, soprattutto perché questo progetto essendo nato come servizio di integrazione dei servizi della PA patisce tutte le pecche di questa presunzione qua, cioè poter dialogare con un “cinemone” come la PA e ne è prova il fatto che ci abbiamo messo circa un anno e mezzo dopo che è stato approvato il finanziamento alla fondazione per fare qualcosa.

FRANCESCO TASSARA – Videomaker (creazione contenuti informativi video, laboratori video)

Oltre alla formazione tecnologia, di quale altro tipo di formazione hanno bisogno i cittadini e gli operatori all’interno di una *smart city*?

Da un punto di vista meno tecnico, più umano: ci vuole più dialogo, più umanità, più conoscenza. Una cosa che danneggia la funzionalità dei servizi è lo sprecare occasioni, quindi se vengono offerte della realtà è giusto e corretto tentare

di conoscerle. Poi se ci accorgiamo che non servono, che non ci interessano, possiamo anche passare oltre. Tuttavia il fare rete significa ascoltarsi, capire e conoscere.

Perché secondo lei è importante proprio l'utilizzo dei social network per comunicare con i cittadini, soprattutto stranieri?

Se le persone ormai la dividono a metà, quella reale e quella virtuale, è importante – secondo me – fare in modo che questa metà di vita virtuale sia vissuta in maniera costruttiva e positiva. Non solamente fine a se stessa, legata all'intrattenimento fine a se stesso, ma inserirvi delle realtà istruttive come un progetto come questo è un po' come riempire questo spazio di cose vuote. Poi, è chiaro, la rete non la fa solo la rete, ma la fanno anche le persone, il passaparola, e sta anche alla responsabilità personale di ognuno.

I migranti sono avvantaggiati da una piattaforma del genere?

Se ben pubblicizzata sì, perché delle volte si potrebbe anche correre il rischio che non lo vengano a sapere. Comunque si vuole semplificare la comunicazione

Il progetto *PeopleFusion* si presenta come un progetto smart per il suo utilizzo della tecnologia in favore dell'aumento della partecipazione della cittadinanza: Questo tipo di partecipazione è importante alla Spezia?

Sicuramente è un'operazione positiva, poi ci sono da eliminare non solo quelle difficoltà che il progetto e la piattaforma tenterà di risolvere, ma anche di eliminare le barriere umane in una città piccola e fatta di tante comunità diverse, con lingue completamente diverse, quindi non solo nazioni ma proprio continenti differenti, è bene che ci sia un qualche cosa che vada a raggiungere chiunque e che faciliti la convivenza di tutti.

FOCUS GROUP - Classe 5° C dell'I.T.C. Fossati

Il *focus group* è stato condotto all'interno della Classe 5° C dell'I.T.C. "Fossati" della Spezia insieme alla dott.ssa Gilda Esposito che già aveva collaborato all'interno della classe proprio relativamente al progetto *PeopleFusion*; i ragazzi, difatti, si sono occupati, come attività di alternanza scuola-lavoro, di fare interviste e raccogliere una serie di dati sul territorio che sono stati funzionali per l'analisi dei bisogni verso cui s'è mosso poi il progetto stesso.

Durante l'ora del *focus group* abbiamo cercato - attraverso alcune domande - di far ragionare i ragazzi sull'argomento dei *social network*, del digitale e di come questo possa essere usato per aumentare l'inclusione sociale e per migliorare la partecipazione all'interno della comunità. Si è cercato inoltre di capire, anche alla luce di quanto riportato nella letteratura, come i ragazzi "stanno" sui *social* e come percepiscono il ruolo dell'adulto che vuole usare questi strumenti con una funzione educativo-formativa. Un ragionamento che è parso utile poiché, all'interno di un contesto urbano, così come in ogni altro contesto, il coinvolgimento delle nuove generazioni, dei c.d. "nativi digitali", è fondamentale per il miglioramento dei servizi creati dalle PA e rivolti, per esempio, all'adolescenza e alle problematiche moderne che i giovani incontrano.

L'incontro è iniziato con una breve presentazione di me stesso, del mio percorso di studi e un breve riassunto del mio precedente lavoro di tesi triennale riguardante opportunità e rischi dei *social network* e il *cyberbullismo* nel CdL in "Scienze della Comunicazione" al quale ho collegato una breve spiegazione di cos'è una *smart city* - concetto che i ragazzi non conoscevano - di come si struttura e di come questo lavoro di tesi si interroghi dell'uso delle ICT e dei *social network* per migliorare la QdV e l'inclusione in un contesto *smart* (come può essere quello di Spezia 20.20, altra cosa che i ragazzi non conoscevano e che già è un piccolo allarme della scarsa efficacia comunicativa delle PA).

Abbiamo poi posto la prima domanda alla classe: **a volte piattaforme attivate dagli adulti in favore della popolazione giovanile (es. *teen space*²⁵⁷) tendono a fallire, come si può ovviare a questo rischio?**

Gli adulti spesso vogliono comunicare con voi attraverso i vostri canali, in questo il *marketing* pubblicitario, ad esempio, è bravissimo ed usa *Instagram*, *Snapchat* e tutto quanto. Ma gli adulti, a volte, vorrebbero parlare con voi di argomenti “più seri” (più noiosi, dice qualcuno) provando ad usare i *social network* e non ci riescono. L’impressione è che tutto quello che “puzza di adulto” a voi non interessi”.

Una ragazza suggerisce che spesso gli adulti tendono a imporre in modo invadente. “La nostra visione di adulto – dice – è il ‘ti devo imporre una cosa’ e quindi noi non lo prendiamo come una cosa coinvolgente”. I ragazzi non vogliono sentirsi calare dall’alto una comunicazione invadente, soprattutto se questa comunicazione cerca di invadere quelli che sono i loro canali comunicativi. C’è un rigetto del ruolo e del modo in cui viene proposta una cosa: il rigetto del “dover fare”. Al quale, forse, è più utile sostituire un aspetto propositivo; questo, per altro, potrà essere già utile per capire se la cosa proposta incontra il favore del pubblico verso cui è rivolta.

Seguendo quanto già espresso dalla letteratura si ritrova il concetto di “contesto separato”²⁵⁸ che va a distinguere i canali comunicativi con cui ci si va a relazionare con le diverse persone (quasi tutti i ragazzi hanno bloccato i loro genitori sui social, il che dimostra la volontà di tenere separati i contesti.). In questo non va vista la volontà di nascondere una vita segreta, semplicemente prevale una voglia di autonomia. I ragazzi hanno paura di essere fraintesi – “condivido post che magari lui non capirebbe” – e sentono un’incolmabile gap generazionale tra loro e i loro genitori.

Il problema – secondo un’altra ragazza – è che manca totalmente il dialogo tra adulti e ragazzi. Oltre all’impressione – condivisa anch’essa dalla maggioranza – che gli adulti usino questi mezzi, una volta che li hanno compresi, come strumenti controllanti (una ragazza fa riferimento alla funzione dell’ultimo accesso su *Whatsapp*) e quindi c’è ancor più la volontà di separare i contesti con il pericolo che comunque si arrivi a un collasso.

I ragazzi sono d’accordo nell’affermazione che “i social network sono il loro spazio di libertà dove non gradiscono incursioni”.

²⁵⁸ Boyd, D., *op. cit.*

Parte poi un'indagine sui loro *social network* preferiti e su quelli più usati. Al primo posto troviamo *Snapchat* e *Instagram*, esattamente i due *social network* più *teen*, che registrano la minore presenza di adulti; mentre *Facebook* viene dalla maggioranza totalmente snobbato e molti non sono proprio iscritti e anzi lo ritengono “il più pericoloso” perché – secondo alcune ragazze – su *Facebook* è più facile che qualcuno ti mandino delle richieste persone che non conosci, persone che in maniera molto facilitata riescono a farti del male. Mentre – secondo loro – su *Instagram* è più difficile per esempio avere episodi di *cyberbullismo* perché “si vedono i profili falsi” e “ci sono le foto”.

Abbiamo parlato all'interno del progetto del fatto che volevamo usare i social network per comunicare sui servizi, sulla cittadinanza: si può fare?

I ragazzi indicano come strumento vincente le applicazioni e a cui deve precedere un'analisi per vedere e capire se possano esserci problemi. Un problema individuato – da parte di un ragazzo – sta nella mancanza di comunicazione tra i giovani e persone “più anziane” (usa l'anziano anche per rivolgersi a chi non vede più come suo pari, come adolescente). Ci sono comunque degli adulti che sanno comunicare e comunque la comunicazione *social* va a rispecchiare – secondo loro – la comunicazione e le sue modalità della vita reale (es. confidenza, grado di apertura, ecc.). Tuttavia l'autorità, specialmente in contesti istituzionali, è sempre percepita come cosa principale: come l'obbligo autoritario a cui fa da controparte il comportamento ribelle.

I ragazzi mettono bene in chiaro il ruolo dell'immediatezza della comunicazione come grande opportunità per l'informazione e per i servizi, nonché per le relazioni interpersonali e – riportandoli sulla domanda posta – individuano e sottolineano l'importanza di una piattaforma creata appositamente per la comunicazione sul territorio dei servizi alla cittadinanza e, soprattutto, di un'*app*. Individuano inoltre – per l'iniziale disseminazione del servizio – l'importanza che può ancora avere la comunicazione tradizionale (manifesti, inserzioni, ecc.) e ritengono importante, per esempio, che per la città ci siano manifesti (o volantini) che spieghino che esiste la piattaforma e il come accederci (a cosa serve e altro) cosa che si rende utile soprattutto per alcune fasce di popolazione.

Rivolgendoci poi a chi fra di loro ha genitori stranieri abbiamo appreso che ritengono utile la conoscenza dei servizi che la città offre e la condivisione delle esperienze, questo soprattutto – dice una ragazza – “se penso a quando i miei genitori sono arrivati qua e cosa hanno trovato, cosa hanno dovuto affrontare e come e quindi penso che sia una cosa utile, una forma più semplice e che arriva in modo più diretto e semplifica la tua vita”.

L’applicazione viene individuata dai ragazzi, rifacendosi anche all’esperienza dei loro genitori con le nuove tecnologie, come lo strumento migliore per arrivare anche alle fasce d’età più avanzata della cittadinanza. Le *app*, infatti, vengono viste come più immediate e più accessibili.

La questione si complica, secondo loro, andando incontro alla generazione dei nonni. Sebbene molti abbiano nonni digitali e nonni interessati alle nuove tecnologie (che vedono, forse, come punto di incontro coi nipoti, come una via di comunicazione verso di loro, un modo per avvicinarsi) i ragazzi avanzano delle perplessità sul digitale per la “terza età” (questo da parte di chi ha nonni veramente anziani, altri invece hanno nonni intorno ai 60 anni e sono generazionalmente alfabeti digitali).

I nonni, ormai, sono tutti in possesso di tecnologie *mobile* e sono spesso i nipoti i loro insegnanti in campo digitale. Alcuni ragazzi, invece, parlano del rigetto che sentono da parte di genitori e/o nonni verso le nuove tecnologie che vengono, a prescindere, rifiutate.

Si passa poi all’argomento relativo alla **partecipazione**. La *smart city* infatti dovrebbe allargare ed estendere la base partecipativa all’interno dei contesti decisionali, ovvero migliorare il processo democratico attraverso una cittadinanza più consapevole e *informata*. Chiedo dunque – partendo anche dalla considerazione che i giovani, così spesso di legge su giornali e riviste, sono disaffezionati alla politica – se i *social network* possono essere il giusto canale per aumentare il livello partecipativo nei processi politici (che poi sono quelli che riguardano gli aspetti decisionali della cittadinanza).

I ragazzi, almeno quelli presenti in classe, sono totalmente (o quasi) disinteressati dall’argomento politico. Percepiscono, forse, la politica troppo legata ai partiti. Tuttavia sono molto attivi nei processi “politici” che li riguardano:

all'interno della classe c'è la rappresentante di istituto, che comunque non sente di fare politica (ma a tutti gli effetti la fa). Sentono la politica come un mondo adulto, un mondo che cerca in tutti i modi di escluderli. Fanno politica solo all'interno del loro mondo – dicono – e solo dove possono essere direttamente coinvolti.

I ragazzi comunque non sembrano essere molto coinvolti, per esempio, dalle campagne politiche che passano dai *social network* che, comunque, colpiscono solo se l'argomento interessa altrimenti passano totalmente inosservate. I ragazzi non vedono nei *social network* un canale comunicativo efficace per la politica: ad es. non sono a conoscenza di campagne politiche che passano da Instagram o Snapchat (a fronte di una realtà esistente, ma, evidentemente, poco efficace).

I ragazzi si sentono, purtroppo, impotenti. Sentono l'inefficacia del processo democratico, sentono di non contare niente. Non sentono di poter portare nessun cambiamento all'interno di una società adulta che cerca di escluderli da tutto. Non si sentono neanche appassionati, sembrano pervasi da una passività totale e da una distanza dalla realtà. “Le cose che non cambiano non cambieranno mai” – dice una ragazza. Una ragazza fa una giusta osservazione: “noi ci basiamo molto su noi stessi, sul mondo che conosciamo direttamente, ma magari ci sono giovani che sentono il poter di scendere in piazza a protestare” (ad es. fanno riferimento al ragazzo, oggi assente, che è molto impegnato politicamente). In realtà, comunque, se sentono tematiche che li colpiscono direttamente i ragazzi hanno ancora la capacità di far valere le loro idee: “se inizialmente non ci sono i ragazzi che si sentono questa cosa di farla, non tange”. Si denota, in modo chiaro, la necessità di investire sull'*intergenerazionalità* anche a livello di *welfare* e sull'equità (e mediazione) tra le generazioni.

Bibliografia

Agenzia per l'Italia Digitale, *Strategia per la banda ultralarga e la crescita digitale*, in: http://www.agid.gov.it/sites/default/files/documentazione/strategia_per_la_banda_ultralarga_e_crescita_digitale_marzo2015.pdf

Anichini, A., Boffo, V., Cambi, F., Mariani, A., Toschi, L., *Comunicazione Formativa. Percorsi riflessivi e ambiti di ricerca*, Apogeo, Milano, 2012;

Alexio, C., Nunes, M., Isaias, P, *Usability and Digital Inclusion: Standards and Guideline, International Journal of Public Administration*, 2012, vol. 35, pp. 221 - 239

Ali, A.H., *The Power of Social Media in Developing Nations: New Tools for Closing the Global Digital Divide and Beyond*, HeinOnline, 2016

Augé, M., *Nonluoghi. Introduzione a una antropologia della surmodernità*, Elèuthera, Milano, 2009;

Aurigi, A., *Reflection towards an agenda for urban-designing the digital city*, in *URBAN DESIGN International*, 2013, Vol. 18, n. 2, pp. 131-144;

Autorità Garante per l'Infanzia e l'Adolescenza, *L'Italia delle parole: promesse mancate e futuro da inventare. Quarta relazione al parlamento*, 2015, www.garanteinfanzia.org

Baricco, A., *I barbari. Saggio sulla mutazione*, Feltrinelli, Milano, 2006

Bauman, Z., *Amore liquido. Sulla fragilità dei legami affettivi*, Laterza, Roma, 2006

Bauman, Z., *La solitudine del cittadino globale*, Feltrinelli, Milano, 1999 (ed. 2014)

Bauman, Z., *Vita liquida*, Editori Laterza, Roma, 2005

Beck, U., *Costruire la propria vita*, Il Mulino, Bologna, 2008

Benton, M., *Smart Inclusive City: how new apps, big data, and collaborative technologies are transforming immigrant integration*, Migration Policy Institute, Washington DC, 2014, online: <http://www.migrationpolicy.org/research/smart-inclusive-cities-new-apps-big-data-and-collaborative-technologies>

Beretta, I. (a cura di), *L'umanesimo della smart city. Inclusione, Innovazione, Formazione*, Pensa Multimedia, Lecce, 2015

Bocchi, G., Ceruti, M., *Educazione e globalizzazione*, Raffaello Cortina Editore, Milano, 2004

Bonomi, A., Masiero, R., *Dalla smart city alla smart land*, Marsilio, Venezia, 2014

Boyd, D., *It's complicated. The Social Lives of Networked teens*, Yale University Press, New Haven (US), 2014, PDF ebook

Boyd, Danah, *Dear Voyeur, meet Flâneur... Sincerly, Social Media, Surveillance & Society*, vol. 8 (4), pp. 505-507, <http://www.surveillance-and-society.org>, ISSN 1477-7487

Boyd, D., *Why Youth Heart Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life*, Bekerman Center for Internet & Society, online: <http://ssrn.com/abstract=1518924>

Brejzek, T., *From social network to urban intervention: On the scenographies of flash mobs and urban swarms*, *International Journal of Performance Arts and Digital Media*, 2010, vol. 6, n. 5, pp. 109 - 122

Bruner, J., *La cultura dell'educazione. Nuovi orizzonti per la scuola*, Feltrinelli, Milano, 1997

Bruner, J., *Self making and world making*, *Journal of Aesthetic education*, 1991, vol. 5, n. 1, pp. 67 – 78

Cacioppo, J., *Is Facebook making us lonely?*, in *The Atlantic Monthly*, maggio 2012;

Cacioppo, J.T., William, P., *Solitudine. L'essere umano e il bisogno dell'altro*, Il Saggiatore, Milano, 2013

Calvino, I., *Le città invisibili*, Einaudi, Torino, 1972

Calvino, I., *Lezioni Americane*, Mondadori, Milano, 1988

Carr, N., *Is Google making us stupid?*, in *The Atlantic Monthly*, luglio 2008;

Carrino, L., *Perle e pirati. Critica della cooperazione allo sviluppo e nuovo multilateralismo*, Erickson, Trento, 2005

Castells, M., *Galassia Internet*, Feltrinelli, Milano, 2013

Celino, I., Kotoulas, S., *Smart Cities*, IEEE Internet Computing, 2013

Chateaubriand (de), F., *Memorie d'oltretomba*, Einaudi, Torino, 1995

Ciofalo, G., Leonzi, S., *Homo Communicans. Una specie di/in evoluzione*, Armando Ed., Roma, 2013

CIT Liguria, *La città digitale. Sistema nervoso della smart city*, FrancoAngeli, Milano, 2014

Codeluppi, V., *Lo spettacolo della merce. I luoghi del consumo dai passages a Disney World*, Bompiani, Milano, 2000

Coe, A., Paquet, G., Roy, J., *E-Governance and Smart Communities: A Social Learning Challenge*, *Social Science Computer Review*, 2001, vol. 19, n. 1, pp. 80 - 93

Coleman, J.S., *Social capital in the creation of human capital*, *American Journal of Sociology*, 1988, vol. 94

Couclelis, H., *The construction of the digital city*, *Environment and Planning B: Planning and Design*, 2004, vol. 31, pp. 5-19;

Craglia, M., Leontidou, L., Nuvolati, G., Schwikart, J., *Towards the development of quality of life indicators in the 'digital' city*, *Environment and Planning B: Planning and Design*, 2004, vol. 31, pp. 51 - 64

Cross, J., *Informal Learning – The other 80%*, Internet Time Group, online:
http://www.internettime.com/Learning/The%20Other%2080%25.htm#_Toc40161533

D.L. 15 febbraio 2016, n.33 in materia di “*Misure volte a ridurre i costi dell’installazione di reti di comunicazione elettronica ad alta velocità*” (in attuazione della direttiva 2014/61/UE)

D.L. 22 giugno 2012, n. 83 in materia di “*Misure urgenti per la crescita del Paese*”

Dall’Ò, G., *Smart city. La rivoluzione intelligente delle città*, Il Mulino, Bologna, 2014

De La Peña, B., *The Autocatalytic City*, in BOOKS, T. E. D. (Ed.), *City 2.0: The Habitat of the Future and How to Get There* (Ebook). TED Conferences, 2013

Demetrio, D., *Raccontarsi. L’autobiografia come cura di sé*, Raffaello Cortina Editore, Milano, 1996

Dewey, J., *Democrazia e educazione*, La Nuova Italia, Firenze, 1949

Dewey, J., *Esperienza e educazione*, Raffaello Cortina, Milano, 2014

Del Gobbo, G., *Il processo formativo tra potenziale di conoscenza e reti di saperi*, Firenze University Press, Firenze, 2007

Edvinsson, L., *Aspects on the city as a knowledge tool*, *Journal of Knowledge Management*, 2006, vol. 10, n.5, p. 6 - 13

Ellison, N.B., Steinflied, C., Lampe, C., *The Benefits of Facebook “Friends”:
Social Capital and College Students’ Use of Online Social Network Sites*, *Journal
of Computer-Mediated Communication*, 2007, vol. 12, pp. 1143 - 1168

Epps, S.R., *The Digital Self*, *Journal of Marketing and Practice*, vol. 22, no. 2,
2014, pp. 137 – 138, ISSN 1944 – 7175

Erickson, E.H., The problem of the Ego Identity, in *Journal of the American
Psychoanalytic Association*, 1956, vol. 4, pp. 56 ss

European Commission, *The European Digital Competence Framework for Citizen*,
2016, <http://ec.europa.eu/jrc/digcomp>

European Parliament, *Directorate-General for Internal Policies*, in:
[http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2014/507480/IPOL-
ITRE_ET\(2014\)507480_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2014/507480/IPOL-ITRE_ET(2014)507480_EN.pdf)

Gaved, M., Jones, A., Kukulka-Hulme, A., Scanlon, E., *A citizen-centred
approach to education in the smart city: incidental learning for supporting the
inclusion of recent migrants*, *International Journal of Digital Literacy and Digital
Competence*, 2012, vol. 3(4), pp. 50 – 64

Giordano, V. (a cura di), *Linguaggi della metropoli*, Liguori Ed., Napoli, 2002

Giovannella, C., et. al., *Smart City Analytics: state of art and future prospective*,
Intercation Design and Architecture(s) Journal, 2014, n. 20, p. 72 - 84

Glaser, E.L., Berry, C.R., *Why Are Smart Places getting Smarter?*, *Rapport Insitute
Taubam Centre*, 2006, online:
[http://ksghauser.harvard.edu/index.php/content/download/70209/1253646/version
/1/file/brief_divergence.pdf](http://ksghauser.harvard.edu/index.php/content/download/70209/1253646/version/1/file/brief_divergence.pdf)

Goffman, E., *La vita quotidiana come rappresentazione*, Il Mulino, Bologna, 1997

Goldwurm, G.F., Baruffi, M., Colombo, F., *Qualità della vita e benessere
psicologico. Aspetti comportamentali e cognitivi del vivere felice*, McGraw-Hill,
Milano, 2004

Habermas, J., *Storia e critica dell’opinione pubblica*, Laterza, Roma, 2006

Helbing, D., *Build Digital Democracy*, *Nature*, 2015, vol. 527, p. 34

Hargittai, E., *Whose Space? Difference Among Users and Non-users of Social
Network Sites*, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2008, vol. 13, pp.
276 - 297

Hill, D., *Smart Citizen makes Smart Cities*, *Fabrica Journal*, 2013, online:
[http://www.cityofsound.com/blog/2013/02/on-the-smart-city-a-call-for-smart-
citizens-instead.html](http://www.cityofsound.com/blog/2013/02/on-the-smart-city-a-call-for-smart-citizens-instead.html)

Hollands, R.G., *Will the real smart city please stand up?*, *City*, 2008, vol. 12, n. 3, pp. 303 - 317

Istat, *Il benessere equo e sostenibile nelle città*, 2015, in: http://www.istat.it/it/files/2015/12/Rapporto_BES_2015.pdf

Jucevičius, J, Patašiene, I., Patašius, M., *Digital dimension of smart city: critical analysis*, *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 2014, pp. 146-150;

Kluzer, S., Rissola, G., *E-Inclusion Policies and Initiatives in Support of Employability of Migrants and Ethnic Minorities in Europe*, *Information Technology and International Development*, 2009, vol. 5, n. 2, pp. 67 - 76

Knowles, M.S., Holton III, E.F., Swanson, R.A., *Quando l'adulto impara. Andragogia e sviluppo della persona*, FrancoAngeli, Milano, 2008

Komninos, N., *Intelligent Cities: innovation, knowledge system and digital spaces*, Spoon Press, London, 2002;

Legge 7 agosto 2015, n. 124 “*Deleghe al Governo in materia di riorganizzazione delle amministrazioni pubbliche*”

Lehtonen, T., Mäenpää, P., *Shopping in the East Central Mall* in Falk, P., Campbell, C. (a cura di) *The Shopping Experience*, Sage Pub., London, 1997

Lévy, P., *Intelligenza collettiva. Per un'antropologia del cyberspazio*, Feltrinelli, Milano, 1996

Lingel, J., boyd, d., “*Keep It Secret, Keep It Safe*”: *Information Poverty, Information Norms, and Stigma*, *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 2013, vol. 64, n. 5, pp. 981 - 991

Liu, M., Koskela, T., Ylianttila, M., *Constructing a Robust Overlat for Digital Ecosystems*, *IEEE International Conference on Digital Ecosystems and Technologies*, 2009, pp. 430 - 435

Lombardi, P., Giordano, S., Farouh, H., Yousef, W., *Modelling the smart city performance*, *Innovation – The European Journal of Social Science Research*, 2012, vol. 25, n. 2, pp. 137 - 149

Liotard, J., *La condizione post-moderna*, Feltrinelli, Milano, ...

Magris, F., *Al Margine*, Bompiani, Milano, 2015, PDFebook

Marantz Henig, R., *What Is About 20-Somethings?*, *The New York Times*, 2010, online: <http://www.nytimes.com/2010/08/22/magazine/22Adulthood-t.html?pagewanted=all>

- Mazzette, A. (a cura di), *La città che cambia*, FrancoAngeli, Milano, 2003
- Mazzoni, E., *La Social Network Analysis a supporto delle interazioni nelle comunità virtuali per la costruzione di conoscenza*, TD35, 2005, n. 2, pp. 54 - 63
- McCombs, M., *The Agenda-Setting Role of the Mass Media in the Shaping of Public Opinion*, Mass Media Economic 2002 Conference, London, 2002
- Mora, L., Bolici, R., *Top down o bottom up? Le due facce della smart city*, *Smart Innovation*, 2014, disponibile in: <http://smartinnovation.forumpa.it/story/75076/top-down-o-botton-le-due-facce-della-smart-city>
- Menduni, E., *I media digitali. Tecnologie, linguaggi, usi sociali*, Laterza, Roma, 2007
- Mitchell, W.J., *La città dei bits: spazi, luoghi e autostrade informatiche*, Electa, Milano, 1997
- Monfaredzadeh, T., Krueger, R., *Investigatin social factors of sustainability in a smart city*, *Procedia Engineering*, 2015, vol. 118, pp. 1112 – 1118
- Morin, E., *La testa ben fatta*, Raffaello Cortina Editore, Milano, 2000
- Mortari, L., *Cultura della ricerca e pedagogia: prospettive epistemologiche*, Carocci, Roma, 2015
- Mumford, L., *La cultura delle città*, Einaudi, Torino, 2007
- Murgante, B., Borrusto, G., *Smart cities or dumb cities*, *GEOmedia*, 2014, n. 6
- Murgante, B., Borrusto, G., *Smart cities: un'analisi critica delle opportunità e dei rischi*, *GEOmedia*, 2013, n. 3
- Musil, J., *Sociologia della città*, FrancoAngeli, Milano, 1981
- Nam, T., Pardo, T., *Conceptualizing Smart City with Dimensions of Technology, People, and Institutions*, Center for Technology in Government, University of Albany, 2011, p. 282 - 291
- Notley, T., *Young People, Online Networks, and Social Inclusion*, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2009, vol. 14, pp. 1208 - 1227
- Nussbaum, M., *Coltivare l'umanità. I classici, il multiculturalismo, l'educazione contemporanea*, Carocci, Roma, 2006
- Odoardi, C., *Valori e innovazione*, Apogeo, Milano, 2013

Oliviera Andreotti de, V., Pashby, K., *Digital Democracy and Global Citizenship Education: Mutually Compatible or Mutally Complicit*, *The Educational Forum*, 2013, vol. 77, pp. 422 – 437

Orefice, P., *Pedagogia scientifica*, Editori Riuniti Univ. Press, Roma, 2009

Prensky, M., *Digital Natives, Digital Immigrants*, in *On the Horizon*, Vol. 9 (5), p. 1-6;

Prensky, M., *Do they really think differently?*, in *On the Horizon*, Vol. 9 (6), p. 1-6;

Presky, M., *La mente aumentata. Dai nativi digitali alla saggezza digitale*, Erickson, Trento, 2013

Ranieri, M., *Formazione e cyberspazio: divari e opportunità nel mondo della rete*, ETS, Pisa, 2006

Ranieri, M., Manca, S., *I social network nell'educazione: basi teoriche, modelli applicativi e linee guida*, Erickson, Trento, 2013

Rapporto EY Smart City Index 2016, in: http://www.repubblica.it/speciali/tecnologia/2016/03/15/news/smart_city_index_2016-135540417/

Ratti, C., *Smart City. Smart citizen*, EGEA, Milano, 2013, PDF ebook

Ribble, M., Bailey, G., Ross, T., *Digital Citizenship. Address Appropriate Technology Behavior, Learning & Leading with Technology*, 2004, vol. 32, n. 1, <http://www.iste.org/LL/>

Riva, G., *I social network*, Il Mulino, Bologna, 2010

Sarason, S.B., *The psychology sense of community*, Jossey-Bass, San Francisco, 1974

Sartori, L., *Il divario digitale*, Il Mulino, Bologna, 2006

Savage, J., *L'invenzione dei giovani*, Feltrinelli, Milano, 2009

Selwyn, N., *Social media in formal and informal education between potentialities and reality*, *TD Journal*, online in: <http://www.tdjournal.itd.cnr.it/article/view/174>

Sennett, R., *La coscienza dell'occhio*, Feltrinelli, Milano, 1992

Shelton, T., Poorthuis, A., Zook, M., *Social media and the city: Rethinking urban socio-spatial inequality using user-generated geographic information*, *Landscape and Urban Planning*, 2015, vol. 142

- Siemens, G., *Knowing Knowledge*, 2006, PDF ebook, <http://www.elearspace.org>
- Simmel, G., *La metropoli e la vita dello spirito*, Armando Editore, Roma, 1996
- Smorti, A., *La psicologia culturale. Processi di sviluppo e comprensione sociale*, Carocci, Roma, 2003
- Smorti, A., *Narrazioni. Cultura, memorie, formazione del Sé*, Giunti, Firenze, 2007
- Spitzer, M., *Demenza digitale. Come la nuova tecnologia ci rende stupidi*, Corbaccio, Milano, 2013
- Striano, M., *La formazione degli operatori dell'educazione sociale e culturale*, in Orefice, P., Sarracino, V. (a cura di), *Nuove questioni di Pedagogia Sociale*, FrancoAngeli, Milano, 2004
- Švob-Džokić, N., *The Creative City: Crossing Visions and New Realities in the Region*. Zagreb, Croatia: Institute for International Relations, 2007, online: http://www.culturelink.org/publics/joint/cultid08/Svob-Djokic_Creative_City.pdf
- Taylor, D., Packham, G., *Social Inclusion through ICT: Identifying and Overcoming Barriers to ICT Use, Strategic Change*, 2016, vol. 25, pp. 45 – 60
- Trentin, G., *Apprendimento in rete e condivisione delle conoscenze. Ruolo dinamiche e tecnologie delle comunità professionali online*, FrancoAngeli, Milano, 2004
- Turkle, S., *Insieme ma soli. Perché ci aspettiamo sempre più dalla tecnologia e sempre meno dagli altri*, Codice, Torino, 2012;
- Veenhoven, R., *Hedonism and happiness*, *Journal of Happiness Studies*, 2003, vol. 4, pp. 437 - 4357
- Verdegem, Pieter, *Social Media for Digital and Social Inclusion: Challenges for Information Society 2.0 Research & Policies*, tripleC, vol. 9 (1), pp. 28 -38, 2011, ISSN 1726 – 670X
- Xie, W., *Social network site use, mobile personal talk and social capital among teenagers*, *Computers in Human Behavior*, 2014, vol. 41, pp. 228 - 235
- Walravens, N., Breuer, J., Ballon P., *Open Data as a Catalyst for the Smart City as a Local Innovation Platform*, *Digiworld Economic Journal*, 2014, n. 96, pp. 15 - 33
- Wallace, D.F., *Questa è l'acqua*, Einaudi, Torino, 2009

Watzlawick, P., Beavin, J.H., Jackson, D.D., *Pragmatica della comunicazione umana*, Astrolabio, Milano, 1971

Weerakkody, V. *et al.*, *Conceptualizing E-Inclusion in Europe: An Explanatory Study*, *Information System Management*, 2012, vol. 29, n. 35

Weerakkody, V. *et al.*, *Conceptualizing E-Inclusion in Europe: An Explanatory Study*, *Information System Management*, 2012, vol. 29, n. 35

W.H.O. (World Health Organization), *Life skills education in schools*, 1993, online:
http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/63552/1/WHO_MNH_PSF_93.7A_Rev.2.pdf

Winters, J.V., *Why Are Smart Cities Growing? Who Moves and Who Stays*, *Journal of Regional Science*, 2008, vol. 10., n.1, pp. 1 – 18, online:
<http://aysps.gsu.edu/uwrg-research.html>

Zocchi, P., *Internet. La democrazia possibile*, Guerini e associati, Milano, 2003

Zuckerberg, M., *Facebook's bid to rule the web as it goes social*. *BBC News Online*, 22 April 2010, <http://news.bbc.co.uk/1/hi/8590306.stm>

Sitografia

<http://bridge-it.communicationproject.eu/>
http://ec.europa.eu/europe2020/index_it.htm
<http://ec.europa.eu/research/innovation-union/>
<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=URISERV%3Aasi0016>
<http://fondazionetim.it/progetti/peoplefusion-la-citt%c3%a0-di-tutts/40375/dettaglio>
<http://osservatoriosmartcity.it>
<http://smartcities.ieee.org/>
<http://startupitalia.eu/>
<http://torinowireless.it>
<http://torinowireless.it/>
<http://www.agendadigitale.eu/>
<http://www.agid.gov.it/agenda-digitale/agenda-digitale-italiana>
<http://www.comune.laspezia.it>
<http://www.dati.piemonte.it/opendata.html>
<http://www.forumpa.it>
<http://www.icitylab.it/>
<http://www.istat.it>
<http://www.smart-cities.eu>
<http://www.smartcityitalia.net/>
<http://www.smartcommunitiestech.it/>
<http://www.socialstreet.it>
<http://www.ted.com>
<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/digital-inclusion-better-eu-society>
<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/society>
<https://ec.europa.eu/epale/it/home-page>
<https://eu-smartcities.eu/>
<https://www.cliclavoro.gov.it/>

Videografia

Comune della Spezia (2015) *Progetto People Fusion* [Video file] Retrived from:
<https://www.youtube.com/watch?v=xKKzY70m0KM&feature=youtu.be>

Hill, D. (2013, May) *Smart Citizens Make Smart Cities* [Video file] Retrived from:
<http://nextconf.eu/2013/05/smart-citizens-make-smart-cities/>

Lewinsky, M. (2015, March 20) *The price of shame* [Video file] Retrived from:
https://www.ted.com/talks/monica_lewinsky_the_price_of_shame

Pariser, E. (2011, March) *Beware online “filter bubbles”* [Video file] Retrived
from: https://www.ted.com/talks/eli_pariser_beware_online_filter_bubbles

Ratti, C. (2011, March) *Architecture that senses and responds* [Video file] Retrived
from:
https://www.ted.com/talks/carlo_ratti_architecture_that_senses_and_responds

Turkle, S. (2012, April 3) *Connected, but alone?* [Video file]
Retrived from: https://www.ted.com/talks/sherry_turkle_alone_together

Ringraziamenti

Questi due anni di laurea magistrale sono stati anni intensi e impegnativi, sono stati due anni di crescita e di maturazione. Sono stati due anni in cui, accanto allo studio, sono riuscito a portare avanti anche un piccolo cammino verso l'indipendenza e finire puntualmente il percorso universitario, avendo sempre lavorato e seguito le cose che mi stanno a cuore, mi riempie di enorme soddisfazione. Ho capito che l'impegno rende vitali, che il *multitasking* esiste al di là del computer e che la pazienza è la più grande virtù.

Sono stati anni di cambiamento, di trasformazione e di maturazione. Di crescita, pur mantenendo – e lo dico al di là di ogni banalità – uno sguardo da bambino sulle cose: non smetto mai di meravigliarmi, di assaporare i piccoli momenti.

Ringrazio Francesca perché alla fine di ogni giorno non desidero altro che addormentarmi al suo fianco, perché le giornate insieme sono piene di vita e perché la nostra avventura è la cosa più bella che potessi desiderare.

Ringrazio mia mamma che è il mio porto sicuro, che le basta uno sguardo per leggermi dentro e di cui non mi manca mai il sostegno. Ringrazio mio babbo e spero che “crescendo” impari a parlare a cuore aperto e che trovi la sua tanto amata “libertà”.

Ringrazio mia sorella che anche se è lontana è un punto fermo importante della mia vita. Ringrazio tutti i miei amici, quelli vicini e quelli lontani, per tutte le serate e i momenti condivisi insieme: i balli scaccia pensieri, le cene in allegria, una birra, quattro chiacchiere e canzoni da cantare. Ringrazio tutte le persone che fanno parte della mia vita.

Ringrazio chi è libero insieme agli altri, chi nell'unione trova la forza e chi ha ancora il coraggio di essere umile e gentile. Ringrazio chi crede nelle persone, nella bellezza delle differenze che ci rende uomini, chi crede nei diritti per tutti e chi sa fare della leggerezza la sua arma vincente.

*«La distinzione più notevole fra gli esseri viventi e gli esseri inanimati,
è che i primi si mantengono rinnovandosi»
(J. Dewey – Democrazia e educazione)*

