

## **APPUNTI IN TEMA DI EDUCAZIONE DIGITALE E VIOLENZA DI GENERE**

Questi appunti riguardano temi che sono strettamente connessi alla questione della violenza di genere e della criminalità violenta, in particolare:

- la correlazione, se non addirittura il rapporto di causa-effetto, tra modelli devianti in rete e cultura del possesso;
- la rivoluzione digitale, l'economia dell'attenzione e il capitalismo della sorveglianza

Quella dell'approccio al digitale è la sfida decisiva per la generazione degli odierni educatori, la prima ad essere cresciuta agli albori della rivoluzione digitale e a interloquire con ragazzi nati nel boom di quella rivoluzione – un boom che non si sa ancora dove porterà.

Trattare il tema richiede un paio d'ore di tempo, contando anche quello dei video e di eventuali slides (che si possono usare se si vuole approfondire il tema dei meccanismi di funzionamento del cervello umano), ma tutto è tagliabile ed adattabile anche ad un tempo inferiore.

### **MESSAGGIO RIVOLTO AI RAGAZZI**

- le vostre scelte in rete sono solo apparentemente libere (l'algoritmo vi porta dove vuole chi lo ha creato e vi fa pensare che lo vogliate voi);
- rifiutate la bugia che il *mainstream* vi racconta: non siamo quello che possediamo
- attenzione alla fonte a cui ci abbeveriamo, perché i contenuti che guardiamo/compriamo non sono neutri e hanno una ricaduta, su noi stessi e sul mondo che ci circonda;
- il modello non può essere e non è unicamente negativo, anzi... se vuole, ognuno di noi può scegliere di essere luce!

### **INQUADRATURA di CAMPO LARGO**

Oggi viviamo in un'epoca di rivoluzione. Non è un'epoca di cambiamenti, ma un cambiamento d'epoca. Similmente a quanto avvenne a cavallo tra 1700 e 1800, epoca che oggi noi definiamo della rivoluzione industriale, oggi siamo nel pieno dell'epoca della rivoluzione digitale.

### **INQUADRATURA PIU' SPECIFICA**

In questo cambiamento d'epoca, il bene più prezioso non è più l'oro, il platino o le terre rare, ma è la nostra attenzione, come spiegano bene gli stessi soggetti che sono diventati multimiliardari grazie ad un nuovo modello di business che fino ad oggi non esisteva.

L'attenzione si ottiene a mezzo di algoritmi basati sulle nostre scelte passate, in una spirale continua per cui le scelte influenzano l'algoritmo che a sua volta influenza le scelte, di modo che pian piano siamo persuasi di effettuare liberamente come consumatori/fruitori scelte che, in verità, sono etero orientate.

Ottenuta l'attenzione del "cliente", è possibile "vendergli" qualunque cosa (nel senso tecnico di fargli acquistare qualcosa ma anche nel senso lato di convincerlo di qualcosa).

E si badi bene, quello che conta non è la percezione del singolo, ma la percentuale: datemi 1 milione di visualizzazioni, e vi garantisco che convincerò lo 0,1%... sono mille "clienti" convinti!

Si badi ulteriormente: il meccanismo, che funziona come la pesca a strascico, lascia ad ognuno la percezione di essere insensibile ai contenuti proposti e riproposti dagli algoritmi, perché effettivamente ci convince ad acquistare o condividere raramente (percezione soggettiva) ma ciò che conta, per il "venditore", non è il singolo, ma la massa da cui trarre la percentuale.

È il c.d. "capitalismo della sorveglianza" sul quale bisognerebbe spendere più di una parola, perché non si tratta tanto o solo di tenere traccia delle nostre scelte, quanto di orientarle.

(In proposito, si possono proporre video tratti dal noto documentario "*The social dilemma*" e spezzoni di un altro video molto carino ma anche impressionante-allarmante che si trova su Youtube, di un docente della Laguna Bianca School, che si chiama "*The battle for your time*").

### **CUORE DEL DISCORSO**

In questo contesto, oggi i ragazzi sono bombardati da contenuti – pensiamo ad alcuni videogiochi e videoclip musicali (si possono fare centinaia di esempi) – in cui il modello proposto è quello del possesso, delle cose e delle persone: armi in mano, pellicce, catenoni d'oro, indumenti super griffati, mazzette di soldi in mano... tutto dice ai ragazzi "*sei quello che hai*"!

*"Oggi tutto si compra e si paga, e sembra che il senso stesso della dignità dipenda da cose che si ottengono con il potere del denaro. Siamo spinti solo ad accumulare, consumare e distrarci, imprigionati da un sistema degradante"* (Papa Francesco nella *Dilexit Nos*)

### **Perché arriva questo messaggio?**

La necessità di vendere la grande quantità di beni prodotti ha determinato uno stretto intreccio tra produzione, consumo e cultura... è la nascita del cosiddetto paradigma tecno-economico, volto a incrementare la cultura del consumo e dei media creata per il consumo di massa. L'influenza esercitata dal paradigma tecno-economico si esprime in una pressione che non usa l'imposizione violenta, ma l'obbligazione sociale larvata e persuasiva, che spinge ad adeguarsi a determinati canoni di pensiero e di stili di vita. Essa lascia l'apparenza della libertà, ma produce in realtà conformismo e omologazione.

Il punto è che questo modello degradante "possesso = successo" influenza i comportamenti dei fruitori dei contenuti che lo veicolano, magari non del singolo in maniera eclatante, ma di tutti percentualmente, lentamente, larvatamente. La fonte alla quale ci abbeveriamo non è neutra: basta fare l'esempio dei liquidi con cui decidiamo di idratarci e delle conseguenze sul nostro organismo ... è diverso bere acqua o bere alcol.

## Focus sulla pornografia

In questo contesto, va operato un focus particolare sulla questione della pornografia, alla quale gli adolescenti in rete hanno accesso libero, indiscriminato e massivo.

Diversi studi (<https://www.stateofmind.it/2022/03/pornografia-violenza-effetti/>, anche se si trovano più facilmente contributi in materia in lingua inglese) hanno osservato che vi è una diretta correlazione tra fruizione massiva ed incontrollata della pornografia e mascolinità tossica e violenza di genere.

Il modello di relazione uomo-donna proposto dalla pornografia è in primo luogo irrealistico ed in secondo luogo basato su una raffigurazione deviante del rapporto tra i sessi, in cui si propone un modello femminile destituito di ogni personalità e dignità che, per fortuna, non esiste nella realtà. Il prodotto è destinato al 99% ad un “pubblico” maschile ed è studiato per gratificare quel pubblico proponendo uno show che però, drammaticamente, i ragazzi tendono a scambiare per la realtà. Sopra tutto, passa il concetto di reificazione dell’essere umano femminile: un modello pericolosissimo che ha diretta relazione con il fenomeno della violenza di genere, perché introduce la cultura del possesso ed è centrato su di essa.

### **CONCLUSIONE in chiave COSTRUTTIVA**

La rivoluzione digitale non è di per sé un male come non lo è stata quella industriale; ne vanno però conosciuti e gestiti i potenziali positivi e quelli negativi, esattamente come può dirsi per la rivoluzione industriale.

Non c’è un “cattivo” individuabile: i colossi del digitale puntano al profitto e non hanno, o comunque non sono tenuti ad avere, scopi di promozione sociale. Esattamente allo stesso modo per cui non si può imputare alla Heineken il problema dell’alcolismo, così non si può imputare a Youtube il problema della cultura del possesso e dei modelli devianti.

Sono molti gli esempi di quello che di buono si può fare con la rete (avviare e sostenere iniziative benefiche e battaglie sociali; condividere informazioni; farci sentire vicini a persone fisicamente lontane) e tutti lo sappiamo... sta a noi scegliere di essere luce.

Se l’algoritmo impara da noi, vediamo di essere buoni maestri 😊