

Educare e diffondere la cultura digitale

✍ D. Laforenza 📅 29-04-2021 🔗 <http://www.primapagina.sif.it/article/1292>

Stante all'ultimo rapporto "Digital Economy and Society Index 2020 (DESI 2020)", l'Italia si colloca al 25° posto (su 28 Paesi membri dell'Unione Europea, prima della Brexit) in materia di digitalizzazione. Ciascun Paese è valutato in base al valore di cinque indicatori che contribuiscono a determinarne la posizione in classifica. In particolare, il secondo dei cinque indicatori di performance del DESI2020 fa riferimento al "Capitale umano" ed è suddiviso in due sotto-indici: "Competenze digitali di base" e "Competenze avanzate in ICT". Rispetto a questo indice, l'Italia si colloca all'ultimo posto nell'Unione Europea (UE) e, in accordo al rapporto: *"Al basso livello di competenze digitali ne consegue un altrettanto basso uso dei servizi Internet. In questa dimensione, l'Italia risulta al 26° posto e il gap con il resto dell'UE è particolarmente evidente: il 17% delle persone non ha mai utilizzato Internet (9% in UE, 5% in Germania); solo il 48% utilizza servizi bancari online (66% in UE e in Germania); lettura di notizie online, shopping online, vendita online sono attività particolarmente poco diffuse"*.

Una prima e immediata riflessione è la seguente: data l'importanza strategica del processo di digitalizzazione, questa posizione da "bassa classifica" dell'Italia non è assolutamente coerente con quanto ci si aspetterebbe per un paese, qual è il nostro, che resta al settimo posto nella classifica dei paesi più industrializzati del mondo e che in Europa è secondo dietro alla Germania, la locomotiva dell'economia europea.

Da tempo, siamo in tanti a sostenere che è necessario investire maggiormente e più incisivamente in educazione, con particolare riguardo alla cultura digitale. Cultura digitale che va ben oltre l'insegnamento, importante e propedeutico, delle "practicalità" nell'uso di strumenti digitali, e che deve necessariamente includere ulteriori elementi da tenere in opportuna considerazione: per esempio, le enormi opportunità socio-economiche offerte, l'uso etico e consapevole degli strumenti e, più in generale, l'importanza di prendere in considerazione tutti gli aspetti, positivi e negativi, legati all'uso di questo tipo di tecnologie.

Correvano gli anni sessanta quando la RAI proponeva la trasmissione *"Non è mai troppo tardi"*, condotta da Alberto Manzi, intesa a insegnare la lettura e la scrittura a un significativo numero di italiani. In quegli anni, infatti, l'analfabetismo rappresentava una vera piaga endemica del nostro Paese e, l'idea di proporre una trasmissione televisiva intesa a ridurre questo enorme divario socio-culturale, contribuendo, nel contempo, all'unificazione dell'Italia mediante il linguaggio, fu un grande successo che varcò anche i confini nazionali.

Oggi, come riportato nel rapporto DESI2020, siamo di fronte ad un'altra forma di "analfabetismo": quello digitale. Contribuire alla sua eliminazione o, almeno, riduzione è un compito imprescindibile e non più procrastinabile, ed è anche per questo che, dagli inizi del 2020, su invito di un'emittente radiofonica locale (Punto Radio FM), ho ideato e conduco una trasmissione radiofonica settimanale intitolata: *"Alfabeto digitale: pillole di cultura digitale"* che va in onda ogni martedì dalle 9:30 alle 10:30.

La trasmissione vuole essere un modo per parlare a un pubblico generalista, con un linguaggio semplice e diretto, ma non banale, di tutto quello che è il mondo digitale, nelle sue svariate declinazioni.

La trasmissione è giunta alla 39^a puntata. Si possono ascoltare tutte le puntate accedendo a questo link, oppure sulla piattaforma web del Consiglio Nazionale delle Ricerche "CNR Outreach" (Sezione Scuola e Università) dove le puntate vengono aggiunte con cadenza bisettimanale.



Domenico Laforenza - Associato emerito del Consiglio Nazionale delle Ricerche (CNR), già direttore dell'Istituto di Informatica e Telematica del CNR e presidente dell'Area della Ricerca CNR di Pisa. Si dedica alla divulgazione scientifica e outreach nel settore dell'Informatica e delle Tecnologie Digitali. Collabora con la RAI (Snack digitali).