

digitol

Report nazionale

WP 2 – Analisi del contesto

CONSORZIO COMUNITA' BRIANZA

società cooperativa sociale – impresa sociale

www.digitol.com



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Sommario

Riferimenti tecnici	3
Riconoscimenti	4
Disclaimer	4
Sintesi	5
1. DIGITOL e l'importanza dell'alfabetizzazione digitale - un'introduzione	6
1.1. Obiettivi e domande che guidano la nostra analisi	8
1.2. Concetti chiave	9
2. Informazioni sulla raccolta dei dati	12
3. Alfabetizzazione digitale di adulti e anziani: una panoramica sulla situazione attuale	14
3.1. Dati generali sull'alfabetizzazione digitale e sul divario digitale	18
3.2. La necessità di alfabetizzazione digitale delle persone adulte e anziane	18
4. Rafforzare l'alfabetizzazione digitale di adulti e anziani: una panoramica dei nostri risultati a livello locale	20
4.1. Esigenza di alfabetizzazione digitale - il punto di vista del professionista	20
4.2. Preferenze per l'alfabetizzazione digitale - il punto di vista di una persona adulta e anziana	23
4.3. Istruzione e formazione in materia di alfabetizzazione digitale	24
4.4. Esempi di iniziative formative di successo e il loro possibile trasferimento a un altro pubblico: gli adulti e anziani	28
4.5. Programmi di formazione specifici per l'alfabetizzazione digitale degli adulti e anziani	29
5. Conclusioni e approfondimenti per la progettazione della DIGITOL Academy	30
Bibliografia e Sitografia	34
Allegati	37
Allegato 1: Analisi del sondaggio	37
Allegato 2: Elenco degli stakeholder intervistati	39
Allegato 3: Elenco degli stakeholder che hanno partecipato ai focus group	39
Allegato 4: Analisi dei focus group	40



Riferimenti tecnici

Acronimo del progetto	DIGITOL
Titolo del progetto	Digital Inclusion for Older People - Intergenerational synergies for the active participation in society
Coordinatore di progetto	Antonio Dell'Atti, antonio.dellatti@comunitabrianza.it , Consorzio Comunita Brianza
Durata	Gennaio 2020 – Dicembre 2022 (24 mesi)

Titolo del report	Report di analisi del contesto nazionale – versione italiana
Work Package	WP2 – Analisi del Contesto
Task	T2.4 – Analisi del Contesto
Grado di diffusione*	PU
Leader del task	Pro Arbeit
Responsabile del report	CCB
Data di consegna effettiva	09/07/2020

PU = Pubblico

PP = Limitato agli altri partecipanti al programma (compresi i Servizi della Commissione)

RE = Limitato a un gruppo individuato dal consorzio (compresi i Servizi della Commissione)

CO = Riservato, solo per i membri del consorzio (compresi i Servizi della Commissione)

Versione	Data	Leader del task	Autore	Approvato
V01_draft	01/07/20	Pro Arbeit	Elisabetta Mancinelli, (supporto e revisione: Antonio Dell'Atti, Rachele Meda)	V
V02 Final	10/07/20	Pro Arbeit	Elisabetta Mancinelli, (supporto e revisione: Antonio Dell'Atti, Rachele Meda)	V



Riconoscimenti

Il progetto DIGITOL ha ricevuto un finanziamento dal programma Erasmus+, Grant agreement N° 612208-EPP1-2019-1-IT-EPPKA3IPI-SOC-IN.

Disclaimer

Il sostegno della Commissione europea per la produzione di questo lavoro non costituisce un endorsement dei contenuti, che riflettono solo le vedute degli autori, e la Commissione non può ritenersi responsabile per ogni uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.

© Membri del Consorzio DIGITOL



Sintesi

L'uso sempre più consistente di Internet e dei dispositivi digitali ha visto un aumento esponenziale della quota di utenti regolari, incrementato ulteriormente nell'attuale stato di emergenza Covid-19. Tuttavia, l'utilizzo della Rete non sempre corrisponde all'effettiva capacità di farne uso, infatti la molteplicità di fattori legati alla dimensione digitale può rimarcare tali carenze e amplificare il divario generazionale, che nella maggior parte dei casi penalizza soprattutto le persone più anziane.

La mancanza di competenze specifiche nell'approcciarsi al mondo digitale rappresenta infatti un elemento cruciale per questo gruppo sociale e spesso si profila come il termine di discrimine per essere inclusi o meno all'interno della società digitale e di conseguenza anche in quella sociale. Da ciò deriva che il concetto di cittadinanza digitale acquista un maggior valore, delineandosi così come una caratteristica fondamentale in una società sempre più connessa e sempre più esposta ai pericoli della disinformazione.

Il presente progetto si inserisce proprio in questa prospettiva, che vede nella promozione di una rinnovata educazione digitale, dedicata agli over 55, una soluzione finalizzata a contrastare queste forme di esclusione. Supportare la partecipazione attiva, attraverso lo scambio intergenerazionale tra giovani formatori e allievi adulti-anziani, creerebbe le condizioni favorevoli a colmare questo gap e a equipaggiare i soggetti anziani degli strumenti necessari per mantenersi al passo con i tempi, affrontando con fiducia e consapevolezza le sfide e le insidie che la Rete può celare.



1. DIGITOL e l'importanza dell'alfabetizzazione digitale - un'introduzione

Nel contesto del Covid-19, è tornata alla ribalta l'importanza delle competenze e dell'alfabetizzazione digitali. Da casa, le persone hanno affrontato la sfida del lavoro, portata a termine sfruttando strumenti di comunicazione online. Ma hanno anche lottato per rimanere sane e informate quando ricevevano e valutavano informazioni sulla pandemia, trasmesse attraverso canali multimediali online e offline. È subito apparso evidente che la disinformazione e le cosiddette "fake news" trasmesse via Internet, spesso, dilagavano più velocemente delle informazioni ufficiali e affidabili. Così il Covid-19 si è affermato come esempio eclatante di diffusione di notizie false e degli effetti che questo fenomeno può avere sulla società.

Oltre alla questione delle fake news, la crisi Covid-19 ha evidenziato come i soggetti digitalizzati si affidino sempre di più a Internet per informare, comunicare, fare acquisti, ma anche per accedere a servizi come banche, servizi tele-sanitari, servizi governativi e amministrativi, ecc. Eppure, nonostante a livello europeo gli anziani (55+) utilizzino Internet in modo sempre più crescente, la loro presenza online rimane bassa rispetto ad altre fasce d'età.

Le nuove sfide di Internet e il rapido sviluppo delle fake news, osservato negli ultimi dieci anni, esigono un rinnovamento sul tema dell'alfabetizzazione digitale, parallelo ad un continuo supporto all'inclusione digitale degli anziani

Sviluppare delle competenze sul tema dell'alfabetizzazione digitale non significa solo acquisire delle capacità di base nell'uso di computer, tablet e altri dispositivi smart; significa piuttosto sviluppare l'alfabetizzazione mediatica, il pensiero critico e delle competenze attraverso cui individuare le informazioni online affidabili.

Occorre concentrare gli sforzi su quest'ultima necessità, poiché le fake news tendono a ostacolare il dibattito pubblico su argomenti di immensa importanza politica, come i cambiamenti climatici, le popolazioni sfollate, l'inclusione sociale, la lotta contro la povertà, la tolleranza alla diversità e molti altri.



In questo contesto, DIGITOL fornisce un contributo per la promozione di valori comuni dell'UE, quali la solidarietà e la diversità.

Questo risultato si ottiene sviluppando e fornendo una formazione innovativa sul tema dell'alfabetizzazione digitale con formatori più giovani e studenti più anziani. Il progetto mira a rendere Internet accessibile e più rispettoso per tutti. Pertanto, DIGITOL contribuirà a combattere la discriminazione all'interno dell'UE, rappresentata dalla xenofobia, dal populismo e dall'omofobia, incoraggiando i più giovani e i più anziani a imparare a riconoscere e quindi a contenere le fake news e i discorsi online che istigano all'odio.

Questo report è il risultato della prima fase del progetto. Esso fornisce e analizza il contesto locale, nazionale ed europeo in materia di alfabetizzazione digitale tra gli anziani, al fine di informare e guidare la successiva attuazione del progetto. Come tale, presenta i risultati di una ricerca documentale sullo stato dell'arte dell'alfabetizzazione digitale nei paesi coinvolti dal progetto, vale a dire: Bulgaria, Germania, Grecia e Italia. Presenta inoltre le informazioni, le idee e i suggerimenti su tutti gli aspetti rilevanti per l'attuazione del progetto stesso. Queste informazioni sono state raccolte tramite un sondaggio online, interviste tra esperti e discussioni dirette che hanno coinvolto gruppi di interessati attraverso il metodo del focus group.

In questo primo capitolo verranno introdotti gli obiettivi e le domande che hanno guidato la nostra analisi. Seguirà poi una sezione che definirà alcuni concetti chiave riguardanti l'alfabetizzazione digitale e la disinformazione. Concetti che verranno utilizzati in tutta la relazione.

Di conseguenza, verrà fornita una breve descrizione della metodologia per la raccolta dei dati, delineando i metodi e gli strumenti che hanno costituito la base sia per la raccolta sia per l'analisi dei dati, poi presentati nei capitoli 3, 4 e 5.

Nel Capitolo 3 verranno delineati i principali risultati della ricerca documentale. Si presterà particolare attenzione alle informazioni riguardanti il panorama dell'alfabetizzazione digitale nei paesi del progetto, e la situazione relativa all'alfabetizzazione digitale tra gli anziani.

Nel Capitolo 4, le informazioni raccolte attraverso l'impegno delle parti interessate saranno presentate e analizzate, mentre il Capitolo 5 fornirà una sintesi dei risultati più rilevanti per la progettazione e l'attuazione del programma di formazione degli insegnanti e del programma di



sviluppo delle capacità, oltre che una prospettiva generale sulla rilevanza dei dati per il progetto ad ampio raggio.

1.1. Obiettivi e domande che guidano la nostra analisi

La ricerca è stata guidata da due domande principali alle quali intende fornire una risposta.

La prima guarda alla situazione generale e all'opinione di esperti e anziani sull'uso di Internet e dei social media tra gli anziani. Potrebbe essere formulata nel modo seguente:

Domanda di ricerca 1: In che misura gli anziani utilizzano Internet e i social media e quali sarebbero le esigenze di formazione riguardanti aspetti come l'alfabetizzazione digitale, le competenze digitali e le fake news?

La seconda mira a identificare le migliori pratiche esistenti per avviare l'educazione degli adulti e l'insegnamento dell'alfabetizzazione mediatica e delle competenze digitali, al fine di utilizzare le più rilevanti durante l'attuazione del programma di sviluppo delle capacità. Potrebbe essere formulata nel modo seguente:

Domanda di ricerca 2: Quali sono alcuni esempi di best practice per iniziative di formazione e format per l'insegnamento dell'alfabetizzazione mediatica e delle competenze digitali? In che misura possono informare la progettazione della DIGITAL SOCIAL ACADEMY?

Come primo passo per rispondere a queste domande, è importante introdurre brevemente i concetti principali che fanno parte di questa analisi, vale a dire l'alfabetizzazione digitale, l'alfabetizzazione mediatica, le fake news e la disinformazione. Questi concetti saranno brevemente discussi di seguito. Di conseguenza, la metodologia utilizzata per la raccolta dei dati verrà descritta prima di elaborare un'analisi dei risultati principali.



1.2. Concetti chiave

DIGITOL fornisce un approccio intergenerazionale all'insegnamento dell'alfabetizzazione digitale e dell'alfabetizzazione mediatica per combattere le "fake news". Il termine "fake news" viene spesso contestato. Cosa si intende, quindi, quando si fa riferimento a questo concetto?

Con l'obiettivo di fornire chiarezza su questi concetti chiave, il testo che segue fornirà uno schema e una breve riflessione intorno a questi termini.

Ultimamente, "le fake news" sono diventate un concetto importante nel dibattito pubblico e gli effetti che producono sulla società e sulla democrazia sono oggetto di una sempre maggiore attenzione. Nel report dell'High Level Group sulle fake news e sulla disinformazione online (HLEG) (DG Connect, 2018: 10), il termine "fake news" indica uno "spettro di tipi di informazioni". Questo spettro include le cosiddette "forme a basso rischio" come fare un discorso politico di parte e fare clic su titoli esca. Tuttavia, include anche pratiche più ad alto rischio, come l'uso di creazioni dannose che sfruttano tecniche di amplificazione automatizzate utilizzate da diversi attori, per infiltrarsi, ad esempio, all'interno di gruppi di base o per influenzare e minare i processi democratici nei paesi dell'UE (DG Connect, 2018: 10).

Tuttavia, secondo l'High Level Expert Group (HLEG), il termine è inadeguato perché non coglie la complessità della disinformazione e delle pratiche ad essa correlate, come video costruiti o manipolati, trolling organizzato, pubblicità mirata e simili. Allo stesso tempo, "fake news" è un termine fuorviante, poiché, a volte, viene utilizzato da alcuni politici per respingere una copertura mediatica che non condividono. Per questi motivi l'High Level Group evita l'uso del termine "fake news" e suggerisce, piuttosto, che lo scenario descritto venga indicato con il termine disinformazione (DG Connect, 2018: 10).

Quindi, la disinformazione viene definita come "tutte le forme di informazioni false, imprecise o fuorvianti progettate, presentate e promosse intenzionalmente per causare danni pubblici o per profitto" (DG Connect, 2018: 10).

Sebbene possa essere dannosa, deve essere distinta da altre forme illegali di discorso, come la diffamazione o l'incitamento all'odio, che rientrano nei rimedi normativi delle leggi UE o nazionali (DG Connect, 2018: 11).



Ai fini della presente relazione e anche ai fini del progetto in generale, la definizione di disinformazione sarà adottata come concetto operativo principale. Tuttavia, a causa dell'uso popolare e della preminenza del termine "fake news", tra i partner di progetto locali interessati, i due termini continueranno ad essere utilizzati in maniera interscambiabile. Per il nostro scopo, occorre tenere presente che la definizione di disinformazione e il concetto di "fake news", come suggerito dal HLEG, e come descritto anche nella comunicazione della Commissione Europea sulla lotta on-line alla disinformazione (Commissione Europea 2018: 3-4) faranno riferimento alla definizione: "informazione fuorviante o oggettivamente falsa che viene creata, presentata e diffusa per ottenere un guadagno economico o per ingannare intenzionalmente il pubblico, che può causare danno pubblico".

Secondo la comunicazione sulla Lotta alla disinformazione online (Commissione europea 2018: 1), tale disinformazione ha la capacità di "erodere la fiducia nelle istituzioni e nei media digitali e tradizionali". Può inoltre danneggiare le democrazie ostacolando la capacità dei cittadini di prendere decisioni consapevoli, sostenendo allo stesso tempo idee e attività radicali ed estremiste (Commissione europea, 2018: 1). In quanto tale può avere gravi effetti sulla società, tra cui minacce ai processi di politica democratica e di elaborazione delle politiche in generale. Può persino mettere a rischio "la protezione della salute dei cittadini dell'UE, l'ambiente o la sicurezza" (Commissione europea, 2018: 2).

Quindi, affrontare la disinformazione e la diffusione delle fake news è uno degli obiettivi principali di DIGITOL. Per farlo, DIGITOL promuove l'insegnamento dell'alfabetizzazione mediatica e dell'alfabetizzazione digitale. Tuttavia, che cosa si intende con questi termini e come entrano in gioco per abbattere la disinformazione?

Anche in questo caso, ci basiamo sulle definizioni fornite dalla Commissione europea.

Secondo la direttiva della Commissione Europea sull'alfabetizzazione mediatica (Audiovisual and Media Services Policy, 2019), l'alfabetizzazione mediatica è intesa come "capacità di accedere, avere una comprensione critica e interagire con i media" e "consente ai cittadini di tutte le età di navigare nell'ambiente delle notizie moderne e prendere decisioni consapevoli". Allo stesso modo, la direttiva sui servizi di media audiovisivi (2018: (59)) afferma che "l'alfabetizzazione mediatica si riferisce alle competenze, alle conoscenze e alla comprensione che consentono ai consumatori di utilizzare i media in modo efficace e sicuro."



Seguendo la definizione della Commissione Europea di alfabetizzazione mediatica (Audiovisual and Media Services Policy, 2019), è importante notare che l'alfabetizzazione mediatica riguarda diversi media come la televisione, la radio e la stampa. Include anche diversi canali di distribuzione che vengono gestiti attraverso i media tradizionali, Internet e i social media. Infine, l'alfabetizzazione mediatica è anche intesa come uno "strumento che incoraggia i cittadini, ne aumenta la consapevolezza e li aiuta a contrastare gli effetti delle campagne di disinformazione e delle fake news che si diffondono attraverso i media digitali" (Audiovisual and Media Services Policy, 2019).

Quando l'alfabetizzazione mediatica è menzionata nel contesto di Internet e dei social media, a volte, può coincidere con il termine alfabetizzazione digitale. Secondo la legge et al. (2018: 6), l'alfabetizzazione digitale include competenze che possono riferirsi indistintamente all'alfabetizzazione mediatica, all'alfabetizzazione informativa, all'alfabetizzazione informatica e simili. In questo contesto "l'alfabetizzazione digitale è intesa come la capacità di accedere, gestire, comprendere, integrare, comunicare, valutare e creare informazioni in modo sicuro e appropriato attraverso tecnologie digitali per l'occupazione, posti di lavoro decorosi e imprenditorialità " (legge et al. 2018: 6).

Pertanto, l'alfabetizzazione mediatica e l'alfabetizzazione digitale sono correlate in quanto si sovrappongono nelle competenze che si riferiscono all'uso tecnico della tecnologia dell'informazione. In un certo senso queste competenze tecniche possono essere considerate come competenze chiave per accedere ma anche per interagire con le informazioni disponibili su vari formati online come social media o siti Web di notizie, attraverso l'uso di computer desktop, tablet e simili.

La sovrapposizione di alfabetizzazione mediatica e alfabetizzazione digitale è descritta in modo completo nel Quadro Europeo di Competenze Digitali (Kluzer, S., Pujol Priego, L.: 2018: 16). Questo quadro definisce cinque ampi settori di competenza per i cittadini europei. La prima area si riferisce già all'alfabetizzazione delle informazioni e dei dati. Questo include 'la navigazione, la ricerca e il filtraggio dei dati, le informazioni e i contenuti digitali'. Include anche le competenze per "analizzare, confrontare e valutare criticamente la credibilità e l'affidabilità delle fonti dei dati, delle informazioni e dei contenuti digitali", nonché le competenze per analizzare, interpretare e valutare criticamente i dati, le informazioni e i contenuti digitali " (Kluzer S., Pujol Priego L.: 2018: 12).



Ciò evidenzia l'importanza dell'alfabetizzazione informativa e mediatica quando si parla dell'uso della tecnologia dell'informazione e delle competenze digitali in generale.

Secondo gli autori (Kluzer S., Pujol Priego L.: 2018: 12) il Quadro di competenze digitali descrive quelle competenze che oggi sono considerate cruciali "quando si utilizzano le tecnologie digitali in modo sicuro, critico, collaborativo e creativo per raggiungere obiettivi legati al lavoro, all'apprendimento, al tempo libero, all'inclusione e alla partecipazione nella nostra società digitale".

In questo senso, il Quadro delle competenze digitali fornisce un punto di riferimento completo che include sia l'alfabetizzazione mediatica sia l'alfabetizzazione digitale sotto lo stesso ombrello, evidenziando l'interdipendenza delle competenze tecniche per l'uso della tecnologia dell'informazione e l'abilità per comprendere criticamente e interagire con l'ambiente dell'informazione digitale.

Diventa così chiaro, che sia l'alfabetizzazione digitale sia l'alfabetizzazione mediatica sono fondamentali per combattere la diffusione della disinformazione e delle fake news. Tuttavia, questo significa anche che affrontare la sfida della disinformazione non è solo una questione di miglioramento delle competenze tecniche per l'uso di nuove attrezzature tecnologiche. Si tratta, piuttosto, di migliorare l'alfabetizzazione mediatica dei cittadini di tutte le età in modo che possano diventare in grado di navigare in sicurezza tra le notizie per prendere decisioni consapevoli. In questo senso è l'alfabetizzazione mediatica, con tutte le sue sfaccettature, a poter essere considerata la principale competenza da promuovere quando si tratta di combattere tutte le forme di disinformazione.

Chiariti e discussi alcuni dei concetti chiave utilizzati in tutta la relazione, nella sezione successiva verrà esposta la metodologia di raccolta dei dati, per poi procedere con l'analisi dei risultati della ricerca e la conclusione sulle raccomandazioni per la progettazione e l'attuazione del programma di sviluppo delle capacità.

2. Informazioni sulla raccolta dei dati

Il progetto Digitol, finanziato dal programma Erasmus+ della Commissione Europea che ha come protagonisti 4 Paesi tra cui Bulgaria, Germania, Grecia e Italia, si pone il fine di elaborare delle linee guida per la progettazione e l'attuazione di strategie volte a realizzare una formazione



innovativa in materia di alfabetizzazione digitale, promuovendo i valori comuni dell'UE, come la solidarietà e la diversità, attraverso lo scambio intergenerazionale tra giovani formatori e allievi adulti-anziani, con l'obiettivo di rendere Internet accessibile e nel rispetto di tutti. Linee guida, costruite sulla base di una ricerca specifica volta ad indagare la situazione nazionale di ogni Paese in riferimento al tema delle tecnologie digitali e del loro utilizzo, con un riferimento particolare all'area della disinformazione, che in questi ultimi mesi ha rivestito un ruolo cruciale nella scena mondiale dell'emergenza Covid-19.

Il primo passo di questo percorso è stato quello di analizzare i dati resi disponibili dalle fonti ufficiali europee, attraverso la consultazione dei quali è stato possibile delineare un quadro della situazione italiana sullo stato attuale della tecnologia digitale e del suo utilizzo. La comparazione con i dati forniti da fonti autorevoli italiane ha poi permesso di tracciare un profilo digitale del Paese non ancora conforme e allineato ai parametri europei, sia in termini di andamento generale sia riferito al processo di alfabetizzazione digitale degli over 55 e alla disinformazione online, oggetto privilegiato di questa ricerca.

La panoramica nazionale presentata è stata poi confermata dai risultati emersi dalla raccolta dei dati e dalle testimonianze degli attori coinvolti in questo progetto, che hanno permesso di cogliere più in profondità la molteplicità di fattori che confluiscono nella dimensione digitale, mettendo in luce gli elementi positivi da evidenziare e potenziare, senza trascurare tuttavia le criticità emerse che possono rivelarsi determinanti per guidare l'azione nel trovare le soluzioni più appropriate.

Questo rapporto di ricerca ha dunque il fine di sottolineare gli aspetti che sono percepiti come prioritari riguardo al tema dell'alfabetizzazione digitale e mediatica, sia da parte di esperti che operano all'interno di organizzazioni pubbliche e private del settore e che si occupano di sviluppare idee innovative e originali in termini di educazione digitale, sia dal gruppo sociale delle persone over 55, che essendo la parte interessata può fornire gli spunti necessari per creare ed avviare una formazione che tenga conto del loro punto di vista e più vicina alle reali esigenze e aspettative. Il tutto adottando un approccio intergenerazionale che promuove l'apprendimento reciproco.

A tal riguardo e in funzione degli obiettivi previsti dal progetto, è stata definita la lista degli stakeholders da coinvolgere e il target della survey. Successivamente è stato somministrato un questionario per ricavare informazioni sull'alfabetizzazione digitale e sulla cittadinanza attiva dei



diretti interessati. La partecipazione è stata al di sopra delle aspettative, per un totale di 120 questionari raccolti, concentrandosi maggiormente sulle risposte individuali piuttosto che sulle risposte fornite dalle organizzazioni (Allegato 1).

Sulla base dei primi risultati del questionario sono state realizzate 5 interviste con gli esperti, selezionati sulla base del criterio dell'area di competenza del tema della ricerca, la cui collaborazione ha fornito informazioni rispetto alla loro esperienza su pratiche già consolidate e iniziative da intraprendere per sviluppare l'alfabetizzazione digitale e il pensiero critico per contrastare le fake news (Allegato 2).

Come ultimo step, sono stati programmati due focus group per discutere i risultati con esperti in materia allo scopo di creare una dimensione di incontro/scambio volta fornire una riflessione più ampia rispetto a quanto emerso dalla raccolta dei dati. L'approccio metodologico utilizzato ha dato priorità ai contenuti qualitativi poichè l'obiettivo di questa prima fase del progetto era proprio quello di raccogliere le percezioni e fornire una comprensione più approfondita dei temi della tecnologia digitale utili a sviluppare scenari futuri (Allegato 2).

Gli strumenti impiegati nell'indagine (questionario e interviste semi-strutturate, focus group) sono stati somministrati in modalità online (Survey Monkey, Skype, Microsoft Teams) nel periodo tra Aprile 2020 e Maggio 2020 – nel pieno rispetto della normativa vigente in materia della protezione dei dati e della privacy, infine analizzati nel mese di Giugno 2020.

I risultati di questa indagine, di seguito descritti, saranno quindi posti al centro dell'attenzione per orientare le fasi successive del progetto.

3. Alfabetizzazione digitale di adulti e anziani: una panoramica sulla situazione attuale

Secondo l'indice di digitalizzazione dell'economia e della società (DESI)¹ della Commissione Europea per il 2020, l'Italia si colloca al 25° posto fra i 28 Stati membri dell'UE. Nonostante a livello nazionale siano state adottate diverse misure per la crescita digitale del Paese, (Strategia

¹ DESI2020 <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/scoreboard/italy>



per la crescita digitale 2014-2020², Strategia per la Banda Ultra Larga - 2015³ e Piano nazionale Impresa 4.0 - 2016⁴) sussistono ancora carenze significative per quanto riguarda il capitale umano. Infatti, solo il 42% delle persone di età compresa tra i 16 e i 74 anni possiede almeno competenze digitali di base (58% nell'UE) e solo il 22% dispone di competenze digitali superiori a quelle di base (33% nell'UE), sebbene il 74% degli italiani utilizzi abitualmente Internet. Tali caratteristiche evidenziano quindi la necessità di agire con politiche e progetti mirati ad accrescere e progredire il settore del capitale umano, dato che l'Italia ha peraltro perso due posizioni nel 2019 e si colloca ora all'ultimo posto nell'UE in questa dimensione.

Tuttavia, l'implementazione di alcune strategie ha contribuito ad aumentare il punteggio complessivo in termini di connettività che nel 2019 è stato di 57,6, permettendo così all'Italia di collocarsi al 19° posto - ben sette posizioni in più rispetto alla classifica DESI dell'anno precedente⁵, mantenendosi stabile anche nel 2020. La bassa posizione occupata dal paese nella classifica generale (19°) è dovuta allo scarso livello di interazione online tra le autorità pubbliche e il pubblico in generale. Solo il 32% degli utenti italiani online usufruisce attivamente dei servizi di e-government (rispetto alla media UE del 67%). I dati Eurostat⁶ - Digital economy and society mostrano inoltre che, nel corso degli anni c'è stata una progressiva crescita in termini di utilizzo di Internet a livello individuale. In generale, la percentuale di utilizzo di Internet a livello familiare è dell'85%, dato piuttosto vicino alla media europea (90%). Inoltre, il 78% degli italiani ha usato Internet nell'ultimo anno, anche se con differenze rispetto alle classi di età. Esaminando l'utilizzo dei social networks (creare profilo utenti, postare messaggi e altre attività su Facebook, Twitter, ecc...) emerge che sono gli anziani ad usare di meno i social mentre tra i giovani si evidenzia la tendenza opposta che denota la necessità e l'urgenza di intervenire con una formazione digitale volta a sensibilizzare e aumentare le capacità di utilizzo della rete di questa fascia della popolazione, ancora troppo distante dalla media europea. Dal lato della fiducia riposta nell'uso di Internet, nella sicurezza e nella privacy, gli italiani si dimostrano poco attenti, infatti il 76% di essi dichiara di usare lo smartphone per scopi personali, sebbene solo il 38% abbia dichiarato di praticare una navigazione protetta da sistemi di sicurezza. Sul versante privacy, la

² https://www.agid.gov.it/sites/default/files/repository_files/documentazione/strat_crescita_digit_3marzo_0.pdf

³ https://www.mise.gov.it/images/stories/documenti/ITALIA_Strategia_BUL-Piano_di_investimenti_fin.pdf

⁴ https://www.mise.gov.it/images/stories/documenti/guida_industria_40.pdf

⁵ DESI2020 <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/scoreboard/italy>

⁶ <https://ec.europa.eu/eurostat/web/digital-economy-and-society/data/database>



situazione è ancora più problematica: il 23% non ha mai limitato o rifiutato l'accesso ai dati personali durante l'utilizzo (media EU 28 – 24%), il 7% non sapeva addirittura che era possibile limitarne o rifiutarne l'accesso durante l'utilizzo e l'11% non ha eseguito attività via Internet a causa di problemi di sicurezza. Tutti aspetti che rimarcano la complessità del mondo digitale, che se da un lato facilitano la fruizione di servizi online, dall'altro richiedono capacità cognitive in grado di guidare l'utente in sicurezza e con consapevolezza tra la moltitudine di informazioni e tra i procedimenti tecnici appena elencati che sono le condizioni per accedervi. Pertanto essere capaci di comprendere appieno le sfumature delle rete è una prerogativa generale, ma lo è a maggior ragione per le categorie più fragili come gli anziani che spesso, ignorando la cavillosità dei percorsi online hanno maggiori rischi di incorrere in truffe e raggiri.

L'Italia sta avviando nuove iniziative volte a rafforzare le competenze digitali e affrontare il tema dell'inclusione digitale: nel dicembre 2019, il Ministero dell'Innovazione ha presentato la strategia "Italia 2025"⁷, un piano quinquennale che pone la digitalizzazione e l'innovazione al centro di un processo di trasformazione strutturale e radicale del Paese e un nuovo "Piano Triennale per l'informatica nella Pubblica Amministrazione"⁸. Un altro importante risultato è stato il lancio del Fondo Nazionale Innovazione⁹ nel Marzo 2020 per sostenere gli investimenti nelle imprese innovative. Nel quadro della strategia "Italia 2025" si evidenzia l'iniziativa Repubblica Digitale¹⁰ con due proposte: *Il sabato del futuro* e *Un anziano, un tablet e un sorriso per l'inclusione digitale* al fine di combattere il divario digitale e sostenere la massima inclusione. Stessa linea per l'istruzione con l'attuazione del Piano Nazionale Scuola Digitale¹¹, anche se non tutte le scuole italiane attuano progetti educativi sulle competenze digitali o offrono corsi sul pensiero computazionale. Un ulteriore elemento positivo è rappresentato dal nuovo obbligo per gli insegnanti di avere competenze di programmazione¹².

L'attuale crisi Covid-19 ha prodotto effetti rilevanti sulla fruizione dei servizi Internet da parte dei cittadini e sulle azioni intraprese dai governi. Effetti peraltro ricaduti anche sul tema delle fake news che ha suscitato il dibattito a livello internazionale, soprattutto negli ultimi mesi

⁷ https://innovazione.gov.it/assets/docs/MID_Book_2025.pdf

⁸ https://www.agid.gov.it/sites/default/files/repository_files/Piano-Triennale-ICT-2019-2021.pdf

⁹ <https://www.mise.gov.it/index.php/it/per-i-media/notizie/2039358-il-fondo-nazionale-innovazione-e-realta>

¹⁰ <https://innovazione.gov.it/it/repubblica-digitale/>

¹¹ <https://www.miur.gov.it/scuola-digitale>

¹² Legge del 20 dicembre 2019, n. 15 (Decreto Scuola 2020)



durante lo stato emergenziale della pandemia. Secondo i dati Eurobarometro¹³, cresce infatti la sfiducia (67%) rispetto alle notizie e informazioni a cui si ha accesso tramite social networks online e app di messaggistica, evidenziando per contro un leggero aumento della fiducia riposta nell'affidabilità dei contenuti rispetto ai tradizionali mezzi di informazione come giornali stampati e riviste (60%), televisione (56%) e radio (57%), sebbene questo non ne abbia diminuito l'utilizzo. Tuttavia, il rischio di imbattersi in fake news è quotidiano: il 37% ha dichiarato almeno una volta al giorno, ampliando così la possibilità di diffondere e divulgare notizie false a cui si ha accesso in rete, testando anche la capacità individuale di essere in grado di riconoscerle. Rispetto alla percezione di identificare notizie o informazioni false, il 73% afferma di essere in grado di individuare contenuti non attendibili e tale abilità è particolarmente sviluppata nelle fasce più giovani che tendenzialmente si addentrano nella rete con dimestichezza mentre invece le fasce più anziane sembrano riscontrare maggiori difficoltà. Fenomeno aggravato dalla frequenza di imbattersi in notizie non affidabili: il 37% dichiara almeno una volta al giorno e tale possibilità cresce con l'aumentare dell'età rendendo gli over 55 più esposti a questo rischio. Lo studio DEMOS-COOP¹⁴ del 2017 sottolinea un importante aspetto relativo proprio alla condivisione di fake news: il 56% degli intervistati ha considerato vera una notizia su Internet o sui social networks che poi si è rivelata falsa e il 23% l'ha condivisa. Un altro studio - Infosfera¹⁵ del 2018 sulla percezione del sistema mediatico mostra un quadro nazionale piuttosto allarmante: per l'88% l'informazione che circola in rete è considerata professionale e quindi attendibile, sebbene l'82% degli italiani abbia dichiarato di non essere in grado di riconoscere una notizia falsa sul web. Sono dati allarmanti che rivelano come l'uso di Internet sia spesso inconsapevole e completamente sganciato da dinamiche di controllo e di responsabilità che attivano quel pensiero critico necessario a filtrare e identificare la veridicità e la validità delle informazioni. La pandemia ha senza dubbio riportato l'attenzione sul tema della disinformazione e il Governo, dal 4 aprile 2020, ha istituito un'unità di monitoraggio per contrastare la diffusione di fake news sul web e sui social networks – un ulteriore sforzo del Servizio Pubblico nell'informare correttamente il Paese¹⁶.

¹³ https://data.europa.eu/euodp/en/data/dataset/S2183_464_ENG

¹⁴ http://www.demos.it/2017/pdf/4592capsoc57_2017-12-18_fakenews.pdf

¹⁵ <https://www.unisob.na.it/eventi/pdf/20180720.pdf>

¹⁶ <https://www.agendadigitale.eu/cultura-digitale/covid-19-e-contrasto-alle-fake-news-dalla-task-force-alleducazione-digitale/>



3.1. Dati generali sull'alfabetizzazione digitale e sul divario digitale

Secondo l'edizione 2019 del DESI regionale dell'Osservatorio Agenda Digitale del Politecnico di Milano¹⁷, il punteggio totale, in termini di misurazione dei progressi digitali del paese, è 39,2. Tutte le regioni italiane hanno comunque avuto performance al di sotto la media europea per tutti gli indicatori considerati (34, raccolti in cinque aree principali: connettività, capitale umano, uso di internet, integrazione delle tecnologie digitali e servizi pubblici digitali). Il dato migliore è della Lombardia, con un punteggio pari a 49,7 su 100, mentre ultima in classifica risulta essere la Calabria, che registra un punteggio di 20,4. In generale, delle nove regioni con un punteggio superiore alla media italiana, sette sono del nord e due del Centro. Al di sotto della media italiana troviamo tutte le altre regioni in particolare le ultime (sotto i 30 punti) sono tutte regioni del Mezzogiorno. Emerge pertanto un gap digitale tra nord e sud del Paese che non è stato ancora colmato e una politica di diffusione di programmi sociali eterogenea a discapito dell'unità nazionale di azione sul piano delle politiche sociali promosse e implementate a riguardo. Appare quindi un'immagine dell'Italia dove il diffuso divario digitale frena l'uso dei servizi Internet: il 17% degli italiani non ha mai utilizzato la rete (quasi il doppio della media UE) e la percentuale di specialisti ICT è ancora al di sotto della media UE (3,9%). Solo l'1% dei giovani italiani è in possesso di una laurea in discipline ICT (il dato più basso nell'UE), mentre gli specialisti ICT di sesso femminile rappresentano l'1% del numero totale di lavoratrici (a fronte della media UE dell'1,4%)¹⁸.

3.2. La necessità di alfabetizzazione digitale delle persone adulte e anziane

Il rapporto annuale Istat 2019¹⁹ – La situazione del paese, riporta un'analisi per generazione consentendo di inquadrare meglio i cambiamenti intercorsi nel tempo considerando il fattore

¹⁷<https://www.agendadigitale.eu/cittadinanza-digitale/desi-regionale-2019-litalia-digitale-e-divisa-in-due-e-lontana-dalla-ue/>

¹⁸ DESI2020 <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/scoreboard/italy>

¹⁹ <https://www.istat.it/storage/rapporto-annuale/2019/Rapportoannuale2019.pdf>



dell'età. Analizzando i profili di fruizione della Rete si osserva un utilizzo regolare di Internet molto limitato per gli uomini e pressoché nullo per le donne nate prima del 1934 (che nel 2018 hanno 84 anni e più), dato che fa presagire l'esclusione quasi totale di questa fascia dal mondo digitale. La situazione non è migliore se si considera l'uso regolare di Internet e per i nati a partire dal 1934 si osserva un divario piuttosto marcato tra le diverse generazioni dove gli anziani di 65-69 anni (nati tra il 1949 e il 1953) utilizzano Internet regolarmente molto più dei loro coetanei di quindici anni prima. Il dispositivo maggiormente utilizzato per accedere ad Internet è lo smartphone, che ha sicuramente contribuito alla diffusione dell'utilizzo della Rete anche tra le persone più anziane: la percentuale di utenti regolari di 65 anni e più che ne fa uso è pari al 68,5%, invece il PC è utilizzato dal 61,2% degli anziani, mentre quasi un quinto di essi utilizza il tablet. L'attività più diffusa tra gli anziani che usano regolarmente Internet, così come per il resto della popolazione, è l'utilizzo dei servizi di messaggia istantanea (70,7%) che, nel complesso, è preferito all'utilizzo delle e-mail (64,7%). Le altre attività frequentemente svolte dai 65enni e più sono la lettura di giornali, informazioni e riviste online (57,6%) nonché la ricerca di informazioni sanitarie (47,7). I servizi di condivisione di video (ad esempio YouTube) e di social network (come Facebook), nonostante il riscontro di un forte gradiente legato all'età, sono comunque utilizzati, rispettivamente, dal 41,1% e dal 33,7% degli anziani. Le donne anziane mostrano una maggiore familiarità e abitudine a utilizzare la messaggia istantanea e nell'utilizzo dei social network. Gli uomini anziani, invece, esprimono una propensione verso la comunicazione via e-mail e sono più attivi nell'ascolto della musica e nella lettura dei giornali. Rispetto alla percezione delle proprie capacità nell'uso delle tecnologie digitali si considerano sufficientemente esperti il 92% dei rispondenti tra 15-24 anni e la stessa tendenza emerge con il 93% tra 25-34 anni, inferiori invece le percentuali delle fasce più elevate: 81% tra 45-54 anni, 71% tra 55-64 anni. Molto bassa rispetto alle classi di età appena elencate è la percezione di saper utilizzare internet tra coloro che sono compresi nell'età tra 65-74 anni (35%) e oltre i 75 con il 9%²⁰. Il quadro che emerge delinea una situazione complessa, che l'emergenza Covid-19 ha accentuato riportando in superficie limiti e criticità, a partire dalla difficoltà pratica degli anziani di interagire con gli strumenti digitali ma anche e soprattutto con la Rete che è sempre più insidiosa e piena di avversità.

²⁰ https://data.europa.eu/euodp/en/data/dataset/S2160_87_1_460_ENG



4. Rafforzare l'alfabetizzazione digitale di adulti e anziani: una panoramica dei nostri risultati a livello locale

4.1. Esigenza di alfabetizzazione digitale - il punto di vista del professionista

Il costante cambiamento della tecnologia digitale e dei servizi basati su di essa, rendono sempre più necessario un aggiornamento continuo delle competenze digitali individuali al fine di evitare o minimizzare i rischi di esclusione digitale – ma anche sociale, in particolare per alcune fasce della popolazione tra cui gli anziani che sembrano mostrarne maggiormente l'esigenza. Gli stessi risultati della survey condotta in Italia ribadiscono tale concetto, evidenziando come una delle principali cause di esclusione sociale della popolazione adulta e anziana, sia proprio la non sufficiente competenza nell'utilizzo dei social media e dei dispositivi digitali: il 61% ha dichiarato di non possedere le competenze digitali adeguate, il 33% non ha una posizione precisa rispetto a tale capacità e solo il 6% ritiene di esserne in grado.

L'alfabetizzazione digitale si inserisce quindi come caratteristica fondamentale in una società sempre più connessa, sebbene al tempo stesso sempre più esposta ai pericoli della rete come le fake news. In tal senso risulta prezioso il contributo di esperti per progettare strategie volte ad intervenire, colmando eventuali carenze, attraverso una formazione costruita anche sulla base di buone pratiche e di esperienze che si sono rivelate efficaci. Secondo gli intervistati gli elementi da considerare per favorire l'alfabetizzazione digitale sono molteplici, tuttavia la capacità di analisi delle fonti di provenienza delle informazioni, e la verifica di un contenuto tramite la decostruzione della notizia e il pensiero critico, sono considerati passaggi centrali per contrastare il fenomeno della disinformazione, che riguarda non solo gli over 55 ma la popolazione in generale. Di conseguenza, sviluppare la consapevolezza della responsabilità di condividere contenuti sui social media, utilizzando ad esempio uno smartphone, attraverso esperienze di gioco (gaming), quiz, webinar, tutorial, pratica one-to-one e piccoli gruppi, creando percorsi in



grado di suscitare e mantenere vivo l'interesse dei partecipanti, sono aspetti determinanti per la riuscita della formazione. Una formazione, che privilegi la trasmissione di conoscenze, superando la logica del sapere insegnato top-down in favore di un apprendimento bottom-up, orientato a valorizzare le competenze individuali già presenti e a svilupparne delle nuove.

Da ciò si rileva la necessità di selezionare gruppi possibilmente omogenei che tengano in considerazione fattori come l'età, l'istruzione, il lavoro e la presenza o meno di reti parentali e/o amicali, con l'obiettivo di creare attività in cui i contenuti possano essere adattabili al target ai quali sono diretti.

Tale riflessione solleva inevitabilmente la questione di individuare quali siano gli argomenti da privilegiare allo scopo di fornire una preparazione completa e dotare gli utenti degli strumenti e metodologie adeguati a contrastare la diffusione delle fake news, promuovendo al tempo stesso la corretta informazione. Dare la priorità a corsi di alfabetizzazione digitale che siano in grado di procurare competenze di base laddove risultino mancanti e che permettano di familiarizzare con la terminologia specifica, renderebbe più agevole la comprensione dei tecnicismi, che spesso scoraggiano e disincentivano l'accostarsi dei soggetti anziani al mondo digitale e ai suoi strumenti. Indubbiamente l'accesso alle informazioni sarebbe facilitato da una rivisitazione semplificata e schematizzata dei contenuti e dei materiali in modo tale da non assoggettare gli utenti ad una elevata quantità di nozioni, non trascurando l'aspetto ludico del percorso che funge senz'altro da stimolo motivazionale.

Tuttavia, senza la predisposizione all'apprendimento non vi è possibilità di riuscita in quanto verrebbe a mancare l'elemento di apertura e di volontà ad esplorare che caratterizza l'intraprendere nuove sfide. Sebbene spesso accada anche che l'incertezza, dovuta alla non conoscenza dei mezzi e dei linguaggi e il conseguente percepirsi come inadeguati ad affrontare il compito, uniti alla bassa soglia di attenzione a cui sono soggetti gli anziani, costituisca un forte deterrente che penalizza i processi di apprendimento.

Dietro il timore potrebbe tuttavia celarsi anche un potenziale rifiuto di confronto, che secondo gli esperti, potrebbe essere superato attraverso la socializzazione con chi possiede la capacità di usare i mezzi digitali, accrescendo così l'autostima dell'utente e diventando a sua volta un punto di riferimento per gli altri. Se da un lato tale processo sarebbe auspicabile, dall'altro non mancano fattori di criticità nel realizzarlo, imputabili soprattutto all'utilizzo di Internet in relazione alla sua



applicabilità nel contesto di vita quotidiana. Emerge in tal senso, un approccio da parte delle terze generazioni che manca della concezione dell'uso automatico di Internet, inteso come consultazione della rete, ed è questo secondo gli esperti l'aspetto più difficile da colmare. Concetti come cittadinanza digitale, identità digitale e educazione civica digitale, sono sempre più presenti nel lessico e nel contesto sociale attuale e condizionano le possibilità per gli individui di partecipare o meno alla società online, in termini di qualità, fruibilità, accessibilità e tempestività di usufruire dei servizi pubblici e privati.

La disparità di trattamento è dunque direttamente proporzionale alla capacità di ogni soggetto di accedere alla rete e di accedervi in sicurezza, sapendo individuare e scegliere le informazioni corrette. Da qui deriva la stretta correlazione con le problematiche legate al divario digitale e alla necessità, per il cittadino di acquisire le competenze digitali necessarie per esercitare i propri diritti. Occorre quindi accompagnare la complessità del cambiamento, piuttosto che marginalizzarne alcuni aspetti come semplici "rischi" e limitare il gap che emerge soprattutto a livello intergenerazionale, attraverso una dimensione che possa colmare questa carenza, aprendo un dialogo tra le generazioni e puntando sull'incontro/confronto in un contesto dove ognuno impara dall'altro. Un contesto in cui le competenze, sotto la guida di esperti/facilitatori, siano valorizzate tenendo conto da un lato, delle aspettative che si creano nelle diverse fasce di età e dall'altro, mettendo in risalto sia l'esperienza dei soggetti anziani che hanno il desiderio di trasmettere il loro sapere, sia investendo nella capacità digitale dei giovani come passaggio della conoscenza per la quale possono sentirsi apprezzati e stimanti.

Un pensiero comune riguarda il beneficio apportato da un approccio intergenerazionale all'insegnamento dell'alfabetizzazione e delle competenze digitali nel favorire lo sviluppo delle capacità individuali, tuttavia quando si affronta il tema della competenza digitale non si può prescindere dalla dimensione emozionale e in particolare quando si affronta il discorso delle fake news. Nel linguaggio dei social networks le emozioni diventano il carattere dominante e ogni qualvolta si interagisce, la gran parte delle persone non è consapevole dei meccanismi e delle dinamiche che sottendono le proprie scelte nel mondo digitale o ne sottovaluta l'impatto. Competenze emozionali e relazionali diventano allora fattori cruciali per arginare una comunicazione sempre più spesso orientata a una disinformazione online su temi di rilevanza sociale che alimentano sentimenti di intolleranza e di odio nei confronti della diversità. Anche a partire da questo deriva il bisogno di una formazione digitale che sia sempre più in grado di



sverlare i meccanismi racchiusi nei processi interattivi e a quelli di costruzione delle informazioni, con l'obiettivo di sviluppare una consapevolezza diversa, capace di mobilitare le risorse individuali e orientare il comportamento verso azioni in grado di distinguere le notizie vere da quelle che non lo sono.

4.2. Preferenze per l'alfabetizzazione digitale - il punto di vista di una persona adulta e anziana

Il concetto di vecchiaia, nelle varie epoche culturali e storiche, ha conosciuto modi diversi di essere interpretato, vissuto e considerato e, se da un punto di vista cronologico gli anziani sono coloro che hanno un'età che va dai 65 anni in poi, negli ultimi decenni si è assistito a un cambiamento di prospettiva che ha promosso e supportato l'avvio di politiche di 'invecchiamento attivo', consolidando così una visione nuova della senescenza. Gli anziani costituiscono oggi una larga fetta della popolazione e la loro forte presenza nel tessuto familiare e sociale, ha portato in primo piano alcune criticità in relazione all'epoca moderna, in particolare rispetto all'uso sempre più massivo di Internet e dei suoi strumenti, svelando al tempo stesso le insidie che si possono celare all'interno della rete. Da questo deriva che essere capaci di comprendere e utilizzare questi nuovi mezzi, appare come una priorità irrinunciabile per tutte le persone, specialmente per gli anziani. I risultati della survey evidenziano infatti che uno dei fattori di maggiore esclusione sociale della popolazione adulta e anziana sia proprio la non sufficiente competenza nell'utilizzo di Internet e dei social media. È un dato preoccupante soprattutto considerando che il target group di riferimento è formato da persone over 55 che hanno ancora tutta l'intenzione e la voglia di giocare un ruolo attivo nella società. La maggior parte dei rispondenti vorrebbe accrescere le proprie competenze e diventare quindi più abile con i dispositivi digitali ad esempio computer, tablet, smartphone, ecc. (56%), o più esperto di Social media come Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, etc. (48%), nonché nella navigazione web per trovare informazioni (54%). Avverte l'esigenza di acquisire una maggiore indipendenza nell'utilizzare strumenti di comunicazione digitale quali WhatsApp, Viber, Skype, ecc (59%) e di saper trarre massimo vantaggio dai servizi digitalizzati quali pagamento delle imposte, home banking, e-shopping, consultazioni pubbliche online, ecc. (62%), perché la rete, con le adeguate competenze digitali non fa paura, anzi grazie ad un suo uso consapevole è possibile beneficiare delle opportunità che offre. Tuttavia, la scarsità



delle competenze della classe della terza età ne limita l'accesso e per agire in sicurezza si avverte il bisogno di ampliare la conoscenza digitale e in particolare rispetto a come riconoscere e reagire alle fake news e a fidarsi delle informazioni online. Da qui la necessità di capire in quale modo aiutare gli anziani ad approcciarsi al mondo digitale, e come spronarli nell'apprendimento. Secondo gli intervistati, la mancanza di sviluppo delle competenze digitali è dovuta al tipo di formazione offerta, valutata come inadeguata e poco accessibile, talvolta insufficiente che, in alcuni casi, non considera la persona anziana come potenziale studente; tutti fattori essenziali per promuovere l'apprendimento delle nuove tecnologie. La formazione dovrebbe tenere conto di alcuni aspetti salienti individuati dagli stessi anziani che però si ritrovano e si allineano con le riflessioni e i suggerimenti degli esperti. Bisogna innanzi tutto contribuire a risvegliare l'interesse della persona per la tecnologia con contenuti finalizzati ad acquisire le conoscenze di base, del funzionamento di Internet e dei suoi mezzi, della sicurezza e della privacy, attivando il pensiero critico e la capacità di discernimento rispetto anche alle fake news. Promuovere un tipo di attività in grado di attrarre il soggetto e stimolarlo a prendere familiarità con il mondo informatico attraverso la pratica è un metodo funzionale a favorire tali acquisizioni. Esercitarsi, soprattutto facendo errori e cercando strategie e soluzioni, è il processo migliore per imparare l'uso di strumenti digitali sconosciuti o di cui si ha una conoscenza parziale. Utilizzare un linguaggio semplice e una modalità calibrata sulle competenze e i bisogni individuali uniti all'interazione con i docenti, senza tralasciare l'aspetto di spiegare il meccanismo e la logica sottesa a ciò che sembra "intuitivo", si aggiungono alla lista degli elementi che rendono un corso di formazione digitale efficace e di successo.

4.3. Istruzione e formazione in materia di alfabetizzazione digitale

Durante le interviste e i focus group, sono state indicate alcune iniziative, in prevalenza a carattere locale e regionale, atte a sviluppare la "digital literacy", che sebbene siano un segnale di interesse nell'avviare e implementare nuove strategie per favorire l'alfabetizzazione digitale, necessitano tuttavia di una regia comune che sia in grado di garantirne l'attuabilità anche a livello nazionale. I progetti indicati sono generalmente rivolti ad anziani, giovani, adulti e soggetti fragili, erogati da enti e organizzazioni che operano in contesti locali in favore dell'inclusione sociale e



dello sviluppo di competenze e abilità digitali, al fine di contrastare la marginalizzazione, l'isolamento e la disinformazione, fenomeno quest'ultimo che durante la pandemia ha acquisito proporzioni preoccupanti.

Tra le iniziative più pertinenti si sottolineano:

- **Get Your Facts Straight**²¹, progetto coordinato da All Digital, in partnership con Open Group Società Cooperativa Sociale Onlus di Bologna come obiettivo la formazione digitale rivolta a studenti e giovani e ai loro genitori e / o nonni, attraverso la partecipazione a seminari separati e congiunti;
- **Nonni su Internet**²² è una iniziativa della Fondazione Mondo Digitale, organizzazione senza scopo di lucro, che si occupa di inclusione sociale e digitale di giovani, anziani e migranti. È un progetto di alfabetizzazione digitale dedicato agli over sessanta, dove i docenti sono ragazzi delle scuole coordinati da un insegnante esperto nelle tecnologie informatiche e telematiche. Il rapporto didattico: un tutor ogni due anziani.
- **Tutti in piazza**²³, è un progetto di Auser Monza Brianza, associazione di volontariato e di promozione sociale, con particolare riferimento alle persone anziane e ai rapporti intergenerazionali. L'iniziativa prevede il coinvolgimento degli ospiti delle case di riposo del territorio che grazie all'ausilio di sistemi tecnologici riescono a contrastare il fenomeno della solitudine involontaria. Organizza inoltre corsi di alfabetizzazione digitale in presenza in tutte le sedi Auser nel territorio di Monza e Brianza, promuovendo il volontariato di adolescenti e adulti;
- **Nonni Connessi**²⁴, iniziativa dell'Università Bicocca di Milano che ha realizzato alcuni video tutorial per spiegare agli anziani, in maniera facile e chiara, come effettuare semplici operazioni con lo smartphone per stare in contatto con parenti e amici restando nelle loro abitazioni;

²¹ <https://all-digital.org/projects/get-your-facts-straight/>

²² <https://www.mondodigitale.org/it/cosa-facciamo/aree-intervento/invecchiamento-attivo/nonni-su-internet>

²³ <https://ausermonzabrianza.it/notizie/tutti-in-piazza-progetto-dellauser>

²⁴ <https://www.unimib.it/coronavirus-informazioni-e-servizi/bicocca-cittadinanza/nonni-connessi>



- **Tempi moderni**²⁵, evento realizzato dall'ufficio Progetto Giovani del Comune di Padova. Si tratta di cinque appuntamenti con esperti del settore che affrontano il tema dell'informazione nell'era delle fake news.
- **Insieme a casa**²⁶, progetto di Spazio50, organizzazione sociale a sostegno dell'invecchiamento attivo e della valorizzazione del ruolo della persona anziana. Una serie di videolezioni per contrastare il digital divide;
- **Save for Seniors**²⁷, è una iniziativa di volontariato aziendale organizzata da Samsung Electronics Italia in collaborazione con Anteas Milano, che si è posta l'obiettivo di offrire alle persone tra i 65 e gli 89 anni, alcuni principi di tecnologia che possano facilitare la vita di tutti i giorni. In questa logica viene richiesto ai volontari Samsung un rapporto quasi one to one: ogni dipendente segue un massimo di 3 anziani e deve farlo in maniera costante per tutte le lezioni.

Si segnalano inoltre alcune iniziative che non sono direttamente o esclusivamente rivolte alla popolazione anziana ma pur sempre di interesse e utilità sociale per altri soggetti:

- **Casa Digitale**²⁸ è un servizio di sportello gratuito 1:1 gestito dall'associazione non profit Smart Nation nel territorio Monza-Brianza con lo scopo di diffondere il digitale e la cultura dell'innovazione rivolto tutta la cittadinanza;
- **Abc Digitale**²⁹ è un altro progetto di Open Group, impresa sociale bolognese che sviluppa percorsi di formazione e promozione della cultura digitale all'interno di contesti formali e non-formali con bambini, giovani ed adulti e soggetti fragili. Svolge attività come piattaforma aggregativa per l'erogazione di servizi alle comunità, alle persone, alle imprese. Formazione dei giovani per formare adulti;

²⁵ <http://www.progettogiovani.pd.it/tempi-moderni-seconda-edizione/>

²⁶ <http://www.spazio50.org/insieme-a-casa-videolezioni-contro-il-digital-divide/>

²⁷ <https://www.samsung.com/it/campaign/save-for-seniors/>

²⁸ <https://casadigitale.org/>; <https://smartnation.it/blog/al-via-casa-digitale-risposta-concreta-digital-divide>

²⁹ <http://www.opengroup.eu/formazione/abc-digitale/>;



- **Genitori Connessi**³⁰ progetto attivo dal 2016 nelle scuole e negli istituti comprensivi del comune di Reggio Emilia. Ha come obiettivo formare gli insegnanti e le famiglie a un utilizzo pieno e consapevole delle nuove tecnologie introducendole nella quotidianità;
- **Pane e Internet**³¹ è una iniziativa di alfabetizzazione digitale promossa dalla Regione Emilia-Romagna nell'ambito dell'Agenda Digitale Regionale, in collaborazione con Open Group, per favorire lo sviluppo delle competenze digitali dei cittadini al fine di garantire una piena cittadinanza digitale. Rivolto a tutti i cittadini e prevede 2 webinar gratuiti ogni settimana;
- **Global Junior Challenge**³² altra iniziativa di Fondazione Mondo Digitale, è una competizione internazionale che valorizza l'uso innovativo dell'ICT per l'istruzione e l'e-inclusion;
- **Eduopen**³³, piattaforma dove un network di Università italiane rende disponibile in modalità MOOC corsi fruibili gratuitamente su vari argomenti, tra i quali anche informatica e digitale;
- **Webecome**³⁴ proposta educativa innovativa promossa da Intesa San Paolo, che accompagna genitori e insegnanti in un percorso attivato su una piattaforma online, gratuita, dove trovare video interviste con esperti, video didattici, infografiche, approfondimenti, bibliografie e strumenti per comprendere i fenomeni di disagio sociale;
- **WeTurtle**³⁵ piattaforma per educatori e docenti, nella quale si condividono conoscenze ed esperienze sulle tecnologie per l'educazione in tutta Italia.

³⁰<https://www.comune.re.it/retcecivica/urp/retcecivi.nsf/PESDocumentID/A7B46024280A04BDC125806B002D04B8?opendocument>

³¹<https://www.paneeinternet.it/public/index>

³²<https://www.mondodigitale.org/it/cosa-facciamo/aree-intervento/educazione-vita/global-junior-challenge>

³³<https://learn.eduopen.org/course/>

³⁴<https://group.intesasanpaolo.com/it/sezione-editoriale/eventi-progetti/tutti-i-progetti/educazione/2019/09/webecome>; <https://www.webecome.it/progetto/>

³⁵<https://www.weturtle.org/chi-siamo.php>



4.4. Esempi di iniziative formative di successo e il loro possibile trasferimento a un altro pubblico: gli adulti e anziani

Tra le iniziative in evidenza, il progetto **Genitori Connessi**³⁶ rappresenta un valido esempio di pratica non creata appositamente per la fascia di persone anziane ma che potrebbe essere riadattata a questo target. L'attività ha come obiettivo quello di formare genitori che possano supportare i loro figli nell'acquisire una cittadinanza digitale consapevole e critica, tuttavia si è rilevato, che a prendere parte agli incontri organizzati dalle scuole, sono stati soprattutto i nonni. Questo cambiamento in corso di opera offre uno spunto innovativo per pensare a un nuovo percorso nel quale rimodulare i contenuti dei momenti formativi e adeguarli alla diversa tipologia di utenti, così da progettare un approccio più funzionale allo scambio di informazione digitale tra nonni e i nipoti. Altro esempio è **Casa Digitale**³⁷ è una rete di sportelli che fornisce assistenza gratuita relativamente all'utilizzo delle nuove tecnologie. Tramite la prenotazione di un appuntamento è infatti possibile ottenere un aiuto concreto per migliorare il proprio rapporto con gli strumenti digitali. Il servizio prevede l'impiego di volontari che si rendono disponibili, durante un incontro generalmente individuale, a risolvere le difficoltà che possono insorgere con l'utilizzo di Internet e dei suoi dispositivi, sensibilizzando e promuovendo il digitale e la cultura dell'innovazione. Gli sportelli sono aperti a tutta la cittadinanza, tuttavia con alcune variazioni sarebbe possibile erogare un tipo di servizio più specifico rivolto al target degli anziani, ad esempio accessi dedicati e in determinati giorni e orari o anche ridurre la complessità delle problematiche affrontate con un linguaggio semplificato e supporto alla pratica.

³⁶<https://www.comune.re.it/retcecivica/urp/retcecivi.nsf/PESDocumentID/A7B46024280A04BDC125806B002D04B8?opendocument>

³⁷ <https://casadigitale.org/>; <https://smartnation.it/blog/al-via-casa-digitale-risposta-concreta-digital-divide>



4.5. Programmi di formazione specifici per l'alfabetizzazione digitale degli adulti e anziani

I programmi rivolti alle persone anziane che si sono rivelati più efficaci e che possono essere indicati come formazione di successo sono senz'altro **Nonni su Internet**³⁸, iniziativa della Fondazione Mondo Digitale e **Get Your Facts Straight**³⁹ progetto coordinato da All Digital, in partnership con Open Group Societa' Cooperativa Sociale Onlus. Entrambe le iniziative si concentrano su aspetti chiave dell'apprendimento del digitale, rappresentati dallo scambio intergenerazionale e dall'imparare a conoscere e ri-conoscere la disinformazione e le notizie false con la riflessione e il pensiero critico, con l'ausilio di piattaforme di social media. **Nonni su Internet** è un progetto di alfabetizzazione digitale dedicato agli over sessanta dove i docenti sono ragazzi delle scuole coordinati da un insegnante esperto nelle tecnologie informatiche e telematiche, che nell'a.s. 2019-20 ha raggiunto la 18esima edizione. I corsi si svolgono nelle scuole di ogni ordine e grado e i partecipanti sono cittadini del territorio (nonni reali degli studenti oppure iscritti ai Centri sociali anziani o ad altre associazioni). Per ogni scuola che aderisce all'iniziativa vengono formate classi di 20/25 anziani e la durata del corso gratuito è di 30 ore, 15 incontri di due ore a cadenza settimanale ed è strutturato in modo da completare in 15 lezioni l'abc del computer, dall'accensione alla navigazione in Internet, dall'uso della posta elettronica ai social network. La presentazione delle varie periferiche collegabili al pc, (fotocamera, scanner ecc.) è anche occasione per aiutare gli anziani a familiarizzare con le nuove tecnologie della comunicazione (telefonia mobile, televisione digitale terrestre, iPod, Iptv ecc.). **Get Your Facts Straight** ha come obiettivo la formazione rivolta a studenti e giovani provenienti da contesti socialmente ed economicamente svantaggiati, nonché ai loro genitori e/o nonni, sulle tematiche di alfabetizzazione digitale attraverso la partecipazione a seminari separati e congiunti (solo per studenti o solo per genitori e/o nonni e poi studenti e genitori e/o nonni insieme), nei quali si impara a conoscere e ri-conoscere la disinformazione e le notizie false con l'ausilio di piattaforme di social media e a aumentare la consapevolezza rispetto al perchè la disinformazione viene

³⁸<https://www.mondodigitale.org/it/cosa-facciamo/aree-intervento/invecchiamento-attivo/nonni-su-internet>

³⁹<https://all-digital.org/projects/get-your-facts-straight/>



pubblicata online con l'intenzione di ingannare gli utenti. Le classi separate sono composte da un piccolo gruppo di cittadini anziani e studenti, le classi congiunte da 20 persone ciascuna (ad esempio 10 giovani e 10 genitori/nonni) dove si alternano momenti di lezione, di pratica e di lavoro in coppia per una durata stabilita in base all'argomento trattato. La prerogativa è quella di sensibilizzare attraverso risorse accessibili e dotare i partecipanti delle competenze per sostenersi a vicenda.

5. Conclusioni e approfondimenti per la progettazione della DIGITOL Academy

Il rapporto tra l'invecchiamento della popolazione e il crescente sviluppo dei mezzi tecnologici digitali e del loro sempre più frequente utilizzo rappresenta una delle maggiori sfide della società moderna. La tecnologia ha avuto un impatto enorme sulle nostre vite: oggi è possibile videochiamare istantaneamente amici e parenti in tutto il mondo, pagare semplicemente con il tocco di una carta e molto altro ancora. Ma l'avanzare della digitalizzazione rischia di escludere e isolare tutte le persone che non possiedono le capacità e le competenze necessarie per rimanere al passo con il progredire dell'innovazione tecnologica e della digitalizzazione; e questo è ancor più vero per le fasce fragili della popolazione, tra cui gli anziani. L'Italia è uno tra i Paesi europei con il tasso di anzianità più elevato e far fronte alle esigenze e ai bisogni di questa fascia di popolazione non è semplice. Negli ultimi anni anche l'Italia ha aderito ai programmi europei di "Active Ageing" attraverso politiche sociali che prevedono azioni concrete e utili per contrastare l'invecchiamento passivo e promuovere la multidimensionalità della persona che, oggi più che mai, si realizza anche grazie a una piena partecipazione alla società digitale.

L'obiettivo principale di questa analisi è di fornire a tal riguardo, una panoramica informativa sul contesto nazionale e locale in merito all'alfabetizzazione digitale e mediatica tra gli adulti più anziani, sulla quale costruire le basi per un percorso mirato a progettare una formazione sempre più efficace all'apprendimento dell'utilizzo delle tecnologie digitali, e funzionale ad acquisire le competenze necessarie al fine di una maggiore inclusione sociale e digitale. Questo compito si traduce nella proposizione di interventi che vanno al di là della cosiddetta "alfabetizzazione digitale": si tratta piuttosto di individuare i fattori e le soluzioni per contribuire a realizzare una cultura diffusa sul digitale, una cultura che comprenda, oltre alla sensibilizzazione sul tema, anche



e soprattutto, l'acquisizione della consapevolezza delle potenzialità e dei rischi del digitale. Attraverso l'assimilazione e la comprensione profonda di questi elementi è possibile sviluppare nei soggetti l'autonomia necessaria ad un uso consapevole di Internet e dei suoi mezzi e a sentirsi maggiormente parte di una società in continua evoluzione. L'emergenza Covid-19 ha inoltre risollevato importanti questioni rispetto al tema della disinformazione dal quale non si può prescindere ogni qualvolta si affronta l'argomento del digitale. La diffusione di notizie false non solo rischia di alimentare fenomeni come odio e intolleranza nei confronti di temi socialmente rilevanti ma anche di mettere a dura prova i sistemi di democrazia. Da questa riflessione deriva che alfabetizzazione digitale e alfabetizzazione mediatica rappresentano un connubio inscindibile, dal quale l'uso della tecnologia informatica non può prescindere: due lati della stessa medaglia che ogni utente dovrebbe essere in grado di riconoscere e maneggiare.

I risultati emersi da questa indagine evidenziano, tuttavia, un Paese che non è ancora riuscito a sfruttare appieno i vantaggi del digitale e malgrado le strategie implementate, che hanno subito un vigoroso incremento nel recente stato della pandemia, l'Italia si posiziona comunque al di sotto della media europea e agli ultimi posti in termini di digitalizzazione del capitale umano, in particolare nell'area di alfabetizzazione dei soggetti più anziani.

In coerenza con i dati raccolti e presentati nei capitoli precedenti, anche lo studio OCSE-Skills Outlook 2019⁴⁰ rimarca questa carenza. La popolazione italiana non possiede le competenze di base necessarie per prosperare in un mondo digitale, sia in società che sul posto di lavoro. Solo il 36,6% degli individui in Italia, il livello più basso tra i paesi OCSE (media 58,3%), è in grado di utilizzare Internet in maniera complessa e diversificata e questa carenza è ancora più marcata nella classe della terza età. Non mancano però esempi di realtà che si discostano da questa analisi ma che riflettono un quadro delle politiche sociali nazionali caratterizzato da una profonda frammentazione che si riflette inevitabilmente anche nel comparto digitale. Si evidenzia così una situazione eterogenea che vede le regioni del Nord adeguarsi più velocemente alle sopraggiunte esigenze di crescita digitale rispetto a quelle del Centro-Sud.

L'obiettivo da perseguire è dunque quello di cercare di migliorare l'integrazione, fornendo una alfabetizzazione digitale e mediatica indirizzata ad accrescere tali competenze. Un bisogno espresso dagli stessi interessati over 55 ascoltati in questa fase di ricerca, che hanno ancora la

⁴⁰ <https://doi.org/10.1787/df80bc12-en>



voglia e la tenacia di giocare un ruolo attivo nella società. Emerge allora l'urgenza di rinnovare e ripensare la formazione rivolta in particolare a questo gruppo sociale, che sappia coniugare esigenze personali legate all'età e alle reali possibilità di apprendimento per supportare gli anziani ad utilizzare Internet in modo semplice ed utile, affinché la tecnologia diventi uno strumento per migliorare la vita e non per complicarla. Potenziare la formazione in questo senso significa individuare e identificare le difficoltà che ostacolano lo sviluppo delle competenze digitali e che possono essere considerate causa di mancato successo di un progetto di formazione.

I risultati dell'analisi condotta evidenziano alcune caratteristiche principali che potrebbero essere definite come un comune denominatore che secondo i partecipanti all'indagine creerebbe i presupposti per una formazione adeguata e di successo.

Tra i tratti salienti che si rivelano essere in linea sia con le direttive europee sia con alcune caratteristiche delle buone pratiche già presentate in questo lavoro, emergono:

- Adattare i contenuti al target di riferimento in modo tale che risultino semplici e che permettano la comprensione dei tecnicismi;
- Promuovere percorsi che sappiano risvegliare l'interesse della persona anziana per la tecnologia, attraverso pratiche di gioco, quiz, webinar, tutorial, ecc;
- Sviluppare la capacità di analisi e del pensiero critico con l'obiettivo di accrescere una consapevolezza diversa in grado di svelare i meccanismi racchiusi nei processi interattivi e di costruzione delle informazioni;
- Favorire la pratica one-to-one e/o piccoli gruppi possibilmente omogenei che tengano in considerazione fattori come l'età, l'istruzione, il lavoro e la presenza o meno di reti parentali e/o amicali;
- Privilegiare una didattica orientata ad una logica di apprendimento bottom-up che mira a valorizzare le competenze individuali già presenti e a svilupparne delle nuove;
- Spronare gli anziani a cogliere la logica di applicabilità dell'uso di Internet e dei dispositivi digitali nel contesto di vita quotidiana.

Quella da incentivare è dunque un'educazione digitale che non sia una mera esposizione di nozioni: non si tratta semplicemente di "conoscenza in uso", ma piuttosto di un allestimento di situazioni didattiche inedite nelle quali confluiscono i saperi e le pratiche e sulla base delle quali,



si sviluppa la competenza necessaria ad affrontare il digitale e le sue sfide. Una competenza che, oltre alle abilità tecniche, sia sempre di più in grado di riconoscere e di inglobare anche l'aspetto emozionale e relazionale che l'uso di Internet e dei social media richiede.

Ogni elemento contribuisce quindi ad accrescere l'autostima dell'utente che, realizzando di possedere strumenti adeguati, si sentirà capace di affrontare e gestire le situazioni digitali che si troverà di fronte e sarà anche in grado di riconoscere e arginare una comunicazione online sempre più spesso orientata a una disinformazione su temi di rilevanza sociale che alimentano sentimenti di intolleranza e di odio nei confronti della diversità.

Tuttavia, non mancano certo aspetti di criticità che emergono dalla comparazione dei risultati e che possono essere riconducibili ai costi della tecnologia, all'impossibilità di accedere alle reti in termini di diffusione nel territorio che in Italia sembra essere poco capillare e, infine, alla possibilità stessa di reperire e individuare le iniziative di formazione nel territorio.

Per realizzare tutto questo, il sostegno tra generazioni risulta un punto fondamentale. I nativi digitali possiedono le conoscenze e le competenze che mancano alle generazioni più anziane. Da qui, potrebbe nascere una collaborazione tra giovani e anziani, uno scambio di conoscenze funzionale e arricchente. Da una parte la trasmissione del sapere tecnologico, dall'altra quello dell'esperienza di vita e del sostegno emotivo. In prospettiva potrebbero maturare le condizioni per lo sviluppo di startup innovative, fondate anche da giovani che forniscano sia servizi di natura formativa, sia di sviluppo e supporto tecnico per l'installazione e diffusione di tecnologie multimediali di base per la popolazione anziana.

Essere digitalmente competenti è qualcosa di più che essere semplicemente in grado di utilizzare l'ultimo dispositivo o software. La competenza digitale è una chiave trasversale delle moderne società e questo si traduce nell'essere in grado di utilizzare tali tecnologie in modo critico e collaborativo senza perdere la creatività e la fiducia che stimolano la capacità di progredire per raggiungere in autonomia gli obiettivi in relazione a lavoro, apprendimento, tempo libero, inclusione e partecipazione attiva alla vita sociale di una società sempre più digitalizzata.



Bibliografia e Sitografia

- AgID - Agency for Digital Italy (2019), *Piano Triennale per l'Informatica nella Pubblica Amministrazione 2019 - 2021*.

https://www.agid.gov.it/sites/default/files/repository_files/Piano-Triennale-ICT-2019-2021.pdf

- All Digital. Get Your Facts Straight Project <https://all-digital.org/projects/get-your-facts-straight/>

- Audiovisual Media Services Directive 2018: 'Directive (EU) 2018/1808 of the European Parliament and of the Council of 14 November 2018 amending Directive 2010/13/EU on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States concerning the provision of audiovisual media services (Audiovisual Media Services Directive) in view of changing market realities',

<https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2018/1808/oj>

- Audiovisual and Media Services Policy, 2019: 'Media Literacy', Audiovisual and Media Services Policy (Unit I.1) <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/media-literacy>

- Auser Monza Brianza (15 Giugno 2019). *Tutti in Piazza - Progetto dell'Auser*. <https://ausermonzabrianza.it/notizie/tutti-in-piazza-progetto-dellauser> Comune di Reggio Emilia. (22 Gennaio 2018). *Genitori connessi* in InnovaRE - Innovazione sociale e smart city. <https://www.comune.re.it/retecivica/urp/retecivi.nsf/PESDocumentID/A7B46024280A04BDC125806B002D04B8?opendocument>

- DG Connnect 2018: 'A multi-dimensional approach to disinformation - Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation', Directorate-General for Communication, Networks, Content and Technology.

<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation>

- EUROPA Open Data Portal. Data from: *Special Eurobarometer 460: Attitudes towards the impact of digitisation and automation on daily life*.



[Dataset] https://data.europa.eu/euodp/en/data/dataset/S2160_87_1_460_ENG

- European Commission 2018: COMMUNICATION FROM THE COMMISSION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT, THE COUNCIL, THE EUROPEAN ECONOMIC AND SOCIAL COMMITTEE AND THE COMMITTEE OF THE REGIONS Tackling online disinformation: a European Approach, COM/2018/236 final, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52018DC0236>

- European Commission. Digital Economy and Society Index (DESI2020)

<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/scoreboard/italy>

- EUROSTAT. Data from: *Digital economy and society*.

[Dataset] <https://ec.europa.eu/eurostat/web/digital-economy-and-society/data/database>

- Fondazione Mondo Digitale. Project Global Junior Challenge.

<https://www.mondodigitale.org/it/cosa-facciamo/aree-intervento/educazione-vita/global-junior-challenge>

- Fondazione Mondo Digitale. Project *Nonni su Internet*.

<https://www.mondodigitale.org/it/cosa-facciamo/aree-intervento/invecchiamento-attivo/nonni-su-internet>

- Gruppo Intesa San Paolo. (30 Marzo 2020). *Webecome, la sfida educativa per i bambini in Educazione*. <https://group.intesasanpaolo.com/it/sezione-editoriale/eventi-progetti/tutti-i-progetti/educazione/2019/09/webecome>; <https://www.webecome.it/progetto/>

- Kluzer, S. / Pujol Priego, L. (2018): DigComp into Action -Get inspired, make it happen, in: Carretero, S. / Punie, Y. / Vuorikari, R. / Cabrera, M. / O'Keefe, W. (Eds.): JRC Science for Policy Report, EUR 29115 EN, Publications Office of the European Union, Luxembourg. https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC110624/dc_guide_may18.pdf

- Italy. Ministry of Economic Development (2015), *Piano di investimenti per la diffusione della banda ultralarga*.

https://www.mise.gov.it/images/stories/documenti/ITALIA_Strategia_BULPiano_di_investimenti_fin.pdf

- Italy. Ministry of Economic Development (2017) *Piano nazionale Industria 4.0 2017-2020*. https://www.mise.gov.it/images/stories/documenti/guida_industria_40.pdf Italy.



- Ministry of Innovation Technology Digitalization (2019), *Repubblica digitale strategy*. <https://innovazione.gov.it/it/repubblica-digitale/>
- Italy. Presidency of the Council of Ministers (2015), Strategy for digital growth 2014-2020. https://www.agid.gov.it/sites/default/files/repository_files/documentazione/strat_crescita_di_git_3marzo_0.pdf
- Italy. Ministry of Innovation Technology Digitalization (2019), *Strategia per l'innovazione tecnologica e la digitalizzazione del Paese 2025*. https://innovazione.gov.it/assets/docs/MID_Book_2025.pdf
- Italy. Ministry of Innovation Technology Digitalization (2019), *The National Innovation Fund*. <https://www.mise.gov.it/index.php/it/per-i-media/notizie/2039358-il-fondo-nazionale-innovazione-e-realta>
- ISTAT. *Rapporto annuale 2019. La situazione del Paese*. <https://www.istat.it/storage/rapporto-annuale/2019/Rapportoannuale2019.pdf>
- Law, et al. 2018: 'A Global Framework of Reference on Digital Literacy Skills for Indicator 4.4.2', Centre for Information Technology in Education (CITE), University of Hong Kong, UNESCO Institute for Statistics, Montreal. <http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/ip51-global-framework-reference-digital-literacy-skills-2018-en.pdf>
- Michetti, F. (15 Maggio 2020). *Covid-19 e contrasto alle fake news: dalla task force all'educazione digitale* in *Cultura Digitale - Agenda Digitale EU*. <https://www.agendadigitale.eu/cultura-digitale/covid-19-e-contrasto-alle-fake-news-dalla-task-force-alleducazione-digitale/>
- OECD Skills Outlook 2019. *Thriving in a Digital World*. <https://doi.org/10.1787/df80bc12-en>
- Olivanti, F. (11 Febbraio 2020). *DESI regionale 2019: l'Italia digitale è divisa in due e lontana dalla Ue* in *Cultura Digitale - Osservatorio Agenda Digitale Politecnico di Milano*. <https://www.agendadigitale.eu/cittadinanza-digitale/desi-regionale-2019-litalia-digitale-e-divisa-in-due-e-lontana-dalla-ue/>
- Open Group. *Abc Digitale project*. <http://www.opengroup.eu/formazione/abc-digitale/>



- Progetto Giovani. (8 Maggio 2019). *Tempi moderni. L'informazione al tempo delle fake news.* <http://www.progettogiovani.pd.it/tempi-moderni-seconda-edizione/>
- Regione Emilia Romagna. *Pane e Internet* project. <https://www.paneeinternet.it/public/index>
- Russo, L. (23 Giugno 2020). *Insieme a casa, videolezioni contro il digital divide.* <http://www.spazio50.org/insieme-a-casa-videolezioni-contro-il-digital-divide/>
- Samsung italian campaign *Save-for-Seniors* <https://www.samsung.com/it/campaign/save-for-seniors/>
- Smart Nation. (30 Gennaio 2019). *Al via Casa Digitale, una risposta concreta al digital divide.* <https://smartnation.it/blog/al-via-casa-digitale-risposta-concreta-digital-divide;> <https://casadigitale.org/>
- Università degli Studi di Milano-Bicocca, Italy. *Aging in a Networked Society. Older People, Social Network and Wellbeing* project. <https://www.unimib.it/coronavirus-informazioni-e-servizi/bicocca-cittadinanza/nonni-connessi>
- WeTurtle platform. <https://www.weturtle.org/chi-siamo.php>

Allegati

Allegato 1: Analisi del sondaggio

Data di creazione del sondaggio: Lunedì 23 marzo 2020

Numero totale di risposte: 120

Analisi demografica per l'Italia



Sesso

ANSWER CHOICES	RESPONSES	
F	67.50%	81
M	32.50%	39
X	0.00%	0
TOTAL		120

Età

ANSWER CHOICES	RESPONSES	
0-18	0.00%	0
18-25	3.33%	4
25-35	20.00%	24
35-45	20.00%	24
45-55	15.83%	19
55-65	28.33%	34
65-75	8.33%	10
75-85	4.17%	5
85-95	0.00%	0
95+	0.00%	0
TOTAL		120

Organizzazioni vs. Individui

ANSWER CHOICES	RESPONSES	
A nome della mia organizzazione	5.00%	6
A titolo personale	95.00%	114
TOTAL		120



Allegato 2: Elenco degli stakeholder intervistati

Nome e Cognome	Organizzazione	Luogo	Sito internet	Data dell'intervista
Federico Fratta	SMARTNATION	Monza	www.smartnation.it	5.05.2020
Tosco Giannessi	AUSER Monza e Brianza	Monza	www.ausermonzabrianza.it	6.05.2020
Claudia Iormetti	OPEN GROUP	Bologna	www.opengroup.eu	13.05.2020
Damiana Aguiari	OPEN GROUP	Bologna	www.opengroup.eu	13.05.2020
Michele Smeraldi	ANTEAS Milano	Milano	www.anteasmilano.org	22.05.2020
Cecilia Stajano	Fondazione Mondo Digitale	Roma	www.mondodigitale.org	22.05.2020

Allegato 3: Elenco degli stakeholder che hanno partecipato ai focus group

Organizzazione	Luogo	Sito internet
50&Più- Sistema associativo e di servizi	Roma	www.50epiu.it
Accademia Civica Digitale (Lo Sbuffo)	Milano	www.accademiaticivicadigitale.org
Age Platform Italia	Roma	www.age-platform.eu
Anziani e non solo Coop. Soc.	Carpi (MO)	www.anzianienonsolo.it
Auser Monza e Brianza	Monza	ausermonzabrianza.it
BUTAC blog	Bologna	www.butac.it
Cittadinanza Digitale blog	Barletta-Andria - Trani	www.cittadinanzadigitale.eu
COGESS coop.soc.	Milano	www.cogess.it
CONSORZIO COMUNITA' BRIANZA soc.coop. - impresa sociale	Monza	www.comunitabrianza.it
DEMOSTENE Centro Studi per la promozione dello Sviluppo Umano	Brindisi	www.demostenecentrostudi.org
FONDAZIONE MONDO DIGITALE	Roma	www.mondodigitale.org
IL CITTADINO MB settimanale	Monza	www.ilcittadinomb.it
INRCA	Ancona	www.inrca.it
IULM Università	Milano	www.iulm.it



LUISS Data Lab	Roma	www.datalab.luiss.it
SMARTNATION	Monza	www.smartnation.it
SOCIOSFERA coop.soc.	Seregno (MB)	www.sociosfera.it
SPAZIO GIOVANI coop.soc.	Lissone (MB)	www.spaziogiovani.it
Spazio Ireos soc.coop.	Milano	www.spazioireos.com
TALENT startup	Osimo (AN)	www.talenteducation.it
UNIVERSITA' DI PADOVA	Padova	www.unipd.it
UNIVERSITA' DI TORINO	Torino	www.unito.it
UNIVERSITA' DI URBINO	Urbino	www.uniurb.it
UNIVERSITA' MILANO BICOCCA	Milano	www.unimib.it

Allegato 4: Analisi dei focus group

Data	Numero di partecipanti	% F/ % M	Tipologia di organizzazioni
14.05.2020	12	41,6% F 58,3% M	-Cooperative sociali -Centri di ricerca (università, data lab, startup, ...) - Periodico locale
21.05.2020	14	28,5% F 71,4% M	- Cooperative sociali - Centri di ricerca - Blog

