



UNIVERSITÀ  
CATTOLICA  
del Sacro Cuore

# Nativi Digitali. Crescere e apprendere nel mondo dei nuovi media

Prof. Giuseppe Riva  
Università Cattolica del Sacro  
Cuore, Milano  
[www.giusepperiva.com](http://www.giusepperiva.com)

1

## 2 Il Relatore

Nativi Digitali - 12 Novembre 2021



**Giuseppe Riva**  
Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano

- **Professore Ordinario** di Psicologia Generale
- **Direttore** dello "Humane Technology Lab." che promuove e sostiene la dimensione umana della Tech
- **European Editor** della rivista scientifica "Cyberpsychology Behavior and Social Networking"
- **Presidente** dell'International Association of CyberPsychology, Training, and Rehabilitation – iActor



Giuseppe Riva, Ph.D. [WWW.GIUSEPPERIVA.COM](http://WWW.GIUSEPPERIVA.COM)

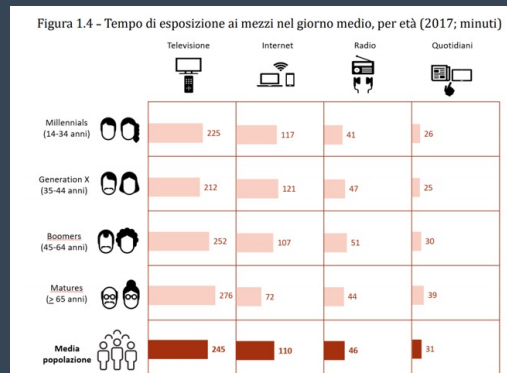
2

### 3 Come i giovani vivono la tecnologia

Nativi Digitali - 12 Novembre 2021

Una serie di statistiche mostrano come mediamente oggi, un **bambino di cinque anni che non ha ancora imparato a scrivere**, abbia già al suo attivo tra le **cinquecento e le seicento ore di utilizzo delle tecnologie digitali**, principalmente **smartphone e tablet**.

All'età di **dodici anni**, il numero di ore sarà salito a **seimila**, per arrivare a **diecimila** a **quindici anni** e a **quindicimila** a **diciotto**.



Giuseppe Riva, Ph.D.

3

### 4 La tecnopsicologia e le psicotecnologie

Nativi Digitali - 12 Novembre 2021

La **tecnopsicologia** è un'area emergente delle scienze cognitive che studia l'impatto dell'uso delle tecnologie, in particolare quelle associate **all'acquisizione e alla condivisione della conoscenza (psicotecnologie)**, sulla nostra mente.



Parliamo di **psicotecnologie** per indicare tutte le tecnologie – **l'alfabeto e la scrittura, la carta stampata, il telefono, la radio, la televisione, Internet e i social media e così via** - che **emulano, estendono o amplificano la capacità della nostra mente di acquisire, organizzare e comunicare nuove conoscenze**.

Giuseppe Riva, Ph.D.

WWW.GIUSEPPERIVA.COM

4

## 5 Gli effetti delle psicoteologie

Nativi Digitali - 12 Novembre 2021

In generale, **ogni tecnologia** quando viene appresa e usata efficacemente, **struttura in modo nuovo i nostri processi cognitivi**.

Tuttavia, le psicoteologie si differenziano dalle altre tecnologie perché a lungo termine sviluppano un nuovo **"brainframe"**, che produce cambiamenti significativi sul modo di pensare e di comunicare delle persone.

In altre parole, quando impariamo ad usare le psicoteologie, e queste diventano parte della nostra esperienza quotidiana, **il loro utilizzo ci cambia il modo di pensare, la percezione del mondo, e il modo di agire**.



Giuseppe Riva, Ph.D.

WWW.GIUSEPPERIVA.COM



5

## 6 Il brainframe

Nativi Digitali - 12 Novembre 2021



“Un **brainframe** è qualcosa di diverso da un atteggiamento, da una mentalità, pur essendo tutto questo e molto di più. Pur strutturando e filtrando la nostra visione del mondo, esso non è esattamente un paio di occhiali di tipo particolare – dato che un **brainframe non è mai localizzato nella struttura superficiale della coscienza, ma nella sua struttura profonda**” [de Kerckhove 1991, 11].

Giuseppe Riva, Ph.D.

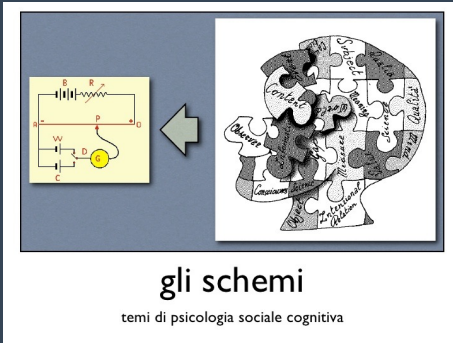
WWW.GIUSEPPERIVA.COM



6

## 7 Brainframe e Schemi Motori/Cognitivi

Nativi Digitali - 12 Novembre 2021



«**schemi**» (*schemata*): l'insieme delle proprietà prototipiche di una data esperienza costruite dalla nostra mente a partire dai risultati delle nostre interazioni.

Giuseppe Riva, Ph.D.

WWW.GIUSEPPERIVA.COM

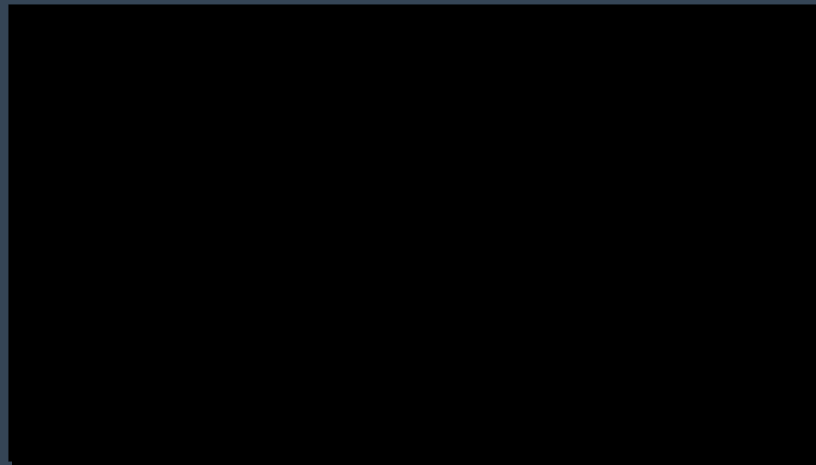
Attraverso gli schemi interagiscono tra loro due tipi di memoria: la **memoria dichiarativa** (sapere che, cognitivo) e la **memoria procedurale** (sapere come, motorio).

I nuovi media, per la loro capacità di strutturare l'esperienza interattiva creano, attraverso l'uso, **schemi mentali che alterano le capacità di azione e di conoscenza del soggetto => gli schemi definiscono le aspettative**

7

## 8 I nuovi media modificano gli schemi

Nativi Digitali - 12 Novembre 2021



Un esempio pratico: chi impara ad usare un iPad usa gli stessi schemi con la carta stampata

<https://www.youtube.com/watch?v=G9RIXzYSkoo>

Giuseppe Riva, Ph.D.

WWW.GIUSEPPERIVA.COM

8

## 9 Brainframe e Identità

Nativi Digitali - 12 Novembre 2021

La psicologia riprende la distinzione di William James, distinguendo la nostra identità (Sè) in due componenti:

|    |   |  |
|----|---|--|
| IO | ⇒ | Il soggetto consapevole che sente e vuole (Sé come soggetto) |
| ME | ⇒ | Il modo in cui mi vedo (Sé come oggetto)                     |

Nell'«*Io*» il soggetto si vede da dentro (in prima persona), mentre nel «*Me*» si vede da fuori (in terza persona).

L'emergere di un nuovo brainframe **ha effetti su entrambe le facce della nostra esperienza soggettiva**

Giuseppe Riva, Ph.D. WWW.GIUSEPPERIVA.COM

9

## 10 Gli obiettivi di questa presentazione

Nativi Digitali - 12 Novembre 2021

I nuovi media e l'Io



↓



I nuovi media cambiano i nostri schemi (corpo, aspettative, emozioni)

I nuovi media e il Me



↓



I nuovi media sono delle "Tecnologie di Comunità" che alterano i concetti di Luogo e di Fatto

Giuseppe Riva, Ph.D. WWW.GIUSEPPERIVA.COM

10



## I nuovi media e l'Io

I nuovi media cambiano il nostro modo di essere

11

### 12 Nasce la Generazione Touch

Nativi Digitali - 12 Novembre 2021

Grazie alla tecnologia touch bambini piccolissimi, **anche con meno di un anno di vita**, sono in grado di interagire efficacemente con smartphone e tablet: **per utilizzarli** non è necessario saper leggere o scrivere ma basta saper **controllare le proprie dita**.

I genitori lo usano spesso come **baby-sitter**, per non dover gestire pianti dei figli **e in effetti a loro piace molto**.



**Criticità:** ai nostri figli interagire con lo smartphone o il tablet piace **molto, in alcuni casi anche troppo**. Per cui la domanda da porsi è: **Quali sono gli effetti di questo uso precoce?**

Giuseppe Riva, PhD [WWW.GIUSEPPERIVA.COM](http://WWW.GIUSEPPERIVA.COM)

12

13 **Nasce la Generazione Touch**  
Nativi Digitali - 12 Novembre 2021

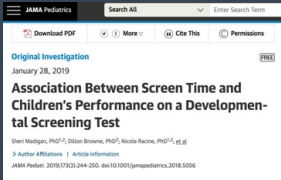


La domanda a cui vuole rispondere questa prima ricerca è: **quali sono gli effetti sullo sviluppo del bambino provocati dal tempo passato davanti alle tecnologie?**

Giuseppe Riva, PH.D. WWW.GIUSEPPERIVA.COM

13

14 **Nasce la Generazione Touch**  
Nativi Digitali - 12 Novembre 2021



Il primo dato interessante è il tempo passato davanti a degli schermi (Tablet, smartphone e TV):

- I bambini trascorrevano **circa 17 ore settimanali** davanti agli schermi a due anni,
- aumentando fino a quasi **25 ore settimanali** a tre anni,
- prima di scendere a **11 ore a settimana** a cinque anni.

**Conclusions and Relevance** The results of this study support the directional association between screen time and child development. Recommendations include encouraging family media plans, as well as managing screen time, to offset the potential consequences of excess use.

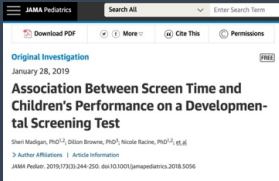

Giuseppe Riva, PH.D. WWW.GIUSEPPERIVA.COM

14

15 **Nasce la Generazione Touch**  
Nativi Digitali - 12 Novembre 2021

Più tempo i bambini passano di fronte agli schermi, peggiori sono stati i risultati nei test sullo sviluppo ai quali sono stati sottoposti.

«All'ingresso a scuola, 1 bambino su 4 ha mostrato conseguenze nello sviluppo a livello di linguaggio, comunicazione, abilità motorie o salute socio-emotiva».

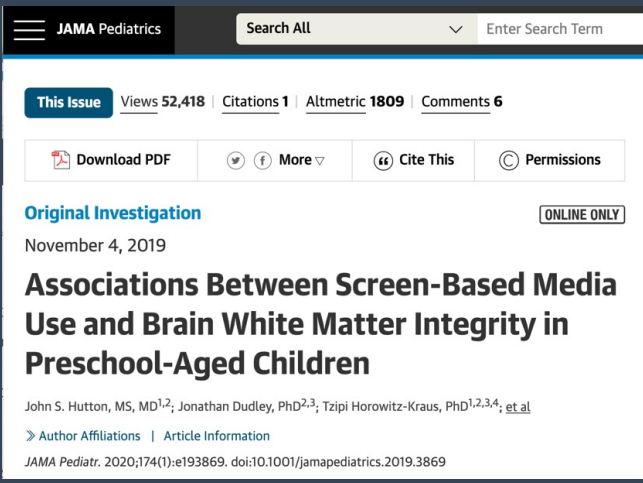



Giuseppe Riva, Ph.D. WWW.GIUSEPPERIVA.COM

15

16 **Nasce la Generazione Touch**  
Nativi Digitali - 12 Novembre 2021

La domanda a cui vuole rispondere questa seconda ricerca è: **quali sono gli effetti sul cervello (materia bianca) dei bambini di questo utilizzo precoce delle tecnologie?**

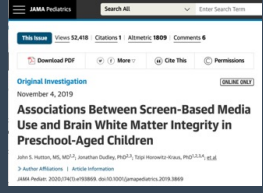


Giuseppe Riva, Ph.D. WWW.GIUSEPPERIVA.COM

16



17 **Nasce la Generazione Touch**  
Nativi Digitali - 12 Novembre 2021



Un maggiore livello **di esposizione agli schermi era significativamente associato a un linguaggio espressivo di qualità inferiore**, che corrisponde alla capacità di nominare rapidamente gli oggetti (velocità di elaborazione), e a una **minore integrità della sostanza bianca**, che influenza l'organizzazione e la mielinizzazione **in tratti che coinvolgono la funzione esecutiva del linguaggio e altre abilità di alfabetizzazione**.


**Conclusions and Relevance** This study found an association between increased screen-based media use, compared with the AAP guidelines, and lower microstructural integrity of brain white matter tracts supporting language and emergent literacy skills in prekindergarten children. The findings suggest further study is needed, particularly during the rapid early stages of brain development.

17

18 **Il primo contatto con la tecnologia**  
Nativi Digitali - 12 Novembre 2021

Secondo la rivista **Pediatrics** e **l'Accademia delle Scienze Francese**:

- Non bisogna esporre i figli a **contenuti video prima dei due anni** a meno che non siano pensati per la loro età: l'esposizione prolungata a contenuti per adulti può portare ad un **minore sviluppo del linguaggio** e dei **processi di pianificazione, controllo e coordinazione** del sistema cognitivo.
- Non bisogna esporre i figli alle **tecnologie touch prima di un anno** ma solo per usare App esplorative, pensate per l'età, per non più di 30 minuti al giorno e sempre insieme ad un adulto.



Giuseppe Riva, PhD  
WWW.GIUSEPPERIVA.COM

18

19 **Nasce la Generazione Touch**  
Nativi Digitali - 12 Novembre 2021

Negli adolescenti effetti negativi sono: **la riduzione dell'attenzione, ridotta intelligenza sociale ed emotiva, isolamento sociale, disturbi del sonno.**

**Ma ci sono anche effetti positivi...**

Giuseppe Riva, Ph.D.

Dialogues in clinical neuroscience

Dialogues Clin Neurosci. 2020 Jun; 22(2): 179–187. PMID: PMC7366948  
doi: 10.31887/DCNS.2020.22.2/gsmall PMID: 32899518  
Language: English | Spanish | French

**Brain health consequences of digital technology use**

Gary W. Small, MD

Gary W. Small, Department of Psychiatry and Biobehavioral Sciences and Semel Institute for Neuroscience and Human Behavior, the UCLA Longevity Center, David Geffen School of Medicine at the University of California, Los Angeles, California, US;

**Abstract** [Go to: ☰](#)

Emerging scientific evidence indicates that frequent digital technology use has a significant impact—both negative and positive—on brain function and behavior. Potential harmful effects of extensive screen time and technology use include heightened attention-deficit symptoms, impaired emotional and social intelligence, technology addiction, social isolation, impaired brain development, and disrupted sleep. However, various apps, videogames, and other online tools may benefit brain health. Functional imaging scans show that internet-naïve older adults who learn to search online show significant increases in brain neural activity during simulated internet searches. Certain computer programs and videogames may improve memory, multitasking skills, fluid intelligence, and other cognitive abilities. Some apps and digital tools offer mental health interventions providing self-management, monitoring, skills training, and other interventions that may improve mood and behavior. Additional research on the positive and negative brain health effects of technology is needed to elucidate mechanisms and underlying causal relationships.

**Keywords:** *emotional intelligence, digital technology, internet, media, neural activation, online searching*

The reason for the link between technology use and attention problems is uncertain, but might be attributed to repetitive attentional shifts and multitasking, which can impair executive functioning.<sup>8</sup> Moreover, when people are constantly using their technology, they have fewer opportunities to interact offline and allow their brain to rest in its default mode.<sup>9</sup>

19

20 **Effetti Positivi: I super poteri**  
Nativi Digitali - 12 Novembre 2021

- **Quando posso usare gli schemi il medium è trasparente:** posso realizzare attraverso di esso le mie intenzioni senza dovermi chiedere come farlo (**intuizione**).
- **Quando non ci sono, il medium è opaco:** richiede il ragionamento per riuscire a usarlo.

**I super poteri:** Il nativo digitale riesce ad usare la tecnologia intuitivamente perché la sua mente gli permette **di simulare in anticipo i risultati delle sue intenzioni e azioni.**

Giuseppe Riva, Ph.D. WWW.GIUSEPPERIVA.COM

20

21 **Il primo superpotere: Senso e Creatività**  
 Nativi Digitali - 12 Novembre 2021

Chi **usa intuitivamente** i media digitali **attribuisce ai propri comportamenti un significato ovvio e immediato** che al contrario non è visibile a chi è immigrato digitale: **vista a raggi X.**

*Perché creare dei filtri che trasformano le nostre face in personaggi buffi? Per giocare con la loro identità*

**Tutte le nuove società digitali sono create da giovani.**

**Criticità:** La maggior parte dei problemi tra genitori e figli nasce proprio qui: nell'impossibilità di capire immediatamente il senso di quello che fa il proprio figlio.

Giuseppe Riva, Ph.D. WWW.GIUSEPPERIVA.COM




21

22 **Il secondo superpotere: Incorporazione**  
 Nativi Digitali - 12 Novembre 2021

Usando intuitivamente la tecnologia— per esempio, a scrivere con la tastiera del cellulare — **il mio schema corporeo si espande e finisce per inglobare la tecnologia:** la tastiera diventa stabilmente presente nei miei schemi motori, e dal punto di vista del controllo cognitivo **posso usarla intuitivamente tanto quanto uso le dita della mano per scrivere: Doctor Octopus**

**Criticità:** Il nativo digitale non è consapevole che noi siamo diversi da lui. E se deve realizzare un prodotto **lo realizza come se dovesse usarlo solo lui,** con tutti i problemi del caso.

Giuseppe Riva, Ph.D. WWW.GIUSEPPERIVA.COM



22

## 23 Il terzo superpotere: Teletrasporto

Nativi Digitali - 12 Novembre 2021

Usando intuitivamente la tecnologia per guidare un avatar – per esempio, il personaggio di un videogioco – **non sono più nella stanza ma divento «presente» nel mondo digitale che circonda il mio avatar: come nei film di Star Trek il nativo digitale si teletrasporta nei mondi virtuali generati dai media**, pur lasciando il proprio corpo fisico all'interno del mondo reale.



**Criticità:** il nativo digitale non valuta più opportunità e vincoli in relazione al luogo fisico in cui si trova, **ma al luogo digitale esteso reso possibile dai mezzi di comunicazione a sua disposizione.**

Giuseppe Riva, PhD

WWW.GIUSEPPERIVA.COM

23

## 24 La kriptonite: Analfabetismo emotivo

Nativi Digitali - 12 Novembre 2021

La capacità di imparare a riconoscere le emozioni passa dal **corpo (risonanza emozionale dei neuroni specchio)**.

**La mancanza di fisicità dell'altro** nei media digitali priva il giovane di un importante punto di riferimento nel processo di apprendimento e comprensione delle emozioni proprie e altrui, favorendo **l'analfabetismo emotivo**



**Criticità:** una ridotta consapevolezza e quindi controllo delle proprie emozioni, delle ragioni per le quali si prova una certa emozione e l'incapacità a relazionarsi con le emozioni altrui.

Giuseppe Riva, PhD

WWW.GIUSEPPERIVA.COM

24

25 **La kriptonite: Attenzione sostenuta**  
 Nativi Digitali - 12 Novembre 2021

Chi ha imparato ad utilizzare la tecnologia da giovanissimo o chi è un utilizzatore massiccio della tecnologia **tende ad avere una capacità di attenzione sostenuta significativamente inferiore rispetto a quella delle generazioni precedenti**. Negli ultimi quindici anni l'attenzione media durante la fruizione dei contenuti digitali è diminuita del 50%, passando da **12 secondi** a **8 secondi** per ogni contenuto.



**Criticità:** Gli effetti sono due. Da una parte **un aumento dei disturbi dell'attenzione** e dall'altra una **minore capacità di distinguere la qualità delle informazioni online**.

Giuseppe Riva, PhD [WWW.GIUSEPPERIVA.COM](http://WWW.GIUSEPPERIVA.COM)

25



I nuovi media come tecnologie di comunità

Cambiano i concetti di Luogo e Fatto

26

27 **Cambia il senso di luogo...**  
Nativi Digitali - 12 Novembre 2021

**luogo**  
/luò-go/  
sostantivo maschile

1. Ambito spaziale idealmente o materialmente determinato.  
"Dio è in ogni l."
2. Spazio circoscritto riconducibile a entità geografica o topografica, oppure alle caratteristiche o alle funzioni proprie di un ambiente: viaggia per conoscere l. nuovi; si incontrarono nel l. stabilito; accorrere sul l. del delitto; il patrono del l.; l. di culto, di divertimento, di perdizione.

La psicologia da tempo distingue il concetto di **"spazio"** inteso come volume o superficie disponibile da quello di **"luogo"**, un ambito spaziale idealmente e materialmente delimitato.

E' all'interno dei **"Luoghi"** che nascono le **comunità**

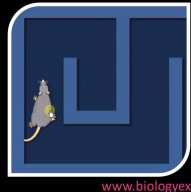


Giuseppe Riva, Ph.D. WWW.GIUSEPPERIVA.COM

27

28 **Cambia il senso di luogo**  
Nativi Digitali - 12 Novembre 2021

**Nobel Prize in Physiology and Medicine 2014**

**How we navigate & How we recollect places?  
What are Place cells and Grid Cells in Brain?**

www.biologyexams4u.com

**Science** Home News Journals Topics Careers

**SCIENCE OF THE HIGH SEAS** SPECIAL COLLECTION Free Download

**SHARE** #REPORTS #NEUROSCIENCE

**Social place-cells in the bat hippocampus**

David S. Omer, Shih B. Malmon, Liisa Luu<sup>1,2</sup>, Nicholas Ulanovsky<sup>1,2</sup>

4 Gen 2019

Science 12 Jun 2019  
Vol. 355, Issue 6372, pp. 218-224  
DOI: 10.1126/science.1260174

Article Figures & Data Info & Metrics eLetters PDF

**The representation of others in space**

Different sets of neurons encode the spatial position and orientation of an organism. However, social animals need to know the position of other individuals for social interactions, observational learning, and group navigation. Surprisingly, very little is known about how the position of other animals is represented in the brain. Darjo et al. and Omer et al. now report the discovery of a subgroup of neurons in hippocampal area CA1 that encodes the presence of conspecifics in rat and bat brains, respectively.

Science, this issue p. 213, p. 218

Tale distinzione nasce da una specifica abilità del nostro cervello: la capacità di **identificare intuitivamente i luoghi presenti nello spazio intorno a noi.**

Se recentemente il lavoro dei coniugi Moser (premio Nobel 2014), ha dimostrato la presenza di neuroni in grado di **riconoscere/ricordare i confini spaziali, ce ne sono altri in grado di fare lo stesso per le persone presenti all'interno.**

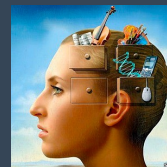
Giuseppe Riva, Ph.D. WWW.GIUSEPPERIVA.COM

28

## 29 Cambia il senso di luogo...

Nativi Digitali - 12 Novembre 2021

Non solo, è proprio intorno ai luoghi che il nostro cervello articola i diversi episodi che sono raccolti nella nostra **memoria autobiografica**: dagli incontri con altri significativi alle emozioni che abbiamo sperimentato al loro interno.



In altre parole i luoghi sono dei generatori di esperienze, in grado di **creare emozioni e ricordi** e anche di definire la nostra **identità sociale**: io sono uno studente della classe 5 C perché tutti i giorni vado a lezione nella prima aula a destra del corridoio del secondo piano.

Giuseppe Riva, Ph.D.

WWW.GIUSEPPERIVA.COM



29

## 30 Cambia il senso di luogo...

Nativi Digitali - 12 Novembre 2021



Problema: Zoom & Meet **non sono per il nostro cervello luoghi digitali** (non attivano i neuroni GPS) e per questo hanno *uno scarso impatto su identità sociale e memoria autobiografica*.

<https://www.youtube.com/watch?v=Is8eXZco46Q>



*Per approfondire:*

<https://www.liebertpub.com/doi/10.1089/cyber.2021.0009>

**L'unica tecnologia digitale in grado di attivarli è la realtà virtuale (Facebook Horizon)**

Giuseppe Riva, Ph.D.

WWW.GIUSEPPERIVA.COM



30

## 31 Cambia il senso di luogo...

Nativi Digitali - 12 Novembre 2021



Problema: I nuovi media rimuovono i **confini spaziali** => I **luoghi** perdono significato e le comunità si indeboliscono:

- **Il pranzo insieme** non è più il luogo in cui condividere gli eventi familiari;
- **La serata insieme** non è più il luogo in cui conoscere meglio compagni e conoscenti.

Giuseppe Riva, Ph.D.

WWW.GIUSEPPERIVA.COM



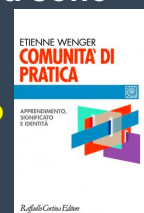
31

## 32 Cambia il confine: dallo spazio al senso...

Nativi Digitali - 12 Novembre 2021

Se i media digitali rimuovono i confini spaziali, **su cosa sono basate le comunità digitali?**

Su **luoghi digitali (App/Web) dotati di senso comunità di pratica**



A rendere un'App/Sito Web una **comunità di pratica** sono un *impegno reciproco, un'impresa comune e un repertorio condiviso di risorse interpretative.*

Questi tre fattori generano un «**common ground**», un insieme di credenze, obiettivi e conoscenze comuni (**fatti situati**) frutto di un apprendimento implicito, narrativo e situato ad essere e ad agire come membro della comunità.

Giuseppe Riva, Ph.D.

WWW.GIUSEPPERIVA.COM



32



33 **Le comunità di pratiche digitali**  
Nativi Digitali - 12 Novembre 2021

Le comunità di pratica **sono sempre esistite**.

Tuttavia le reti sociali e l'Interrealtà – la fusione del mondo digitale con il mondo fisico - **hanno trasformato in maniera radicale le comunità di pratica digitali**.

I principali limiti delle comunità di pratica fisiche sono due:

1. **Non possono essere troppo grandi**, perché altrimenti non sono gestibili senza la necessità di istituzionalizzarle, cioè di creare delle strutture interne in cui alcuni soggetti hanno uno status superiore agli altri.
2. Il secondo è che la maggior parte delle comunità di pratica **hanno un impatto limitato** sulle reti sociali che le contengono.

Giuseppe Riva, Ph.D. WWW.GIUSEPPERIVA.COM

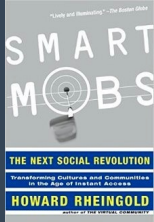
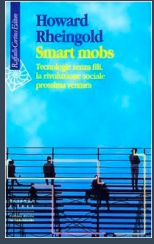
33

34 **Le comunità di pratiche digitali**  
Nativi Digitali - 12 Novembre 2021

I media digitali **hanno permesso di superare questi limiti**, permettendo a milioni di persone di collaborare nella stessa impresa comune con un impatto significativo **non solo all'interno della comunità di pratica ma anche al di fuori di essa**.

Il primo ricercatore ad accorgersi di questa possibilità è stato lo studioso di comunità virtuali Howard Rheingold (2003) che per spiegarla ha creato l'espressione «**smart mobs**» (folle intelligenti).

Che cos'è una smart mob? E' appunto una comunità di pratica che usa i media digitali per realizzare meglio e più velocemente le proprie imprese comuni.

Giuseppe Riva, Ph.D. WWW.GIUSEPPERIVA.COM

34

35 **Le comunità di pratiche digitali**  
 Nativi Digitali - 12 Novembre 2021

Esempi di smart mobs:

- I gruppi di **ragazzi** che si trovano online per giocare a **Fortnite o Brawl Stars**;



- I gruppi di **ragazze** che si trovano su **TikTok** per creare clip musicali.



Giuseppe Riva, Ph.D. WWW.GIUSEPPERIVA.COM

35

36 **Le comunità di pratiche digitali**  
 Nativi Digitali - 12 Novembre 2021

**I super poteri delle smart mob:**

Creare **dei fatti** (fatti situati, generati all'interno della comunità) **che**, se la comunità è sufficientemente grande, **possono mettere in discussione i fatti istituzionali.**




I primi ad accorgersene sono state le **società della sharing economy.**

Giuseppe Riva, Ph.D. WWW.GIUSEPPERIVA.COM

36

37 **Le comunità di pratiche digitali**  
Nativi Digitali - 12 Novembre 2021

La **sharing economy** (economia collaborativa), è l'insieme dei «modelli imprenditoriali in cui le attività sono facilitate da piattaforme di collaborazione che creano un mercato aperto per l'uso temporaneo di beni o servizi spesso forniti da privati»

Il **valore** generato da questo processo è **enorme**: **Uber è valutata 72 miliardi di dollari mentre AirBnb oltre 30.**

**Hertz e Avis**, che noleggiavano le proprie auto, valgono meno di 2 e di 2,5 miliardi di dollari a testa;

**Hilton**, che affitta le proprie stanze in alberghi presenti in 80 paesi del mondo, e non quelle dei propri utenti, vale circa 28 miliardi di dollari.



Giuseppe Riva, Ph.D. WWW.GIUSEPPERIVA.COM

37

38 **Le comunità di pratiche digitali**  
Nativi Digitali - 12 Novembre 2021

**Perché?** Ogni comunità di pratica attribuisce ai propri membri una «**posizione**», uno status di tipo pragmatico e informale - per esempio di guidatore o di viaggiatore - proprio per il fatto di utilizzare la comunità per raggiungere uno specifico obiettivo.

L'assunzione di questa «posizione», **che finisce per integrarsi nell'identità sociale del soggetto**, è un processo condiviso, che nasce dall'interazione con gli altri membri della comunità.

Se la rete è sufficientemente grande, la posizione è in grado di contrapporsi **ai fatti istituzionali**:

- sono **“driver”** anche se non ho la licenza di taxista,
- sono **“host”** anche se non ho l'autorizzazione per fare l'affittacamere.

Giuseppe Riva, Ph.D. WWW.GIUSEPPERIVA.COM

38

39 **Le comunità di pratiche digitali**  
Nativi Digitali - 12 Novembre 2021

**Vantaggi:**

- **Riduzione dei costi** dei servizi offerti dalla comunità
- Aumento della possibilità di ottenere **un reddito aggiuntivo** attraverso di essa.

**Problemi:**

- Più che **la competenza** importante **essere al centro della comunità**. Per questo le smart mobs devono usare meccanismi regolativi decentralizzati basati sulle valutazioni degli utenti
- **Le smart mob** si aggregano in base ad un interesse comune **e quindi sono polarizzanti e poco integranti**




www.giusepp

39

40 **Le comunità di pratiche digitali**  
Nativi Digitali - 12 Novembre 2021

**La kryptonite delle smart-mobs:**

**Tönnies** distingue le reti sociali in **comunità (Gemeinschaft)** e **società (Gesellschaft)**:

**Le comunità** si basano su un rapporto reciproco e profondo che lega i partecipanti rendendoli simili. Nasce dall'essere costretti a stare nello stesso luogo e a conoscersi volenti o nolenti.

**La società** è invece basata su legami occasionali o strumentali basati sul principio dello scambio (esserci) che terminano quando la prestazione viene erogata




www.giusepp

40

41 **Le comunità di pratiche digitali**  
Nativi Digitali - 12 Novembre 2021

**La kryptonite delle smart-mobs:**

Da una parte **le reti sociali sono sempre meno comunità**, perché i soggetti anche all'interno di uno spazio fisico invece di provare a conoscersi usano lo smartphone per superare i confini.



Dall'altra **le reti sociali sono sempre più società**, basate su legami occasionali o strumentali che puntano alla massimizzazione del profitto/benessere individuale e polarizzano i soggetti (amicus/hostis).

Giuseppe Riva, Ph.D. [WWW.GIUSEPPERIVA.COM](http://WWW.GIUSEPPERIVA.COM)

41

42 **Le comunità di pratiche digitali**  
Nativi Digitali - 12 Novembre 2021

**La kryptonite delle smart-mobs:**

La prevalenza delle relazioni di tipo strumentale porta ad una **riduzione significativa delle interazioni significative**: se nel 1985 il numero di amici «veri» con cui confrontarsi e confidare i propri problemi erano in media 2.94 a persona, **oggi sono in media solo 2.08**.



Non solo, negli Stati Uniti una persona su quattro non ha nemmeno un amico «vero» e la metà della popolazione **ne ha solo uno**.



Giuseppe Riva, Ph.D. [WWW.GIUSEPPERIVA.COM](http://WWW.GIUSEPPERIVA.COM)

42

43 **Le comunità di pratiche digitali**  
Nativi Digitali - 12 Novembre 2021

**La kryptonite delle smart-mobs:**



La riduzione del senso di comunità ha un impatto anche **sulle relazioni di coppia**, con uno spostamento verso le relazioni occasionali e/o multiple e il fenomeno del **Ghosting**: l'interruzione totale di comunicazione, sia digitale che fisica – con il proprio partner.

A questo proposito i dati sul numero di separazioni forniti dall'Istat sono indicativi. Prima dell'avvento dei Social Media, nel 1995, in Italia erano circa 50.000 all'anno. **Ora sono invece oltre 90.000**, di cui più di un decimo avviene nei primi quattro anni.

Giuseppe Riva, Ph.D. [WWW.GIUSEPPERIVA.COM](http://WWW.GIUSEPPERIVA.COM)

43

44 **Le comunità di pratiche digitali**  
Nativi Digitali - 12 Novembre 2021

**La kryptonite delle smart-mobs:**

La prevalenza delle relazioni di tipo strumentale porta ad una **riduzione significativa delle interazioni significative**: se nel 1985 il numero di amici «veri» con cui confrontarsi e confidare i propri problemi erano in media 2.94 a persona, **oggi sono in media solo 2.08**.



Non solo, negli Stati Uniti una persona su quattro non ha nemmeno un amico «vero» e la metà della popolazione **ne ha solo uno**.



Giuseppe Riva, Ph.D. [WWW.GIUSEPPERIVA.COM](http://WWW.GIUSEPPERIVA.COM)

44

45 **Cambia il senso di luogo...**  
Nativi Digitali - 12 Novembre 2021

AGI > Cronaca

## La prima scuola 'phone free' d'Italia si trova a Piacenza

Dispositivi sui banchi dell'istituto piacentino impediscono l'utilizzo dei telefoni. "Mi sono ispirato a Hawking", spiega il preside

di **STEFANO BENFENATI** | 18 settembre 2018, 10:00




agi video

Senza **telefoni** si rafforza il senso di luogo della scuola e della comunità che si sviluppa al suo interno

Giuseppe Riva, PhD. [WWW.GIUSEPPERIVA.COM](http://WWW.GIUSEPPERIVA.COM)

45

46 **Cambia il senso di luogo...**  
Nativi Digitali - 12 Novembre 2021





La strategia ideale però non è quella di **far finta che le tecnologie digitali non ci siano**, ma piuttosto occorre integrarle con l'esperienza della lettura: il **cervello bi-alfabetizzato**

Giuseppe Riva, PhD. [WWW.GIUSEPPERIVA.COM](http://WWW.GIUSEPPERIVA.COM)

46

47 **Cambia il senso di luogo...**  
Nativi Digitali - 12 Novembre 2021



L'atto della lettura anche se sembra privatissimo, **è uno spazio in cui si forma lo spirito critico**. «La lettura profonda ci fornisce il veicolo migliore per viaggiare al di fuori del cerchio della nostra vita e vagliare nuove informazioni»

**Ci allena a metterci nei panni degli altri, a vivere esperienze che la vita non ci ha concesso o avere aspirazioni, dubbi ed emozioni che altrimenti non avremmo la possibilità di conoscere.**

Giuseppe Riva, Ph.D. [WWW.GIUSEPPERIVA.COM](http://WWW.GIUSEPPERIVA.COM)

47

48 **Le comunità di pratiche digitali**  
Nativi Digitali - 12 Novembre 2021

**La kryptonite delle smart-mobs:**

dall'**essere** (ricerca di competenza e conoscenza)

all'**esserci** (ricerca di visibilità e "like")

*Journal of Clinical Child & Adolescent Psychology* 09(00), 1–9, 2018  
Copyright © Society of Clinical Child & Adolescent Psychology  
ISSN: 1537-4416 print/1537-4424 online  
DOI: <https://doi.org/10.1080/15374416.2018.1437733>

**Routledge**  
Taylor & Francis Group

[Check for updates](#)

**In Search of Likes: Longitudinal Associations Between Adolescents' Digital Status Seeking and Health-Risk Behaviors**

Jacqueline Nesi and Mitchell J. Prinstein  
*Department of Psychology and Neuroscience, University of North Carolina at Chapel Hill*

This study introduces a new construct—digital status seeking—which reflects a set of behaviors made possible by the social media environment. Digital status seeking is defined as the investment of significant effort into the accumulation of online indicators of peer status and approval. The concurrent validity of this construct was examined, as well as the longitudinal implications of digital status seeking for adolescents' engagement in health-risk behaviors. A school-based sample of 716 participants ( $M_{age} = 16.01$  at Time 1; 54.2% female) participated at 2 time points, 1 year apart. Sociometric nomination procedures were used to assess digital status seeking and peer status. Participants self-reported indices of social media use, peer importance, and risky behavior engagement (substance use, sexual risk behavior). For a subset of participants, social media pages were observationally coded for status indicators (i.e., likes, followers) and status-seeking behaviors. Adolescents with greater reputations of digital status seeking reported more frequent social media use, desire for popularity, belief in the importance of online status indicators, and use of strategies to obtain these indicators. Multiple group path analyses indicated that for both genders, digital status seekers engaged in higher levels of substance use and sexual risk behavior 1 year later. Moderation of this effect by race/ethnicity and socioeconomic status was explored. This novel, multimethod investigation reveals digital status seeking as an important construct for future study and offers preliminary evidence for the unique role of social media experiences in contributing to adolescent adjustment.

Giuseppe Riva, Ph.D. [WWW.GIUSEPPERIVA.COM](http://WWW.GIUSEPPERIVA.COM)

48



## 49 Le comunità di pratiche digitali

Nativi Digitali - 12 Novembre 2021

Se prima dell'Interrealtà **essere un influencer** dipendeva da una serie di **qualità o di competenze/conoscenze** – sono un calciatore famoso perché sono molto bravo giocare a calcio, sono un attore famoso perché sono bravo a recitare, sono una modella famosa perché sono molto bella ed elegante – **ora la differenza di status viene generata dalla capacità di attirare una comunità di pratica intorno a me.**

Per cui, anche se non ho capacità particolari ma **quello che faccio per qualche motivo attrae una rete di follower** – perché sono buffo, perché sono simpatico, perché sono simile o opposto a loro - **posso comunque essere un social influencer e diventare famoso.**

Giuseppe Riva, PhD

WWW.GIUSEPPERIVA.COM



49

## 50 I social influencer

Nativi Digitali - 12 Novembre 2021

Dietro i social influencer si **nascondono vere e proprie attività commerciali** (Pulse Advertising, Mediakix, HelloSociety ZEFR, ecc.) che dal punto di vista economico non hanno niente da invidiare alle professioni più desiderate di qualche anno fa, come avvocato o ingegnere.

Infatti, per pubblicare contenuti concordati con uno sponsor, il social influencer viene pagato a seconda della dimensione della propria rete. I piccoli, fino a centomila follower vengono pagati **100/500 euro a contenuto** sponsorizzato.

I medi, con circa trecentomila follower, **da 750 a 1000 euro.**

I medio-grandi, fino ad un milione di follower, da **1000 euro a 5000 euro.**

Per arrivare a **5000 – 50000 Euro** per i più popolari con oltre un milione di follower.

Giuseppe Riva, PhD

WWW.GIUSEPPERIVA.COM



50

51 **I social influencer**  
Nativi Digitali - 12 Novembre 2021

|                     | facebook   | YouTube  | Instagram  | TikTok  |
|---------------------|--|--|--|---|
| Nano Influencer     | 10.000 - 25.000 followers<br>Engagement Rate medio: 0,30%<br>Compenso: € 50-250 /post            | 5.000 - 10.000 followers<br>Engagement Rate medio: 6,7%<br>Compenso: € 500-1.000 /video          | 5.000 - 10.000 followers<br>Engagement Rate medio: 4,5%<br>Compenso: € 50-250 /post              | 5.000 - 10.000 followers<br>Engagement Rate medio: 21,0%<br>Compenso: € 50-250 /post              |
| Micro Influencer    | 25.000 - 100.000 followers<br>Engagement Rate medio: 0,10%<br>Compenso: € 250-750 /post          | 10.000 - 50.000 followers<br>Engagement Rate medio: 6,2%<br>Compenso: € 1.000-2.500 /video       | 10.000 - 50.000 followers<br>Engagement Rate medio: 2,4%<br>Compenso: € 250-500 /post            | 10.000 - 50.000 followers<br>Engagement Rate medio: 18,0%<br>Compenso: € 250-500 /post            |
| Mid-Tier Influencer | 100.000 - 300.000 followers<br>Engagement Rate medio: 0,06%<br>Compenso: € 750-1.000 /post       | 50.000 - 100.000 followers<br>Engagement Rate medio: 5,8%<br>Compenso: € 2.500-5.000 /video      | 50.000 - 300.000 followers<br>Engagement Rate medio: 2,0%<br>Compenso: € 500-2.500 /post         | 50.000 - 300.000 followers<br>Engagement Rate medio: 15,5%<br>Compenso: € 500-2.500 /post         |
| Macro Influencer    | 300.000 - 1.000.000 followers<br>Engagement Rate medio: 0,03%<br>Compenso: € 1.000-2.500 /post   | 100.000 - 500.000 followers<br>Engagement Rate medio: 5,2%<br>Compenso: € 5.000-15.000 /video    | 300.000 - 1.000.000 followers<br>Engagement Rate medio: 1,5%<br>Compenso: € 2.500-5.000 /post    | 300.000 - 1.000.000 followers<br>Engagement Rate medio: 18,0%<br>Compenso: € 2.500-5.000 /post    |
| Mega Influencer     | 1.000.000 - 3.000.000 followers<br>Engagement Rate medio: 0,01%<br>Compenso: € 1.000-5.000 /post | 500.000 - 1.000.000 followers<br>Engagement Rate medio: 4,8%<br>Compenso: € 15.000-25.000 /video | 1.000.000 - 5.000.000 followers<br>Engagement Rate medio: 1,0%<br>Compenso: € 5.000-15.000 /post | 1.000.000 - 5.000.000 followers<br>Engagement Rate medio: 20,0%<br>Compenso: € 5.000-15.000 /post |
| Celebrity           | Oltre 3.000.000 followers<br>Engagement Rate medio: 0,01%<br>Compenso: € 5.000-15.000 /post      | Oltre 1.000.000 followers<br>Engagement Rate medio: 4,0%<br>Compenso: € 25.000-50.000 /video     | Oltre 5.000.000 followers<br>Engagement Rate medio: 0,7%<br>Compenso: € 15.000-60.000 /post      | Oltre 5.000.000 followers<br>Engagement Rate medio: 22,0%<br>Compenso: € 15.000-60.000 /post      |

DeRev

51

52 **I social influencer**  
Nativi Digitali - 12 Novembre 2021

Come si costruisce oggi un **social influencer**?

**Trovando un utente che incarni in termini di comportamenti, personalità e di identità sociale le aspettative e i valori degli appartenenti alla comunità**

Cioè, che crei contenuti coerenti sia il «common ground», con (a) la **conoscenza condivisa** all'interno della rete, sia con (b) la **personalità** e (c) **le aspettative** dei suoi membri.

E oggi con i **social media** è facilissimo riuscire ad ottenere queste informazioni grazie **all'Intelligenza Artificiale...**

Giuseppe Riva, Ph.D. [WWW.GIUSEPPERIVA.COM](http://WWW.GIUSEPPERIVA.COM)

52

53 **I social influencer**  
Nativi Digitali - 12 Novembre 2021

Riuscire a **diventare un social influencer oggi** è molto più **difficile di qualche anno fa**: richiede un investimento di tempo e di denaro molto elevato e sicuramente non alla portata dell'adolescente medio.

Il rischio è che per seguire questo sogno il **giovane tralasci le altre alternative di crescita sociale**, come lo studio o l'impegno professionale.



Giuseppe Riva, PhD. WWW.GIUSEPPERIVA.COM

53

54 **I social influencer**  
Nativi Digitali - 12 Novembre 2021

Ma anche **per i social influencer già affermati la vita non è semplice**: tutta la loro vita si concentra sul numero di follower, di "mi piace" e di eventuali commenti negativi che riceve. Come racconta Jayde Pierce, social influencer americana da oltre un milione di follower: **"L'unica cosa che mi fa sentire davvero frustrata è il sentirmi giudicata ventiquattro ore al giorno"**.

E poi, per mantenere ed espandere i follower il social influencer **deve essere coerente con le aspettative che la propria rete - implicitamente o esplicitamente - condivide**.

Questa esigenza, nel lungo periodo, può spingere il social influencer **ad essere sempre la copia di sé stesso** anche quando, crescendo e cambiando, vorrebbe essere o dire qualcosa di diverso

Giuseppe Riva, PhD. WWW.GIUSEPPERIVA.COM

54

55 **I social influencer**  
Nativi Digitali - 12 Novembre 2021

Funziona?  
**La scienza ci dice di sì...**  
**Anche per le Fake News**



**Significance**

Building on recent advancements in the assessment of psychological traits from digital footprints, this paper demonstrates the effectiveness of psychological mass persuasion—that is, the adaptation of persuasive appeals to the psychological characteristics of large groups of individuals with the goal of influencing their behavior. On the one hand, this form of psychological mass persuasion could be used to help people make better decisions and lead healthier and happier lives. On the other hand, it could be used to covertly exploit weaknesses in their character and persuade them to take action against their own best interest, highlighting the potential need for policy interventions.

55

56 **Che cos'è una fake news...**  
Nativi Digitali - 12 Novembre 2021



**La disinformazione è sempre esista...**

**Ma le Fake News (bufale) sono diverse:**

**si diffondono 6 volte più rapidamente rispetto alle notizie vere e hanno il 70% in più di probabilità di essere condivise.**

Giuseppe Riva, Ph.D. [WWW.GIUSEPPERIVA.COM](http://WWW.GIUSEPPERIVA.COM)

56

## 57 Che cos'è una fake news...

Nativi Digitali - 12 Novembre 2021

La traduzione italiana più efficace di "Fake News" è **bufala**: una **informazione falsa presentata come se fosse una notizia, spesso sensazionale**.

A rendere una informazione falsa una bufala è, infatti, **il modo con cui questa viene presentata**:

- **È ottimizzata per generare una forte risposta emotiva capace di spingere il lettore alla mobilitazione**: dal punto di vista comunicativo il principale obiettivo delle fake-news è quello di generare emozioni, di solito sdegno e rabbia, fondamentale per spingere il lettore all'azione e alla scelta.
- **È personalizzata**: è creata in base alle caratteristiche psicologiche e sociali del gruppo a cui sono rivolte, associando il contenuto falso sia ad eventi o fatti realmente accaduti rilevanti per il soggetto, sia alle specifiche rivendicazioni o bisogni reali del gruppo di riferimento;

Giuseppe Riva, Ph.D.

WWW.GIUSEPPERIVA.COM



57

## 58 Che cos'è una fake news...

Nativi Digitali - 12 Novembre 2021

- **È diffusa in maniera automatica**: per riuscire ad apparire tra le notizie più popolari, e quindi apparire nelle bacheche di moltissimi lettori, utilizzano migliaia di «bot»- programmi informatici associati ad un profilo social - in grado di condividere a comando le fake-news;
- **È creata, in termini di forma multimediale e contenuto, per facilitarne la diffusione e la fruizione sui social**: per questo sono prevalentemente visive, spesso immagini con testo sovrapposto associate ad un breve commento testuale, per non richiedere un elevato livello di attenzione e permetterne la visione anche da uno smartphone.
- **È creata, in termini di forma multimediale e contenuto, per sembrare "vera"**: copiando nel nome e nello stile grafico giornali online e siti web autorevoli.

Giuseppe Riva, Ph.D.

WWW.GIUSEPPERIVA.COM




58

59 **Che cos'è una fake news...**  
 Nativi Digitali - 12 Novembre 2021

Grazie a queste cinque caratteristiche la bufala diventa un **"fatto sociale"**, cioè una notizia che intuitivamente si impone come vera perché espressione del gruppo sociale di riferimento:

- Corrisponde ai **valori** al gruppo sociale di riferimento per cui è stata costruita.
- Corrisponde alle **aspettative e alla personalità** dei soggetti per cui è stata ideata.



Giuseppa Riva, PhD. WWW.GIUSEPPERIVA.COM

59

### Chi sono i leader (politici) sul web: «Post brutali? La gente vuole quelli»

Francesco Gangemi, muratore disoccupato di 52 anni, è diventato «influencer politico» su Facebook: le sue pagine generano milioni di interazioni. «Non lo faccio per la politica, ma perché così riesco a guadagnare anche 600 euro al mese»

di Federico Fubini, inviato a Taurianova

L'uomo più potente d'Italia è un muratore disoccupato dal 2011 che ha ricevuto, con ritardo, otto dei trenta mesi di cassa integrazione assegnatigli per legge. «Lo Stato italiano io non lo riconosco», dice. Lo ha già detto in mille modi a decine di milioni di persone, che hanno condiviso, commentato e fatto click sul bottone «mi piace» di Facebook. I suoi interventi non superano mai la lunghezza di due, massimo tre frasi semplici e assertive, senza subordinate, scritte in stampatello a caratteri cubitali. È il livello di alfabetizzazione che si trova in una seconda o in una terza elementare, non oltre. Sostiene l'uomo più potente d'Italia: «Meno scrivi e più cammini. L'algoritmo di Facebook, quello che fa viaggiare i contenuti, è ignoto e anche abbastanza ignorante».

Francesco Gangemi adesso siede nel tinello di casa di un amico e cerca di salvarsi i polmoni fumando con un apparecchio che tosta il tabacco, non lo brucia. Ha 52 anni. Sa che per l'ennesima volta dovrà ripartire da zero là dove è nato e cresciuto: Taurianova, piana di Gioia Tauro, 15 mila residenti, reddito medio dichiarato 663 euro al mese per abitante, comune sciolto per mafia tre volte nell'ultima generazione. A Gangemi l'altro giorno Facebook ha chiuso di nuovo la pagina politica più ramificata che aveva, «sputtaniamotutti.com», probabilmente perché i partiti

Numero di interazioni delle pagine facebook «unofficial» vicine al governo



Il politologo più letto in Italia: **Francesco Gangemi**



Francesco Gangemi, 52 anni, muratore disoccupato, influencer politico su Facebook

60

61 Per approfondire questi temi  
Nativi Digitali - 12 Novembre 2021



[www.psicologiadiinstagram.it](http://www.psicologiadiinstagram.it)



[www.capirelefakenews.eu](http://www.capirelefakenews.eu)



[www.isocialnetwork.info](http://www.isocialnetwork.info)



[www.natividigitali.com](http://www.natividigitali.com)

Grazie per l'attenzione

Giuseppe Riva, Ph.D. WWW.GIUSEPPERIVA.COM