

Fulvio Oscar Benussi*

Il valore della propria privacy: esiti di una sperimentazione a scuola

“La narrazione prevalente tende a considerare la privacy un privilegio quasi anacronistico nell’era della massima compenetrazione tra uomo e tecnologia”¹. Partendo dal presupposto che tale assunto non può essere confutato con una narrazione scolastica fondata sulla consueta spiegazione frontale, abbiamo autonomamente ideato e sperimentato la seguente proposta didattica².

Lo sviluppo del progetto - Fase propedeutica

Il percorso, svolto durante le ore curricolari delle lezioni di diritto ed economia, era rivolto a tre classi, per un totale di 72 studentesse e 4 studenti del primo biennio di un liceo milanese. Con un veloce sondaggio si è appurato che la maggioranza degli studenti aveva una spiccata preferenza per un particolare social network: Instagram. È stata poi proposta un’esercitazione di economia relativa a vari case history di prodotti lanciati sul mercato da imprese nazionali e internazionali. L’esercitazione, collegata a un test di verifica, aveva lo scopo di evidenziare come alcuni prodotti avevano avuto successo, mentre il lancio di altri si era risolto in un insuccesso. Ha seguito una riflessione socializzata in classe su quali strategie potessero favorire/ostacolare il successo di un prodotto lanciato sul mercato. Segnaliamo che nell’esercitazione abbiamo considerato i seguenti case history: Postal market (rivista), fashion on line, yogurt Muller, marmellata Santa rosa in confezione “squezzabile”, Google glass, Bus cinese che, grazie a grosse ruote e un interesse elevato, poteva viaggiare sopra due file di automobili; Apparecchio per la diagnostica computerizzata dei guasti delle automobili, Dropbox, caffettiera Bialetti, Televisione 3D, MMS, Renault Twingo, PayPal, WhatsApp, Iphone.

* Docente di scuola secondaria di secondo grado e socio OPPI.

¹ SORO A., *Proteggere la vita digitale dei figli*, in ANSA.it <https://www.ansa.it/sito/notizie/tecnologia/internet_social/2019/10/23/soro-proteggere-vita-digitale-dei-figli_a7f90690-422d-4701-8cf7-f9e0318991b6.html> (ultimo accesso, marzo 2021).

² Tratto dall’articolo presentato dall’autore al Decimo convegno annuale Associazione per l’Informatica Umanistica e la Cultura Digitale AIUCD - Pisa, 19-22 gennaio 2020, DH per la società: e-guaglianza, partecipazione, diritti e valori nell’era digitale.

Gli obiettivi di apprendimento erano relativi all'analisi economica delle strategie seguite dalle aziende, valutando situazioni reali di mercato cui gli studenti si accostavano tramite documenti multimediali reperiti in Internet o forniti dal docente³. Un secondo obiettivo, legato anche al tema della privacy, era quello di preparare gli studenti ad affrontare la successiva esercitazione in cui sarebbe stato chiesto loro di esprimere un parere sulle potenzialità economiche di nuovo social network pronto al lancio sul mercato. Il secondo obiettivo era quindi anche quello di evitare una focalizzazione eccessiva dell'attenzione degli studenti al tema della privacy presente nella successiva esercitazione, favorendo così il realizzarsi dello spiazzamento cognitivo di cui si tratterà più avanti.

La simulazione

Prima di procedere con la seconda esercitazione si è predisposta una finta home page di un ipotetico nuovo social network da sottoporre agli studenti. Il social network, chiamato "Comics & games social", sarebbe apparso su Internet con una home page ottenuta elaborando con un editor una immagine che risultava, graficamente, abbastanza simile alla home page del social network preferito dagli studenti.

Successivamente, abbiamo predisposto un test digitale con Google Forms da utilizzare nella fase di simulazione. Con il test, gli studenti, in veste di consulenti della startup, erano chiamati ad esprimere un parere sulle possibilità di successo/insuccesso sul mercato del nuovo social. In particolare, il test alternava domande relative alla valutazione che ogni studente dava delle condizioni necessarie affinché il nuovo social potesse ottenere un buon gradimento in Rete e, conseguentemente, un buon ritorno economico, a domande dove dovevano esprimere il loro parere sulla raccolta dei dati dell'utente relativamente alla tutela o violazione della sua privacy. "Ecco perché appare sempre più urgente promuovere e portare avanti lo sviluppo di quelle capacità tecniche e sociali, social networking skills, che possano stimolare il mondo dell'educativo nella direzione della formazione e condivisione di buone pratiche educative, tra queste tutelare la propria privacy imparando a muoversi in una dimensione etica che contempra anche, e soprattutto, il rispetto dell'altro."⁴

Lo sviluppo del progetto - Fase dell'analisi socializzata degli esiti

Finita la fase della simulazione, dopo una breve pausa, si sono analizzati gli esiti del questionario mediante la visualizzazione sulla LIM del laboratorio delle infografiche generate da Google Forms e relative a come gli studenti della classe si erano orientati nel rispondere alle domande proposte. Ci si è sof-

³ I materiali multimediali utili per proporre case history sono stati raccolti negli anni dal docente acquisendoli dalla televisione e da Internet e memorizzandoli su capienti supporti digitali in vista di possibili successivi usi didattici.

⁴ RANIERI M. e MANCA S., *I social network nell'educazione. Basi teoriche, modelli applicativi e linee guida*, Erickson, Trento, 2013, p. 54.

fermati a commentare ogni singolo grafico, in particolare quelli che, rispetto a quanto la startup proponeva come regole del social network nel trattamento della privacy degli utenti, evidenziavano da parte della classe un forte dissenso; la risposta che, se barrata, evidenziava il dissenso era: “con una regola di questo tipo mi sentirei spiato, perciò non la accetterei”. Nei quattro grafici di seguito, le risposte che indicano un forte dissenso degli studenti nei confronti delle norme sulla privacy sono indicate con il grigio più scuro:

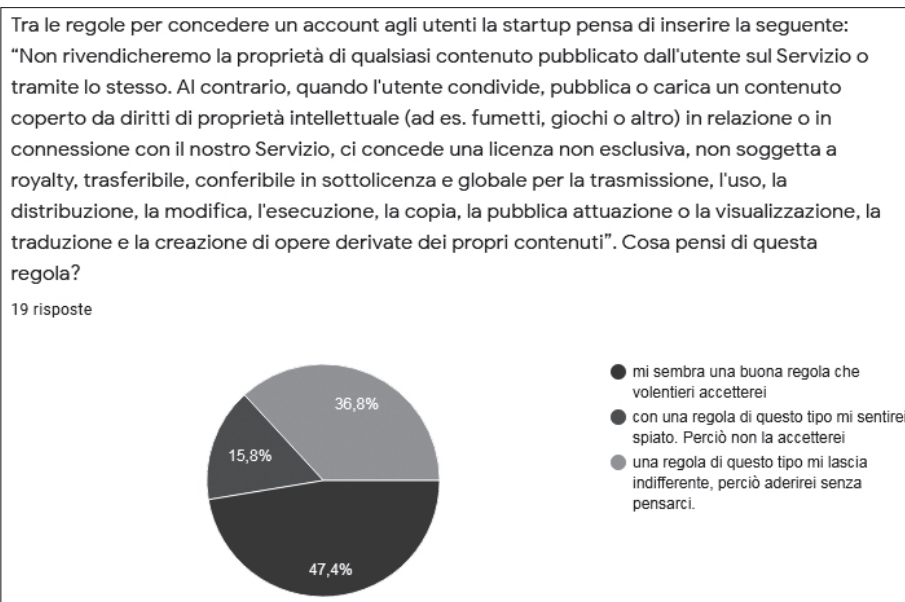


Grafico 1

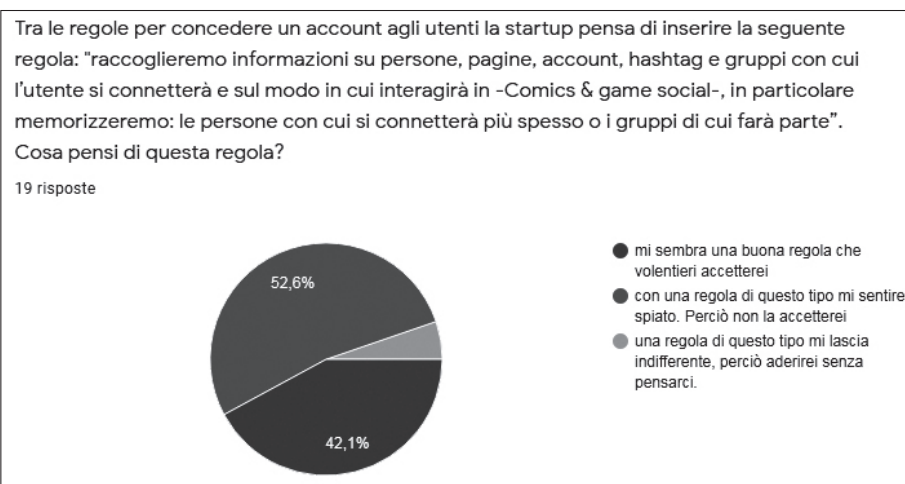


Grafico 2

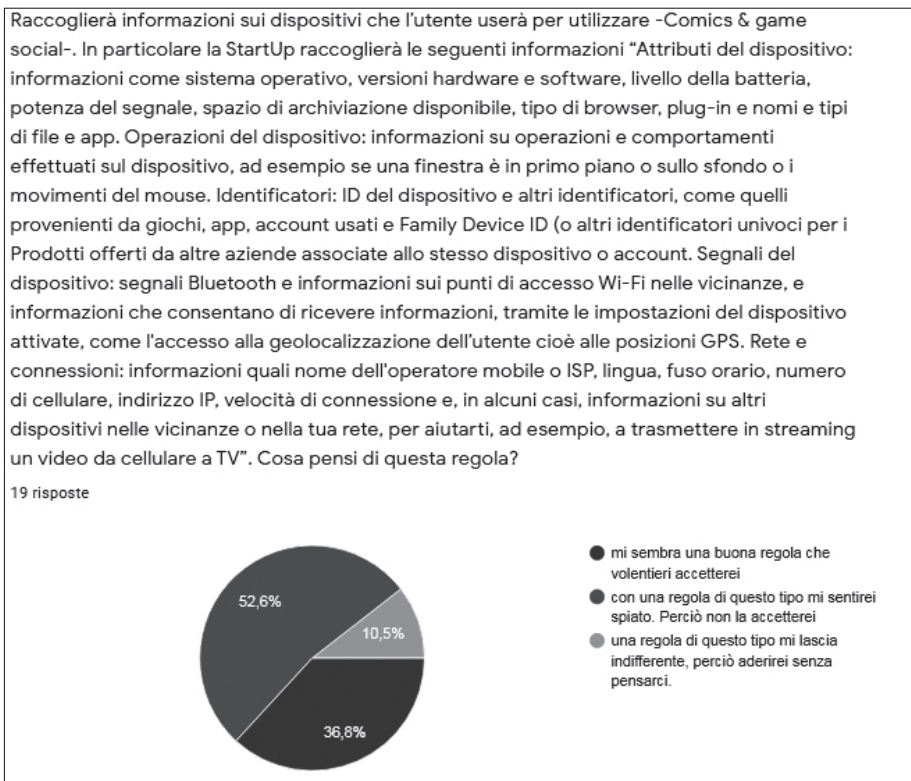


Grafico 3

Lo sviluppo del progetto - Fase del dibattito socializzato

La maggior parte delle norme sulla privacy definite dalla startup risultavano non gradite da un ampio numero di studenti e, quindi, gli stessi collegavano la possibilità di successo del nuovo social network proposto dalla startup ad un'accurata revisione delle norme sulla privacy.

A questo punto il docente ha svelato come aveva proceduto nel realizzare l'esercitazione. Ha esplicitato, in particolare, che le norme relative alla privacy erano state copiate dal social network maggiormente seguito dagli studenti e poi incollate per realizzare il test da proporre alla classe. Ovviamente, nell'operazione di "copia-incolla" il docente aveva provveduto a togliere le parole e i riferimenti che avrebbero permesso agli studenti di riconoscere la fonte delle norme sulla privacy che venivano sottoposte al loro giudizio nel test.

Quest'ultima operazione ha prodotto un *déplacement* o spiazzamento cognitivo nei ragazzi. "Lo spiazzamento cognitivo è un passaggio obbligato per la messa in atto e lo studio dei processi cognitivi: attraverso questo è possibile disinnescare gli automatismi del proprio pensiero. Ha un effetto destabilizzante dal punto di vista cognitivo poiché rende evidente la trama dei presup-

Il periodo di memorizzazione di un cookie sul computer o dispositivo mobile dell'utente varia a seconda che si tratti di cookie "persistenti" o di "sessione". I cookie di sessione vengono memorizzati sul computer o dispositivo mobile fino al termine della navigazione. I cookie persistenti restano sul computer o dispositivo mobile fino alla loro scadenza o all'eliminazione. I cookie proprietari sono cookie che appartengono a -Comics & game social-. I cookie di terzi sono cookie che altre parti memorizzano sul tuo dispositivo attraverso il Servizio della StartUp. Tra le regole per concedere un account agli utenti la startup pensa di inserire la seguente regola: " La StartUp potrà memorizzare liberamente entrambi i tipi di cookie "persistenti" o di "sessione" sui computer e sui dispositivi dell'utente. Potrà anche consentire la memorizzazione di cookie di terzi sui dispositivi dell'utente da soggetti che forniscono un servizio su -Comics & game social-. Anche i partner commerciali potranno memorizzare cookie di loro terzi sui dispositivi dell'utente e usarli per pubblicizzare prodotti e servizi presenti altrove su Internet". Cosa pensi dell'utilizzo che la StartUp farà dei cookie "persistenti" o di "sessione" che, grazie a questa regola, potrà installare, e permettere ad altri di memorizzare su tutti i tuoi device?

19 risposte

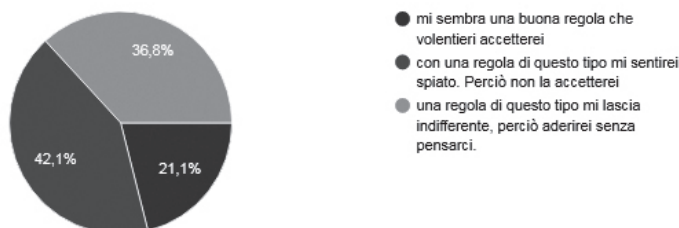


Grafico 4

posti che regolano in modo implicito la nostra vita e i nostri saperi consolidati⁵. Infatti, la maggioranza degli studenti ha subito espresso fastidio per la sensazione di essere stata imbrogliata, altri, invece, si sono dichiarati non colpiti in quanto erano consci che la loro privacy è scarsamente tutelata quando frequentano i social network. Questi ultimi hanno anche dichiarato che la perdita della privacy nei social network era compensata dalle opportunità di relazione che i social stessi offrivano, inoltre hanno segnalato la loro difficoltà a rapportarsi con un documento la cui lunghezza e difficoltà non consentiva loro di comprendere appieno il contenuto di quanto riportato nell'accordo sulla privacy. Alcuni studenti hanno anche dichiarato che, avendo compreso il problema, avrebbero ridotto nei propri account, le autorizzazioni circa quanto erano disposti a cedere della propria privacy nei social.

Conclusioni

La tendenza diffusa a sottovalutare l'importanza della tutela della privacy personale da parte dei ragazzi è stata tematizzata a partire da un'eserci-

⁵ PREMOLI S. (a cura di), *Verso l'autonomia. Percorsi di sostegno all'integrazione sociale di giovani*, Franco Angeli, Milano, 2009, p. 138.

tazione predisposta ad hoc. Questa ha favorito l'assunzione di responsabilità degli studenti nel valutare le loro convinzioni e riconsiderare il senso delle credenze che avevano, fino a quel momento, accettato acriticamente. Alcuni studenti hanno anche modificato atteggiamento sulla tutela della propria privacy in ambiente digitale.

L'esercitazione che prevedeva che lo studente assumesse il ruolo di valutatore economico della possibilità di successo di un'iniziativa imprenditoriale ha permesso di approcciare il problema della privacy in termini di opportunità: quali caratteristiche e quali norme sulla privacy avrebbero permesso al nuovo social della startup di avere successo?

In questo modo si è evitato che i ragazzi vivessero la proposta didattica come invasiva del territorio dove liberamente si relazionano con i coetanei e costruiscono la loro identità.

Lo spiazzamento cognitivo avvenuto nella fase di debriefing ha consentito di "aprire una breccia" nelle convinzioni assunte acriticamente dagli studenti portandoli a una riflessione più ponderata e in qualche caso a una modifica di atteggiamento nei confronti dell'importanza di tutelare la propria privacy.