



MSAC
MOVIMENTO STUDENTI
di AZIONE CATTOLICA



**AZIONE
CATTOLICA
ITALIANA**
MOVIMENTO STUDENTI DI AC

COMUNICARE EDUCARE

Studenti connessi alla realtà



Scheda a cura di:

Davide Colombini, Michele Morselli,
Beatrice Senia, Martina Tozzoli, Matteo Zappa

INDICE

1 Io e la mia Bolla

3

<i>1.1 Cambiare canale</i>	3
<i>1.2 Social o Tv?</i>	5
<i>1.3 Che cosa significa influencer?</i>	6
<i>1.4 Alla ricerca del bias</i>	6
<i>1.5 Gli effetti psicologici</i>	8

2 Codice etico per la comunicazione 10

<i>2.1 Le norme a tutela della comunicazione</i>	10
<i>2.2 Social e libertà di espressione</i>	11
<i>2.3 Educazione a un corretto uso dei social</i>	12

3 La comunicazione parte dal "noi" 13

<i>3.1 Distanze che contano</i>	13
<i>3.2 Difficoltà fa rima con possibilità</i>	15

4 Proposta di attività 18

<i>4.1 Materiali di approfondimento</i>	19
---	----

TI D'E LA MIA BOLLA

1.1 Cambiare Canale

In questa scheda formativa affrontiamo il tema della “**comunicazione**”, un tema molto complesso che in questi anni ha assunto un’importanza sempre maggiore, perché capace di **influenzare fortemente i linguaggi che utilizziamo e le azioni che compiamo quotidianamente**. Occorre quindi avere a disposizione un codice etico per la comunicazione e degli strumenti che ci permettano di analizzarla adeguatamente. Come possiamo dunque apprendere questo a scuola? E in quale modo la scuola ci educa a saper comunicare?

Partiamo dalla teoria di un illustre linguista del secolo scorso, **Roman Jakobson**. In essa, egli delinea **sei fattori** essenziali alla comunicazione, che sono: **mittente, messaggio, destinatario, contesto, codice e canale**.

	Mittente =	Colui che invia e codifica il messaggio
	Messaggio =	L’oggetto inviato e codificato
	Destinatario =	Chi riceve il messaggio e lo decodifica
	Contesto =	L’insieme della situazione generale e delle circostanze particolari in cui ogni evento comunicativo è inserito
	Codice =	Linguaggio o forma espressiva comune a mittente e destinatario
	Canale =	Connessione fisica e psicologica tra mittente e destinatario che consenta loro di stabilire la comunicazione e di mantenerla

Di questi sei, ce n'è uno in particolare che in tempi molto recenti ha subito un cambiamento epocale: il **"canale"**. Infatti, in questi anni abbiamo potuto assistere all'avvento di **internet** e dei **social**, che hanno **soppiantato** la **televisione** come **mezzo comunicativo principale**. Saper **confrontare** queste due tipologie di canale può aiutarci a capire meglio il panorama mediatico a cui assistiamo oggi, nonché il distacco generazionale che a volte percepiamo tra il mondo dei giovani e quello degli adulti.



1.2 Social o TV?

Partiamo dalla **televisione**: come è fatta? Vi sono un numero di programmi e canali **definito**, gestiti da uno **studio professionale**, che fornisce le informazioni in modo **passivo**, senza che gli spettatori possano reagire “in diretta” a ciò che viene loro proposto. I **social** e **internet**, invece, hanno un numero **illimitato** di fonti e voci, non sono professionali ma **accessibili a chiunque**, e ci permettono di **rispondere immediatamente** a ogni informazione tramite i commenti, o ricondividendo le informazioni ricevute.

Il modello televisivo porta a uno **spettatore tendenzialmente fiducioso** dei propri media, in quanto questi fattori rendono la televisione una fonte di informazioni in genere affidabile; quando però essa consegna una visione distorta del mondo, per errore o interesse, **non ci sono molte occasioni per contestarla e correggere le informazioni ricevute**.

Al contrario, i social permettono una rapida contestazione e correzione delle informazioni sbagliate, con lo svantaggio, però, di una **comunicazione caotica e difficilmente verificabile**, dal momento che **non esiste alcun filtro assoluto che permetta l'epurazione definitiva di errori e false rappresentazioni dal web**.

L'errore che spesso la nostra società commette – e questo capita in particolare tra gli **adulti** – è quello di applicare i **criteri** della televisione al mondo dei social, perché **non si è abituati a valutare criticamente** le informazioni ricevute dal canale multiforme e inaffidabile che è internet, facilitando il **proliferare di fake news** e di visioni del mondo che si allontanano sempre di più dalla realtà. **Noi giovani**, essendo nati in questo contesto, **siamo facilitati**, e nondimeno possiamo comunque cadere nelle **trappole** che questo modello comunicativo comporta. Proprio per questo **si rivela necessario l'allenamento costante del senso critico, che la scuola**

deve contribuire a formare; in sostanza, un continuo educarsi ai cambiamenti che il mondo della comunicazione ci richiede di saper affrontare oggi più che mai.

1.3 Che cosa significa “Influencer”?

Abbiamo detto che internet è tendenzialmente un luogo a cui si può accedere senza qualificazioni professionali, e tuttavia ciò non significa che grazie ad esso non siano sorte nuove figure professionali: parliamo degli **“influencer”**, un termine vago che comprende **molte figure diverse** legate all’informazione e all’intrattenimento, ma che hanno in comune il fatto di essere diventate **popolari principalmente grazie ad internet** e in modo spontaneo, con la semplice pubblicazione di contenuti; essi sono assimilabili anche nello **stile comunicativo**, in quanto, non essendoci alcun filtro tra loro e il pubblico, presentano sempre la propria persona nella sua interezza, con pregi e difetti, dando un’impressione di **naturalezza, spontaneità e autenticità**.

1.4 Alla ricerca del “bias”

Il fenomeno degli *influencer* è sia un **esempio positivo** delle **nuove opportunità** che internet ha portato nelle nostre vite, sia un ulteriore elemento che deve invitarci a tenere gli occhi aperti: come abbiamo detto, infatti, la difficile verificabilità delle informazioni provenienti da internet, unita alla parvenza di sincerità e spontaneità degli influencer, può renderci vulnerabili al **“bias”** delle fonti che guardiamo.



Bias =

È una forma di distorsione della valutazione causata dal pregiudizio. La mappa mentale di una persona presenta *bias* laddove è condizionata da concetti preesistenti non necessariamente connessi tra loro da legami logici e validi.

Che cosa ci garantisce che quella che stiamo vedendo è una visione equilibrata della realtà, non filtrata dalle opinioni di chi ce la presenta? Che cosa ci dà la certezza che i dati non siano stati scelti appositamente per supportare una precisa opinione a scapito della verità? Nelle fonti online, infatti, raramente le fonti stesse prevedono un “contraddittorio” strutturato, che vada al di là dei commenti, o una voce contraria all’opinione espressa, che offre una visione plurale su una data materia. Siamo dunque noi a doverci procurare vari punti di vista, diversificando le nostre fonti e non lasciando che una sola figura online diventi la guida delle nostre opinioni.



Contraddittorio =

Discussione pubblica fra due persone che sostengono e difendono opinioni contrarie



1.5 Gli Effetti Psicologici

In tutto ciò è molto importante comprendere quanto un influencer possa appunto **“influenzare”** gli utenti. Chi crea contenuti sui social spesso **non si rende conto** di quali possano essere le **conseguenze** di esporre con leggerezza i propri pensieri, fatti, idee politiche e sociali; e allo stesso tempo non possiamo aspettarci che, nella loro popolarità, gli influencer siano **competenti in ogni ambito**.

Molto spesso si creano veri e propri schieramenti sul web, dove ognuno si sente in dovere di **difendere** la propria celebrità preferita. In altre occasioni, invece, si finisce per scegliere appositamente di seguire solo quegli account che propongono **informazioni che confermano quello che già si crede**, finendo così per non metterlo mai in discussione. Si verifica un po' quello che viene cantato nel ritornello della canzone “La mia bolla” de I Post Nebbia: «*La mia bolla cammina con me, lo vedo solo ciò che vede lei*», benché dopotutto sia normale entrare in risonanza con quello che accade nella nostra bolla.

Oltre a ciò, si crea un secondo problema: noi utenti, soprattutto i più giovani, siamo portati inconsciamente a identificarci in ciò che vediamo, anche se restiamo consapevoli delle differenze che ci sono tra noi e gli altri. Il pensiero di perdersi esperienze piacevoli e gratificanti che coinvolgono persone conosciute o la tendenza a paragonarci continuamente all’immagine di sé che gli altri mostrano online – altri che ci sembrano sempre più felici di noi – con l’andare del tempo può portare alla paura di rimanere fuori, alla cosiddetta **“Fear of Missing Out”** (F.O.M.O.).

Queste dinamiche, unite alla sovrainformazione online, si sono mano a mano ingigantite fino a **limitare la nostra capacità di soffermarci su una singola informazione**, stimolandoci invece a passare sempre alla novità e allo stimolo successivi: basti pensare, per esempio, alla notizia della guerra in Ucraina, che di punto in bianco ha quasi completamente eclissato

l'emergenza Covid-19, proprio come ancor prima il lockdown aveva messo in secondo piano ogni altra notizia d'interesse pubblico.

Come ben spiegato dalla professoressa Marica Spalletta all'interno della "Rivista di scienze dell'educazione", nell' articolo "[Un anno dopo. I media nel "presente continuo" della pandemia](#)", durante le prime ondate di Covid gli stessi politici e scienziati si sono trovati in **difficoltà** nel comunicarci velocemente informazioni che necessitavano di più tempo per essere analizzate. Il bisogno fisiologico di informazione dei cittadini e l'esigenza di esercitare un adeguato controllo sulla crisi da parte dei nostri rappresentanti politici, infatti, hanno portato questi ultimi a dare **notizie inesorabilmente incomplete** e molto spesso in contrasto le une con le altre; situazione sicuramente non facilitata da chi in rete minava la loro autorità o screditava le ricerche scientifiche, in quanto lente o non soddisfacenti, causando inevitabilmente il proliferare di **fake news**.



2 CODICE ETICO PER LA COMUNICAZIONE

2.1 Le norme a tutela della comunicazione

Il continuo evolversi dei mezzi di comunicazione impone, come naturale conseguenza, l'esigenza di adeguare e aggiornare gli strumenti normativi preposti a vigilare su di essa. In particolare l'Unione Europea ha intenzione di agire su questo fronte creando dei meccanismi comuni di tutela per i cittadini europei anche sotto l'aspetto del digitale, cosa che appare ormai fondamentale.

Ci riferiamo in particolar modo a due testi. Il primo è il [Codice rafforzato di buone pratiche sulla disinformazione](#), che segue un precedente codice etico del 2018 sulla stessa materia e che pone la sua attenzione sui seguenti punti:

- Innalzare il livello di sicurezza contro tecniche, procedure e strategie di disinformazione;
- Creare nuovi strumenti che siano in grado di identificare con più facilità informazioni false;
- Garantire un dialogo costante tra piattaforme e fact-checkers;
- Identificare subito quel tipo di pubblicità in rete che non ha solo fini commerciali, ma anche, in senso lato, politici.

L'altro testo è il [Digital Services Act](#), un regolamento che vuole proteggere meglio i consumatori e i loro diritti fondamentali online e istituire un quadro efficace e chiaro in materia di trasparenza e responsabilità delle piattaforme online. Questo va a imporre alle piattaforme:

- Nuove misure per contrastare beni, servizi o contenuti illeciti online;
- Nuovi obblighi in materia di tracciabilità degli utenti commerciali nei mercati online, per contribuire a identificare i venditori di merci illegali;
- Misure di trasparenza per le piattaforme online su vari aspetti, compresi gli algoritmi utilizzati per i suggerimenti;

- Una struttura di vigilanza che rifletta la complessità dello spazio online, ossia un nuovo comitato europeo per i servizi digitali.

2.2 Social e libertà di espressione

Siamo tutti ben consapevoli del ruolo essenziale che i social, grazie alla loro capillarità, svolgono in materia di comunicazione e di diffusione di notizie, come si può facilmente dedurre dai miliardi di account che sono ospitati complessivamente sulle principali piattaforme. Questo li rende il luogo per eccellenza di discussione attorno a idee e opinioni personali, e tale situazione porta con sé un dibattito che sta trovando sempre maggiore centralità: **che cosa si intende per libertà di espressione su Internet?** E più in particolare, **chi decide cosa si può dire sui social network?**

Troviamo quindi due visioni distinte: quella di chi sostiene che, trattandosi di spazi gestiti da soggetti privati, è proprio a questi privati che spetta il diritto di decidere cosa e chi può restare online; e un'altra, contrapposta, secondo cui l'imposizione di limiti consisterebbe in una repressione della libertà di pensiero, dato il ruolo importante che hanno i social nel connettere le nostre idee ed essendo questi il luogo primario di espressione personale. Siccome diventa difficile trovare un equilibrio tra queste due tesi vogliamo lasciarci non con una risposta ma con una domanda: **fino a che punto imporre una regolamentazione ai social corrisponde alla tutela della società e oltre quale limite, invece, si sfocia nel soffocamento della libertà di espressione?**

2.3 Educazione a un corretto uso dei social

La libertà di espressione e di pensiero è un diritto costituzionale inviolabile. Però non si può negare che, nell'ottica del discorso che stiamo affrontando, questo fatto rappresenti anche un limite, perché favorisce la diffusione di false notizie, sia nella vita reale sia nel mondo dei *social network*, le cosiddette *fake news*. **Il problema delle fake news non è nuovo ma esiste da sempre, quello che cambia oggi è la modalità con cui si manifesta.**

In passato esse erano messe in circolazione dai governi, dalle istituzioni e dai mass media con lo scopo di ingannare il pubblico e veicolare false credenze. **Oggi quest'ultimo non subisce passivamente queste false notizie, ma partecipa in modo attivo alla loro diffusione** tramite le funzioni di *sharing*, repostandole in rete e favorendone una divulgazione più rapida e capillare.

Il *repost* e i *retweet*, ad esempio, non implicano necessariamente che l'utente sia d'accordo con le *fake news* che sta condividendo: la sua azione può essere anche a scopo di scherzo o per iniziare una discussione, ma, in assenza di fattori contestuali che smentiscono questa ipotesi, assumiamo di default che chi *reposta* un'affermazione sia d'accordo con quella affermazione.

Per contrastare la diffusione delle *fake news* è, quindi, necessario educare gli utenti a un corretto utilizzo dei *social network*, e questo intervento deve avvenire a un livello individuale, aziendale e governativo. **Le persone devono ricevere una formazione in materia di social, sia a scuola sia nelle famiglie, e devono poter disporre degli strumenti indispensabili per distinguere le fonti di informazione affidabili da quelle inaffidabili.**

Per quanto riguarda le aziende, sappiamo che esse si servono di algoritmi per mettere in campo una comunicazione a misura d'utente,

proponendogli solo notizie che rispecchiano il suo pensiero e che quindi sono attrattive per lui. Al contrario, ciò che dovrebbero fare è **esporre gli utenti a notizie il più possibile veritiere in grado di rispecchiare la complessità della realtà, al fine di costruire una società migliore, anche a scapito dei profitti delle imprese**. Infine, il ruolo dei governi è quello di garantire un **equilibrio** tra la libertà di espressione e la lotta contro la diffusione di contenuti che incitano all'odio e mettono a rischio la tenuta democratica.

Un esempio di educazione all'uso dei social è fornito da [Il Manifesto della comunicazione non ostile](#), il quale delinea 10 buone norme per un corretto utilizzo della Rete.



3 LA COMUNICAZIONE PARTE DAL "NOI"

3.1 Distanze che contano

Che cosa la Chiesa ci chiama ad essere?

Papa Francesco, nel [discorso ai giovani del 21 Novembre 2021](#), ci chiama ad essere liberi, autentici, e a diventare coscienza critica della società. A noi giovani, soprattutto a noi studenti, la Chiesa chiede tanto e il suo desiderio è di non risparmiarci sulle critiche verso di Lei. Per questo motivo mette in primo piano la nostra capacità di vivere e gestire **"fraternità aperte"**, capaci di un amore che va al di là delle barriere della geografia e dello spazio. Nell'enciclica ["Fratelli tutti"](#), il Pontefice sottolinea un'espressione di San Francesco d'Assisi, in cui si dichiara beato colui che ama l'altro «quando fosse lontano da lui, quanto se fosse accanto a lui».

Queste parole identificano le **molteplici possibilità** che noi giovani, e soprattutto noi studenti, possediamo nel creare reti sociali. E ciò accade sì a partire dal nostro quotidiano, ma raggiunge poi un contesto più ampio, sia online che non. Tali possibilità vanno dalla semplice nascita di nuove amicizie a vere e proprie occasioni di confronto formativo.

Simili reti, per forza di cose, sono collegate alle nostre capacità comunicative, **non sempre mature**, data la nostra giovane età. Ecco allora che la scuola potrebbe essere la prima a consegnarci quegli strumenti e quelle capacità necessarie per ampliare ancora di più le nostre competenze comunicative e, di conseguenza, le nostre possibilità.

Partiamo dalle basi, noi studenti sappiamo comunicare?

Può sembrare una domanda banale, ma quante volte ci è capitato di fraintenderci o leggere un messaggio diversamente da come l'aveva pensato l'emittente?

Non è sempre immediato capire qual è il messaggio che l'emittente invia in una conversazione, che sia digitale o verbale. **Molto spesso, infatti, ciò**

che viene detto a parole potrebbe essere in contrasto con ciò che il nostro corpo comunica. Parliamo della prossemica, dell'abbigliamento, della postura, della nostra gestualità, che rientrano nella cosiddetta “comunicazione non verbale”. Questa, insieme alla “comunicazione para-verbale” che comprende l’intonazione, i suoni e la modulazione della voce, arricchisce il nostro messaggio verbale.

L'incoerenza tra la comunicazione verbale, la para-verbale e soprattutto la non verbale, che condiziona il messaggio molto più delle due componenti precedenti, oltre a portare disagio al ricevente, può provocare veri e propri problemi nella vita di tutti i giorni, soprattutto in situazioni importanti come durante un esame o ad un colloquio di lavoro. Per questo **la proposta scolastica del nostro Paese non può non tener conto di questo importante tassello della nostra formazione.**

Oltre a ciò, la scuola e la famiglia di ogni studente hanno il difficile compito di insegnare uno stile comunicativo di carattere assertivo, cioè un atteggiamento positivo verso se stessi e gli altri, consapevole della presenza di dislivello d'età, competenze e potere che può crearsi nelle relazioni di ogni giorno, come nel rapporto tra studente e docente.

È proprio per tale ragione che in quest'ultima parte della nostra scheda vogliamo studiare come stanno le nostre scuole e come si muovono all'interno della società odierna.

3.2 Difficoltà fa rimuovere con possibilità

La comunicazione digitale all'interno delle scuole sembra restare un tabù. In un mondo che, dopo la pandemia, è andato digitalizzandosi troppo velocemente, le scuole purtroppo sembrano restare ancora indietro. La poca attenzione ai canali comunicativi e l'improvviso arrivo di una nuova modalità di apprendimento hanno stravolto l'intero mondo dei nativi digitali e dei loro insegnanti.

Ancora oggi, a due anni di distanza, possiamo dire che la scuola continua a non essere al passo con i tempi: **è tanta la disinformazione** (sia da parte degli studenti ma anche da parte del corpo docenti) su temi particolari come le *fake news*, l'impatto psicologico che i social hanno sui ragazzi, l'utilizzo corretto di questi nuovi strumenti in un contesto socio-scolastico non attenzionato come dovrebbe.

Che cosa vorremmo che si facesse di più?

Da un punto di vista formativo, la scuola potrebbe proporre agli insegnanti alcuni corsi d'aggiornamento (in particolar modo con esperti in questo ambito, come psicologi o tecnici) per entrare più a fondo nel mondo digitale. A causa della differenza generazionale presente in questo momento, sono ancora tanti i docenti che faticano a comprenderne il vero potenziale. Infatti, il nostro obiettivo è che le figure educative dei ragazzi provino a fare un passo avanti e riescano ad avvicinarsi al nuovo linguaggio dei giovani, così da creare un ponte tra le due parti, in modo da tutelare al meglio gli studenti e trasmettere loro la maturità e la consapevolezza proprie di un adulto.

In questo modo, non sarebbe diverso soltanto il metodo d'insegnamento usato dai docenti, ma cambierebbe anche il modo di approcciarsi, camminando di pari passo con quest'epoca moderna.

Per infondere maggiore consapevolezza agli studenti circa questa delicata tematica, una proposta sarebbe quella di potenziare e mettere in pratica il tema della **"cittadinanza digitale"**, già presente come punto fondamentale dei percorsi di educazione civica. Molti sono i giovani che si sentono estranei a questo mondo, al contrario di tanti altri che invece lo sentono così proprio da sottovalutarne i rischi e i pericoli. Parlare, confrontarsi e affrontare il tema del digitale all'interno delle proprie classi, con esperti o professori, potrebbe essere una buona base di partenza come primo punto di formazione. L'ideale sarebbe proprio quello di dedicare una serie di lezioni a questo argomento: la conoscenza del web, delle sue risorse e delle

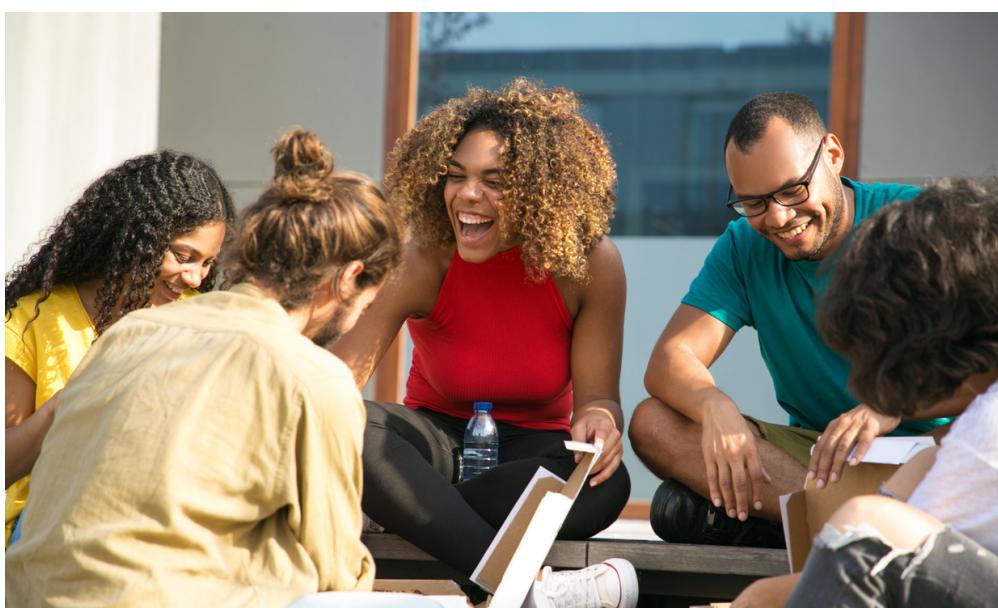
sue irregolarità; capire come saper distinguere delle *fake news* da informazioni reali, mantenendo sempre la neutralità delle informazioni.

Tutti questi spunti potrebbero essere accompagnati da esperti in campo, capaci di coinvolgere gli studenti non solo con la determinata tematica, ma creando per loro anche laboratori a partire dagli eventi concreti di ogni giorno.

E perché no, uno spunto sui PCTO?

Al giorno d'oggi, in ambito lavorativo, vengono richiesti tantissimi tipi di competenze, necessarie per vivere da protagonisti anche il mondo del lavoro. Si parla di alcune **soft skills** come il “teamwork”, la “leadership”, la “creativity”, che negli ultimi anni, in particolar modo a causa della pandemia, sono venute a mancare. È per questo che una delle possibili proposte all'interno delle scuole potrebbe essere il rafforzamento o la creazione di alcuni corsi di *soft skills*, validi come percorsi di PCTO. In questo modo, con l'aiuto delle aziende, degli studi privati e dei tutor, tutti gli studenti verrebbero proiettati alle varie abilità richieste oggi, sempre più legate ormai al digitale.

Adesso, però, tocca a noi studenti e msacchini fare la nostra parte! Abbiamo voluto trovare le basi su questa tematica, abbiamo studiato ed individuato gli strumenti. Siamo pronti ad informarci e connetterci?



4 PROPOSTA DI ATTIVITÀ

Traccia di attività

L'attività che vogliamo proporre ai nostri circoli, istituti o gruppi giovanissimi ha come obiettivo quello di utilizzare gli strumenti e le informazioni presenti all'interno di questa scheda formativa. Il fine è quello di farli propri e dare la possibilità ai nostri msacchini, compagni di istituto e giovanissimi, di saperli utilizzare nella vita di tutti i giorni.

L'attività sarà divisa in **tre parti** e ognuna ripercorrerà **un tema o uno strumento** trattato dalla scheda formativa.

La prima parte andrà a recuperare il tema delle *fake news* e avrà l'obiettivo di saperle riconoscere rispetto a notizie reali.

La seconda parte sottolinea l'importanza che nelle interazioni di tutti i giorni ricoprono non solo la comunicazione verbale ma anche quella non verbale e paraverbale.

Nella terza parte, invece, ci attrezzeremo con il Manifesto della comunicazione non ostile, con il quale studieremo la realtà sociale online, al fine di individuare se viene rispettato oppure no.

Progetto

Per la preparazione della **prima parte** occorrerà **individuare le notizie vere** tramite l'aiuto di giornali locali, pagine online di informazione ([come Will, Torchia, Agenda Politica](#)), o notizie online meticolosamente verificate.

Insieme a queste cercheremo notizie *fake* attraverso siti come [Bufale.net](#) o *fake news* accertate.

Il numero di notizie da preparare cambierà a seconda del numero di partecipanti.

Divisi in gruppi o tutti insieme verranno poi letti i testi, senza rivelare quali sono *fake news* e quali vere, ognuno poi voterà se per lui tale articolo è *fake* o veritiero.

Per la **seconda parte** dovremo cercare del **materiale digitale** (video di politici, personaggi del web, comizi, materiale mediatico in generale) che andremo successivamente ad analizzare.

La quantità di materiale da preparare cambierà a seconda del numero di partecipanti.

Si prenderà visione del materiale trovato e si procederà a un'analisi di quanto osservato tenendo conto della comunicazione verbale, non verbale, paraverbale, della prossemica, della gestualità, del tipo di parole usate, dell'intonazione, dei suoni, della modulazione della voce e della presenza o meno di uno stile comunicativo di carattere assertivo.

Ogni partecipante, durante la visione, annoterà le sue considerazioni e divisi in gruppo o insieme ci si confronterà (la modalità di confronto a seconda del numero di partecipanti, del materiale disponibile e degli spazi, può variare).

Nella **terza parte**, invece, avremo bisogno di ricercare materiale online. Esso può essere una conversazione partita da un commento sotto un post su Instagram, un articolo online di qualche blog conosciuto o anche un qualsiasi post di un influencer che conosciamo. Utilizzando il testo de "[Il Manifesto della comunicazione non ostile](#)", in gruppi o tutti insieme, andremo ad analizzare i testi trovati per valutare se i 10 principi di stile, utili a migliorare lo stile e il comportamento di chi sta in rete, siano o meno rispettati.

4.1 Materiali di approfondimento

- [La mia bolla de I Post Nebbia](#)
- [La paura di essere disconnessi. Cosa è la Fear Of Missing Out \(FOMO\)](#)
- [Che cosa si intende per libertà di espressione su Internet?](#)
- [Chi decide cosa si può dire sui social network?](#)
- [Linee guida per l'insegnamento dell'educazione civica](#)