

Frammento

"Frammento: un'esperienza interattiva tra tecnologia e comportamento umano".

Candidato

Leonardo Marisio

Relatore

Andrea Di Salvo

Politecnico di Torino

Dipartimento di Architettura e Design,
Design e Comunicazione Visiva
Tesi di Laurea di primo livello
A.A. 2023/24



**Politecnico
di Torino**

Abstract

Questa tesi esamina il funzionamento dei sistemi tecnologici e informativi in relazione al comportamento umano. La ricerca si avvia con l'analisi dei dati più rilevanti, mettendoli in correlazione per delineare un quadro attuale. Successivamente, si esplorano le problematiche individuali e sociali legate all'adozione delle tecnologie, le influenze esercitate dai nuovi media nella quotidianità e le conseguenze derivanti.

L'approccio adottato comprende un'indagine preliminare per definire la situazione attuale, seguita da un progetto di natura "speculative" volto a suscitare interesse e a evidenziare situazioni sociali contemporanee spesso difficili da identificare e soggette a disinformazione. L'obiettivo principale è stimolare un dibattito pubblico, evitando che decisioni cruciali siano delegate ad altri, e promuovere la consapevolezza sociale.

Il progetto non rappresenta la conclusione di un percorso, ma piuttosto un passaggio intermedio nel processo di consapevolezza collettiva, offrendo una direzione verso il pensiero critico anziché una soluzione definitiva. L'intento è di favorire una comprensione approfondita delle dinamiche sociali e tecnologiche attuali, stimolando un dialogo costruttivo e informato.

In conclusione, questa tesi contribuisce a dare un punto di vista diverso delle interazioni tra tecnologia, informazione e comportamento umano, con l'obiettivo di sensibilizzare e promuovere un pensiero critico e informato nelle decisioni sociali e individuali.



Introduzione

1.0

Rapporto uomo-macchina e design **1.1**

10-13

Correlazioni tra social media e salute mentale **1.2**

15-23

Scenario

2.0

Traffico digitale: engagement, big data e disinformazione **2.1**

26-32

Le implicazioni di un algoritmo, l'intelligenza artificiale **2.2**

34-37

La sfida **2.3**

38-39

L'intervento istituzionale e la sensibilizzazione **2.4**

40-45

Casi studio

3.0

Uncanny mirror

50

Vivid text

51

Dark room experience

52

Learning to see

53

Activator

54

Amusing Ourselves to Death

55

Indice

0.0

My Iphone is my mother

56

La settimana algoritmica

57

Doggle

58

Distant Distraction, Foul Breach, Separate Sensation

59

Not Here, Not Now

60

Mental Order

61

Progetto

4.0

Definendo **4.1**

64-67

Concept **4.2**

68-73

Visual Identity **4.3**

74-77

Lo spazio **4.4**

78-83

Esperienza video **4.5**

84-101

Conclusioni

5.0

Le interviste

104-107

Introduzione

RAPPORTO UOMO-MACCHINA E DESIGN.
CORRELAZIONI TRA SOCIAL MEDIA E SALUTE
MENTALE.

Rapporto uomo-macchina e UX design

Da millenni l'uomo ha cercato di estendere le proprie capacità attraverso l'uso di **strumenti e macchine**. L'era digitale, tuttavia, ha segnato una trasformazione radicale nella natura di questa relazione, portando ad una **simbiosi** sempre più profonda tra esseri umani e tecnologia.

Se prima la conversazione si verificava esclusivamente tra esseri umani, oggi si verifica con un tramite tecnologico, che a sua volta può essere in grado di "conversare" con altri computer e altre persone.

Così come la tecnologia nel tempo ha progredito con una rapida espansione, anche gli strumenti utilizzati sono stati migliorati e perfezionati in base alle esigenze dell'uomo, che in modo bilaterale seguono il progresso della tecnica, dipendendo l'uno dall'altro.

Un passaggio chiave nel campo del design contemporaneo in questa diretta relazione è la branca del **UX/UI**, che pone le sue radici nell'**ergonomia**, scienza che all'inizio del 1900 propose dei principi che avrebbero reso le attività lavorative più efficienti e convenienti. Mezzo secolo dopo Henry Dreyfuss pubblicò nel 1955 *Designing for people*, dove mise in risalto l'importanza di **comprendere il comportamento umano**, le capacità fisiche e cognitive degli utenti e le loro preferenze estetiche.

Chi cognò il termine User Experience è Don Norman nel '95, quando con il suo team lavorarono alla Apple Computers andandolo poi a definire con un esempio: "*Nessun*

Introduzione

1.1

prodotto è un'isola. Un prodotto è più di un prodotto. È un insieme di esperienze coese e integrate. Pensa a tutte le fasi di un prodotto o servizio, dalle intenzioni iniziali alle riflessioni finali, dal primo utilizzo all'aiuto, all'assistenza e alla manutenzione. Fai sì che loro funzionino perfettamente insieme."

L'UX è quindi l'insieme di pratiche per far sì che un prodotto abbia una serie di caratteristiche come l'essere piacevole, divertente, intuitivo ma pur sempre in base al suo contesto e che tenga quindi conto della percezione prima e della risposta dell'utente poi. Da qui provengono anche diversi termini diventati parte integrante del vocabolario dei progettisti, come il **feedback**, ovvero quell'output che da un riscontro immediato all'utente sull'azione appena svolta, l'**affordance**, la percezione dell'utente sul cosa può fare verso un determinato oggetto/interfaccia e il **mapping** la trasparenza che un'azione comporta sull'interfaccia stessa. Il design quindi come metodo sviluppa una visione sempre più inclusiva nei confronti dell'utente, cambiando anche il modo di percepire un oggetto, dovendo adempiere a dei bisogni e funzionare attraverso delle forme che ne esprimono dei significati di usabilità.

Oltre al puro lato teorico, nella praticità del mercato queste logiche di progettazione vengono utilizzate in base a target di riferimento, e di conseguenza lo scopo del progetto sta nell'**intenzionalità** che il progettista vuole dare al prodotto in sé, diventando in un qualche modo fautore delle possibilità dell'utente.

Di norma un prodotto funzionante e utile è già di per sé interessante, se in più viene riconosciuto come innovativo allora è ottimo, al contrario se ha carenze nell'intenzionalità della propria funzione difficilmente può rientrare in un buon progetto. Ancora, esiste la possibilità, che un prodotto possa avere le caratteristiche del sopracitato "good design" esprimendo la propria funzione ed essendo innovativo di per sé, tralasciando però

implicazioni ambientali, sociali o tecnologiche che non lo rendono quindi sostenibile sotto questi punti di vista. Quindi, anche se un prodotto sociale può essere progettato con un'intenzionalità chiara nel perseguire determinati obiettivi (come l'interazione degli utenti), potrebbe mancare di una prospettiva sostenibile da un punto di vista contestuale e quindi sociale, contribuendo al propagarsi di problemi più ampi nella società. Un parallelismo storico può essere di come, spiegato da Victor J. Papanek in "Design for the Real World", negli anni '20 e '30 già il design proponesse soluzioni per pochi, e con una scarsa funzionalità. Le sedie di ispirazione De Stijl sono l'emblema di una seduta scomoda, ma interessante e accessibile solo ad una determinata fascia di popolazione, che non risolve nessun problema dell'uomo se non quello egocentrico del designer nel produrla. /1

/1
V.J. Papanek,
Design for the Real
World, pp. 17,
(1971)

Oggi la dicotomia è proprio opposta, ovvero strumenti estremamente innovativi e scientificamente adattati all'uso pratico dell'utente, che ancora però necessitano di un'educazione nell'**utilizzo consapevole**. Il ruolo del designer anche oggi sta in quel bivio, prendere una scelta conoscendo non solo l'ambito ristretto di un prodotto o servizio, ma come questo ha una ricaduta sull'intero sistema. Solo con una **visione olistica** si possono anteporre bisogni e criticità che presumibilmente potrebbero far accedere ad un ventaglio di soluzioni più innovative nella sostenibilità sociale, e quindi più vicine al reale bisogno umano.

Nel mondo reale quasi sempre il bisogno è legato alla risoluzione di un problema funzionale, mentre nell'ecosistema digitale le cose sono un po' diverse. La strada sembrerebbe essere quella di spostare molti dei momenti quotidiani su app, piattaforme e sistemi digitali che per molti aspetti **semplificano** e **aiutano** realmente le persone, ma che alla base si reggono economicamente grazie ad un binomio intrattenimento-pub-

blicità non sempre così etico. Caratterizzando in larga parte l'uso che ne fanno i più, creando così nuovi mercati che fanno leva su tipologie di **utenti estremamente fragili** (bambini, preadolescenti, adolescenti) portando in alcuni casi a disturbi comportamentali più o meno gravi. L'indagine successiva si focalizza appunto sul tema della **salute mentale**, delinendo un scenario sociale in rapida evoluzione con le relative ricerche settoriali che mostrano un gap ancora da colmare nell'individuazione e classificazione dei disturbi.



2001



Fig.1 Steve Jobs presenta pubblicamente l'Ipod nel 2001



Fig.2 Ritratto fotografico del designer Victor J. Papanek

1.2

Correlazioni tra tecnologia e salute mentale

L'ascesa dirompente dell'utilizzo di smartphone, internet e di tutti quei sistemi collegati ad esso (IoT) ha ridefinito il mondo circostante, plasmando esperienze e aspetti della vita di ognuno di noi. In questo contesto digitale in costante espansione, la pervasività di dispositivi interconnessi ha portato ad un **cambiamento dirompente** nei modi in cui interagiamo, apprendiamo e viviamo la nostra vita quotidiana. Questa trasformazione ha impatti significativi su molteplici settori, influenzando sia l'ambito personale che quello sociale. Dall'accesso immediato all'informazione alla possibilità di connettersi istantaneamente con chiunque nel mondo, la connettività digitale ha aperto a nuove frontiere, cambiando la natura stessa delle nostre **relazioni**, del **pensiero** e dei nostri **momenti di svago**.

Tuttavia, questo rapido aumento della digitalizzazione solleva anche questioni importanti riguardo la nostra salute mentale, alle dinamiche sociali e alle **sfide etiche**. In questo contesto in continua evoluzione, esplorare gli impatti e le sfide dell'avvento tecnologico diventa cruciale per comprendere appieno il modo in cui stiamo deliberando la nostra esistenza nel mondo contemporaneo.

L'inizio della pandemia nei primi mesi del 2020 (in Italia) ha notevolmente accelerato il **processo di digitalizzazione** in molti settori. Questo fenomeno non è stato semplicemente una risposta all'emergenza sanitaria, ma ha segnato nel medio periodo in tutto

il mondo una trasformazione più ampia nel modo di vivere. Molte delle attività che una volta richiedevano la nostra presenza fisica sono state ridefinite attraverso servizi di delivery, lezioni online, app di fitness, telemedicina e una vasta gamma di piattaforme streaming per impegnare il tempo libero, e con i social media come link di riferimento. La pandemia ha fatto da **catalizzatore** di un processo inevitabile che prima o poi sarebbe accaduto, spingendo la società verso una rapida adozione di soluzioni digitali che non solo hanno permesso di mantenere un certo grado di "normalità" nel periodo di restrizioni, ma che estendendosi sta modellando in breve tempo la nuova quotidianità, tracciando una linea netta tra il prima e il dopo.

Per avere un quadro più ampio della tendenza nell'uso tecnologico globale e individuale bisogna andare indietro nel tempo di qualche anno.

Dai dati si nota come dal 2013 al 2023 l'utilizzo globale medio giornaliero per persona è quasi raddoppiato passando da 1h e 37 minuti a 2h e 31 minuti.

Con il tasso di penetrazione più alto nei Paesi europei: il 76.7% nei Paesi del Sud (Spagna, Portogallo, Italia, Grecia) e l'83.6% nei Paesi del Nord (Norvegia, Svezia, Finlandia, Islanda e Danimarca). Complessivamente nel mondo il rapporto scende leggermente a 6 persone su 10 che utilizzano i social (4.3 miliardi di persone hanno un account). **/2** Se invece si allarga l'analisi all'utilizzo dello smartphone, (considerando uso giornaliero

/2
Social media - Statistics & Facts
statista.com

2.600

tocchi sullo schermo / al giorno **/3**

/3
Mobile touches: a study on how humans use technology, Dscount.com

8h39min

screen time / al giorno

8-18 anni, in USA **/4**

/4
The Common Sense Census: Media Use by Tweens and Teens, pp.15, (2021)

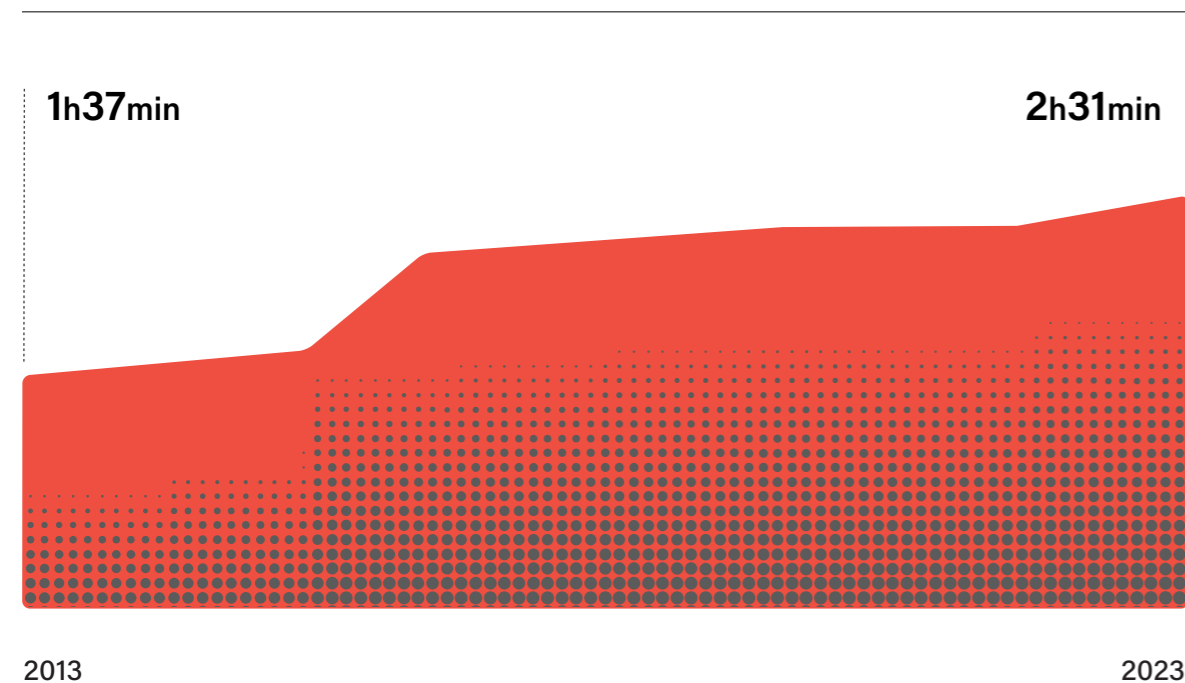
40,6%

dei giovani adulti con problemi di sonno a causa di uso eccessivo dei social media

/5
The Common Sense Census: Media Use by Tweens and Teens, pp.15, (2021)

totale) si nota come **in Italia il 60%** lo usa da un **minimo di 3 h** ad un **massimo di 8 h**, il 15% più di 9 h (Statista).

Le medie globali non mostrano grandi differenze, si tratta infatti di **tendenze mondiali**, dove solo pochi Paesi non tecnologicamente avanzati, con poche possibilità di accesso ad Internet e/o dispositivi, registrano appunto dati contrastanti, probabilmente ancora per poco.



uso medio social media / al giorno /2

Nella nomenclatura psicologica la dipendenza viene suddivisa nei termini inglesi “**addiction**” e “**dependence**”. Con addiction si vuole definire una condizione generale, in cui la dipendenza psicologica da una sostanza o da un oggetto spinge alla ricerca dell’oggetto stesso, senza il quale l’esistenza sembra priva di significato; con dependence, invece, si intende la dipendenza fisica e chimica, ovvero la condizione in cui l’organismo necessita di una determinata sostanza per funzionare e quindi la richiede.

Questo distinguo apre dunque alla discussione scientifica di come ci siano ancora da fare grandi passi avanti nel classificare quelle dipendenze (“addiction”), che non per forza necessitano di una sostanza psicoattiva per determinarle, ma che rientrano in **dipendenze comportamentali** (“non-drug-related behavioral addictions”). Si può dire che sono di rilevanza recente e di questo gruppo ne fanno parte le dipendenze da shopping compulsivo, lavoro eccessivo, gioco d’azzardo e altre legate alla sfera sentimentale/sessuale. /6

Nello specifico, nel **DSM-5-TR** (Manuale Diagnostico e Statistico dei Disturbi Mentali), il documento di riferimento per gli specialisti del settore, viene preso in considerazione il “**disturbo da gioco da Internet**” (Internet Gaming Disorder, IGD), suggerendo, come detto in precedenza, che sia un concetto da ampliare sotto un quadro più ampio ovvero nella “dipendenza da internet”, intesa come dipendenza comportamentale.

Un altro testo di riferimento nell’ambito della salute è l’International Statistical Classification of Diseases (ICD, ultima versione n°11), è uno standard di classificazione delle malattie e dei problemi correlati, stilata dall’Organizzazione mondiale della sanità (Oms) e rappresenta un valido strumento per gli studi statistici ed epidemiologici. /7

/6
Consiglio Superiore di Sanità.
I disturbi da Addiction nelle dipendenze non legate all’uso/abuso di sostanze, (2022).

/7
Caretto V., La Barbera D.
Le dipendenze patologiche. Clinica e psicopatologia, (2005).

"I disturbi dovuti a dipendenza comportamentale sono sindromi riconoscibili e clinicamente significative associate a disagio o interferenza con le funzioni personali che si sviluppano a seguito di comportamenti ripetitivi gratificanti diversi dall'uso di sostanze che producono dipendenza. I disturbi dovuti a comportamenti di dipendenza includono il disturbo del gioco d'azzardo e il disturbo da gaming, che possono coinvolgere sia comportamenti online che offline."

Descrizione dei disturbi dovuti a Dipendenza Comportamentale, ICD 11

Facendo un passo indietro, già nel 1999, Young riconosciuto come uno dei più importanti ricercatori in questo campo, scriveva come l'uso patologico di Internet, fosse un "disturbo del controllo degli impulsi che non comporta intossicazione, ma che altera in modo significativo e evidente il funzionamento di una persona in tutti gli ambiti della sua vita". Questo modo di vedere la dipendenza si può considerare avveniristico, data l'incertezza attuale nel classificare la dipendenza nei manuali di riferimento. Per accertare il problema, quindi, circoscrisse una serie di comportamenti devianti secondo il quale se presenti 5 su 8 nell'ultimo anno, si potesse diagnosticare il disturbo. Inoltre sviluppa uno strumento per la diagnosi, chiamato "Internet Addiction Diagnostic Questionnaire" (IADQ), che elenca i corrispettivi otto criteri di dipendenza. /8

/8
Young KS.
Caught in the net: how to recognize the signs of internet addiction and a winning strategy for recovery, (1998).

Inoltre è utile introdurre il concetto della **psicologia del Sé**, che amplia lo spettro delle criticità fa parte della psicodinamica*, di cui a loro volta fanno parte altre teorie significative nel campo, come la teoria delle pulsioni, dell'attaccamento, e la psicologia dell'Io.

"Orientamento (detto anche psicologia dinamica), proprio di autori e correnti della psicologia del profondo, che antepone i processi alle manifestazioni osservabili della vita mentale, ricercandone cause e fini in fattori che si sottraggono al riconoscimento immediato della coscienza". /9

/9
Definizione
Psicodinamica
wikipedia.com

Infatti nell'era digitale, i social media assumono un ruolo chiave nella costruzione e rappresentazione del Sé soprattutto nei **pre-adolescenti** ed **adolescenti**. Nella bibliografia del settore già da anni vengono sollevati questi temi. Per esempio il libro "Alone Together", Sherry Turkle esplora l'impatto delle tecnologie digitali sul nostro Sé. Evidenziando come da un lato, offrono nuove opportunità per costruire e presentare la nostra

identità online e dall'altro, possono portare facilmente a narcisismo, confronto sociale perenne, perdita di autenticità e dipendenza dalla tecnologia. Tuttavia, Turkle riconosce anche il potenziale delle tecnologie digitali per la connessione sociale, la creatività e l'apprendimento. Come però fanno sapere gli esperti, nella ricerca contemporanea che esamina le motivazioni alla base dell'uso dei social media, ci si è spesso soffermati sugli aspetti positivi. Quello che invece è stato testato attraverso una ricerca qualitativa dagli stessi è che alla base ci siano anche motivazioni anomale: il meccanismo disfunzionale della **FOMO**, la **nomophobia** (no-mobile fobia), la pressione tra pari per la presenza e l'interattività costanti online e la necessità di **ipercontrollo**. Queste teorie aiutano a comprendere quanto siano potenti i mezzi che si utilizzano quotidianamente, e quanto a volte, l'utilizzo venga sottostimato se studiato nel breve periodo. /10

Nello specifico le principali dinamiche del processo di costruzione identitaria nei social network includono:

Presenza e Assenza: il profilo online può riflettere sia la presenza che l'assenza dell'individuo, creando un'identità complessa e sfaccettata;

Aspetto performativo: le azioni compiute nei social network contribuiscono a definire l'identità online di una persona, simile al modo in cui le azioni nella vita reale definiscono il sé;

Riflessione continua dell'io: l'identità online riflette continuamente l'io attraverso la mediazione tecnologica, evidenziando l'importanza delle parole e delle azioni online per la costruzione dell'identità;

/10

Melina A. Throuvala,
Mark D. Griffiths, Mike
Computers in
Human Behavior.
Volume 93,
pp. 164-175
(2019).

Ricostruzione continua: ogni connessione a un social network permette una diversa organizzazione e vivificazione dell'identità online, consentendo una continua ricostruzione del sé basata su vari aspetti identitari disseminati nel web. /11

Come suggerito in precedenza lo snodo principale sta nell'avere un bilanciamento tra rappresentazione reale e virtuale di Sé, che solo attraverso un uso responsabile e consapevole può essere raggiunto.

In definitiva risulterebbe importante che la comunità scientifica prendesse una posizione univoca, stabilimento metodi di screening adeguati al tipo di dipendenza in questione, iniziando nel **proteggere** quelle categorie più a rischio come **bambini e ragazzi**. Di fondamentale importanza sarebbe introdurre **misure educative** atte alla prevenzione dei soggetti e al riconoscimento di pericoli comuni, così da poter controllare e mitigare quei tipi di comportamenti che incorrerebbero in un peggioramento della salute mentale nella vita delle persone.

/11

Papacharissi, Z.
A Networked Self:
Identity, Community,
and Culture on
Social Network Sites.
Routledge.
(2010).



Scenario

TRAFFICO DIGITALE: ENGAGEMENT, BIG DATA E
DISINFORMAZIONE.
LE IMPLICAZIONI DI UN ALGORITMO,
L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE.
LA SFIDA.
L'INTERVENTO ISTITUZIONALE E LA
SENSIBILIZZAZIONE

Traffico digitale: engagement, privacy e disinformazione

Oltre all'individuazione dei comportamenti a rischio che potrebbero causare diverse tipologie di disturbi, esistono nell'infrastruttura digitale una serie di implicazioni, che impattano in modo più ampio nella società, rimanendo spesso difficili da identificare. Partendo dal sistema algoritmico che premia i contenuti che riscuotono più engagement favorendo pratiche poco etiche passando poi per le violazioni della privacy, e la gestione dei dati, finendo con i fenomeni di disinformazione. Lo scopo è di mettere in luce le falle di un fenomeno in rapida evoluzione, che spesso a discapito dell'interesse collettivo, utilizza strumenti e dati per modificare e indirizzare il pensiero di gruppi di persone, pilotando addirittura le "grandi scelte" in molti Paesi del mondo.

Introduzione all'Engagement Digitale

Partendo dal significato attribuitogli, nel mondo del marketing, di fatto l'engagement, è il **tasso di coinvolgimento del pubblico** e viene definito prendendo in considerazione il numero di interazioni di risposta ad un contenuto. Nel caso specifico è il rapporto tra il numero di follower di una determinato profilo e le interazioni totali (like, commenti,

Scenario

condivisioni, salvataggi) moltiplicato per 100 ed espresso in percentuale.

La stessa formula si può applicare prendendo in considerazione un social, sommando il numero di utenti totali e dividendoli per il numero di interazioni globali create dagli utenti, dando così come risultato la percentuale di engagement totale di un determinato social media.

Risulta essere un fattore essenziale per l'economia della piattaforma che basa i propri guadagni e il mercato connesso, sull'utenza attiva e targettizzata, quella più spendibile per la vendita di pubblicità.

Ma non soltanto, oltre ad una questione meramente economica, il vantaggio di avere un **engagement rate alto** porta ad un flusso di comunicazioni ed interesse maggiori, rendendo la **piattaforma** sempre più **centrale** come mezzo per la diffusione e la comunicazione di messaggi, rafforzando la community, e diventando un asset strategico. Ogni social media si specializza su peculiarità diverse, così da diversificarsi nel mercato sia per età che per tipologie di fruizione, come qualsiasi altro prodotto o servizio. Non è un mistero come certe modalità di fruizione vadano incontro a target più giovani rispetto ad altre focalizzate su altri range d'età.

Nella sua globalità negli ultimi anni l'uso dell'utente medio si è sta trasformato. Una tendenza recente registra forti cali nella tolleranza d'attenzione ai video, motivo scatenato dall'**iper-esposizione di contenuti**, portando così contro mosse da parte dei SNS proponendo soluzioni sempre più veloci, innescando un effetto a catena producendo più stimoli e di conseguenza **alzando i livelli di dopamina** nell'utente per mantenere e aumentare i tempi di esposizione.

Il caso studio per eccellenza in questo senso è la nascita dei video "reels", che attraverso un apposita sezione diventa un incentivo ad aumentare il prolungamento dell'esposizione sui social, garantendo engagement rate più alti rispetto alla fruizione iniziale

(alternanza video e immagini, nella classica “home” di svariate piattaforme).

Un pò come scritto per le slot machine in “Addiction by Design” di Natasha Dow Schüll, il principio di come diversi input derivanti da un interfaccia, dei suoni abbinati a dei rinforzi portano i giocatori d’azzardo a peggiorare la dipendenza. Potrebbe essere proprio per questo motivo che l’ICD-11, ha iniziato ad **introdurre questo tipo disturbo** partendo dagli studi del “**gambling disorder**” (GD).

A questo si aggiunge il fatto che i SNS godano di una maggiore tollerabilità sociale, e quindi non vengono percepiti così dannosi e “addictive”, come invece da anni le slot e altri sistemi simili e surrogati.

Privacy e big data

*In statistica e informatica, la locuzione inglese **big data** (“grandi [masse di] dati”) indica genericamente una raccolta di dati informatici così estesa in termini di **volume**, **velocità** e **varietà** da richiedere tecnologie e metodi analitici specifici per l’estrazione di valore o conoscenza. /12*

Il termine è utilizzato dunque in riferimento alla capacità (propria della scienza dei dati) di analizzare ovvero estrapolare e mettere in relazione un enorme mole di dati eterogenei, strutturati e non strutturati (grazie a sofisticati metodi statistici e informatici di elaborazione), al fine di scoprire i legami tra fenomeni diversi (ad esempio correlazioni) e prevedere quelli futuri. I big data possono essere utilizzati per diversi scopi tra cui quello di misurare le prestazioni di un’organizzazione nonché di un processo aziendale.

/12

Big Data,
[wikipedia.com](https://it.wikipedia.org/wiki/Big_Data)

Scenario

Questi “data” provengono dall’insieme di tutte quelle informazioni e preferenze che sono state condivise, caricate, archiviate su internet. Informazioni che diventano fondamentali nel momento in cui, in un mondo globalizzato e interconnesso, si voglia ricreare il classico binomio domanda-offerta, che segue le **leggi del mercato** rendendo quanto più possibile sostenibile economicamente l’intero scambio di beni e servizi anche attraverso il canale digitale.

Nella fattispecie all’interno dei SNS le informazioni fornite dall’utente che reagisce a contenuti **dichiarando così interessi**, sia in modo attivo mettendo like o commentando per esempio, ma anche in modo passivo come i tempi di esposizione ad un video, rientrano in quella che viene definita profilazione. Tutta questa serie di informazioni, che ci definiscono in un certo senso, tramite gli algoritmi si trasformano in **proposte di contenuti** che potrebbero interessarci, in modo progressivo e immediato, e in base al comportamento di risposta, l’algoritmo si auto-corregge, conoscendo meglio giorno dopo giorno l’utente.

Molte delle motivazioni che hanno spinto a questo metodo rientrano nel modello di business tipico dei SNS, offrendo agli inserzionisti la possibilità di mirare le loro pubblicità a segmenti di utenti specifici in base a determinati criteri demografici e d’interessi. Queste preferenze vengono quindi aggregate e rese anonime per garantire la privacy, evitando una corrispondenza specifica tra il nostro nome e i dati specifici.

Dunque i dati degli utenti risultano di fondamentale importanza per la **sostenibilità economica della piattaforma**, ed è per questo motivo che lo sforzo dei SNS sia quello di comprendere sempre meglio i comportamenti per avere il maggior numero d’informazioni da poter vendere e quindi generare nuovi profitti.

Disinformazione

La diffusione di disinformazione che viene creata attraverso queste tipologie di dinamiche è facilitata dall'**agevole comunicazione** e dalla sua portata. Risaputo come il fenomeno delle **"fake news"**, e dei titoli **"click bait"** abbia modellato il mondo dell'informazione, dettata dal **bisogno vorace dell'utenza** di essere sempre costantemente aggiornata su qualsiasi tema proposto e dal bisogno di monetizzare da parte dei media.

Un report dell'Università di Oxford ha evidenziato come esistano organizzazioni coinvolte nella disseminazione di notizie false per raggiungere obiettivi politici, economici o sociali. Attraverso l'uso mirato di **notizie fuorvianti** o completamente false hanno così potuto **plasmare** l'opinione pubblica e **influenzare** il dibattito su questioni cruciali.

In Cina per esempio il governo non si è limitato ai confini nazionali ma bensì ha cercato di manipolare il dibattito attraverso fake news riguardanti le proteste di Hong Kong iniziate nel 2019. /13

Anche Paesi democratici come gli USA, si sono trovati protagonisti di fatti analoghi. Un caso divenuto largamente di dominio pubblico è stato quello tra **Facebook e Cambridge Analytica** (2018) dove l'azienda di Mark Zuckerberg in questione rilevò i dati di migliaia di persone, senza il loro consenso, per rivenderli poi ad un partito in corsa per le presidenziali, sfruttandoli per questioni di propaganda politica.

Si riuscì a pilotare così gli stati d'animo dei cittadini, attraverso contenuti mirati che avvaloravano posizioni estremiste in discorsi quali difesa personale e immigrazione alterando i risultati delle successive elezioni. /14

Fu uno scandalo molto grave che permise di mettere in luce il problema, e che si trat-

/13

nytimes.com,
China Is Waging a
Disinformation War
Against Hong Kong
Protesters,
(2019).

/14

ilpost.it,
Il caso Cambridge
Analytica spiegato
bene,
(2018).

tasse di una questione seria quella del valore dei dati personali, facendo progredire la legislazione in materia di diritto alla privacy, come il GDPR.

Le azioni di microtargeting politico che attraversano i SNS non sono le uniche cause della disinformazione, un altro aspetto che emerge è il fenomeno chiamato **"eco-chamber"** o camere di risonanza. Il fenomeno si insidia dietro il flusso di post, video e informazioni che popolano il feed di ogni utente ed è definito come una camera virtuale dove idee, credenze e opinioni vengono amplificate all'interno di un contesto chiuso ed omogeneo nel quale visioni divergenti non trovano posto e in aggiunta i soggetti sono convinti di confrontarsi tra di loro, continuando, in realtà, a sentire **l'eco della propria voce** e delle proprie opinioni. /15

Il pericolo che ne consegue è proprio quello della polarizzazione di gruppo, fenomeno emblematico della grande frammentazione sociale derivante da un sistema nel quale **la comprensione reciproca tra gruppi viene meno**. *"All'interno di un gruppo sociale la polarizzazione di gruppo consiste nella tendenza degli individui membri ad assumere sistematicamente e in modo graduale delle posizioni (atteggiamenti) che sono più estreme rispetto alla media delle posizioni iniziali dei restanti membri"*. /16

Se da una parte tale architettura basata su un filtraggio costante, risulta deficitaria nella condivisione di informazioni ed esperienze, dall'altra potrebbe andare a compromettere l'autonoma formazione di pensiero: per ogni cittadino, infatti, la libertà di pensiero necessita del confronto di punti di vista e opinioni differenti.

In un recente studio, sono stati comparati i feed dei differenti SNS (Facebook, Twitter/X e Reddit) con **diverse architetture e algoritmi**, per verificare quali fossero più inclini ad aiutare la formazione di echo chamber e quali meno.

/15

treccani.it,
Il mercato delle
informazioni e
l'illusione dell'echo
chamber,
(2021).

/16

wikipedia.com,
Polarizzazione
(psicologia sociale).

L'analisi definisce questo "filtro bolla" in due criteri:

I. "la **polarizzazione delle opinioni** rispetto a un argomento controverso";

II. "le **interazioni omofile tra utenti** (l'argomento), ovvero la preferenza di interagire con colleghi che la pensano allo stesso modo."

Se quest'ultimi stabiliscono l'aspetto qualitativo, definendo in due parametri, dall'altra parte vengono analizzati 1mld di dati provenienti dai rispettivi 1mln di utenti che li hanno generati, per studiare il fattore quantitativo. Il risultato mostra come Facebook e Twitter sui temi controversi individuati (es. anti-Vax e pro-Vax), aiutino a formare questi gruppi polarizzati, che non scambiano con l'esterno, estremizzando le proprie ideologie, a differenza di Reddit dove accade in minor quantità. /18 Questo dimostra come, anche la **struttura del feed** e i **tipi di algoritmi** possono essere un elemento fondamentale nella creazione di questo fenomeno.

/18

Cinelli Matteo, et al.
Echo chambers on
social media:
A comparative
analysis,
(2020).



Fig.3 Mark Zuckerberg a processo sullo scandalo con Cambridge Analytica

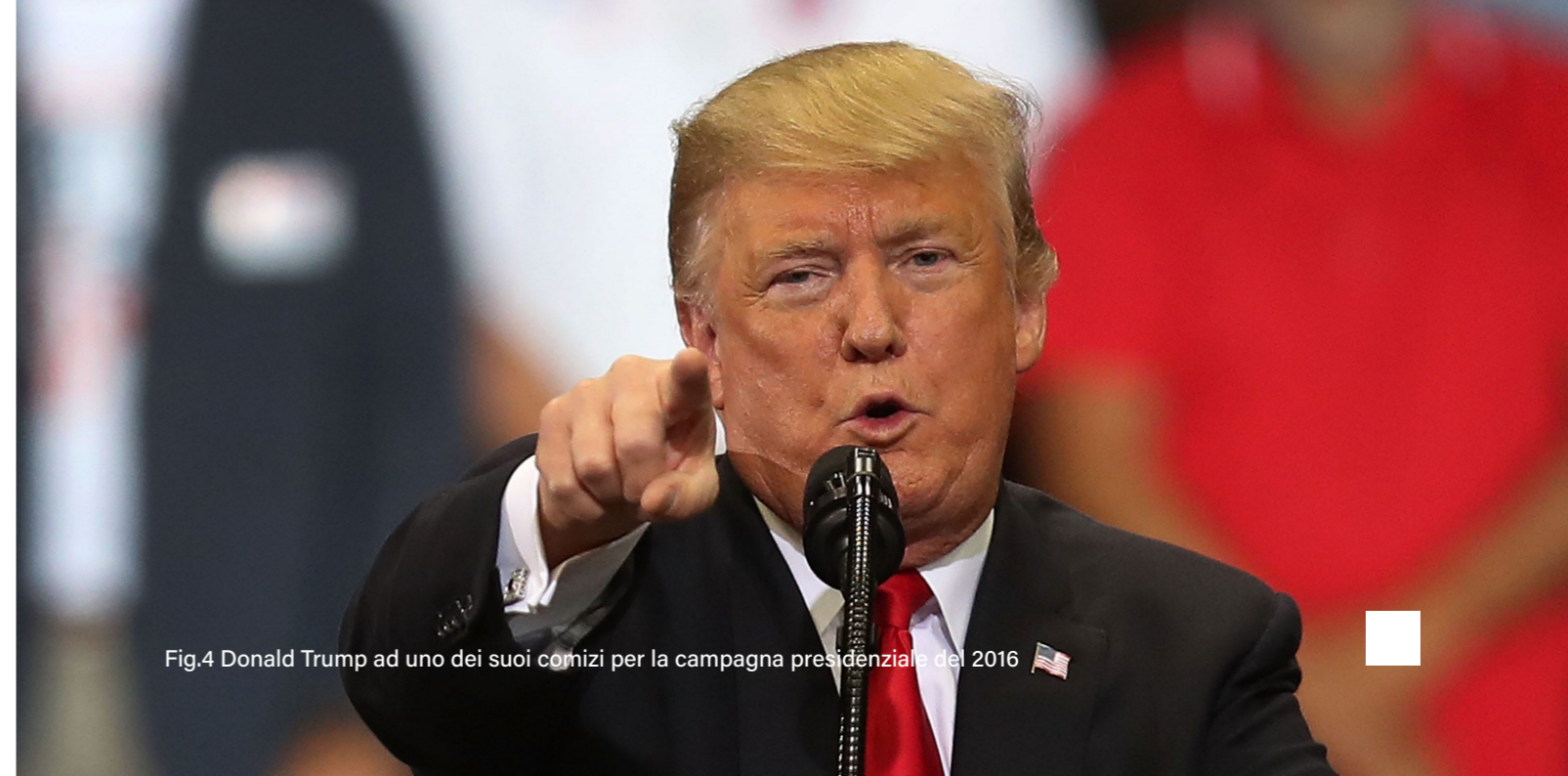


Fig.4 Donald Trump ad uno dei suoi comizi per la campagna presidenziale del 2016

Le implicazioni di un algoritmo: l'intelligenza artificiale

L'avvento dell'Intelligenza Artificiale (IA) sta scolpendo un nuovo paesaggio digitale, soprattutto nei social media sta modificando in modo sostanziale le dinamiche di engagement e contribuendo a fenomeni quali la **dipendenza da social media** e la diffusione di **disinformazione**. In questo contesto, gli algoritmi di apprendimento automatico si sono rivelati protagonisti di un profondo cambiamento strutturale, dando forma a un'esperienza digitale altamente personalizzata e, allo stesso tempo, suscitando preoccupazioni sul fronte della manipolazione informativa.

La personalizzazione dei feed è uno dei tratti distintivi introdotti dall'IA nei social media. Gli algoritmi sofisticati, alimentati da dati comportamentali degli utenti, puntano a massimizzare l'engagement rate attraverso la presentazione di contenuti che risultano più performanti rispetto ad altri. Tuttavia, questo processo ha generato una targetizzazione estrema, dando vita a una sorta di "**filtro-bolla**" informativa. Gli utenti sono costantemente esposti a contenuti che confermano le loro opinioni preesistenti, riducendo la diversità delle informazioni a cui sono esposti, un meccanismo a cui è difficile sottrarsi. /19

La nascita di un modello algoritmico legato alla fruizione di contenuti online è da attribuire alla "Netflix Prize competition". Nel 2006 infatti l'azienda americana offrì 1 milione di dollari per aumentare del 10% il tasso di successo del software "Cinematch" nel prevedere quali

/19
Eli Pariser
The Filter Bubble:
What the Internet is
Hiding from You.
(2011).

Scenario

film avrebbero voluto vedere i propri clienti, e per far ciò rese pubbliche circa 100 milioni di valutazioni su una base di 17 mila film. Nello stesso periodo "Simon Funk" pensò di utilizzare un **modello matematico chiamato SVD** (Singular Value Decomposition), il quale ora è alla **base di tutti i social network**.

Nel tempo la competizione per l'attenzione degli utenti ha sempre maggiormente spinto gli algoritmi a favorire contenuti sensazionalistici e polarizzati, poiché il messaggio che arriva in modo dirompente è quello che prende una posizione forte, ed è più facile che possa sortire una risposta immediata, e quindi alzare i parametri di visibilità. Su Facebook, per esempio, ricerche hanno evidenziato come i **contenuti** che evocano **forti emozioni siano più inclini ad essere condivisi**. Questo meccanismo di amplificazione ha alimentato la creazione di contenuti estremi, contribuendo alla frammentazione dell'opinione pubblica online, rendendo più difficile il confronto tra le persone sui temi discussi. /20

/20
Eytan Bakshy et al.
Science,
Vol 348,
pp. 1130-1132.
(2015)

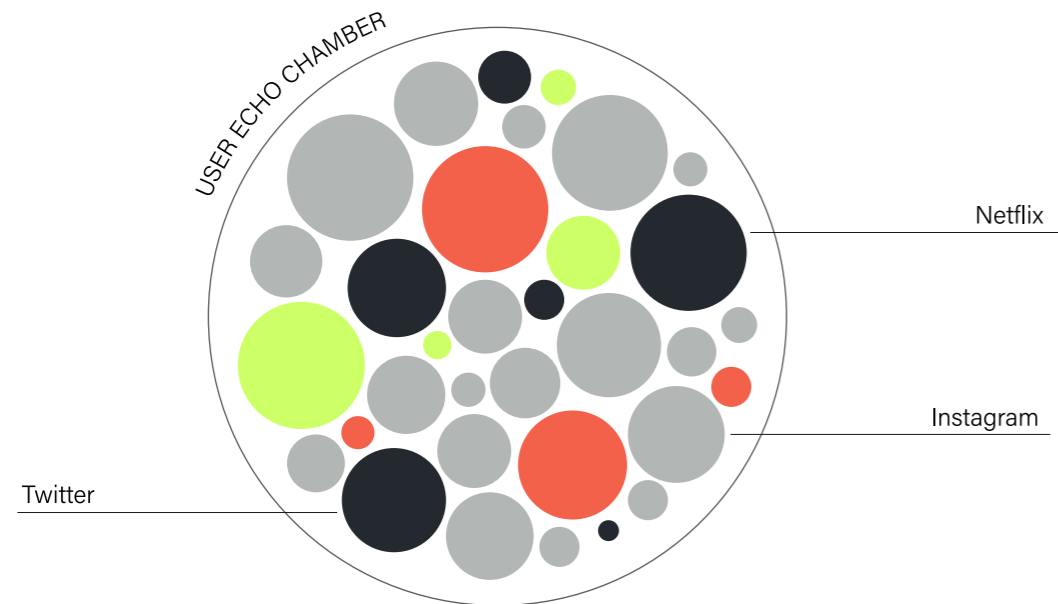
La personalizzazione ad-hoc dei feed, inoltre, sta alimentando una crescente dipendenza da social media. Gli utenti sono immersi in un ambiente altamente gratificante, dove ogni interazione viene ottimizzata per massimizzare l'engagement. Questa **personalizzazione eccessiva** può portare ad una sorta di dipendenza comportamentale, poiché gli utenti sono costantemente stimolati da contenuti su misura (capitolo 1.1). E non solo, perché il set in cui si è inseriti, è studiato nei minimi dettagli per **prolungare l'esposizione** e richiamare l'attenzione non appena ci si assenti. Parallelamente, l'IA ha introdotto una nuova dimensione nella diffusione dell'informazione distorta. Gli algoritmi di apprendimento automatico analizzano le preferenze degli utenti, e propongono contenuti personalizzati che risuonano le loro convinzioni. Altre analisi sottolineano come le fake news online abbiano una diffusione significa-

tivamente maggiore rispetto a quelle tradizionali, sollevando interrogativi importanti sulla responsabilità etica delle piattaforme. /21

La sfida per il futuro sarà bilanciare la ricerca di un engagement ottimale con la necessità di preservare un ambiente informativo sano, diversificato e responsabile. La **responsabilità etica** nell'implementazione e nella gestione degli algoritmi di apprendimento automatico diventa cruciale per garantire l'integrità delle interazioni digitali e la fiducia degli utenti nel servizio erogato.

/21

Allcott, Hunt, and
Matthew Gentzkow.
"Social Media and
Fake News in the
2016 Election."
(2017).



"I social network sono un fenomeno positivo ma danno diritto di parola anche a legioni di imbecilli che prima parlavano solo al bar dopo un bicchiere di vino, senza danneggiare la collettività. Ora questi imbecilli hanno lo stesso diritto di parola dei Premi Nobel".

Dichiarazione di Umberto Eco, Università di Torino, 2015

La sfida

La sfida principale è trovare un modo per comunicare un **problema prevalentemente latente**, ma che influenza significativamente l'ambiente vitale in cui viviamo. Questo tema è sempre più centrale nei dibattiti in vari campi, come il settore medico, finanziario, della sicurezza e dell'informazione. In ognuno di questi ambiti, l'implementazione di automazioni algoritmiche cresce quotidianamente.

Nella crescente **alfabetizzazione digitale** emergono numerose utenze con criticità e punti di forza diversi. Un aspetto strettamente legato ai nostri tempi è il "digital divide", che divide le persone in due grandi categorie: chi sa usare il digitale e chi no, per ragioni economiche, anagrafiche o di abilità.

Tutte le persone capaci di utilizzare il digitale potrebbero diventare parte attiva nella creazione di questo nuovo sistema, modellandolo a propria immagine e somiglianza. Questo può variare dal programmatore che costruisce "lo spazio e la tecnica" al content creator che opera per esigenze comunicative o speculative di un nuovo mercato.

Tra tutti gli utilizzi, quello maggiormente d'impatto è la connessione delle persone su piattaforme social. Queste piattaforme sono estremamente potenti nel mondo dell'informazione e nella formazione delle idee collettive. Un esempio significativo è l'acquisizione di Twitter da parte di Elon Musk nel 2022. All'epoca, Musk era l'uomo più ricco

del mondo e la sua mossa rappresentava una chiara dichiarazione d'intenti: diventare il gestore di un grande megafono. Le differenze tra Elon Musk e un utente medio di "X" (precedentemente noto come Twitter) sono molteplici. La **disparità di potere** tra i due è enorme e questa determina il nuovo spazio digitale, che, seppur condiviso, presenta molte disuguaglianze. Poche persone con grande potere riescono a proiettare la loro influenza su grandi masse attraverso azioni di propaganda. Queste masse sono spesso suscettibili e incapaci di filtrare le informazioni per vari motivi (tempo, sovrabbondanza di informazioni, istruzione, ecc.).

Il risultato è uno strumento molto potente nelle mani di pochi.

In questo contesto, lo **speculative design** è utile per ipotizzare diversi scenari che facciano luce su concetti complessi spesso ignorati nell'attualità. La necessità di mettere in evidenza questi problemi deriva dal nuovo modo di intendere la realtà. Siamo alle fondamenta dell'era di internet, dove molto è stato creato e molto altro si creerà. È lecito, quindi, **interrogarsi** se la direzione presa sia quella preferibile e quanto siamo soddisfatti di ciò che viene proposto.



L'intervento istituzionale e la sensibilizzazione

La crescente digitalizzazione della società contemporanea ha reso imprescindibile l'alfabetizzazione digitale non solo per gli studenti, ma per l'intera popolazione. Diverse iniziative sono state lanciate a livello istituzionale e non istituzionale per sensibilizzare e formare le persone sulle competenze digitali necessarie per navigare e prosperare nel mondo digitale.

Il **Piano d'Azione per l'Educazione Digitale 2021-2027** della Commissione Europea rappresenta una delle iniziative più rilevanti per l'educazione digitale in Italia. Questo piano ambizioso mira a **migliorare le competenze digitali di studenti e insegnanti**, supportando l'infrastruttura digitale nelle scuole con una connettività Internet veloce e dispositivi adeguati, e promuovendo l'uso delle tecnologie digitali come strumenti pedagogici innovativi. Gli obiettivi principali del piano includono la **diffusione delle competenze digitali** di base e avanzate, il **potenziamento della didattica digitale** e l'**integrazione delle TIC** (tecnologie dell'informazione e della comunicazione) nei curricula scolastici. Secondo i dati recenti, l'Italia ha fatto progressi in queste aree, con un aumento del 15% delle scuole dotate di connessione a banda larga veloce e un incremento del 20% degli insegnanti che hanno completato corsi di formazione sulle competenze digitali rispetto al 2019, un dato ancora ristretto. **/22** Tuttavia, persistono ancora sfide, in particolare nelle aree rurali dove l'accesso alla tec-

/22
Commissione Europea.
Digital Education Action Plan 2021-2027. Bruxelles. (2021).

Scenario

nologia è più limitato.

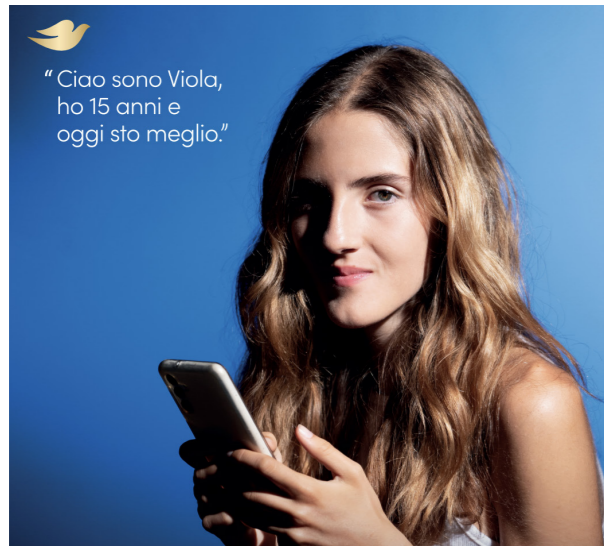
Parallelamente, il quadro **DigCompEdu** si pone come strumento essenziale per valutare e migliorare le competenze digitali degli insegnanti, fornendo un riferimento dettagliato per l'**insegnamento** e l'**apprendimento** efficaci in un'era digitale. Il framework DigCompEdu suddivide le competenze in sei aree principali: coinvolgimento professionale, risorse digitali, insegnamento e apprendimento, valutazione, responsabilizzazione degli studenti, e facilitazione delle competenze digitali degli studenti (Redecker, 2017). Le prime valutazioni indicano che l'adozione di DigCompEdu ha portato a un miglioramento misurabile nelle competenze degli insegnanti, con il 70% degli insegnanti italiani che riferiscono un **aumento della loro capacità di integrare strumenti digitali** nella didattica quotidiana. **/23**

/23
Ministero dell'Istruzione.
Rapporto sull'implementazione del quadro DigCompEdu. (2022).

In Italia, diverse iniziative sono state lanciate già in passato, per sostenere l'educazione digitale in linea con le direttive europee. Il **Piano Nazionale Scuola Digitale (PNSD)** è una delle principali strategie italiane, introdotta dal Ministero dell'Istruzione per promuovere l'innovazione digitale nelle scuole. Il PNSD prevede una serie di azioni, tra cui la formazione degli insegnanti, l'implementazione di strumenti digitali nelle classi, e lo sviluppo di competenze digitali tra gli studenti. Questo piano ha visto un aumento significativo degli investimenti negli ultimi anni, con oltre 1 miliardo di euro stanziati per **migliorare l'infrastruttura digitale** e le **competenze tecnologiche** nelle scuole italiane. **/24**

/24
Ministero dell'Istruzione.
Piano Nazionale Scuola Digitale. (2015).

Nonostante questi sforzi, l'Italia continua a confrontarsi con diverse sfide. La disparità tra le regioni in termini di accesso alle risorse digitali rimane significativa, con le aree rurali e del Sud Italia che spesso ricevono meno investimenti rispetto alle aree urbane e del Nord. Tuttavia, le politiche e gli investimenti continuati a livello nazionale ed europeo stanno contribuendo a **ridurre queste disuguaglianze**, fornendo un accesso più



Qual è l'impatto reale del mondo virtuale?

A chi vede già la propria bellezza e chi ancora non la scorge.
 A chi si sente in un corpo sbagliato.
 Non abbastanza magro, non abbastanza tonico.
 Non abbastanza, mai abbastanza.
 A chi vive con gli occhi incollati allo smartphone, rifugiandosi in una realtà distorta. Fatta di messaggi dannosi, finzione e canoni estetici irraggiungibili.
 A chi è alla ricerca del benessere fisico e mentale, a chi è già sul percorso giusto.
 Questa è la mia, la nostra, la vostra storia. La storia di tanti giovani.
 Oggi possiamo riscriverla insieme.



Firma la petizione su [Change.org](https://www.change.org) per proteggere i giovani dai messaggi dannosi trasmessi sui social media, attraverso un percorso educativo nelle scuole

Fig. 5
Banner della campagna di sensibilizzazione "Il costo della bellezza", 2023

equo alle opportunità di apprendimento digitale.

Dalla ricerca scientifica però si apprende che gli "Internet Addiction Disorder" esistano e colpiscano un gran numero di persone, ma ad oggi l'intervento su questa minaccia è ancora assai limitato all'avanguardia nella strumentazione, facendo sì che i numeri crescano di giorno in giorno.

La causa principale sta nella scarsa educazione digitale data in larga parte dai geni-

Scenario

tori e dagli insegnanti delle scuole primarie, che si ritrovano a dare consigli a bambini nativi digitali che imparano autonomamente le regole del web. Gli insegnanti non si sentirebbero preparati adeguatamente nell'**educare i propri studenti**, come descrive il rapporto DESI del 2022, attestando che **solo il 36%** del personale italiano sarebbe pronto (sotto media OCSE). **/25**

Di fondamentale importanza è che ci sia una rete tra famiglia e docenti per affrontare il tema dal momento iniziale in cui il bambino comincia ad utilizzare il telefono, poichè se formato in tempo, ci sono più possibilità di instaurare una consapevolezza nel mezzo. Al contrario, più si avanza con l'età e più diventa difficile correggere comportamenti disfunzionali, divenuti normalità.

Per questo motivo sarebbe utile approfondire il tema tenendo conto che non solo bambini e ragazzi della "Generazione Alpha" siano in pericolo ma bensì comprendere quelle fasce che hanno da tempo finito o stanno concludendo percorsi di formazione, come ragazzi e giovani adulti, ad oggi gli utenti più esposti come tempi di utilizzo e senza percorsi educativi adeguati e ormai lontani dall'autorità genitoriale.

Solitamente nella comunicazione e/o divulgazione di temi sociali, le strategie per far passare il messaggio passano attraverso la sensibilizzazione, con lo scopo di raggiungere più persone possibili. Molto spesso infatti il target è rappresentato dalla maggior parte della popolazione o comunque da un gran numero di questi. Di conseguenza come strumento può avere un grande impatto nei numeri ma con minore potere risolutivo del problema, poichè le **campagne di sensibilizzazione** tendono ad avere un **tono istituzionale** e poco vicino alle persone, risultando a volte quasi un rimprovero dell'alto. Per rendere la campagna efficace a supporto della comunicazione vengono implementati eventi o veri e propri seminari che approfondiscono aspetti fondamentali del tema con un approccio educativo, dove è possibile inoltre avere un feedback immediato con

/25
<https://www.agendadigitale.eu/scuola-digitale/competenze-digitali-dei-docenti-un-gap-da-colmare-strumenti-e-risorse-utili/>

gli utenti, ed il caso della campagna realizzata a fine 2023 da Dove (Unilever). Una delle più recenti nell'ambito educazione digitale è stata "**Il Costo della Bellezza**" con la cooperazione tra Dove, Cittadinanzattiva e Social Warning - Movimento Etico Digitale. Insieme hanno creato una serie di contenuti tra cui il video della storia di Mary, una ragazza che crescendo ha subito le conseguenze reali di contenuti di bellezza dannosi proposti sui social media.



Fig. 6
Comunicazione della campagna di sensibilizzazione "Disconnessione digitale", 2024

In questo caso il target è composto principalmente da donne di tutte le età, nella fattispecie da una parte madri e figure genitoriali, dall'altra le giovani adolescenti.

La CTA è **firma la petizione** per "richiedere al sistema scolastico e alle Istituzioni che, all'interno dei Piani di Offerta Formativa delle scuole primarie e secondarie, si preveda un **percorso educativo specifico** e approfondito sull'**uso consapevole dei social media**, dando piena attuazione alla **legge n. 92/2019** sull'educazione civica nelle scuole."

Un altro esempio recente è la campagna "Disconnessione digitale" prodotta da Dentsu Creative per Fondazione Progetto Itaca (promuove programmi di informazione, prevenzione, supporto e riabilitazione rivolti a persone affette da disturbi della salute mentale e alle loro famiglie), che attraverso una **strategia DOOH** (Digitale Out Of Home), porta nelle strade banner digitali (video, full motion e statici), puntando ad un'estetica contemporanea, vicina agli adolescenti che si discosta da quella più classica ed istituzionale che viene preferita per queste tipologie di comunicazione, risultando così più vicina al target di riferimento. Il messaggio portato è basato sulla **disconnessione** e di preferire di vivere l'offline a discapito del digitale, ma senza demonizzarne l'uso. In tutti i banner a lato viene specificato che l'abuso dell'utilizzo del digitale porta a varie conseguenze, questo bilancia il bisogno comunicativo principale, che invece è più "catchy". La campagna è stata attuata ad inizio 2024 su tutto il territorio nazionale italiano.



Casi studio

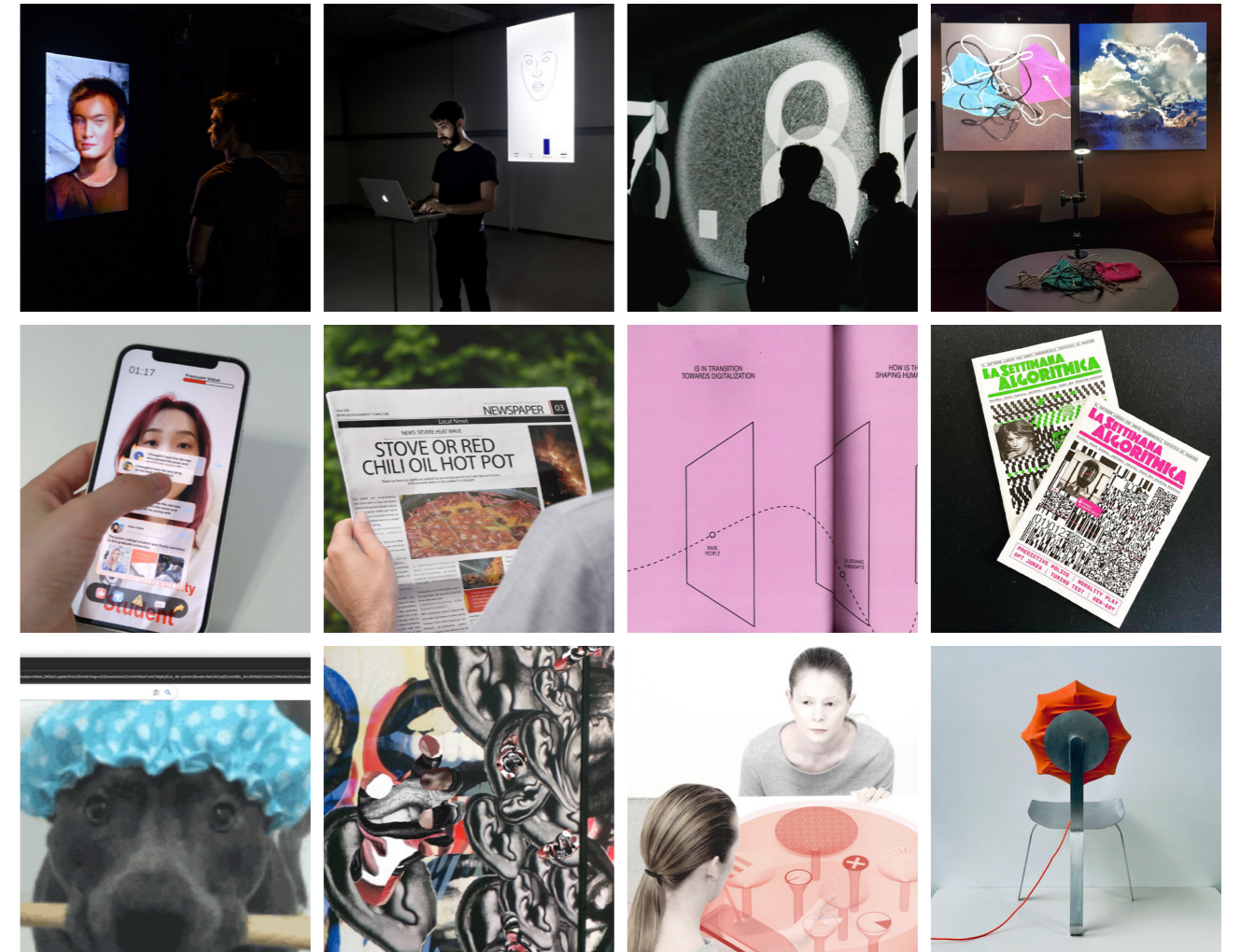
UNCANNY MIRROR/ VIVID TEXT/DARK ROOM
EXPERIENCE/ LEARNING TO SEE/ ACTIVATOR/
AMUSINGOURSELVESTODEATH/MYIPHONEISMY
MOTHER/ BETWEEN HYPE AND HYPERREALITY/
DOGGLE/ DISTANT DISTRACTION, FOUL BREACH,
SEPARATE SENSATION/ NOT HERE, NOT NOW/
MENTAL ORDER/

Casi studio

La scelta dei casi studio si basa su progetti di concept visivi che in modo diverso indagano le nuove tecnologie e il **rapporto che l'uomo ha con esse**, e in molti casi il pretesto deriva proprio dall'esplorazione mediale con strumenti comunicativi innovativi, altamente tecnologici. Si concentra quindi sull'analisi delle varie modalità di comunicare un tema che ha molte implicazioni complesse. Infatti molto spesso ci si trova davanti a "progetti speculativi", in cui gli artisti/designer mostrano una possibile visione di ciò che rappresenta il tema tecnologico nel suo complesso.

Il focus scelto, è in quel tipo di proposte che provengono dal **"basso"** dagli stessi artisti/designer che fanno parte del tessuto sociale a discapito delle campagne di sensibilizzazione, intese come forme istituzionali.

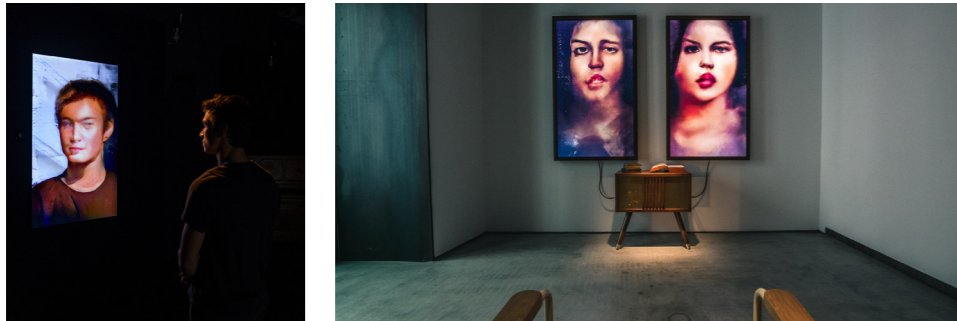
Questo per mettere in evidenza il **ruolo del progettista** come attore sociale.



Uncanny mirror

Mario Klingemann

2022



Caso 1

Immagine 12,13,14,15 Exhibition di Londra e Berlino, momenti didattici con i ragazzi

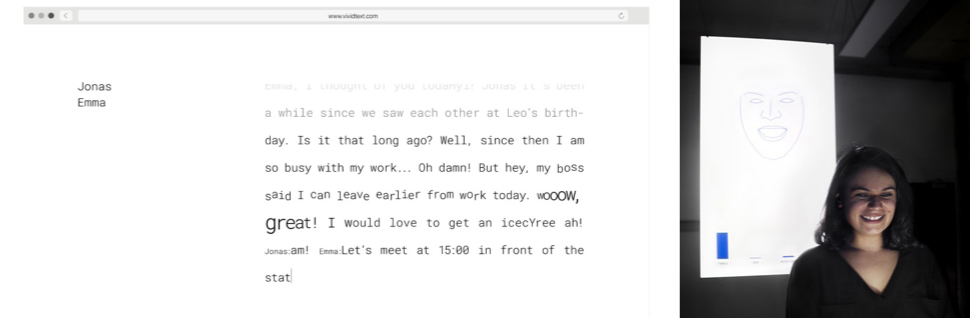
Riconoscere sé stessi in uno specchio è un'abilità umana di base, che ci distingue dalla stragrande maggioranza delle specie animali. Dai 20 mesi circa, si è consapevoli della propria immagine; questa certezza è messa in discussione da Uncanny Mirror, un'opera d'arte creata dal pioniere dell'IA Mario Klingemann. Utilizzando l'intelligenza artificiale, questa installazione interattiva produce ritratti digitali in tempo reale degli spettatori. Analizza i marcatori facciali biometrici e le informazioni sulla posa e sui movimenti delle mani, per poi presentare un'immagine "pittorica" basata su tutto ciò che ha visto in precedenza. Un riflesso di come la macchina vede il suo osservatore. Per Klingemann, la cui arte basata su IA spesso esplora la forma umana, il pubblico è "un'interessante fonte di dati", input che contengono imprevedibilità e rischio. L'installazione impara costantemente, assimilando i dati di tutti coloro che guardano in questo insolito specchio e ogni volto che produce contiene qualcosa di quelli precedenti.

*live interaction, algorithm
data-set, self-image*

Vivid text

Annegret Bönemann

2022



Caso 2

Immagine 12,13,14,15 Exhibition di Londra e Berlino, momenti didattici con i ragazzi

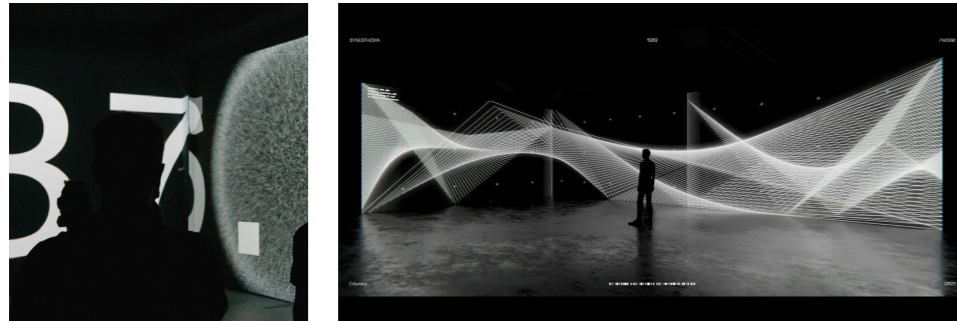
Annegret Bönemann ha creato uno strumento di comunicazione online che incorpora aspetti non verbali degli scambi da persona a persona. "Vivid Text" costituisce un passo avanti nella comunicazione basata sul testo incorporando l'essenza di una vera conversazione. Trasmette emozioni nell'aspetto delle lettere ed emula la volatilità di un discorso, ad esempio lasciando sparire il testo digitato, dopo un certo tempo. "Vivid Text" riconosce le espressioni facciali e le risposte emotive degli utenti, come le risate, e le riproduce fedelmente in modo sensibile nel messaggio digitato. Il testo scompare durante la lettura, il che richiede un impegno per il presente, come negli incontri fisici. Poiché i messaggi vengono trasferiti lettera per lettera, consente interruzioni in tempo reale. Rompendo con i dettami dell'efficienza, Annegret ha potenziato la comunicazione text-based per facilitare modi più completi di capirsi a vicenda.

*visual research, editorial
design, man-machine*

Dark room experience

Wearepenombra

2021



Caso 3

Immagine 12,13,14,15 Exhibition di Londra e Berlino, momenti didattici con i ragazzi

Il progetto comprende una serie di video interattivi nei quali l'utente è messo al centro della relazione con le macchine in senso visivo. Il percorso è composto da 5 stanze, dove la prima in ordine è la numero 00. Una stanza buia che fa da l'accesso alla stanza 01, "Odyssey", si inizia a familiarizzare con l'utente rappresentando visivamente i dati, estrapolati da diverse "bank", come la natura, uomo, spazio, computer e IA. La 02, "Link", permette di utilizzare dei bottoni e delle leve (MIDI console) collegate ad una immagine generativa e lettering sullo schermo, in base agli input dati dall'utente distorce digitalmente l'immagine.

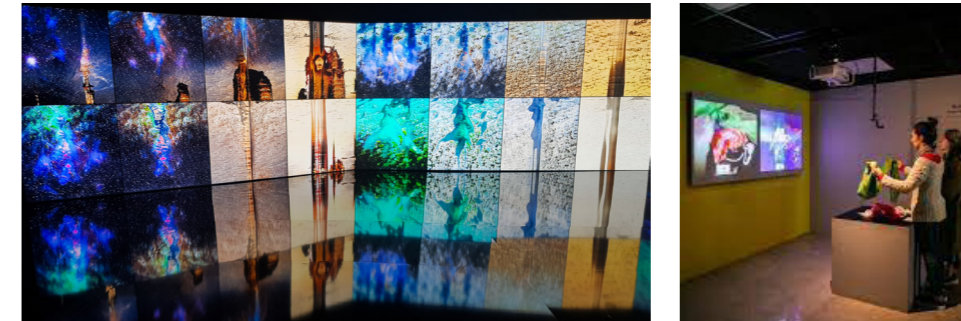
La 03, Alterego, collega i movimenti di una persona davanti ad una camera in forme, colori e lettering a video, lasciando uno spazio creativo molto ampio. L'ultimo, la 04, "Synthesys" si collega a quello precedente fornendo la stampa dell'ultima creazione. Nel complesso l'obiettivo è di avvicinare le persone al mondo dei dati attraverso il design, con strumenti innovativi.

*interactive experience,
man-machine, dataset*

Learning to see

Memo Akten

2017



Caso 4

Immagine 12,13,14,15 Exhibition di Londra e Berlino, momenti didattici con i ragazzi

In questo progetto, Akten utilizza le reti neurali per esplorare il modo in cui noi (e la tecnologia che usiamo) comprendiamo il mondo. Akten chiarisce i modi in cui gli algoritmi di intelligenza artificiale vengono addestrati su set di dati specifici e come il loro addestramento influenza i modi in cui le reti neurali danno un senso alle riprese della telecamera dal vivo. Nelle parole dell'autore, "Può vedere solo ciò che già sa, proprio come noi".

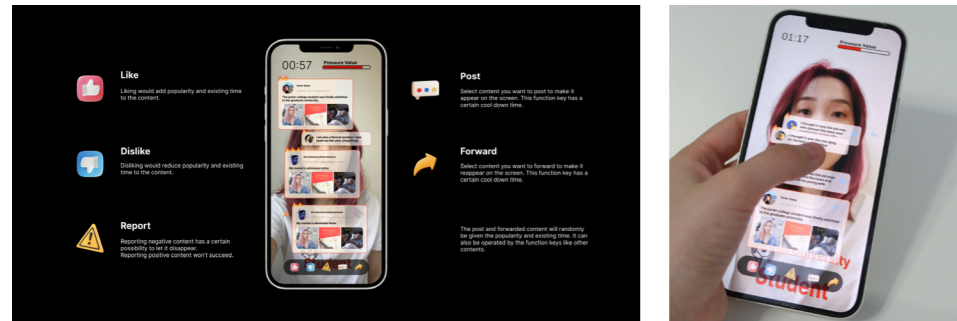
Akten mostra come una rete neurale non addestrata abbia senso di un feed di telecamere dal vivo. I membri del pubblico sono in grado di diventare parte dell'input della rete neurale e del processo di apprendimento visivo attraverso una telecamera di sorveglianza dal vivo. La rete neurale trova e ottimizza i suoi modelli di riconoscimento, prevedendo gli input futuri e dimenticando gli input passati che non incontra di nuovo nel tempo. Con la crescente prevalenza del software di riconoscimento e l'ubiquità delle telecamere, l'installazione di Akten solleva domande sulla sorveglianza e su quali reti neurali sono addestrate a cercare.

*interactive experience,
visual art, man-machine*

Activator

Jiayue Guo

2023



Caso 5

Immagine 12,13,14,15 Exhibition di Londra e Berlino, momenti didattici con i ragazzi

Il progetto "Activator" affronta il problema emergente del cyberbullismo in Cina, un fenomeno riconosciuto solo dal 2021 e affrontato a livello nazionale attraverso la Cyberspace Administration of China (CAC) e diverse piattaforme online. Il cyberbullismo è alimentato da vari fattori e si diffonde rapidamente attraverso Internet, causando gravi danni alle vittime. "Activator" si propone di sensibilizzare gli spettatori sulle conseguenze del cyberbullismo e di sviluppare empatia nei confronti delle vittime. Il gioco dei filtri mira a motivare gli utenti a intervenire attivamente nella vita reale per prevenire o fermare la diffusione di comportamenti dannosi online, promuovendo un ambiente online più sano e responsabile.

ux-ui design, healthy online environment

Amusing Ourselves to Death

Na Zhang

2023



Caso 6

Immagine 12,13,14,15 Exhibition di Londra e Berlino, momenti didattici con i ragazzi

Il progetto esamina l'elaborazione e l'interpretazione dei disastri e dell'informazione pubblica in un contesto di pan-entertainment. Approfondisce come i media e la coscienza pubblica trattino argomenti seri come la guerra, i disastri e i diritti umani trasformandoli in forme di intrattenimento. Con il rapido sviluppo dei mass media, si osserva una crescente tendenza verso la diffusione delle informazioni attraverso l'intrattenimento culturale. Il giornalismo si sta spostando verso il divertimento, sfocando la linea tra notizie serie, intrattenimento di notizie e commedia di notizie. Di conseguenza, ci si trova immersi in un ambiente dove il tono convenzionale serio e imparziale dei media viene gradualmente sostituito da un approccio più casuale, umoristico o addirittura orientato alla propaganda. Forse, nel prossimo futuro, i media tradizionali, noti per la loro serietà, si decostruiranno ulteriormente per soddisfare la frivolezza e l'assurdità popolare.

editorial design, infotainment, speculative journalism

My Iphone is my mother

Maria Moreno

2023



Caso 7

Immagine 12,13,14,15 Exhibition di Londra e Berlino, momenti didattici con i ragazzi

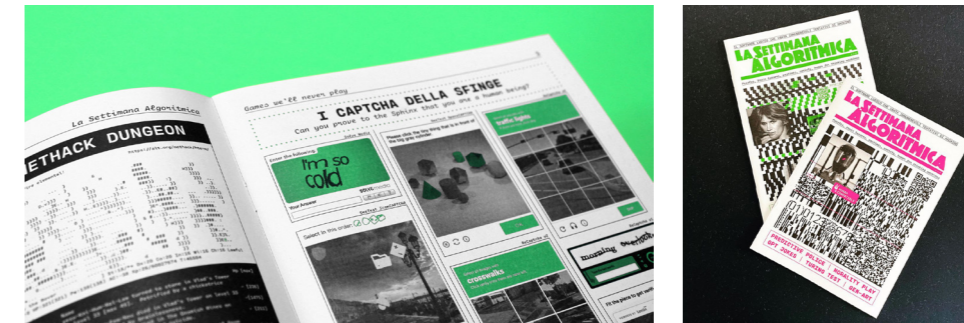
Questa ricerca esplora come l'era digitale stia trasformando il concetto di essere umani, analizzando l'intersezione tra qualità umane, tecnologia e tessuto sociale. Si concentra sullo spazio liminale creato da questa convergenza, esaminando le implicazioni sulla nostra esperienza umana. Utilizzando un approccio autoetnografico, il progetto si basa su osservazioni personali e registrazioni di esperienze per studiare la transizione di una connessione madrefiglia. Attraverso un'analisi di tre categorie - corpo, tessuto umano e sociale - la ricerca indaga come questi aspetti si trasformano per adattarsi allo schermo, illuminando le sfide e i cambiamenti necessari per essere umani oggi. Non glorifica né condanna la realtà mediata dallo schermo, ma riconosce lo spazio per la rappresentazione umana tra le potenziali distorsioni e frammentazioni dell'esperienza odierna.

visual research, editorial design, man-machine relationship

La settimana algoritmica

Thisisnotaduo

2024



Caso 8

Immagine 12,13,14,15 Exhibition di Londra e Berlino, momenti didattici con i ragazzi

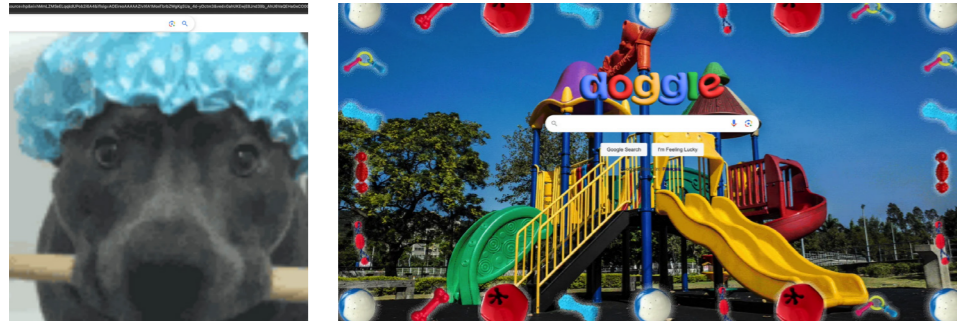
Settimana algoritmica è un progetto editoriale ad impronta speculative, infatti le varie rubriche e giochi alludono ad uno scenario alternativo, dove al centro si trovano tante sfaccettature degli ambiti tecnologici. Nello specifico non si trovano giochi di parole e cruciverba come nell'originale "Settimana enigmistica", ma questi sono stati sostituiti con enigmi più interessanti e impegnativi sul tema intelligenza artificiale: CAPTCHA, dilemmi morali di macchine autonome e enigmi crittografati. A confermare quanto il fine ultimo sia quello di porre interrogativi attraverso una lettura satirica, la serie di giochi di cui fa parte sono stati descritti dagli stessi creatori "Games we'll never play".

editorial design, man-machine, speculative design

Doggle

Wenjing Liu

2022



Caso 9

Immagine 12,13,14,15 Exhibition di Londra e Berlino, momenti didattici con i ragazzi

Doggle è un motore di ricerca online per cani che mira a mettere in discussione il ruolo di gatekeeper dei motori di ricerca come Google. Prendendo in prestito la teoria dal "cane di Pavlov", considera che i motori di ricerca condividono un processo di allenamento simile a quelli dell'esperimento in laboratorio. I motori di ricerca, infatti, forniscono risultati altamente personalizzati e appetibili in base alla cronologia di ricerca, alla posizione e alla lingua dell'utente. Manipolando i risultati, creano una bolla di filtro onirica per gli utenti e una connessione istintiva tra i motori di ricerca e il comportamento di ricerca degli utenti. Il sito interattivo è sviluppato attorno a un sistema di ricompensa. Per ogni query di ricerca, gli utenti vengono ricompensati con un rinforzo positivo "Good Boy" e un feed di immagini in movimento relative al cane.

*speculative ux-ui design,
user behavior*

Distant Distraction, Foul Breach, Separate Sensation

2023

Lark Spartin



Caso 10

Immagine 12,13,14,15 Exhibition di Londra e Berlino, momenti didattici con i ragazzi

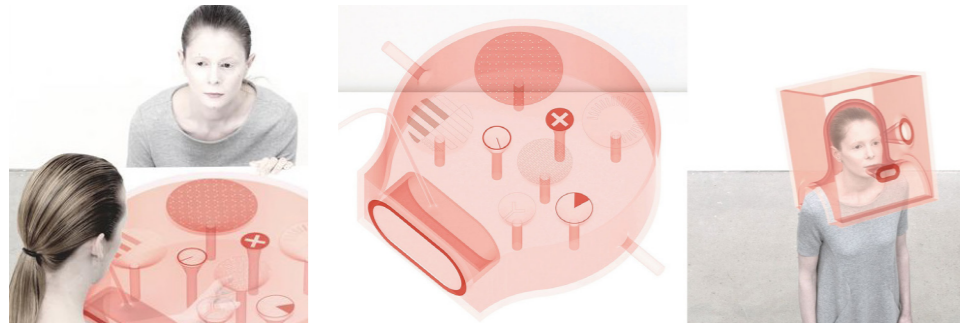
Frammenti di volti fluttuanti su schermi, mani virtuali che si protendono, maschere digitali che avvolgono il viso: l'opera Distant Distraction, Foul Breach, Separate Sensation invita lo spettatore a un'esperienza immersiva che **sfida il suo rapporto con la tecnologia**. Un trittico di proiezioni video distorce e manipola le caratteristiche facciali, creando una sensazione di disincarnazione, di **estraneità** da sé stessi e dagli altri. L'opera rappresenta visivamente come le **interazioni digitali** spesso alienano l'individuo, creando una superficialità che permea le sue relazioni. L'interazione diventa chiave: scansionando le immagini proiettate, lo spettatore entra in un mondo di realtà aumentata. Mani animate si protendono verso di lui, un invito a **colmare la distanza** creata dagli schermi. Un filtro AR trasforma il volto in una **maschera**, rendendolo parte integrante dell'opera e interrogando il visitatore così sul significato di una connessione autentica nell'era digitale.

visual art, man-machine

Not here, not now

Dunne & Raby

2014



Caso 11

Immagine 12,13,14,15 Exhibition di Londra e Berlino, momenti didattici con i ragazzi

"Not Here, Not Now" è un progetto creato da Dunny e Reby che esplora l'impatto della tecnologia sulla connessione umana attraverso installazioni interattive e performance immersive. Utilizzando tecnologie avanzate e ambientazioni multisensoriali, il progetto invita il pubblico a riflettere sulle dinamiche di comunicazione contemporanee, sfidando le convenzioni spaziali e temporali.

Attraverso opere che combinano arte visiva, sonora e interattiva, Dunny e Reby cercano di portare alla luce come la tecnologia influenzi il nostro senso di presenza e connessione nel mondo contemporaneo. "Not Here, Not Now" mira non solo a stimolare un'esperienza emotiva e sensoriale, ma anche a promuovere una riflessione critica sulla natura delle nostre interazioni digitali e fisiche.

*speculative design, concept,
man-machine relationship*

Mental Order

Bohan Peng

2023



Caso 12

Immagine 12,13,14,15 Exhibition di Londra e Berlino, momenti didattici con i ragazzi

Questo progetto esplora un sistema speculativo di un ipotetico punteggio mentale, utilizzando impianti neurali e dispositivi di monitoraggio per valutare lo stato mentale delle persone. Si interroga sulla definizione di salute mentale, sulle implicazioni della digitalizzazione e dell'isolamento sociale, e critica l'eccessiva enfasi sulle neuroscienze e la psicofarmacologia nel trattare il disagio mentale.

Esamina poi il rapporto di potere tra professionisti e persone sofferenti, la distribuzione della responsabilità tra individui e società, e sfida le disuguaglianze nell'accesso alla salute mentale. In definitiva, si chiede: che cosa significa essere normali?

*speculative design, mental
health*

Progetto

DEFINENDO.
CONCEPT.
VISUAL IDENTITY.
ESPERIENZA VIDEO.

Definendo

Come si può notare dallo scenario, si è di fronte ad un **problema complesso** in continua evoluzione, rendendo quasi impossibile trovare una soluzione univoca che possa migliorare quindi la situazione, o quanto meno non per sempre. Proprio per questo motivo la sfida sta nell'avvicinare le persone alla discussione dei sistemi che compongono il mondo digitale, e sviluppare una maggior sensibilità a riguardo.

Molto spesso infatti la tendenza delle motivazioni che stanno dietro alle azioni più banali che uno può compiere online, e questo si verifica perchè la **ripetizione compulsiva** di azioni in un sistema progettato per attirare l'attenzione non desta troppi sospetti anche nel caso in cui per accedere ad un servizio di scarsa qualità o di poco interesse, si delibera con facilità, l'accesso alla profilazione per fini economici, senza avere un vero e proprio tornaconto. Fa parte del cambiamento anche questo tipo di **attitudine passiva**, con poca o nulla resistenza poichè sembra di uso comune farlo, e non si pensa a quali possano essere le conseguenze sul lungo periodo.

Diverso è se invece questo modo di concepire un aspetto così profondo e umano, come relazioni e conversazioni diventino vittima di distorsioni, filtraggio e categorizzazioni. L'obiettivo sta nel guardare attraverso occhi diversi, attraverso un **punto di vista critico** che riesca a mettere in luce le varie sfaccettature, dando all'utente la possibilità di pensare a quali sono le implicazioni.

Dalla ricerca scientifica si apprende che i disturbi derivanti dall'uso improprio degli smartphone esistano e colpiscano un gran numero della popolazione, ma ad oggi l'intervento su questa minaccia è ancora assai limitato e inefficace, facendo sì che i numeri crescano di giorno in giorno.

Una delle cause principali sta nella scarsa educazione digitale data in larga parte dai genitori e dagli insegnanti delle scuole primarie. Un'indagine recente riporta come quest'ultimi non si sentirebbero preparati adeguatamente nell'educare i propri studenti, come descrive il rapporto DESI del 2022, rilevando che solo il 36% del personale italiano si sentirebbe pronto (dato al di sotto della media OCSE).

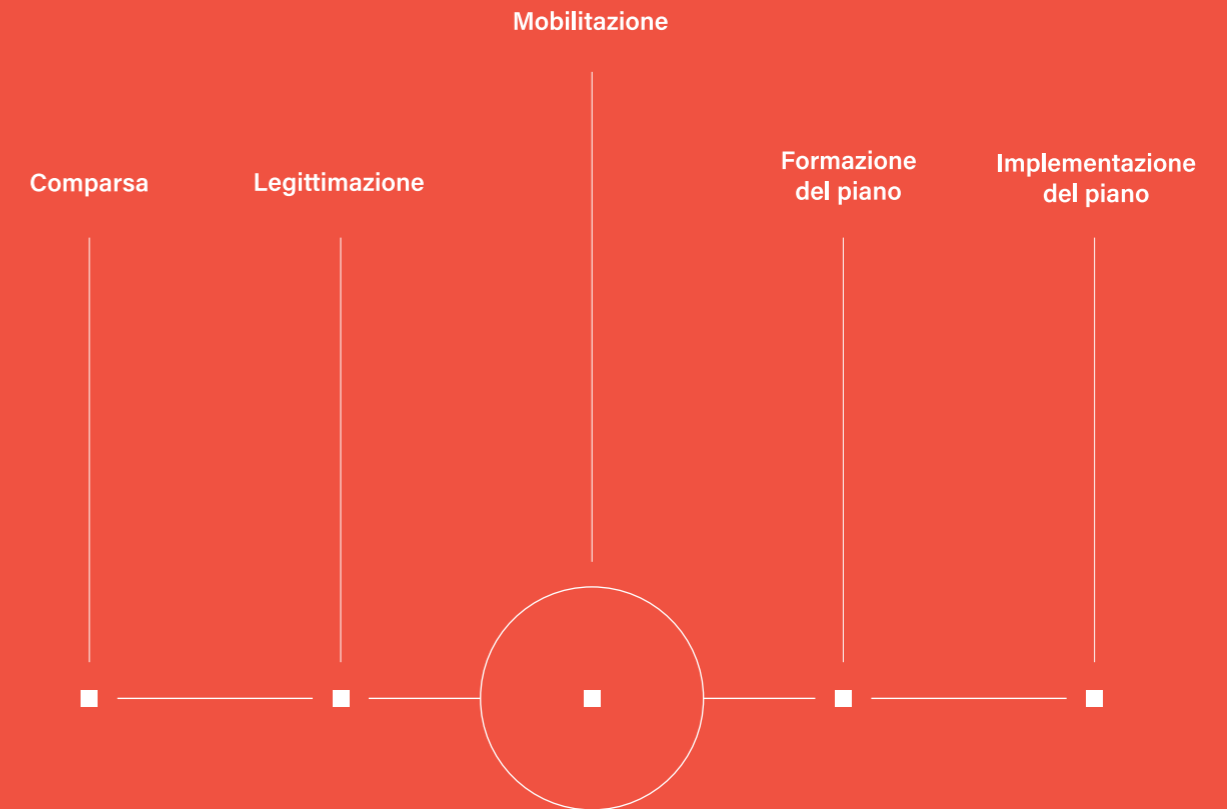
Di fondamentale importanza diventa la **coesistenza di una rete** tra famiglia e docenti per affrontare il tema dal momento iniziale in cui il bambino comincia ad avvicinarsi ai dispositivi elettronici digitali, poichè ci sono più possibilità di instaurare una consapevolezza nel mezzo. Al contrario, più si sale con l'età e più diventa difficile correggere comportamenti disfunzionali divenuti normali.

Per questo motivo sarebbe utile approfondire il tema tenendo conto che non solo bambini e ragazzi della "**Generazione Alpha**" siano in pericolo ma bensì comprendere quelle fasce che da tempo hanno finito percorsi di formazione, come ragazzi e giovani adulti, ad oggi gli utenti più esposti come tempi di utilizzo e senza percorsi educativi adeguati.

La sensibilizzazione come strumento, va detto, che molto spesso risulta paternalistica e fine a se stessa poichè il messaggio proviene dall'alto. Interessante diventa includere in questa presa di **coscienza collettiva** lo stesso utente nel processo, facendolo esplorare in prima persona, lasciando non solo un messaggio, ma un quesito che scateni il pensiero critico. Quindi non dare risposte mirate ma **aprire scenari** che possano

scatenare un dibattito tra le persone. Per fare questo è utile adottare una visione che renda conto della natura del contenuto, per questo motivo diventa utile visualizzare quali siano gli step che caratterizzano i problemi sociali. A sostegno vi è l'approccio teorico di Herbert Blumer, sociologo statunitense, che nell'interazionismo simbolico, suo interesse accademico maggiore, sviluppa una serie di punti nel testo "**Social Problems as Collective Behavior**", individuando 5 step. Per far sì che si verifichi un problema sociale, una condizione dannosa deve attraversare diverse fasi: prima, deve essere riconosciuta (**comparsa**) e acquisire legittimità sociale (**legittimazione**); poi entra in una fase di discussione e definizione (**mobilitazione**); successivamente, la società formula un piano d'azione (**formazione del piano**); infine, il piano viene implementato, spesso con modifiche inaspettate (**implementazione del piano**).

Secondo questa teoria, in questo momento si starebbe formando il terzo punto, la mobilitazione nel quale vi è la discussione sia in materia scientifica, attraverso esperti, e sia attraverso situazioni che provengono dall'esterno, dal tessuto sociale.



Social Problems as Collective Behavior: 5 steps



Concept

Creare un'esperienza video interattiva distopica dove l'utente possa esplorare le implicazioni del progresso tecnologico attraverso un gioco digitale.



Per comunicare questa tematica è stato scelto come output un'esperienza video interattiva che può trovarsi all'interno di un evento sulle nuove tecnologie e design. Come caso studio di riferimento è stato individuato invece "**Ai: more than human**" tenutosi al Barbican Centre di Londra nel 2019. L'evento in questione si presenta come un festival per i molteplici attori in gioco come artisti, designer, architetti e ingegneri che attraverso i rispettivi team hanno presentato esperienze interattive seguendo il tema intelligenza artificiale e il rapporto uomo-macchina.

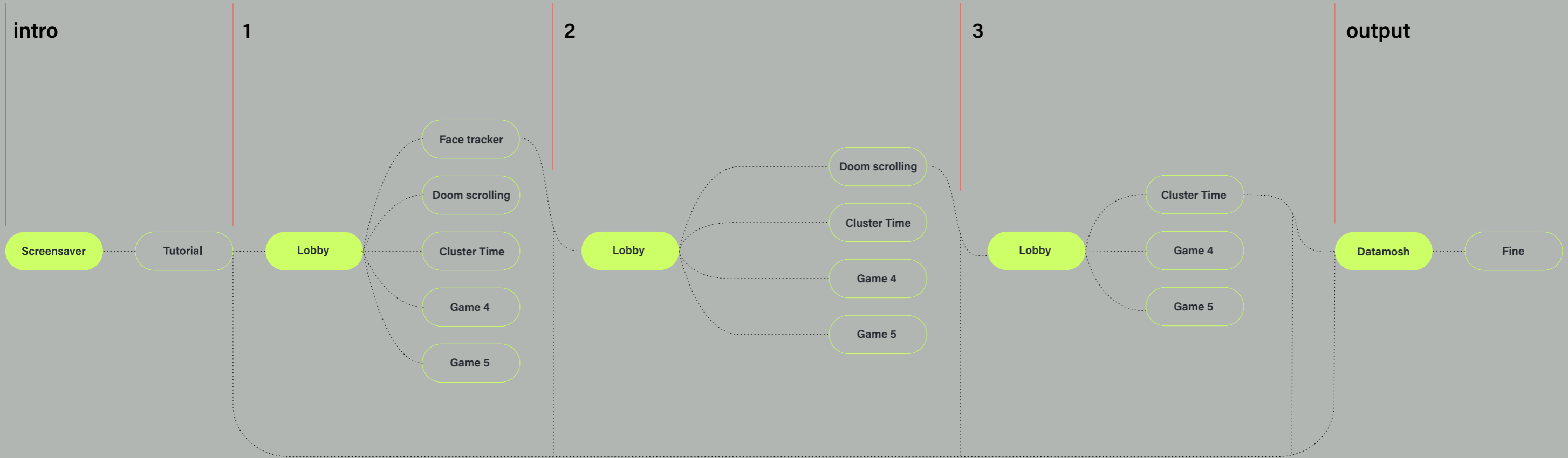
In quel caso lo scopo dell'evento è stato quello di esaminare il **potenziale dell'intelligenza artificiale** per creare nuove forme d'arte ed espressione creativa andando ad esplorare le implicazioni etiche e filosofiche dell'IA per l'umanità.

Proprio come nell'evento di riferimento, l'interazione immediata con l'utente è cruciale. È importante che non ci siano ostacoli tra il mezzo tecnologico e i controlli, consentendo all'utente di sperimentare e divertirsi senza restrizioni.

Dall'altro lato, a corollario della mostra, vi è un percorso di contenuti di approfondimento sulla storia degli algoritmi, e in generale sugli aspetti più tecnici, comunicati attraverso infografiche. Seguendo questo esempio di **exhibit** raggruppante, si nota come sia l'**aspetto ricreativo** e di scoperta, sia quello di **educazione**, viaggino di pari passo avendo un'importanza complementare, ma possono anche non intrecciarsi. Sta all'utente la scelta se vuole mettersi in gioco, se vuole informarsi o invece se essere semplicemente un osservatore.

L'obiettivo del progetto è posizionarsi in un festival digitale come il sopra citato per dare una lettura degli ipotetici scenari futuri, non solo sotto una chiave di mero progresso tecnologico, ma soprattutto porre l'accento sulle implicazioni che un cambiamento così radicale si può portare dietro.

Per questo motivo l'idea è quella di creare uno **storytelling distopico**, dove la tecnologia invade lo spazio visivo e sonoro dell'utente, facendolo immergere in una serie di



minigiochi che lo metteranno in prima persona in relazione ad usi ambigui delle nuove tecnologie e dei metodi con cui vengono date in pasto al grande pubblico.

Con un escalation di impulsi crescenti il visitatore potrà sperimentare un viaggio in cui si troverà davanti alla spersonalizzazione dell'utente in cui la tecnologia prende il sopravvento, lasciando però sempre la libera interpretazione.

L'idea nasce nel voler **enfaticizzare quelle sensazioni** presenti nell'utilizzo quotidiano dei mezzi digitali. Il video interattivo permette un'immersione totale in più scenari, che si susseguono tra di loro, con lo scopo di accompagnare l'utente in un viaggio distopico, ma con dei riferimenti molto vicini alle attività più frequenti.

Il protagonista è l'utente che prende parte all'esperienza, che si trova catapultato in un ambiente distopico dove può dare sfogo al suo essere tramite dei minigiochi che rappresentano le varie sfaccettature dell'interazione uomo-macchina che già viviamo oggi. In questo viaggio guidato verrà **nesso alla prova** con sfide, nel quale il punto di vista dell'utente viene messo in difficoltà e dove il classico punteggio a fine delle stesse non rappresenta un obiettivo raggiunto ma solo un dato, su cui riflettere. Il flusso è strutturato con una semi-libertà, ovvero il partecipante potrà scegliere in serie i vari minigiochi da provare, ma ad un certo punto il **sistema viene corrotto** e attraverso glitch e datamosh si ritroverà davanti alla propria immagine distorta, presa dall'azione di gioco, e solo alla fine verrà posto di fronte ad una domanda aperta: e tu che Frammento sei?

NARRAZIONE

Gli scenari prototipati sono 3, ma in sé l'esperienza potrebbe contenerne altri. Il primo è rappresentato da una scenografia consistente un **"doom scrolling"** continuo che compone lo sfondo tridimensionale, mentre la camera posizionata su un supporto riprende il viso dell'utente catapultandolo dentro questa scatola infinita. Il secondo enfatizza

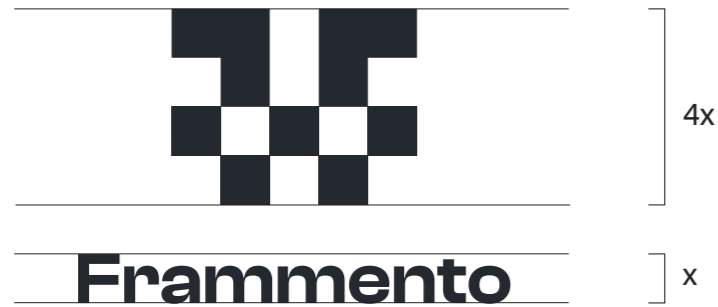
l'algoritmo del **tracking facciale**, presente in molti e nuovi metodi di riconoscimento facciale sia nell'esperienza sullo smartphone, ma anche usato per ragioni di sicurezza in luoghi pubblici.

Il terzo mette in luce la **"clusterizzazione"** delle immagini e quindi il sistema di addestramento del riconoscimento di soggetti in un set di fotografie, in grado di sviluppare la cosiddetta computer vision, come il CAPTCHA, rivisitato.

Questa serie lineare di video interattivi, viene intervallata da un "counter" che attraverso un messaggio accompagna a prendere il **respiro** e **decomprimere** il momento antecedente, quello immersivo, per trarne una momentanea consapevolezza. Al termine di questo trio di esperienze l'immagine proiettata del viso dell'utente viene "remixata" attraverso degli effetti glitch come il datamosh e il morphing, metafora di come nel mare digitale la **proiezione del Sé** viene costantemente messa in discussione da altri infiniti contenuti, innescando meccanismi di comparazione, che tendono a questa confusione. Non solo, in un corridoio successivo alla prima stanza, verrà posizionato uno schermo più piccolo, che riproduce la registrazione dell'esperienza con un ritardo di qualche secondo, grazie ad una seconda telecamera posizionata sopra l'entrata principale, che registra in live l'evento da una prospettiva diversa. L'obiettivo di questa scelta è quello di **suscitare un senso di disagio e insicurezza** nell'essere visto in questo esperimento.

Nel suo complesso l'esperienza vuole avvicinare visivamente al tema, con un impatto emotivo, ad una costruzione di un mondo virtuale ipotetico in cui avviene un errore di sistema e quindi porsi come veicolo di consapevolezza dei mezzi e dalle tecnologie che si fruiscono nel quotidiano.

Visual Identity



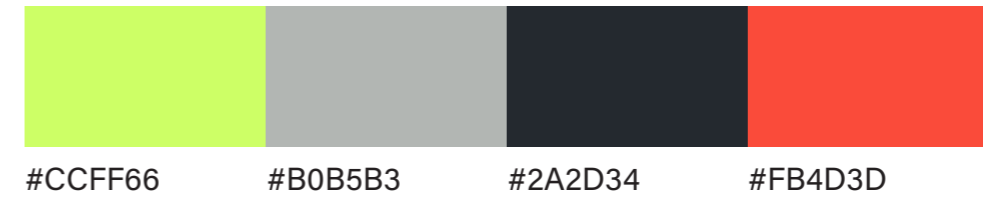
Logo



Varianti

Progetto

4.3

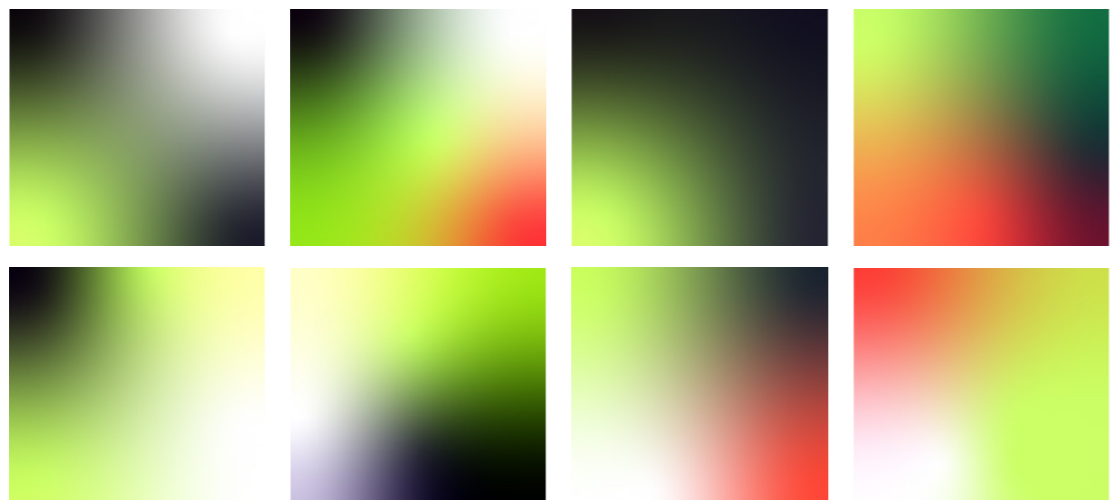


Palette

Clash Display Bold
Clash Display Semibold
Clash display Regular

Font

Acumin Bold
Acumin Semibold
Acumin Regular



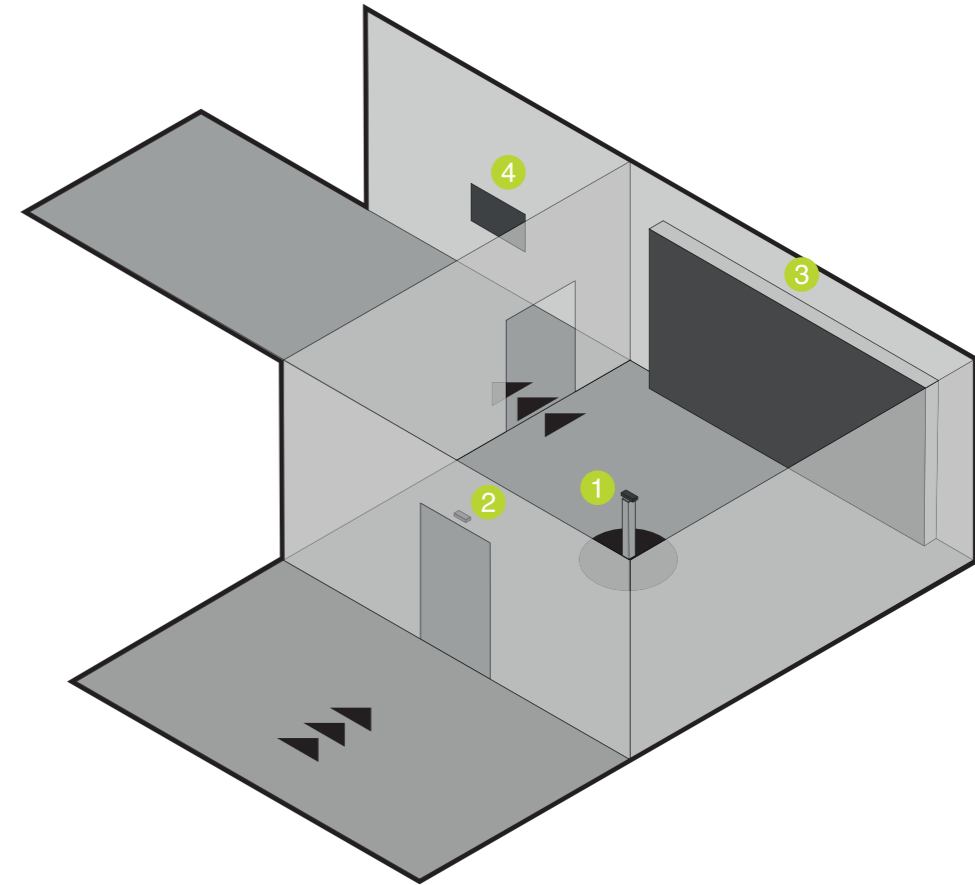
Gradienti

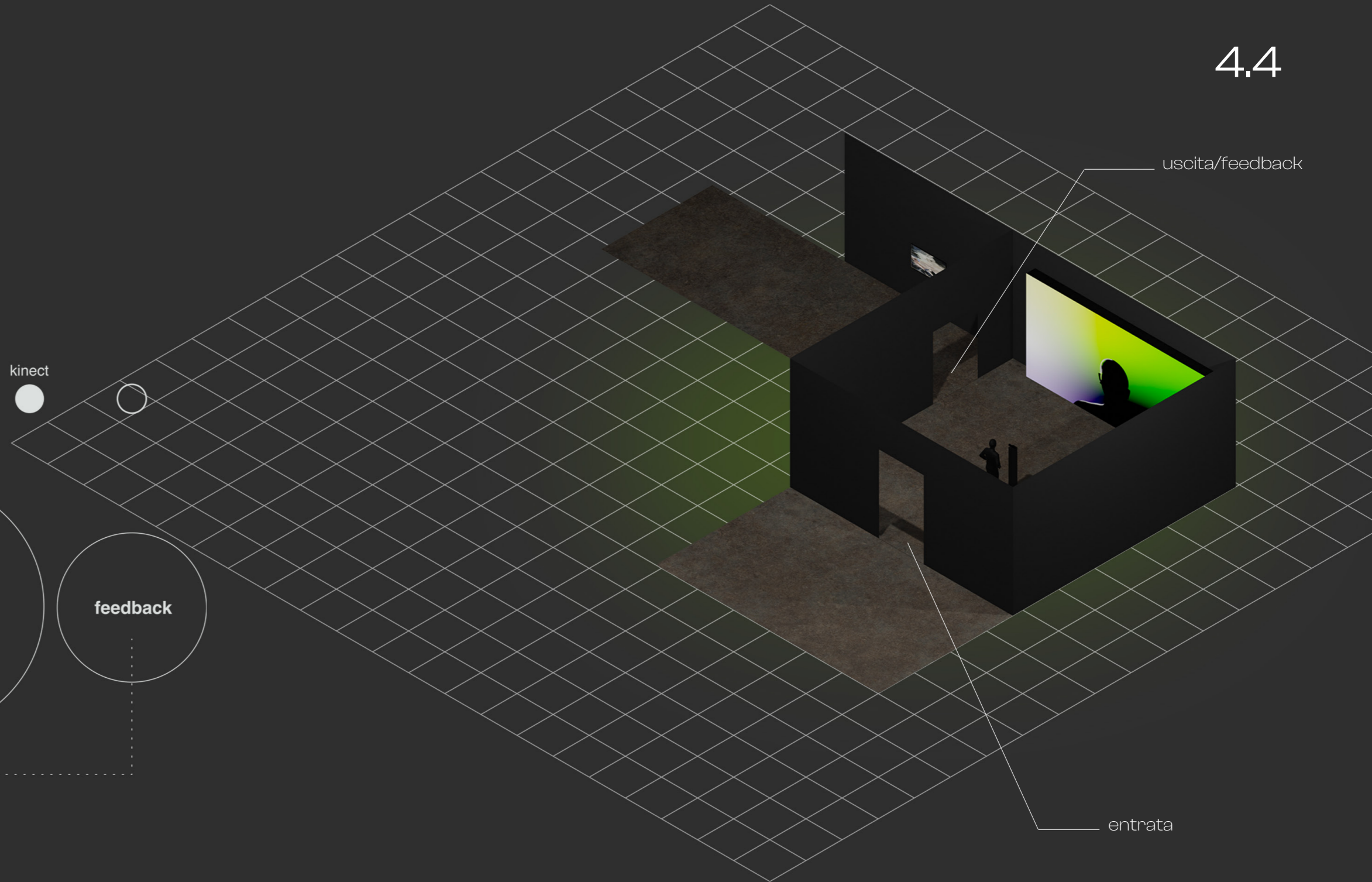
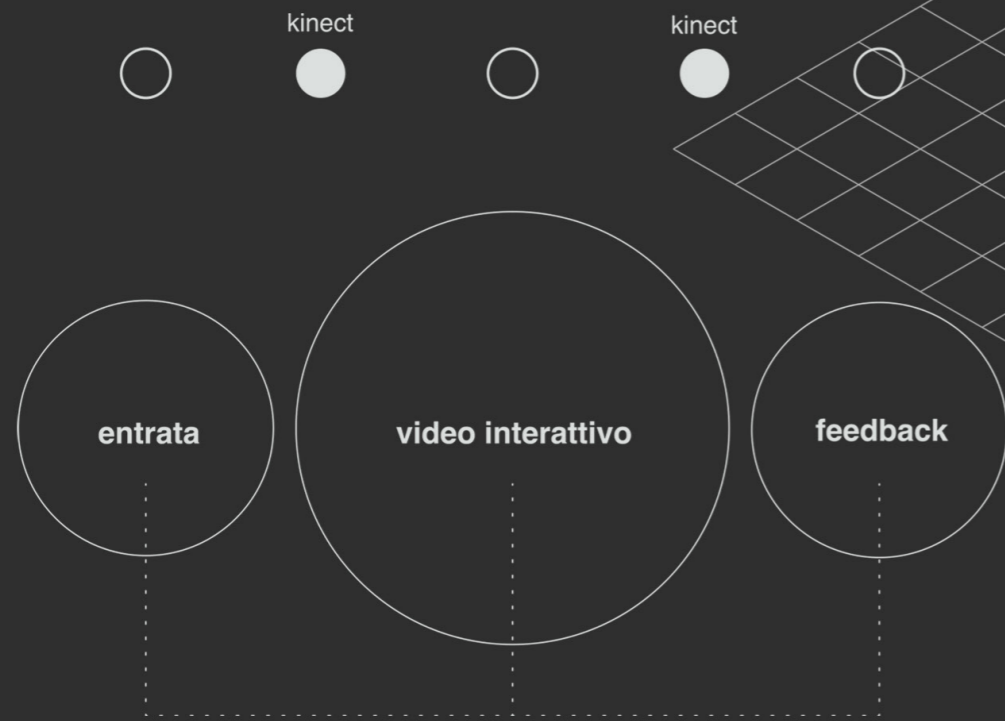


Lo spazio

Come spiegato in precedenza il video verrà riprodotto sottoforma di esperienza interattiva in un ipotetico spazio di un festival a tema nuove tecnologie o di design. L'area si compone di una **stanza principale** dove vi è il primo approdo dell'utente, con al centro la posizione appositamente segnalata a pavimento, nel quale avverrà l'interazione. Di fronte si troverà un supporto per il kinect che riprenderà il **mezzo busto della persona (1)**, e sul muro antistante un grande ledwall sul quale verrà riprodotto il video in live **(3)**. La stanza non ha illuminazione se non quella derivante dallo schermo che servirà nell'emissione della **luce sufficiente** per illuminare la persona, lasciando nel complesso la scena molto scura, aiutando l'attenzione al **solo schermo**.

Sulla parete sinistra ci sarà l'unica via d'uscita che porta ad un breve corridoio di sgombero, con affisso al muro uno **schermo secondario (4)**, che riproporrà con un delay di qualche decina di secondi, tutta l'attività appena svolta con un **punto di vista diverso**. Infatti l'utente nel momento dell'azione verrà **ripreso alle spalle** dal secondo kinect con la trasmissione del video su questo schermo **(2)**. In questo auto-osservamento, in terza persona lo scopo è quello di suscitare una sensazione di violazione e riprodurre la funzione di una telecamera di sicurezza.





0/3



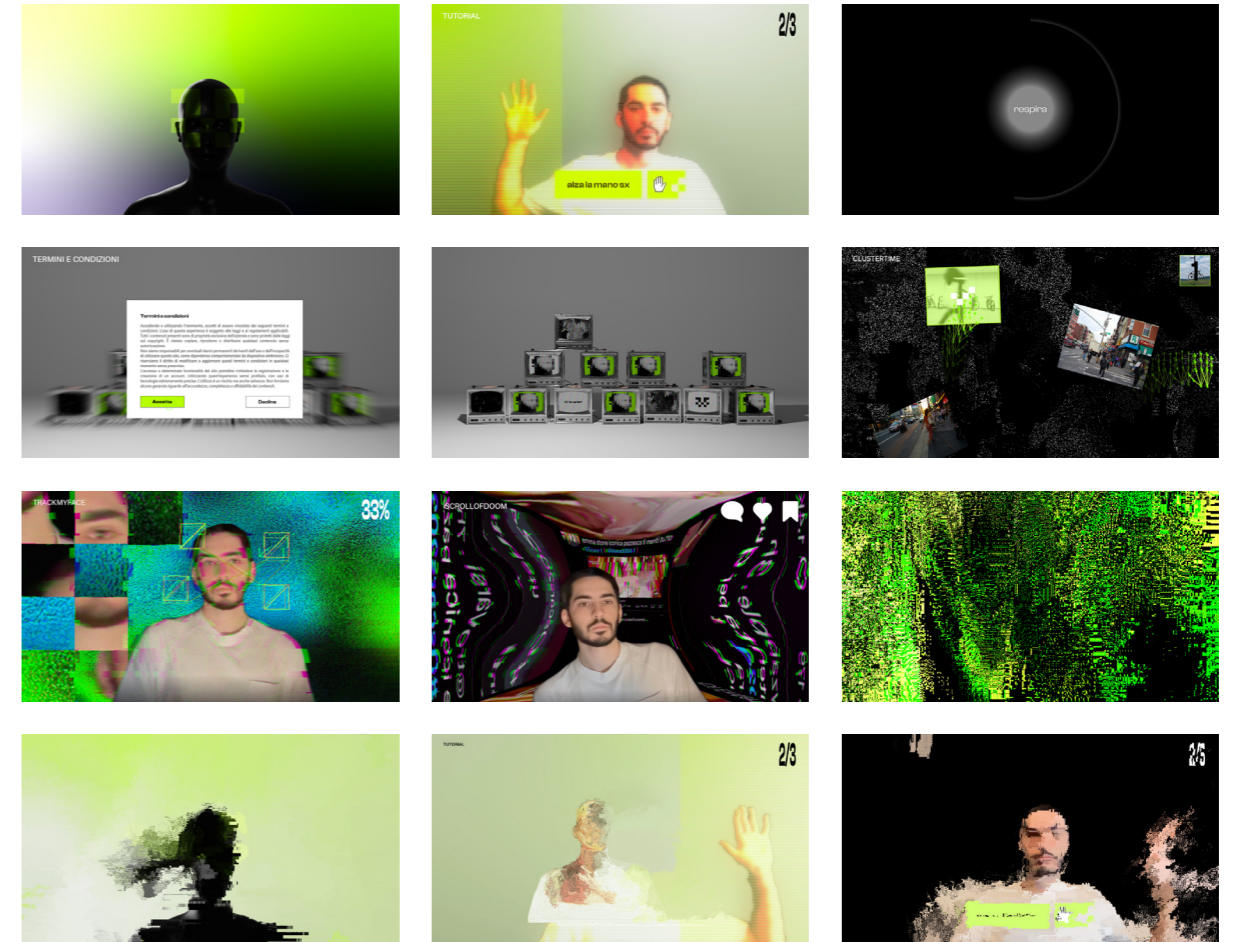
ruota la testa



Esperienza video

La struttura del video si può definire come semi-ciclica, e forzata. Infatti dall'aprodo iniziale della lobby, l'utente potrà spostarsi tra le esperienze, solo dopo averne conclusa una, non potendo più accedere a quella precedente. Il video dopo una serie di esperienze con un climax crescente giunge al finale in cui un glitch di sistema distorce le immagini di gioco, proponendo un'immagine rappresentante il frammento dello stesso, con una domanda aperta.

I concept delle esperienze prototipate sono 3: track my face, scroll of doom e cluster time. I primi due sono stati concepiti grazie all'utilizzo del software touchdesigner, andando poi a simulare il gioco su After Effects. Il terzo totalmente simulato su After Effects. Il gioco in questa esperienza rappresenta in modo distopico le **avventure digitali di un qualsiasi utente**, dando come output nella sua complessità, la sensazione di essere dentro un laboratorio dove si testano nuovi sistemi e tecnologie. Il video viene forzatamente interrotto, dopo aver finito i primi 3 giochi, e sullo schermo inizia un glitch inaspettato. Questo glitch in live prende come immagini per corrompersi un dataset randomico di **azioni di gioco** dell'utente stesso, giungendo così alla conclusione del video ma non del processo, ovvero la domanda aperta: e tu che Frammento sei?







alza la mano sx



respira

Termini e condizioni

Accedendo e utilizzando Frammento, accetti di essere vincolato dai seguenti termini e condizioni. L'uso di questa esperienza è soggetto alle leggi e ai regolamenti applicabili. Tutti i contenuti presenti sono di proprietà esclusiva dell'azienda e sono protetti dalle leggi sul copyright. È vietato copiare, riprodurre o distribuire qualsiasi contenuto senza autorizzazione.

Non siamo responsabili per eventuali danni permanenti derivanti dall'uso o dall'incapacità di utilizzare questo sito, come dipendenza comportamentale da dispositivo elettronico. Ci riserviamo il diritto di modificare o aggiornare questi termini e condizioni in qualsiasi momento senza preavviso.

L'accesso a determinate funzionalità del sito potrebbe richiedere la registrazione e la creazione di un account. Utilizzando quest'esperienza verrai profilato, con uso di tecnologie estremamente precise. L'utilizzo è un rischio ma anche salvezza. Non forniamo alcuna garanzia riguardo all'accuratezza, completezza o affidabilità dei contenuti.

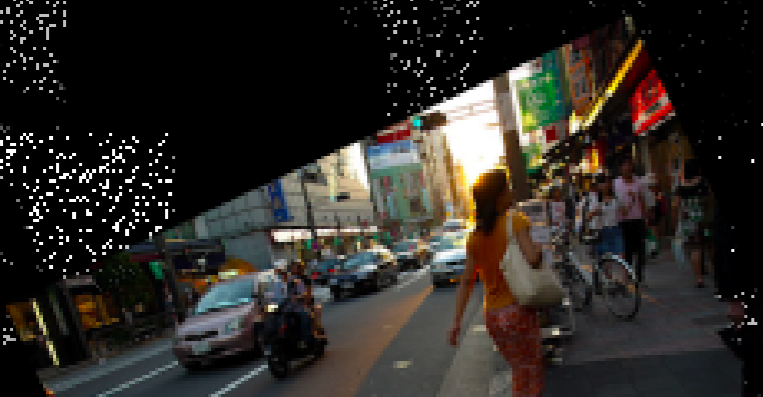
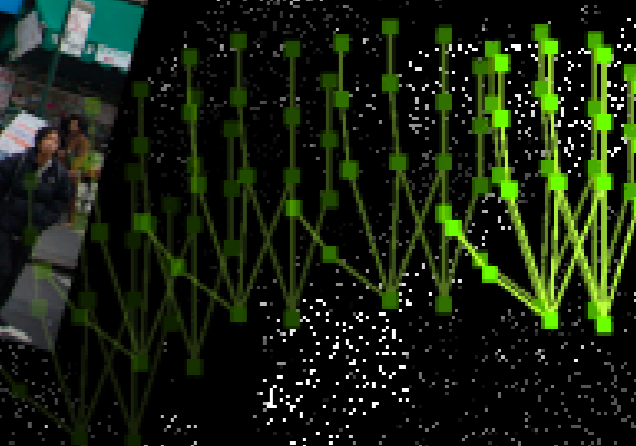
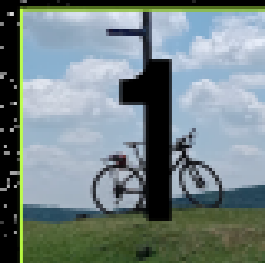
Accetta

Declina

LOBBY

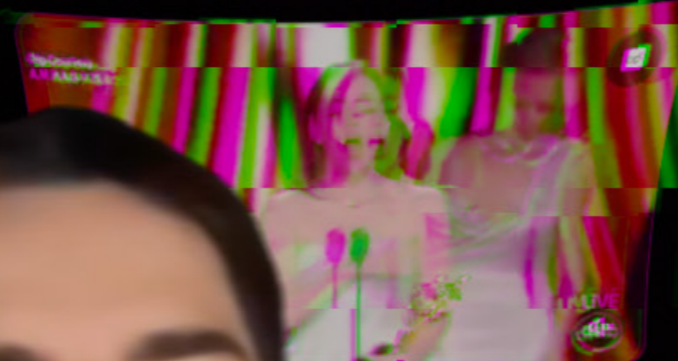


CLUSTERTIME





emma stone iconica pazzesca ti meriti tutto
#Oscars! #Oscars2024!



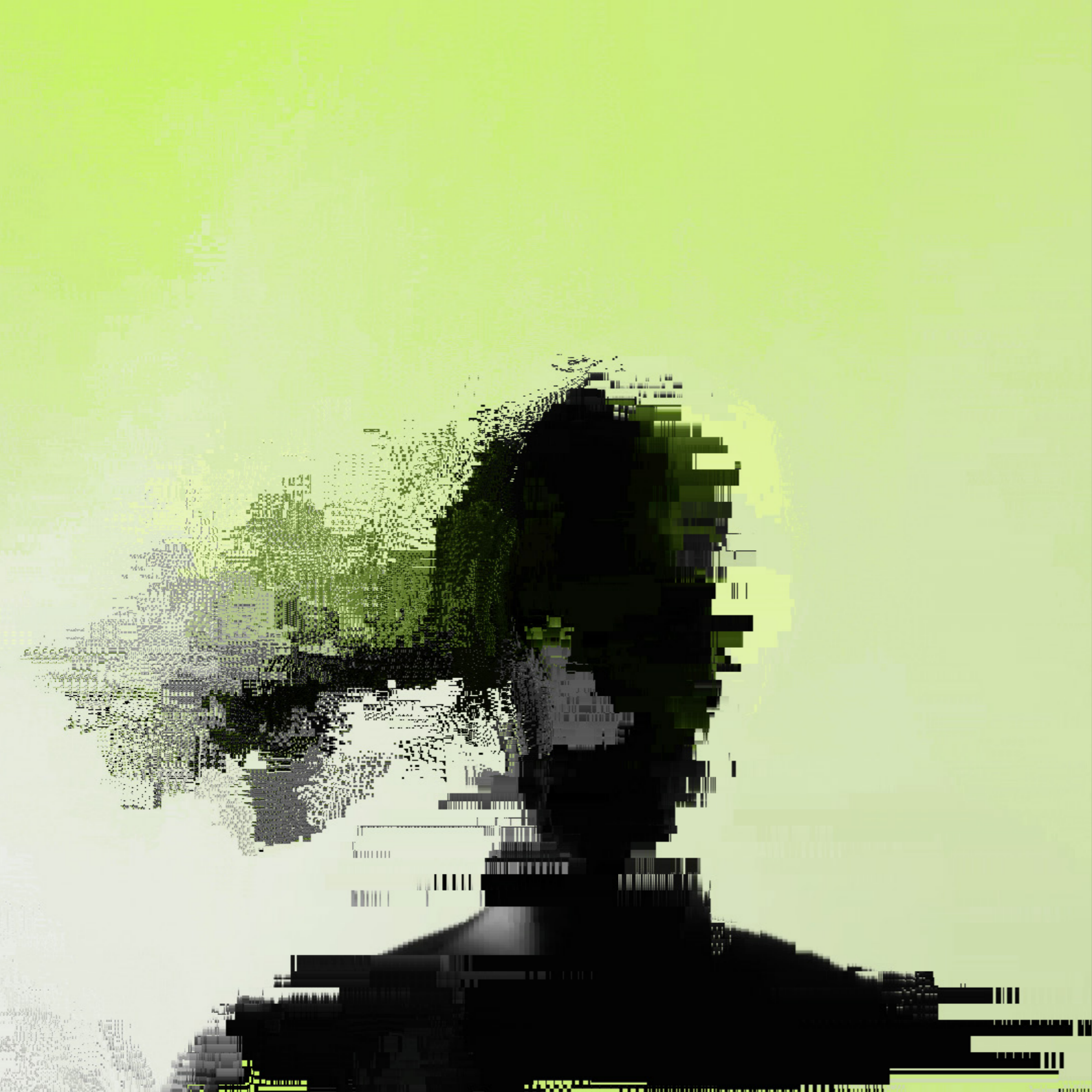
night
1,4K
76,4K
3h
per questi premi.



TRACKMYFACE

33%





E tu, che frammento sei?

Conclusioni

Le interviste

Nell'ultimo step di questo percorso si sono condivisi gli obiettivi e le finalità del progetto, facendo intervenire 3 figure professionali diverse tra di loro ma con in comune l'ambito d'azione del loro lavoro che rientra nei temi presenti nella tesi.

Attraverso delle **interviste semi-strutturate**, è stato chiesto in generale quale fosse il loro rapporto con la tecnologia, di come possa influire nel loro lavoro, sia in prima persona e sia nell'utenza di riferimento.

In primo luogo è stato presentato loro il progetto, le motivazioni da cui è scaturito, per poi chiedergli cosa pensassero del tema, partendo dal generale per poi andare con domande più specifiche in base all'interesse.

Dalla prima intervista con uno **psicologo del lavoro**, che esercita la sua professione nel reparto risorse umane di un'azienda di vigilanza, è nato fin da subito uno scambio su quali siano i pro e i contro dell'implementazione tecnologica, in primo luogo nella vita di ognuno di noi e poi nel suo caso specifico, sia come utente che lavoratore.

La sua posizione a riguardo è ottimista, nel senso in cui la tecnologia utilizzata come mezzo per arrivare ad una soluzione che impegna meno tempo/energia è da considerarsi un fattore positivo, che non può essere rimpiazzato da vecchie pratiche. Inoltre secondo la sua visione il rapporto tra uomo e macchina sarà un processo inevitabilmente portato ad un'implementazione sempre più invasiva che l'uomo come in tutti i cambia-

**INTERVISTA 1
PSICOLOGO**

Conclusioni

menti di contesto riuscirà ad adattarsi e convivere, in uno scenario che troverà come asset per esempio la **neurotecnologia** e il **biohacking** aumentando le potenzialità del corpo umano. In questo senso la sua posizione incoraggia lo **spirito di adattamento** delle persone da un lato, quindi con una considerazione ottimista, ma allo stesso tempo rassegnata dall'incontrovertibile portata del cambiamento stesso, troppo imponente da poter essere in qualche modo fermata.

Nello specifico poi per quanto riguarda il suo lavoro, fa notare come, per sua conoscenza ci sarebbero metodi più innovativi e meno dispendiosi per la maggiorparte delle mansioni da lui svolte, facendo sì che l'impiego come psicologo del lavoro si potrebbe concentrare con maggiori risorse sullo sviluppo metodologie da applicare a software ad-hoc che efficientino la selezione del personale e la formazione dello stesso. Così come nel suo ambito, questa considerazione potrebbe essere riportata per molti, se non tutti, i settori del lavoro.

La seconda figura interpellata è un **educatore**, che a proposito dell'adozione tecnologica dice: *"Il mio rapporto con la tecnologia(...) è molto trasversale, ormai in ogni attività della quotidianità l'utilizzo di supporti multimediali è normale, questo porta a dover sacrificare alcuni pezzi di quotidianità che richiederebbero tempistiche e impegno maggiore a favore di soluzioni e scorciatoie date dalla tecnologia. Questo processo perciò ha creato sia facilità e rapidità in tante cose della mia quotidianità, a scapito però di mancanza di approfondimento e riducendo i livelli di pazienza e sopportazione nei momenti di attesa."* Dal suo punto di vista i metodi per limitare i danni sono questi: *"Riuscire a dedicare **momenti di approfondimento** delle notizie che molto velocemente leggiamo sui deversi social in maniera da capire le lacune date da un'informazione rapida legata a dinamiche social che portano a preferire la viralità e perciò creando informazioni fuorvianti(...). Utilizzare **strumenti per calcolare l'utilizzo** dei diversi strumenti tecnologici per capire su*

**INTERVISTA 2
EDUCATORE**

Come si può capire dalla risposta del giovane educatore, l'azione personale che potrebbe migliorare il rapporto uomo-macchina sarebbe quello di tracciare il tempo di utilizzo, per poi andare ad auto imporsi un limite secondo la propria percezione. E in secondo luogo ritiene che l'informazione debba aver bisogno di più approfondimento, per evitare di cadere in una lettura fuorviante della realtà.

"Le barriere che si incontrano da parte degli educatori nell'insegnamento ai giovani adulti (18-30) è in primis l'età dell'utente stesso che è già elevata, questo nel setting di lavoro ha una sua incidenza ed è molto più complesso il lavoro di insegnamento su delle pratiche di vita."

"Un'altra complessità può essere dovuta alla difficoltà nel rispondere alle domande e osservazioni che vengono riportate che credo in molti casi siano pertinenti e perciò è difficile riuscire a rimanere sempre coerenti.

*Credo che per prima cosa si debba condividere con tutto il gruppo di lavoro quale idea si vuole dare alla parola **consapevole** in maniera che venga condivisa da tutti e si possa da lì capire come costruire delle strategie e pratiche funzionali."*

Da quest'ultima osservazione, viene fuori quanto sia fondamentale dare un senso alla parola **consapevolezza**. Dal latino "cum+sapere", che si può tradurre in "**sapere insieme**". Con questa espressione si avvalorava il fatto di intendere un far proprio non superficiale, essere informato di un fatto a fondo. Più comunemente usato verso sé stessi. Tramite il progetto l'intento sta proprio nello step precedente a questo punto, ovvero nel porsi delle domande, per poi discuterne e trarne delle risposte che per forza maggiore ricadono nell'etica personale, e quindi nella scelta.

Nella collettività il processo di consapevolezza potrebbe aver bisogno di altri metodi e strumenti ancora dice: *Credo che un designer (...) possa portare una **sensibilità** verso l'argomento molto interessante **slegata dai paradigmi unicamente educativi (...)** ma **co-costruire**, insieme al tema, delle **pratiche** e delle **attività (...)** che possano funzionare per creare consapevolezza e dibattito sul tema."*

Rispetto all'esperienza interattiva, in entrambi i casi, viene vista come uno strumento importante nella formazione di un pensiero critico nell'individuo, che però ha bisogno in alcuni casi di essere condivisa in **attività partecipativa**. Da qui l'idea di un ipotetica **ramificazione progettuale** potrebbe essere il coinvolgimento di gruppo in un secondo momento dove un mediatore pone quesiti su quali siano state le sensazioni provate dagli utenti per poi dibattere e far sì che gli stessi, data la loro posizione si confronti con le idee altrui. Dagli spunti raccolti in questa fase possono nascere attività di co-costruzione, dove ognuno in veste di "frammento", possa così ipotizzare quale potrebbe essere il nuovo ambiente digitale negoziando e concondando con gli altri partecipanti, attraverso attività di brainstorming, workshop e feedback.

Bibliografia

- Papanek V.J., *Design for the Real World*, pp. 17, (1971).
- *The Common Sense Census: Media Use by Tweens and Teens*, pp. 15, (2021).
- Consiglio Superiore di Sanità. *I disturbi da Addiction nelle dipendenze non legate all'uso/abuso di sostanze*, (2022).
- Caretti V., *La Barbera D., Le dipendenze patologiche. Clinica e psicopatologia*, (2005).
- Young KS. *Caught in the net: how to recognize the signs of internet addiction-and a winning strategy for recovery*, (1998).
- Melina A. Throuvala, Mark D. Griffiths, *Mike Computers in Human Behavior. Volume 93*, pp. 164-175 (2019).
- Papacharissi, Z. *A Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*, Routledge, (2010).
- Eli Pariser, *The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You*, (2011).
- Eytan Bakshy et al. *Science*, Vol. 348, pp. 1130-1132, (2015)
- Allcott, Hunt, and Matthew Gentzkow. *"Social Media and Fake News in the 2016 Election."* (2017).
- Commissione Europea. *Digital Education Action Plan 2021-2027. Bruxelles*. (2021).
- Ministero dell'Istruzione, *Rapporto sull'implementazione del quadro DigCompEdu*, (2022).
- Ministero dell'Istruzione, *Piano Nazionale Scuola Digitale*, (2015).
- *Manuale diagnostico e statistico dei disturbi mentali – Quinta edizione. DSM-5-TR. Raffaello Cortina*, (2015).
- World Health Organization. *International Classification of Diseases for Mortality and Morbidity Statistics, 11 ed.*, (2019).

Sitografia

- *Social media-Statistics & Facts*, [statista.com](https://www.statista.com)
- *Mobile touches: a study on how humans use technology*, [dscount.com](https://www.dscount.com)
- *Definizione Psicodinamica*, [wikipedia.com](https://it.wikipedia.org/wiki/Definizione_Psicodinamica)
- *Definizione Big Data*, [wikipedia.com](https://it.wikipedia.org/wiki/Definizione_Big_Data)
- *China Is Waging a Disinformation War Against Hong Kong Protesters*, [nytimes.com](https://www.nytimes.com)
- *Il caso Cambridge Analytica spiegato bene*, [ilpost.it](https://www.ilpost.it)
- *Definizione Polarizzazione (psicologia sociale)*, [wikipedia.com](https://it.wikipedia.org/wiki/Definizione_Polarizzazione_(psicologia_sociale))
- *Il mercato delle informazioni e l'illusione dell'echo chamber*, [treccani.it](https://www.treccani.it)
- <https://www.agendadigitale.eu/scuola-digitale/competenze-digitali-dei-docenti-un-gap-da-colmare-strumenti-e-risorse-utili/>