

“NEL CUORE DELLA RETE”

Per l'educazione digitale il modello Novara fa scuola

Stessi progetti in Lombardia, Emilia Romagna e Lazio

FONDAZIONE
CAROLINA

Il modello di educazione digitale targato Novara, promosso da Synergie Italia, Fondazione Carolina, Risorse Italia e Novara Football Club, si amplia e viene replicato anche in Lombardia, Emilia Romagna e Lazio. Arrivando a coinvolgere gli studenti di Vigevano, Legnano, Rimini e Viterbo. Ma anche quelli di Chieri, Orbassano, Alba, Bra, Casale e Borgosesia in Piemonte e di Varese e Rho in Lombardia. Complessivamente saranno 168 le classi interessate.

La novità è stata annunciata al Castello Visconteo Sforzesco, a Novara, durante la presentazione del progetto “Nel cuore della Rete”, iniziativa patrocinata da Coni Piemonte, Comune e Provincia di Novara. «Il percorso ha esordito Cristiano Bertelli, responsabile formazione Risorse Italia - punta a rilanciare una scommessa già vinta l'anno scorso, quando, con il percorso di formazione scolastica “Cittadinanza digitale: una partita da vincere”, abbiamo raggiunto mille studenti nel Novarese. Il tutto con interventi in classe a cura degli esperti di Fondazione Carolina. Un progetto talmente bello e significativo che abbiamo deciso di cambiarne il nome per essere riconoscibili come format, con tanto di un nuovo logo e interventi in nuovi territori, tanto in Pie-



IL SINDACO DI VIGEVANO ANDREA CEFFA, NEGRI, DE GRANDIS E PICCHIO E A DESTRA ZOPPI, STUPPI E PISONI

monte quanto in altre regioni. Nei percorsi scolastici già avviati il nome resta quello dello scorso anno».

Il progetto prevede un percorso nelle scuole costituito da 16 ore tra lezioni e laboratori per promuovere un uso consapevole e sicuro degli strumenti digitali. Riflettendo su empatia e cittadinanza digitale. In questo primo semestre già 600 gli studenti che hanno partecipato all'iniziativa.

Si tratta della terza edizione del progetto, che vedrà, come già lo scorso anno, anche eventi di restituzione rivolti a tutta la comunità educante. Tra questi il torneo benefico “Un gol per Caro”, previsto nel mese di giugno allo stadio Silvio Piola di Novara.

Daniela Stuppi di Synergie: «crediamo fortemente in questo percorso, che esprime il nostro interessamento e il nostro impegno verso i giovani non solo come futuri lavoratori ma anche futuri cittadini. Un grazie va alla nostra filiale di Novara, in particolare a Luis Arosio e Francesco Maffeo». Ivano Zoppi, segretario generale di Fondazione Carolina: «è passato un anno dalla precedente edizione del progetto e ancora nelle scuole viviamo episodi di cyberbullismo. Questa cosa mi fa arrabbiare molto. Il percorso che proponiamo è molto importante. Almeno quanto la didattica, a cui spesso si appellano presidi e insegnanti - ha voluto dire - Queste



sono lezioni che aiutano i nostri ragazzi, che hanno le adeguate competenze per usare le tecnologie, ma spesso non hanno la consapevolezza sugli esiti delle proprie azioni, dei propri comportamenti. Occorre ascolto e coscienza». Matteo Pisoni, addetto stampa Novara Football Club: «lo sport come strumento di comunicazione e di diffusione di valori importanti come il corretto utilizzo della rete e il contrasto al cyberbullismo - ha riferito - è fondamentale. Un progetto che ci inorgogliesce. Siamo felici di aderire all'iniziativa». Paolo Picchio, papà di Carolina e presidente onorario di Fondazione Carolina, ha presentato e annuncia-

to la nuova maglietta simbolo del progetto con la scritta centrale “Respect” e la frase, divisa in due parti, sopra e sotto a un cerchio, “Cittadinanza digitale. Una partita da vincere”. Alla presentazione del progetto anche gli assessori all'Istruzione e allo Sport del Comune, rispettivamente Giulia Negri e Ivan De Grandis. Tra gli interventi anche quello del sindaco di Vigevano, Andrea Ceffa, dove giunge ora il progetto. Il primo cittadino ha ricordato come alcuni studenti vigevanesi «saranno coinvolti nell'organizzazione del torneo di calcio conclusivo, previsto in estate al vostro stadio Silvio Piola».

Monica Curino

“RIFLESSIVI” E “COMPULSIVI”

Il Black friday on line è una vera dipendenza

Zoppi: «occorre tornare al vero valore del Natale, a momenti condivisi insieme in famiglia»

Come ogni anno, verso fine novembre, chi più chi meno, siamo stati travolti dall'onda lunga del black friday. Una tradizione esclusivamente commerciale importata dagli Stati Uniti e che, grazie alla facilità degli acquisti online, ha penetrato il nostro immaginario collettivo. Il giro d'affari del black friday nel 2023 ha toccato quota 4 miliardi di euro, con almeno quattro italiani su dieci vittime di acquisti sulle piattaforme digitali. Eppure la Generazione Z sembra la più sensibile rispetto all'impatto sociale del black friday, anche sul piano ambientale, con un aumento del 94% delle emissioni di CO2 rispetto alla media annuale. Mentre gli over 40 sono i più compulsivi, a conferma di quanto

i genitori siano i primi a rendersi protagonisti di condotte sul web che vengono facilmente assimilate e replicate anche dai più piccoli. Non a caso le giovani generazioni di tutta Europa si sono unite nella campagna “Green Friday”, con manifestazioni e petizioni all'insegna della sostenibilità, ambientale ed economica.

D'altronde i dati, anche nel nostro Paese, parlano chiaro: il 71,72% degli italiani e delle italiane acquista i propri prodotti online, dedicando ore al PC o allo smartphone, spesso tenendo decine di finestre aperte per confrontare prezzi e prodotti. L'utilizzo intensivo dei dispositivi porta quindi a un aumento delle “emissioni digitali”, anche se il dato più allarmante lo riporta l'inda-



IN VETRINA LE OFFERTE DEL BLACK FRIDAY

gine SIMA. Secondo lo studio della Società Italiana di Medicina Ambientale, sono oltre 400 mila le tonnellate di anidride carbonica rilasciate nell'atmosfera in Italia durante la settimana del black friday. Se i nostri adolescenti si confermano “generazione impegnata”, la corsa all'e-com-

merce sta condizionando le nostre abitudini, i consumi e, non ultimo, l'approccio al Natale dei più piccoli. Tra liste Amazon, link agli store condivisi su whatsapp, la lettera a Babbo Natale è una tradizione sempre più a rischio. Alla poesia della carta e penna, i bambini preferiscono i mes-

saggi vocali, rigorosamente inviati a genitori, nonni e zii, perché possano intercedere con l'arzilla nonnino di rosso vestito. È il segno dei tempi, conseguenza naturale (o tecnologica) di una società proiettata nel mondo digitale, con buona pace della magia delle Feste.

Quest'anno il regalo più bello potremmo concederlo a noi stessi, raccontando ai nostri figli quel “Natale passato” che forse non tornerà più, ma che ai loro occhi apparirà più sorprendente di qualsiasi effetto speciale. La paura di ricevere il carbone se non ci eravamo comportati bene. I propositi, immancabilmente falliti, di restare svegli per conoscere Babbo Natale. La meraviglia di scoprire che aveva mangiato i biscotti lasciati sul da-

vanzale la notte della vigilia. La gioia del Natale, a partire dal suo significato, ci ricorda la bellezza di stare insieme. Di ritrovarsi e, magari, di costruire o recuperare un nuovo rapporto. A cominciare da quello tra genitori e figli, che passa necessariamente dall'ascolto e dal dialogo tra generazioni diverse, ma con un denominatore comune: quel senso di appartenenza che prescinde dalle distanze e dalle incomprensioni. D'altronde il segreto del Natale sono le emozioni autentiche, che restano indelebili nei cuori dei bambini. Momenti da condividere in famiglia e, perché no, anche sui social. A patto che Santa Claus non diventi “Santa Cloud”.

Ivano Zoppi
presidente Pepita onlus