

Educare lo sguardo, educare le menti

Prof. Lorenzo Cantoni (lorenzo.cantoni@lu.unisi.ch)

La relazione muove dal dibattito suscitato dalla pubblicazione di *The cognitive style of PowerPoint*, di Edward Tufte, probabilmente il maggior autore nell'ambito della comunicazione visiva; in questo libretto, l'autore sostiene – assai provocatoriamente – che la nascita del noto software per realizzare presentazioni avrebbe costituito un evento tragico, secondo solo alla tragedia staliniana.

La riflessione sulle tesi di Tufte aiuta da un lato a mostrarne la paradossalità, ma aiuta insieme a comprendere la dimensione di verità delle posizioni deterministiche nell'ambito dei media, emblematicamente rappresentate dal detto di M. McLuhan: "il medium è il messaggio". La riflessione su educazione e nuovi media deve, da un lato, riconoscere la loro dimensione di strumenti, dunque a disposizione di chi li usa, senza però dimenticare la loro componente di geografia cognitivo-comunicativa, ampiamente indipendente dalle scelte delle singole persone (quella dimensione per cui possiamo parlare di *nativi* delle varie tecnologie, e quindi anche di "nativi digitali").

Che fare? Seguendo la traccia del documento di Papa Benedetto XVI, vengono indicati due percorsi complementari. L'uno orientato agli educatori e ai fruitori, l'altro ai produttori dei messaggi.

Rispetto ai primi, si tratta di affrontare le tematiche della gerarchia delle fonti, della capacità di valutarne l'autorevolezza, dell'information overload. D'integrare in modo saggio le tecnologie digitali nell'esperienza formativa e nella dieta mediale complessiva. Il lavoro educativo (e auto-educativo) è chiamato a indagare le tantissime opportunità offerte, senza cadere in complessi d'inferiorità, ingenuità o approcci ideologici (si farà riferimento, tra gli altri, a certi approcci dilettanteschi, a certe ingenuità rispetto agli ipertesti e così via).

Rispetto ai produttori dei messaggi, la riflessione incontrerà soprattutto le dimensioni della qualità e della rilevanza, così come quella del posizionamento sui motori di ricerca e dell'analisi degli usi.

Particolare attenzione verrà posta, nella presentazione della tematica, sia alle prospettive specifiche del cosiddetto web 2.0, sia alla varietà delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione.