

TEORIA E RICERCA IN EDUCAZIONE

COLLANA DEL DIPARTIMENTO DI FILOSOFIA E SCIENZE DELL'EDUCAZIONE
SEZIONE DI SCIENZE DELL'EDUCAZIONE
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO

Direttore

Renato GRIMALDI

Comitato scientifico

Cristina BERTOLINO

Federica MAZZOCCHI

Paolo BIANCHINI

Lorena MILANI

Paola BORGNA

Irma NASO

Barbara BRUSCHI

Sara NOSARI

Tanja CERRUTI

Germana PARETI

Cristina COGGI

Alberto PAROLA

Ivan ENRICI

Marisa PAVONE

Carlo Mario FEDELI

Alessandro PERISSINOTTO

Maria Adelaide GALLINA

Isabella PESCARMONA

Cristiano GIORDA

Paola RICCHIARDI

Anna GRANATA

Elisabetta ROBOTTI

Enrico GUGLIELMINETTI

Paolo ROSSO

Matteo LEONE

Simona TIROCCHI

Graziano LINGUA

Emanuela Maria TORRE

Daniela MACCARIO

Roberto TRINCHERO

Mario MARTINELLI

Federico ZAMENGO

Il Direttore e i docenti afferiscono all'Università degli Studi di Torino.

TEORIA E RICERCA IN EDUCAZIONE

COLLANA DEL DIPARTIMENTO DI FILOSOFIA E SCIENZE DELL'EDUCAZIONE
SEZIONE DI SCIENZE DELL'EDUCAZIONE
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO

[...] tra una scienza e l'altra non sono obbligatorie clamorose divergenze di modelli del mondo, presupposizioni, grammatiche, linguaggi, modelli di base e compositi, [...] molti tipi di scambio di siffatte componenti tra le strutture concettuali di scienze diverse sono meno disagiati di quanto comunemente si creda.

Luciano GALLINO, *L'incerta alleanza*, 1992, p. 282

Teoria, metodo e ricerca sono alla base degli studi raccolti nella presente collana. Il linguaggio scientifico e l'interdisciplinarietà caratterizzano i lavori qui pubblicati da studiosi di differenti aree che, provenendo dalle scienze umane e dalle scienze naturali, proprio in questo spazio trovano il luogo di una feconda cooperazione intellettuale.

Tutti i testi sono preventivamente sottoposti a referaggio anonimo.

L'attività di ricerca che ha portato alla pubblicazione di questo volume si è svolta nell'ambito del Progetto di Eccellenza del Dipartimento di Filosofia e Scienze dell'Educazione dell'Università degli Studi di Torino.

Big data e tracce digitali

Una ricerca internazionale tra studenti universitari

a cura di

Renato Grimaldi
Simona Maria Cavagnero
Maria Adelaide Gallina

contributi di

Sandro Brignone
Simona Maria Cavagnero
Maria Adelaide Gallina
Renato Grimaldi
Cristina Ispas
Stefano Poli
Francesco Mazzeo Rinaldi
Claudio Torrigiani





Aracne editrice

www.aracneeditrice.it

info@aracneeditrice.it

Copyright © MMXIX

Gioacchino Onorati editore S.r.l. – unipersonale

www.gioacchinoonoratieditore.it

info@gioacchinoonoratieditore.it

via Vittorio Veneto, 20

00020 Canterano (RM)

(06) 45551463

ISBN 978-88-255-2825-1

*I diritti di traduzione, di memorizzazione elettronica,
di riproduzione e di adattamento anche parziale,
con qualsiasi mezzo, sono riservati per tutti i Paesi.*

*Non sono assolutamente consentite le fotocopie
senza il permesso scritto dell'Editore.*

I edizione: ottobre 2019

Indice

- 9 Il valore del dato. Prefazione
Francesco Mazzeo Rinaldi
- 13 Big Data e consapevolezza dei propri dati. Introduzione
Renato Grimaldi, Maria Adelaide Gallina, Simona Maria Cavagnero
- 21 Dati digitali e azioni sociali. Uno specchio per l'osservazione
Simona Maria Cavagnero
- 33 Big Data: tra necessità e responsabilità
Cristina Ispas
- 47 Percezione delle proprie tracce digitali. Una ricerca internazionale tra studenti universitari
Maria Adelaide Gallina
- 55 Il valore dei dati in Rete e profili di intervistati
Renato Grimaldi, Sandro Brignone
- 65 Pratiche digitali tra competenza e ingenuità. Le determinanti della consapevolezza delle proprie impronte digitali in un campione di studenti universitari
Stefano Poli, Claudio Torrigiani
- 91 *Autori*

Prefazione

Il valore del dato

di FRANCESCO MAZZEO RINALDI*

Le modificazioni innescate dalla rivoluzione digitale sono profonde e inarrestabili e le conseguenze influenzeranno per molto tempo le nostre società. In questo contesto i Big Data assumono un ruolo di primo piano. Una rivoluzione per alcuni, una minaccia per altri, una moda per i più scettici. Una delle evoluzioni più pervasive del mondo digitale, probabilmente. Un *fenomeno* destinato a durare e a pesare intimamente sulle nostre vite e sul modo di intendere le relazioni sociali.

Ma cosa sono i Big Data? Le nostre identità digitali, si potrebbe rispondere. La letteratura è ricca di definizioni, per lo più legate alle caratteristiche dei dati, come nel fortunato modello delle 3V (Volume, Velocità e Varietà) proposto da Laney nel 2001, poi arricchitosi di altre variabili (Veridicità e Variabilità). Uno schema semplice ed efficace per definire l'enorme mole di dati generati da nuove fonti informative, la loro estrema eterogeneità e la possibilità di essere analizzati in tempo reale grazie a sofisticati algoritmi.

Potremmo dire, un orientamento al futuro che muove l'interesse dai 'fatti' alle 'conseguenze' e che in un mondo sempre più connesso, sempre più colmo di sensori, dati e capacità computazionale ci consentirà di passare dalla comprensione della realtà alla costruzione di nuove realtà, come recentemente suggerito da Pentland (2017). Le opportunità offerte dai Big Data ci permettono uno sguardo più granulare delle interazioni sociali, oggi più visibili di ieri, offrendoci prospettive nuove per comprendere i fenomeni sociali.

Oltre alla semplicità ed efficacia esplicativa, il modello di Laney e le successive integrazioni, si caratterizzano per la ricorrenza della lettera 'V',

* Università degli Studi di Catania.

che continua a giocare un ruolo di primo piano, anche in questo volume. Il 'Valore' è, infatti, un altro elemento di grande importanza che sta acquisendo maggiore spazio nell'attuale dibattito sui Big Data, dibattito a cui questo libro si propone di partecipare con un interessante contributo. Ma perché il valore è un elemento così rilevante per i Big Data? Almeno per due motivi.

Il primo. Ogni minuto che passiamo navigando in Internet per fare un acquisto, scegliere una vacanza, pagare un'utenza, chattare con i nostri amici e, in generale, ogni volta che entriamo in contatto con un oggetto connesso alla Rete (sensori, orologi, telecamere, etc.), generiamo un flusso di dati unico che ci appartiene e che ha un valore materiale. Ossia, ogni nostra scelta, movimento, interazione, etc., che direttamente o indirettamente fa uso di tecnologie digitali produce un vero e proprio capitale digitale. Per alcuni si tratta del capitale del futuro, di un futuro già presente in realtà. Ed è su questo capitale che si sta velocemente sviluppando l'impero digitale dei Big Data. Basta pensare che oggi le aziende a più alta capitalizzazione al mondo hanno a che fare con il business digitale.

Il secondo. L'importanza dei Big Data dipende dal loro (potenziale) utilizzo. Grazie a specifiche competenze e sofisticati strumenti (Analytics) è possibile estrarre valore, trasformando i dati grezzi in informazioni che acquisiscono interesse per organizzazioni pubbliche e private. Non basta dunque raccogliere e archiviare i dati, anche attraverso sofisticate tecnologie, ma è necessario saper estrarre conoscenza. Gli strumenti generalmente utilizzati vengono suddivisi in alcune tipologie, potremmo dire a crescente valore (*Descriptive, Predictive, Prescriptive e Automated Analytics*).

La catena di valore si conclude dunque con l'analisi, passando dall'archiviazione, ma partendo sempre dalla produzione, più o meno consapevole, dei dati. Il capitale iniziale è, quindi, intimamente legato a chi crea i dati. Solo che la stragrande maggioranza di noi non sa di possedere questo capitale, semplicemente non ne percepisce il valore. E dunque, piuttosto che investirlo o 'risparmiarlo' come faremmo con i nostri soldi, lo cediamo senza prestare particolare interesse. Se non sono consapevole di qualcosa, perché dovrei occuparmene? Questo elemento emerge con chiarezza dai contributi presenti in questo volume e dai principali risultati della ricerca condotta per analizzare il valore che gli studenti universitari attribuiscono ai propri dati in Rete. I risultati confermano che per la mag-

gior parte degli studenti intervistati i propri dati non hanno particolare valore. E parliamo di un target che più di altri dovrebbe caratterizzarsi per un'elevata consapevolezza della propria tracciabilità digitale e delle conseguenze che questo comporta. Ma gli autori ci confermano che, in particolare in Italia, i nostri giovani internauti non sono poi così consapevoli. Questa inconsapevolezza non porta solo ad una mancata attribuzione del valore reale delle proprie tracce digitali, ma di fatto contribuisce ad alimentare un sistema iniquo che paga in termini economici moltissimo a pochissime persone. E non si tratta solo di una questione di giustizia, ma anche di efficienza. Una maggiore redistribuzione degli utili renderebbe il sistema più stabile e sostenibile.

Interessante, a tal proposito la recentissima Class Action lanciata da Altroconsumo — “I burattini non hanno dati personali, tu sì” — per tutelare tutti gli utenti iscritti a Facebook, perché venga riconosciuto il valore dei loro dati. “Siamo fan, non siamo burattini nelle mani di Facebook”.

In Europa si è cercato di arginare queste dinamiche attraverso la recente introduzione della GDPR, che segna un forte elemento di discontinuità nel mercato dei dati digitali. Un diritto soggettivo che riconosce a tutti i cittadini europei la proprietà (e portabilità) dei loro dati digitali ovunque e con chiunque generati, aprendo, di fatto, il mercato a nuovi competitor (data broker). Ma per quanto valida ed efficace potrà risultare la GDPR, le tecnologie digitali stanno di fatto diventando una parte costitutiva del nostro essere umani e, pertanto, per poter agire sulla consapevolezza delle nuove generazioni non si può prescindere da una strategia educativa mirata. Su questo aspetto gli autori del volume sono concordi e molto chiari sull'importanza di una educazione digitale che parta fin dalla prima infanzia per promuovere competenze digitali e, in generale, una cultura della consapevolezza che aiuti a comprendere il valore da attribuire ai propri dati. Una strategia educativa volta a sviluppare competenze che aiutino un confronto critico e consapevole dei più giovani con le tecnologie digitali, che favoriscano la comprensione delle “regole del gioco” e che aiutino a riconoscere le possibili implicazioni dell'agire online; insomma un'educazione al valore del dato che, almeno nel nostro Paese, fa ancora fatica ad avviarsi.

Riferimenti bibliografici

- ACCOTO C. (2017), *Il mondo dato. Cinque brevi lezioni di filosofia digitale*, Milano, Egea.
- LANEY D. (2001), *3D Data Management: Controlling Data Volume, Velocity and Variety*, META Group.
- PENTLAND A. (2017) *Prefazione*, in ACCOTO C., *Il mondo dato. Cinque brevi lezioni di filosofia digitale*, Milano, Egea.