

# Il digitale è *pharmakon*: una nuova sfida educativa

di Andrea Granelli

Il digitale «è un potente sovrano, poiché con un corpo piccolissimo e del tutto invisibile conduce a compimento opere profondamente divine. Infatti ha la virtù di troncare la paura, di rimuovere il dolore, d'infondere gioia, d'intensificare la compassione...». Sembrerebbe il discorso di un guru del digitale intento a raccontare le meraviglie di questa tecnologia. Questo famoso brano di Gorgia da Lentini aveva però come soggetto la parola, considerata un *pharmakon*, parola greca ricca e ambigua, che indica sia una potente droga capace di ammaliare e distruggere sia il vaccino necessario per curarne gli effetti distruttivi.

Questa straordinaria doppia dimensione del digitale richiede un'educazione sofisticata e profonda e non un semplice addestramento ai suoi strumenti (o un'inarinatura dei suoi termini... per "fare bella figura"). La sfida è innanzitutto decisionale e antropologica; bisogna creare una nuova classe di decisori in grado di prendere le decisioni giuste... ma anche a misura d'uomo, in modo che l'essere umano ne esca davvero potenziato.

La cosiddetta *Digital Transformation*, infatti, dipende quasi interamente dal rafforzamento (e centratura) dei "fattori umani" a valle della Digital Automation, intesa come l'inserimento in azienda di computer, tecnologia, piattaforme, applicazioni. E quindi i fattori umani vanno davvero potenziati grazie al digitale.

Viene in mente la visione di Adriano Olivetti, la sua scelta di integrare - in un'azienda tecnologica, innovativa e di grande successo - intellettuali e umanisti in modo che lavorassero a braccetto con i migliori ingegneri.

Non è quindi sufficiente una banale e superficiale alfabetizzazione; bisogna costruire

comprensione, sensibilità e senso critico nei confronti del fenomeno nel suo complesso. Non basta conoscere i trend tecnologici e le principali applicazioni digitali di moda, i benefici (soprattutto come li raccontano i fornitori) della specifica applicazione digitale o essere addestrati al suo utilizzo. I danni del populismo digitale sono oramai sotto gli occhi di tutti e non richiedono commenti. Un'autentica educazione digitale invece deve fornire ai manager:

- i criteri "obiettivi" di scelta di un'applicazione;
- la conoscenza delle precondizioni di utilizzo e dei potenziali effetti collaterali;
- i modi per identificare i lati oscuri e gli aspetti più problematici del digitale;
- le implicazioni organizzative, psicologiche e linguistiche a valle della *Digital Transformation*.

Ma né i media né gli opinion leader sono entrati davvero nel merito di quale tipo di competenze digitali fossero necessarie, accontentandosi di una generica alfabetizzazione digitale... e lasciando in mano ai fornitori di soluzioni digitali il compito formativo.

Per contrastare questa deriva tecnologico-addestrativa, vanno sviluppate tre competenze chiave:

- **Pensiero critico:** il "sano scetticismo" assume un ruolo particolarmente rilevante, in quanto ci consente di costruire

su fondamenta solide. Studiare le dimensioni problematiche del digitale e stare in allerta per prevenirne le minacce... e quindi dubitare sulle cose - soprattutto quelle luccicanti e che promettono meraviglie;

- **Business thinking:** il digitale è uno strumento, non un fine. Molte decisioni tecnologiche sono innanzitutto decisioni strategiche che vanno inquadrare in rigorosi processi di business analysis. La scelta tecnologica viene dopo... molto dopo;
- **Background algoritmico:** ha affermato Steve Jobs che è importante imparare a programmare (più che giocare con le stampanti 3D) perché il software non è solo uno strumento di programmazione ma soprattutto un "modo di pensare". Iterazione, ricorsività, *array*, *if statement* sono innanzitutto categorie logiche... che poi hanno preso forma nei linguaggi di programmazione.

Bisogna dunque puntare alla *eLeadership*: rileggere la leadership con la lente del digitale e far convivere - ibridandole - le competenze hard con le soft skill. ☺

 **Andrea Granelli** è socio fondatore di KANSO Srl e uno dei coordinatori del progetto DAI - Digital Awareness Improvement, organizzato da CFMT.