

Conferenza dei Giovani Italiani nel mondo 10-12 dicembre 2008



3 commenti di Andrea Granelli

New media ed e-conference (10.12.2008)

Il futuro della conferenza è nelle nuove tecnologie

La Prima Conferenza dei Giovani Italiani nel Mondo ha messo in crisi il concetto scontato della comunicazione in tempo reale. *“I new media per noi in America Latina non sono affatto una priorità per la crescita della nostra conoscenza e vicinanza con l'Italia”* così affermava nei corridoi FAO qualche delegato dell'America Latina. È qui che bisogna intendersi su quanto è favola metropolitana delle troppe verità che si proclamano in materia di comunicazione e nuovi media.

Le nuove tecnologie legate al web 2.0 stanno aprendo nuove strade alla comunicazione e alla diffusione dell'informazione, rendendo possibili tre funzionalità di grande utilità: facile riutilizzo dei contenuti esistenti, anche quelli prodotti dagli stessi utenti; costruzione di comunità vive e “multi locate”, grazie alla capacità della rete di diventare un luogo conviviale dove si costruiscono relazioni, si condividono idee e punti di vista; diffusione di nuove tecnologie per l'“ultimo miglio” che permettono di trasformare Internet in uno strumento che raggiunge tutti e ovunque – anche dove la connettività non è ancora arrivata: annulla infatti le distanze permettendo di diffondere contenuti “internetlike” senza possedere il collegamento internet.

In particolare ciò è reso possibile da due specifiche (e recentissime) tecnologie: il Print on demand, che consente di inviare materiale in formato pdf (già pronto) fatto per essere letto su carta e stampato in loco – distribuzione immediata dell'opera, anche quella costruita ad hoc. Il podcasting, che consente di costruire pillole informative, cortometraggi, lezioni universitarie, notizie, salvandole in formato mp3 e rendendoli successivamente consultabili da tutti gli utenti con strumenti economici a basso costo (come i lettori MP3) ormai considerati “universali”.

Queste tecnologie sono certamente abilitanti: aprono cioè spazi di diffusione della cultura e delle informazioni relative all'Italia fino a ieri impensabili. È necessario però che ci siano contenuti davvero utili e coerenti con le attese degli utenti - la comunità degli italiani all'estero.

Pertanto risulta particolarmente importante una collaborazione progettuale con loro nella definizione di contenuti, format narrativi, durata, frequenza, etc per permettere una diffusione efficace e capillare.

Altra caratteristica resa possibile dalle tecnologie del Web 2.0 e più in generale del cosiddetto software cooperativo (che ha permesso a gruppi di utenti in giro per il mondo di sviluppare insieme parti dell'impalcatura della nuova internet creando un nuovo tipo di

software chiamato opensource) è stata la trasformazione di chi ha partecipato alla progettazione in un efficacissimo uomo di marketing che grazie alla sua credibilità e contatti ha creato un formidabile passaparola.

La didattica digitale di nuova generazione (11.12.2008)

Una delle grandi opportunità offerte dalle nuove tecnologie digitali è nel supporto alla formazione e all'apprendimento.

In particolare la possibilità di veicolare sulla rete contenuti audiovisivi, simulazioni e ricostruzioni tridimensionali, mappe satellitari ad altissima definizione, consente la costruzione di contenuti formativi – dagli esperti del settore chiamati “learning object” particolarmente innovativi ed efficaci, liberando finalmente l’eLearning dall’essere la brutta copia – anche se apparentemente più al passo con i tempi – del libro di testo.

In particolare alcune discipline – tra l’altro proprio quelle che meglio caratterizzano e definiscono il nostro paese (la sua storia, la sua arte, il suo cibo, la sua cultura materiale (artigianato, design, arredo, moda) – si adattano particolarmente bene a queste nuove funzionalità.

Pensiamo per esempio alla realizzazione di un corso sulla storia romana che oltre al classico materiale didattico, permette di vedere le ricostruzioni dei monumenti come erano oppure integra alcune lezioni pubbliche di grande successo (come per es. la lezione fatta dallo storico Andrea Carandini all’Auditorium sulle origini di Roma e che ha avuto uno straordinario successo di pubblico tanto da essere stata “pubblicata” e commercializzata su DVD). Oppure pensiamo a un corso di storia dell’arte italiana che permette di confrontare le opere d’arte e gli stili, vedere in maniera sinottica le evoluzioni rappresentative di un tema (la Madonna, un simbolo religioso, la “città ideale”), arrivando perfino a rendere digitale e fruibile a tutti il famoso Atlante della Memoria concepito da Aby Warburg e da quel gruppo di studiosi che ha fondato l’iconologia.

Questo è oggi possibile ma quale sarebbe il destinatario ideale di questa nuova “didattica digitale di nuova generazione”: chi da questi luoghi è lontano ma desidera scoprirli, svelarne i nessi, trovare qualcosa di intimamente familiare: gli italiani nel mondo.

La comunità digitale degli italiani all’estero (12.12.2008)

I mezzi digitali possono potenziare le capacità umane e avvicinare persone lontane; ma da sole sono tecnologie neutre; senza un progetto, un fine, rimangono amorfe, inutili – anzi spesso costose e fastidiose. Una delle caratteristiche della Rete di nuova generazione – preconizzata da Adriano Olivetti – è però la sua dimensione conviviale, relazionale. Non più (solo) strumento per il potenziamento individuale (nel far di calcolo, archiviare moli infinite di dati, spedire in un attimo documenti in capo al mondo) ma anche (e forse soprattutto) strumento per la costruzione di relazioni, di capitale sociale, per lo scambio di idee, conoscenze, esperienze ed emozioni.

Roma - In quest'ambito le nuove comunità digitali – grazie alla potenza e facilità d'uso delle più recenti tecnologie di "social networking" – stanno uscendo dai luoghi angusti e iperprotetti degli addetti ai lavori per aprirsi al grande pubblico, di tutti i censi e di tutte le età (si pensi al successo delle comunità di anziani).

Una delle caratteristiche più interessanti di queste nuove comunità digitali è la autentica parità di ruolo dei suoi membri. Anzi membri troppo passivi, che si limitano a osservare e a prelevare informazioni senza contribuire alla loro alimentazione, sono considerati parassiti e progressivamente emarginati.

Quale occasione migliore per costruire una comunità digitale dei giovani italiani all'estero. L'obiettivo non è solo trattare i suoi membri come Ambasciatori del nostro Paese e usare in maniera sistematica le tecnologie del marketing virale e del "passa parola". Un compito ancora più importante è trasformarli in vere e proprie Antenne capaci di interpretare – nei loro paesi di adozione – l'immagine reale del nostro Paese – fatta di sogni e di stereotipi – spesso molto diversa da come ci piace immaginarla e su cui – sempre più spesso – costruiamo inefficacissime quanto dispendiosissime campagne di marketing. In questo modo i nostri connazionali all'estero diventerebbero parte attiva – insieme a noi – nel costruire un'immagine migliore – e più veritiera – del nostro Paese, delle nostre mete turistiche e dei nostri prodotti.