COMUNICATORI DIGITALI

IMPARIAMO AD USARE GLI STRUMENTI DIGITALI,

MA ANCHE A COMUNICARE IN MODO CONSAPEVOLE

INTRODUZIONE

La contemporaneità pone due grandi sfide educative: innovare la scuola, integrandola col mondo del lavoro e con le tecnologie, ma anche mantenere la nostra umanità, per non soccombere in un mondo di macchine ed algoritmi. La Media Education, disciplina che fatica a trovare un suo posto nei curricoli formativi, può riuscire in entrambe: lavorando su piattaforme tecnologiche e attraverso compiti reali, aiuta a far emergere una coscienza e un'etica della comunicazione assolutamente necessarie nella società della conoscenza. In questo modo, si lavora sul concetto di innovazione integrata: tecnologica e sociale.

MEDIA EDUCATION: PERCHÉ PARLARNE

La media education è un argomento che fatica a trovare posto nei nostri istituti, nonostante il suo prodotto, la media literacy (anche nella versione edulcorata della digital literacy) sia una competenza chiave per un mondo votato all'innovazione attiva, in cui gli studenti-cittadini non siano succubi della comunicazione d'impresa, ma possano contribuire allo sviluppo di una comunicazione sana, che integri gli aspetti economici e tecnologici con quelli sociali e relativi al benessere di ciascuno.
Spesso, tale disciplina, viene relegata ad una terra di confine, quasi alla stregua di un "vaccino" contro i media cattivi (proprio sul concetto di virus abbiamo giocato con la *gamification* per ragionare in termini più ampi). Nella realtà, le potenzialità della media education sono infinitamente più vaste: si può configurare infatti come anello di congiunzione tra il mondo della tecnologia digitale e il mondo della comunicazione, umanistica e sociale. Riteniamo che per superare la dicotomia scuola-lavoro, scuola-mondo sia necessario ed urgente far sì che la scuola diventi anche scuola di comunicazione. Per farlo, abbiamo deciso di partire proprio da qui, da un modello integrato per la media education.

CO.DI: UN MODELLO INTEGRATO PER DIFFONDERE LA MEDIA EDUCATION

Il progetto CO.DI (abbreviazione di Comunicatori Digitali) ha l'obiettivo di sensibilizzare gli studenti della scuola secondaria, ormai avvezzi all'uso di internet, social network e chat, ai concetti base della media education. Non si vuole fornire soltanto un quadro teorico, ma trasmettere spunti operativi e fare esercitazioni concrete, a scuola e a casa, avvalendosi di un ambiente di apprendimento virtuale.
Questo percorso vuole aiutare i ragazzi a raggiungere una consapevolezza nell'utilizzo dei differenti strumenti di comunicazione e anche un toolkit di competenze digitali, utili nella vita e sul lavoro.

Il modello sarà realizzato utilizzando un sito web didattico, realizzato con il CMS WordPress, la cui manutenzione sarà affidata al professionista esterno.

Ciascuno studente e insegnante avrà un proprio account con il quale potrà modificare il sito, leggere e scaricare i materiali nonché interagire con il resto della community. Nessun account conterrà dati sensibili, a garanzia della massima tutela di ciascuno studente.

Ogni operazione degli studenti dovrà essere approvata dal professionista esterno, che manterrà anche il controllo sulla cronologia, sulle discussioni e sui file del sito; questo per evitare che studenti o esterni possano manomettere il sito didattico.

CO.DI prevede la suddivisione degli studenti in squadre. Queste vengono sorteggiate; la modalità di formazione dei team ed eventuali modifiche alle composizioni andranno concordate con la scuola.

Il percorso si apre con una sessione introduttiva, nella quale il professionista esterno e l'insegnante illustreranno l'attività agli studenti e li faranno familiarizzare con l'ambiente didattico.

Il percorso è articolato in 9 missioni, ciascuna con una durata di due settimane. Ad ogni missione corrisponderà una sezione del sito,

contenente materiali di studio e un’area di discussione. I materiali di studio, concordati con l’insegnante, verranno utilizzati per discutere in classe secondo la metodologia della flipped classroom, dedicando uno spazio a ciascun modulo.

Di seguito in sintesi le tematiche affrontante durante il percorso formativo:

1 – CO.DI ESISTE?
Come risalire alle fonti delle informazioni?

2 – RIESCI A VEDERE CO.DI?
Chi vede i miei contenuti? Il dilemma ed i rischi della condivisione

3 – CHI E’ DAVVERO CO.DI?
Le informazioni sui motori di ricerca sono complete e veritiere?
Imparare ad informarsi prima di dare la propria opinione

4 – COME SI SENTE CO.DI OGGI?
Emozioni dietro lo schermo: come trasmetterle? Quanto?

5 – CO.DI SA CHE LO STAI COPIANDO!
Come, quando e perché attingere da altre fonti

6 – PERCHÉ HAI SCRITTO A CO.DI?
Io e gli altri: perché ho scelto di scrivere un post?

7 – CO.DI HA BISOGNO DEL TUO AIUTO
Collaborazione in rete VS Individualismo in rete

8 – IL TUO CO.DI COM’É?
Creatività digitale: pensa laterale per comunicare efficacemente

9 – SE CAMBI IL TUO CO.DI, PUOI CAMBIARE IL MONDO
Il mondo è il prodotto della nostra comunicazione. Comunicare con coscienza e consapevolezza è il primo passo per un mondo migliore.

Il professionista esterno prende parte alle discussioni rispondendo ai dubbi tecnici dei ragazzi, ma anche collaborando con l'insegnante nello stimolare una riflessione ricca di spunti formativi.

Le missioni sono competitive, ovvero prevedono una classifica tra le squadre. Per ciascuna missione verrà chiesto alle squadre di produrre e caricare sul sito un contenuto (o di modificare sezioni dello stesso). Sarà richiesta una progettazione preliminare dei contenuti e il periodo di caricamento sarà limitato a due giorni, in modo da garantire la migliore assistenza tecnica agli studenti, anche da remoto.

A conclusione del progetto, ciascun partecipante riceverà un attestato di certificazione delle competenze acquisite ed un dossier digitale contenente tutti i materiali utilizzati e degli approfondimenti utili per chi vorrà proseguire, in autonomia, il percorso formativo. Per la squadra vincitrice è possibile concordare con la scuola una modalità di riconoscimento dello sforzo e dei risultati ottenuti.

MEDIA EDUCATION: I PLUS DEL PROGETTO CO.DI

Una lezione frontale sui rischi e sulle opportunità della comunicazione rischia di essere inefficace, perdendosi nel cumulo degli insegnamenti frontali con cui gli studenti si cimentano quotidianamente. Anche un approccio puramente laboratoriale rischia di risultare sterile, se rigidamente separato dal mondo in cui gli studenti vivono.

Per far fronte a questi problemi, abbiamo strutturato il progetto con un'impronta ludiforme, avvalendoci di teorie e tecniche della *gamification*. Il percorso è articolato in missioni, che gli studenti dovranno affrontare suddivisi in squadra. Ciascuna missione è legata sia ad un'unità di apprendimento che ad un compito di natura pratica (simile a quelli con cui i ragazzi si cimentano nella loro vita quotidiana, dietro lo schermo del pc o dello smartphone), associandolo anche ad un ipotetico incarico lavorativo. L'assistenza del consulente esterno renderà ogni missione una sorta di apprendistato (rimettendo al centro quell'apprendimento a bottega tanto utile e tanto bistrattato), mentre il contributo dell'insegnante permetterà di mantenere un saldo presidio pedagogico sullo stesso, incentivando approfondimenti mirati e lo sviluppo di competenze e conoscenze complementari.

Il punto di partenza è quello di rendere l'esperienza di gioco-apprendimento entusiasmante, modulando la leva collaborativa e quella competitiva, ma anche ancorandosi saldamente al mondo della comunicazione e del digitale. Ecco dunque che le squadre si affrontano tra di loro nel corso delle missioni, ottenendo un feedback che non sia quello dell'insegnante, ma quello tecnico.

Di seguito, un esempio pratico relativo ad uno dei moduli del progetto:

CHI È DAVVERO CO.DI?

“Quando cercate qualcosa in rete, andate mai oltre i primi risultati? Sapete che a metterli in ordine è un esercito di robot che rispondono ad un algoritmo? E sapete che è possibile, con alcuni trucchi (alcuni più semplici, altri meno) farseli amici e posizionare la propria pagina in cima alla classifica?”

ARGOMENTO TEORICO: Principi di ottimizzazione per i motori di ricerca (basi di HTML per il laboratorio informatico, struttura di un testo, ipertestualità e facilità di lettura per quanto riguarda la lingua italiana).

MISSIONE: ciascuna squadra dovrà realizzare una pagina su un argomento specifico, magari un testo letterario, fornito in solido dal docente e dal consulente. Rispettando le regole apprese nella teoria, i gruppi si sfideranno a ottenere la posizione migliore sui motori di ricerca.

OBIETTIVO: sviluppare una consapevolezza dei meccanismi che regolano l’informazione. E’ bene non fermarsi ai primi risultati se si è in cerca della completezza e della qualità.

UN LABORATORIO DENTRO-FUORI LA SCUOLA

La scuola del futuro dovrà sempre più convergere verso il mondo digitale, anche superando la rigidità dello spazio e del calendario scolastico e dell'approccio disciplinarista. In questo scenario, l'alternanza scuola-lavoro rischia di soffrire di un'integrazione non armonica, in cui il tempo dentro la scuola e quello al di fuori sono separati da un confine invalicabile.

CO.DI propone una soluzione innovativa: la duplice interazione, nell'ambiente web (che quindi può essere fruito sia in aula che a casa, con i docenti e con un esperto esterno. In questo modo, la vision pedagogica dell'insegnante è integrata dall'imprenditorialità del consulente informatico.
Questo permette di esaltare un'etica della comunicazione che però non ne nasconda i risvolti imprenditoriali. L'apprendimento diviene così formale e informale, ovvero mediato da uno stakeholder diverso dalla scuola (pur nel rispetto di un rigoroso disciplinare educativo concordato a priori con i vari istituti).

Non va sottovalutato l'aspetto economico: stringere una partnership con un professionista esterno alla scuola, che curi gli aspetti infrastrutturali del progetto e che interagisca con gli studenti prevalentemente a distanza, permette di abbattere i costi relativi a trasferte e spostamenti, riducendo in modo significativo il costo del progetto. Inoltre, è un punto di partenza nella riflessione sullo smart working, tema chiave dell'innovazione nella gestione delle risorse umane.

INNOVAZIONE NON ESCLUSIVAMENTE TECNOLOGICA

L'innovazione esaltata dalla nostra società è perlopiù quella informatico-ingegneristica, con al vertice lo sviluppo di nuove tecnologie e infrastrutture, legata a filo doppio con i settori vincenti dell'economia. Questo fatto non è aprioristicamente sbagliato, ma non dobbiamo dimenticare che si può innovare anche in campo sociale. Il nostro mondo ha un grande bisogno di innovazione sociale, cominciando dalla comunicazione per arrivare al benessere individuale e collettivo.

Purtroppo, un'alternanza scuola-lavoro rigida, eccessivamente dicotomica, finisce per perpetrare il mito dell'innovazione tecnologica dominante, relegando quella sociale alle aule scolastiche o al mondo accademico. In tal senso, il mondo imprenditoriale da anni si impegna nell'espandere la sua vision ad uno scenario ampio, a tutto campo. Qualche resistenza in più arriva dalla scuola, spesso restia a far entrare le imprese tra le sue mura, nonché a contaminare la vision pedagogica con quella aziendale.

CO.DI è una possibile soluzione al problema: attraverso lo sviluppo di un'infrastruttura tecnologica analoga a quella d'impresa, si fa però promotore di una cultura della comunicazione dai forti risvolti etici e formativi. Inoltre, l'affiancamento dell'insegnante ad un consulente esterno, a patto di essere condotto con sensibilità e armonia tra i due (anche grazie agli incontri preliminari tra i due professionisti) libera i docenti dalla difficoltà di doversi confrontare con gli aspetti tecnici del digitale, permettendo loro di offrire una panoramica educativa e pedagogica sul progetto. Si realizza così quella formazione che è tecnica, ma anche umanistica, attraverso il dialogo alla pari delle due componenti.

TEORIE DI RIFERIMENTO

CO.DI è ispirato alla visione classica della media education (ristretta però all'ambito digitale), che ibrida approccio critico e creatività, nel tentativo di portare ad emergere una consapevolezza dei rischi della comunicazione digitale, ma anche delle sue opportunità.
Al contempo, riteniamo necessario integrare questo approccio pedagogico con le competenze digitali ed imprenditoriali necessarie per una scuola che possa accogliere e vincere le sfide poste dalla società del futuro.
Infine, dovendo trovare una formula che attiri gli studenti e permetta un apprendimento agile, formale e informale ma soprattutto autonomo e durevole, ci siamo ispirati ad alcuni progetti d'avanguardia nell'utilizzo della *gamification* a fini didattici.

BIBLIOGRAFIA SINTETICA

ANICHINI A. (2012), *La didattica del futuro*, Milano, Pearson

BUCKINGHAM D. (2006), *Media Education*, Trento, Erickson (ed. or. 2002)

BUCKINGHAM D. (2010), Il futuro della media literacy nell'era digitale, in *Media Education*, maggio 2010

CAMBI F. (2010), *Media Education tra formazione e scuola*, Pisa, Edizioni ETS

CAPPELLO G. (2012), Analisi critica vs. produzione creativa. Le nuove sfide della media education nell'era digitale, in *Form@re, Open Journal per la formazione in rete*, 70(10), 37-44

RANIERI M. (2011), *Le insidie dell'ovvio*, Pisa, EDIZIONI ETS

TOSCHI L. (2011), *La comunicazione generativa*, Milano, Apogeo

GRAZIE!

CO .DI

PORTALE BAMBINI