



*Scuola in ospedale e istruzione domiciliare  
Percorso formativo per Dirigenti Scolastici e Docenti*

## **La comunicazione mediata da computer (CMC) di seconda generazione: uso e funzioni didattiche** a cura di Pier Cesare Rivoltella e Simona Ferrari



Scanned under Attribution-NonCommercial-ShareAlike 2.0 Germany | Ludwig Gatzka | <http://flickr.com/photos/stalio-boo/>

### **Introduzione**

Come abbiamo visto nel materiale sulla CMC 1.0, già gli strumenti di cmc di prima generazione hanno avuto un forte impatto sulle possibilità e caratteristiche comunicative. A questo si aggiunge che l'avvento del Web 2.0 sta comportando un ulteriore cambiamento a livello tecnologico e quindi comunicativo e formativo.

Il presente contributo intende descrivere le trasformazioni della comunicazione dall'avvento dei nuovi applicativi del cosiddetto Web 2.0, i nuovi strumenti dell'interazione dal blog, al wiki ai sistemi di Social Network. Questi fanno emergere con maggiore forza un modello cooperativo e personale in cui l'accento viene posto proprio sulla dimensione sociale della comunicazione. Occorre passare in rassegna questi strumenti verificandone potenzialità e limiti della loro applicazione didattica.



*Scuola in ospedale e istruzione domiciliare  
Percorso formativo per Dirigenti Scolastici e Docenti*

## **Gli strumenti del Social Network**

Prima di vedere le caratteristiche comunicative specifiche, passiamo velocemente in rassegna gli strumenti del social network.

Il Social Networking, il creare reti sociali on line, è qualcosa che appartiene da sempre alla natura relazionale della rete Internet.

Cosa spingere verso questi applicativi? Prevalentemente due fattori: condividere interessi e socializzare.

La prima dunque è la condivisione di interessi sia di tipo "passatempo" (condividere un hobby, essere fan di un cantante) sia di tipo professionale mentre la seconda è guidata dalla produzione di socialità e quindi si va in Rete per mantenere relazioni con gli amici con cui già si è presenzialmente in contatto, ma anche per estendere la propria rete di amicizie "facendone" di nuove.

Queste due leve della socialità trovano nel Web 2.0 un vero e proprio amplificatore tecnologico, soprattutto nei suoi applicativi di Social Network.

Il fenomeno dei SN nasce negli Stati Uniti e nel 2003 ebbero la loro vera legittimazione mentre in Italia le reti sociali fanno la loro comparsa agli inizi del 2004. I Social permettono di collegare in tempo reale un gruppo di persone connesse da un legame sociale, sia che si tratti di persone con cui si è legati da una conoscenza casuale o con cui si hanno dei rapporti di lavoro, familiari o semplicemente qualcuno con cui si condividono interessi. Una rete sociale consiste in un qualsiasi gruppo di persone connesse tra loro da diversi legami sociali.

Questa dinamica di costruzione delle reti sociali si era sviluppata attorno a tre grandi filoni tematici (l'ambito professionale, quello dell'amicizia e quello delle relazioni amorose), successivamente il panorama è cambiato radicalmente. Attualmente esistono Social Network legati ai temi più disparati. L'avvento del web 2.0 ha radicalmente modificato il modo di comunicare sia da parte di chi comunica che di chi riceve il messaggio e questo è dovuto al fatto che questo tipo di uso del mezzo permette di poter veicolare una quantità maggiore di informazioni.

Queste reti hanno in comune il fatto di non essere dei fenomeni di breve durata, ma di presentare elementi di stabilità e continuità, sono dei fenomeni che stanno incidendo profondamente sulle modalità di socializzazione e sull'identità stessa degli individui. Iscrivere a uno di essi rappresenta la volontà di rimettersi in gioco nella relazione, riproporre la propria disponibilità e tornare a prendere in considerazione rapporti dimenticati. Negli ultimi anni hanno esercitato un grosso potere trasformativo, modificando abitudini e stili di vita prima di tutto attraverso la trasformazione delle pratiche di comunicazione.

Si caratterizzano per la capacità di realizzare una comunicazione molteplice e aperta, superando un modello di comunicazione rigida, 'uno a uno' o 'uno a molti', tipica degli sms e mms spediti dal cellulare o dei contenuti multimediali postati su un blog (Fabris, 2008).

Per entrare a far parte di un Social Network online occorre costruire il proprio profilo personale, partendo da informazioni come il proprio indirizzo email fino ad arrivare agli interessi e alle passioni (utili per le aree "amicizia" e "amore"), alle esperienze di lavoro passate e relative referenze (informazioni necessarie per il profilo "lavoro").

È possibile invitare i propri amici a far parte del proprio network, i quali a loro volta possono fare lo stesso, cosicché ci si trova ad allargare la cerchia di contatti, idealmente fino a comprendere tutta la popolazione del mondo. In questo modo è possibile ritrovare persone che non si sono viste da tempo o tenersi in contatto con amici in altre zone del mondo.

Hanno un carattere spiccatamente biografico e rappresentano, alcune volte inconsapevolmente, un archivio delle proprie relazioni sociali e dei propri umori e pensieri.



*Scuola in ospedale e istruzione domiciliare  
Percorso formativo per Dirigenti Scolastici e Docenti*

Vediamone alcuni, forse i più diffusi: Facebook, Twitter, Blog, My Space, Flickr, YouTube.

**Facebook** è una rete sociale fondata nel 2004 dallo studente di Harvard, Mark Zuckerberg. Inizialmente nacque come sito Internet che raccoglieva tutti gli studenti delle università americane, come se fosse un annuario (che è anche la traduzione). In meno di due anni dalla sua creazione, il sito era già nella top 10 dei siti più visitati in Internet. In Italia il fenomeno si sviluppa all'incirca alla fine del 2008 e il sito diventa fin da subito il punto d'incontro di migliaia (di milioni) di utenti sparsi nel globo.

Facebook permette di configurare una pagina web in cui ciascun utente può digitare le proprie informazioni personali (sesso, giorno di nascita, città natale, orientamento politico e religioso, indirizzo e-mail e dell'abitazione, attività, interessi, situazione sentimentale, musica e film preferiti, informazione sul proprio lavoro o sulla propria istruzione e alcune foto personali). Dopo aver completato questo profilo gli utenti identificano altri utenti registrati con cui sono legati da dei rapporti più o meno significativi. Quando si accettano come "amici" non solo si può vedere il profilo personale dell'altro utente, ma si entra reciprocamente nella sua rete sociale.

Il profilo di Facebook include due tipi di messaggi: un sistema privato, simile al servizio di webmail, e uno pubblico chiamato "Bacheca" in italiano, "The Wall," (muro) in inglese, dove gli amici possono lasciare commenti. Di frequente la "Bacheca" contiene dei messaggi brevi che riflettono i sentimenti, scambi di frasi tra "amici" o link per esaminare altri siti o eventi. Si possono aggiungere al proprio profilo dei gruppi, creati dagli utenti e basati su comuni interessi e attività.

Facebook mette in evidenza non tanto l'identità dell'utente quanto le sue relazioni. Ecco perché chi frequenta questo Social Network lo fa soprattutto per incontrare persone e non per affermare le proprie idee; i soggetti che s'incontrano già si conoscono (o si frequentavano) fuori da Internet. A sottolineare la componente di socializzazione di Facebook sono anche i gruppi a cui si può partecipare. Infine su Facebook è possibile trovare giochi e quiz, sviluppati dagli utenti stessi: ci si sfida a colpi di test di intelligenza, videogiochi.

**Twitter** è un Social Network caratterizzato dalla possibilità di pubblicare messaggi con una lunghezza massima di 140 caratteri (mini messaggi simili agli sms). Ha conquistato la notorietà sul web grazie alla possibilità di accedere da molti canali. Gli utenti iscritti a Twitter possono infatti pubblicare i propri messaggi sia dal web, sia dal cellulare via sms, sia con programmi di messaggistica istantanea.

Twitter è una piattaforma di microblogging (micro per le dimensioni ridotte dei post, cioè dei messaggi, che si possono inviare on-line); usarlo è semplice e intuitivo e il contenuto dei messaggi è libero. E' nato per scopi puramente ludici: far sapere agli amici che cosa si sta facendo in un determinato momento.

**Blog.** Il termine blog è un neologismo che deriva da weblog; letteralmente diario del web. Sono siti personali, di osservatori o operatori dell'informazione, aggiornati con scadenza quasi giornaliera, in cui sono presenti osservazioni, commenti, contenuti multimediali, informazioni, opinioni e storie di ogni genere. Sono organizzati secondo un ordinamento cronologico, completati e corredati da una lista di link ad altri blog nella "home page".

La maggior parte dei blogger usa il blog come diario personale, per far conoscere i propri sentimenti e le proprie opinioni ai lettori che hanno a loro volta un blog, ma anche sconosciuti che vagano per la blogosfera passando di link in link. Sono molto diffusi anche i blog tenuti da giornalisti, oppure i blog umoristici e autoironici, impegnati, satirici, "televisivi" o umoristici; non mancano infine blog di scrittori o di poesia. Alcuni blog includono interviste vere e proprie o trasmissioni radiofoniche.

Dal 2001 ad oggi sono nati molti servizi in italiano che permettono di gestire un blog gratuitamente come Splinder, Blogger.com, Bloggers, Libero, MySpace.



*Scuola in ospedale e istruzione domiciliare  
Percorso formativo per Dirigenti Scolastici e Docenti*

**My Space** è un sito dove gli utenti si costruiscono un proprio spazio personale e lo condivide con altri. L'utente si racconta, si descrive, dicendo ciò che vuole di sé, condividendo foto, video e file musicali. Può essere definito un Social Networking, perché aiuta la costruzione di relazioni sociali.

Offre all'utenza molte opportunità: dalla semplice amicizia, alla possibilità di promuovere se stessi in campo artistico, riuscendo a farsi notare dai numerosi e rinomati artisti registrati; permette anche di disporre di un servizio di instant messaging e di posta elettronica. Si possono cercare amici e inviargli "richieste di amicizia", creando così dei network.

**Youtube** è un sito che è nato nel 2005 che raccoglie video amatoriali originali e frammenti di televisioni di tutto il mondo, divisi per categorie. I video possono essere caricati solo da utenti iscritti, ma possono essere visti da tutti.

**Flickr** consente di sfogliare, cercare, caricare e condividere foto digitali, anzi tutte le immagini salvate nel formato JPEG. Si possono condividere le foto con l'intera community di utenti Flickr o metterle a disposizione, in modo sicuro e riservato, solo di amici e parenti, anch'essi utenti Flickr.

Questo applicativo consente di organizzare con semplicità grosse quantità di foto scattate con diversi strumenti fotografici (smartphone, macchina digitale compatta, webcam, reflex, macchine fotografiche analogiche) direttamente attraverso applicazioni online, nel web browser, via MMS o e-mail subito dopo aver scattato la foto.

## **Caratteristiche della comunicazione nel web 2.0**

Già dalla carrellata delle possibilità offerte dagli strumenti del web2.0 ci accorgiamo delle ricadute dirompenti sulle possibilità comunicative offerte. Proviamo ad analizzare meglio le caratteristiche di questa comunicazione mediata da computer di seconda generazione (cmc 2.0).

Se riprendiamo la caratteristica tecnologica fondamentale (la piattaforma è il Web) possiamo vedere come questa abbia ricadute anche sul piano degli scambi comunicativi. Tre sono le parole chiave attorno a cui focalizzare la cmc 2.0 (Rivoltella, Ferrari, 2009).

In primo luogo l'interattività. Anche gli strumenti della cmc di prima generazione (forum, chat, mail) che abbiamo analizzato nel modulo 1 erano interattivi ma nel Web 2.0 l'interattività è potenziata e dalla grande facilità d'uso dei nuovi supporti comunicativi, dalla immediatezza delle interfacce, dal carattere integrato degli ambienti. Per fare l'esempio più emblematico basta pensare a *Facebook*, aperto costantemente sul desktop di qualsiasi computer per vedere l'aggiornamento in tempo reale, ma vale lo stesso per skype. Inoltre questi applicativi risultano accessibili da nuove linee di telefoni mobili pensati appositamente per rendere connesso l'utente a questi "mondi relazionali".

Seconda parola chiave è data dalla socialità. Lo specifico del Web 2.0 abbiamo detto che è proprio la condivisione. Lo possiamo fare in diversi modi: condividendo il proprio curriculum vitae in *LinkedIn*, fotografie con *Flickr*, la propria sitografia di riferimento in *Delicious*, i video in *You-tube* con gli altri utenti della nostra rete sociale. Questa condivisione è resa possibile a differenti livelli e siamo noi a gestirne il grado a seconda delle categorie di contatti ("amici?") della nostra rete in diverso modo:

- possiamo stabilire un diverso grado di "visibilità", ossia di disponibilità di queste informazioni agli utenti;



*Scuola in ospedale e istruzione domiciliare  
Percorso formativo per Dirigenti Scolastici e Docenti*

- possiamo intervenire sulla “ricercabilità” delle informazioni attraverso i sistemi di tagging delle risorse ossia attraverso l'apposizione di parole-chiave e marcatori semantici (mi piace/non mi piace, utile, dispositivi di rating come le stelline, ecc.);
- possiamo intervenire sull'integrabilità, che vuol dire che la risorsa pubblicata nel Web 2.0 rende possibile a ciascun utente che la visita di lasciare il proprio commento testuale in margine ad essa diventando in questo modo co-autore della risorsa;

Infine l'autorialità. Il web 2.0 è autoriale per eccellenza, è molto più facile diventare autore e pubblicare rispetto agli strumenti precedenti.

E questa facilità ci porta a scattare delle fotografie o a girare un video per poi collocarlo nel blog o in YouTube, tutto in un processo di pochi clic.

Il protagonismo dell'utente è al centro della cmc 2.0, i contenuti sono svincolati da processi di produzione dell'informazione “vecchio stampo” (routines produttive di grandi emittenti) e diviene “user generated content” (come avviene per i blogger e per il cosiddetto microgiornalismo).

Queste nuove logiche ci interessano perchè comportano una ridefinizione delle modalità attraverso le quali si costruisce l'interazione in Internet.

Utilizziamo per l'analisi lo schema che avevamo usato per gli strumenti di cmc 1.0 (Rivoltella, 2003) ovvero: situazione, codici, effetti.

Se non ci fermiamo sui codici perchè in fondo sono gli stessi, per quanto riguarda la situazione occorre analizzare le modalità di accesso all'informazione.

Cosa emerge negli strumenti 2.0?

Sembra essere superata la differenza tra comunicazione sincrona e asincrona. Due le motivazioni che spingono in questa direzione:

- a livello tecnologico, lo sviluppo degli applicativi recenti porta alla convergenza e al tempo reale dell'interazione, ovvero alla possibilità di semplificare all'utente la gestione dei diversi spazi della sua presenza on line e allo stesso tempo di controllare tempestivamente la messaggistica o gli eventi che in essi si producono. Esempio in tal senso è il preview di *Google Wave*, un servizio messo a punto dallo stesso team di sviluppatori australiani che hanno realizzato *Google Maps* e che consentirà di gestire in un unico ambiente integrato i blip provenienti dai diversi servizi cui si è iscritti: posta elettronica, *Facebook*, *Twitter*, *Skype*;
- a livello d'uso il fatto che le modalità della comunicazione nel Web 2.0 non sono più prerogativa dell'ambiente (la chat è sincrona, il forum asincrono) ma dell'intenzione comunicativa dell'utente: se sono connesso il messaggio di *Skype* mi raggiunge, in caso contrario lo troverò all'apertura successiva del browser. Allo stesso modo, nella misura in cui attraverso un feed mi viene comunicato quando un nuovo post è stato pubblicato nei blog che seguo, il mio commento può essere praticamente immediato.

L'attenzione si sposta proprio sulle pratiche comunicative più che sulla tecnologia. Il livello di sincronia si traduce nel grado di tempestività della risposta, all'interno di un sistema di comunicazione in cui, comunque, l'interazione tende di suo all'immediatezza. Se la centratura della CMC 1.0 era ancora molto strumentale, la CMC 2.0 ha sicuramente una marcata centratura sociale con quel che ne consegue anche dal punto di vista della difficoltà di mantenere la comunicazione on topic e di salvaguardarla da derive.

Un secondo aspetto è dettato dall'autorialità, la facilità con cui in esso si producono contenuti. Anche la CMC si apra con facilità alla condivisione non di semplici scambi comunicativi, ma di contenuti multimediali.



*Scuola in ospedale e istruzione domiciliare  
Percorso formativo per Dirigenti Scolastici e Docenti*

E questo ricade fortemente sulle attività di moderazione. L'e-tutor, in quanto moderatore, non può più limitarsi a controllare e gestire solo la conversazione, ma apre il fronte ad una gestione del flusso di documenti (testo, fotografie, filmati, ecc.) che gli utenti si possono scambiare. Come si può capire la questione non è più solo quella di decidere cosa sia on e off topic o di evitare il flaming, ma in senso più generale di comprendere cosa si possa o non si possa condividere in una logica di comunicazione sicuramente più coinvolgente e personale.

Per quanto riguarda il terzo descrittore, gli effetti, è evidente la presenza nelle loro forme comunicative di un differente programma d'uso:

1. il blog è fatto per una comunicazione top-down, certo aperta a contributi collaborativi (commento, tag), ma orientata sostanzialmente a far sì che uno parli e gli altri ascoltino e commentino. Si può intervenire sui diritti di amministrazione del blog consentendo a ciascuno di postare, ma normalmente non avviene.
2. il wiki è invece spazio per una comunicazione paritetica. Qui la comunicazione è circolare e i flussi non prevedono di essere orientati in maniera preferenziale.
3. l'instant messaging ha invece una logica più simile a quella del virtual group: se nel blog la comunicazione è asimmetrica e nel wiki circolare, in *Skype* o in *MSN* è tanto asimmetrica che circolare, in relazione con le modalità secondo le quali di determinano i turni di parola e si organizzano gli eventi comunicativi.

Proviamo a mettere in luce le funzioni dei diversi strumenti.

Il blog assolve alle seguenti funzioni:

- serve per fornire informazioni dal punto di vista dell'esperto e funziona benissimo come risorsa per la ricerca sul Web, nel senso che una delle modalità attraverso le quali è possibile fare information retrieval è proprio quella di rivolgersi a dei blog specializzati (Garavaglia 2008);
- consente di aggregare reti sociali attorno a centri di interesse;
- assolve a una funzione autonarrativa, autovalutativa, riflessiva (e questo nella direzione della clinica, della didattica o in generale del processo di consapevolezza del sé che riguarda tanto la vita individuale dei soggetti che la loro identità professionale);
- documentativa (il blog funziona per molti autori come spazio di trascrizione temporanea e di maturazione delle idee che poi si organizzeranno entro contesti più strutturati come quelli della forma-libro);
- etnografica proprio per il suo forte carattere di marcatore identitario, diviene osservatorio privilegiato per la ricerca qualitativa nella prospettiva della cosiddetta Virtual Ethnography (Hine 2000).

Anche il wiki consente di aggregare reti sociali attorno a centri di interesse, costituisce una fonte di informazioni, offre un'opportunità di documentazione, ma specificamente si lascia comprendere come spazio di lavoro cooperativo. Quando si ha la necessità di predisporre un contenitore entro cui si possa produrre conoscenza attraverso il ricorso al contributo di più attori, niente meglio di un wiki assolve al compito.

Infine, le applicazioni di instant messaging svolgono funzioni che possono essere svolte anche dal blog (come quella autonarrativa, chiaramente individuabile nel manifesto del proprio account, come nell'immagine che si sceglie per rappresentarsi) o dal wiki (si può svolgere lavoro cooperativo in *Skype*, avvalendosi della funzione integrata della comunicazione pure voice multi-utente, della chat



## *Scuola in ospedale e istruzione domiciliare Percorso formativo per Dirigenti Scolastici e Docenti*

testuale e della possibilità di trasferire file in allegato), ma certo vi sono alcune caratteristiche che sono specifiche dell'instant messaging. Si pensi all'uso di questi applicativi per prendere decisioni, o per strutturare attività di counselling o di sportello.

### **Attenzioni formative**

Quali ricadute questo cambiamento di paradigma comunicativa ha sui processi di formazione nei quali l'e-tutor è protagonista?

Sicuramente in un sistema di formazione allargato agli applicativi 2.0 l'e-tutor viene fortemente messo in discussione non quando necessità di questa funziona che ne risulta potenziata ma in quanto a profilo e attenzioni educative.

Il carattere di forte socialità e la centratura sulle pratiche comportano il rischio di derive relazionali (già presente nei forum ma qui amplificato) che allontanano le attenzioni dagli oggetti-contenuti della formazione.

Inoltre entra in gioco la necessità della formazione di legarsi ai bisogni reali dei corsisti (e non bisogni indotti o percepiti come tali dalle organizzazioni) per garantire i livelli di motivazione dei partecipanti; motivazione che aiuta a "ricentrare" sui contenuti possibili derive e ad attivare ai processi di user generated content che altrimenti porterebbero il singolo e il gruppo a produrre e "parlare d'altro".

Il tutor è fortemente chiamato a intensificare la sua presenza, ma anche a modificare strategie e modi della sua comunicazione.

Non è più pensabile una forma di "moderazione classica". Non ha più a sua disposizione sistemi di amministrazione e di controllo dei processi rigidi come accadeva nei Learning Management System.

Inoltre il protagonismo, la socialità e le produzioni libere incentivate dal web 2.0 diventano uno "stile" di comunicazione online dove prevale la simmetria e il peer-to-peer che vanno ripensati dentro processi formalizzati di formazione.

Se da una parte occorre ripensare alla moderazione, occorre però ripensare anche alla progettazione degli ambienti di supporto ai gruppi in formazione, insomma ai mix della classe virtuale non tanto in chiave tecnica (gli strumenti ci sono e sono a disposizione degli e-tutor) ma di progettazione didattica di questi apparati.

Nel 2.0 è possibile raggiungere gli stessi obiettivi formativi attraverso il ricorso a più strumenti (posso far collaborare in un wiki, ma anche in un blog, in *Facebook*, ecc.). La scelta può dipendere da molti fattori tra cui l'analisi delle pratiche del mio gruppo. Se ho corsisti che lavorano quotidianamente in face book perché devo riorientarli verso un blog? La domanda non intende obbligare verso una scelta data dagli utenti ma vuole far riflettere sulle resistenze che il tutor si trova a confrontarsi e sulle opportunità delle sue strategie...

Sicuramente viene richiesto all'e-tutor una ben definita e argomentata microprogettazione (strumenti, obiettivi e compiti) e una netiquette 2.0 (le regole che guidano la comunicazione e lo scambio dei materiali).