

Uno sguardo generale sul futuro: i “Performing” Media, ovvero la via ludico-partecipativa alla cittadinanza digitale

di Carlo Infante

Lo sviluppo della nostra società riguarda l'evoluzione dell'idea di spazio pubblico, dall'invenzione del teatro nella polis greca alle piazze del rinascimento, fino alla progettazione di nuove condizioni di relazione sociale all'interno dei complessi contesti urbanistici degli hinterland metropolitani.

E' in questo quadro che s'inserisce la necessità di progettare ulteriori ambiti ludico-partecipativi, per creare anche nel web le condizioni per attuare dinamiche di cittadinanza attiva.

Questo approccio può diventare un'opportunità per coniugare il principio basilare del sistema educativo, quello di formare cittadini, con la pratica culturale nel nuovo spazio pubblico che sta emergendo, ovvero quello di internet.

In questo senso, è importante la realizzazione di nuovi format culturali ed educativi di comunicazione interattiva, per interpretare le potenzialità di ciò che viene definito il web 2.0, ovvero l'evoluzione della rete nel senso partecipativo, come il fenomeno dei blog e del social networking ha reso evidente. Per raggiungere questi obiettivi, sarà necessario passare attraverso una serie di step, come viene di seguito illustrato.

1. La rete come spazio pubblico

La scommessa principale in atto per quanto riguarda l'innovazione è direttamente proporzionale alla capacità d'interpretare la Società dell'Informazione per ciò che può diventare: il nuovo spazio pubblico, quello di una polis fatta da informazioni prodotte dall'azione degli uomini che vivono e usano la rete come nuova opportunità di relazione sociale.

L'evoluzione del “social networking” (e ancor prima dei “blog”) rifonda il concetto d'informazione: non più solo prodotta dagli specialisti (giornalisti, teorici e autori) bensì dagli utenti dei sistemi informativi che, attraverso l'approccio interattivo, esprimono il loro diritto-dovere di cittadinanza nella società dell'informazione.

Si tratta di condivisione dello spazio pubblico rappresentato dalle reti: l'infrastruttura della società in divenire.

L'utente delle reti può trovare il modo per portare con sé, dentro la rete globale, la dimensione locale della propria soggettività e della propria comunità, per dare forma alla coscienza dinamica della propria partecipazione attiva.

Educare dopotutto significa “tirar fuori” (dal latino “educere”).

E' qualcosa che è già nell'aria da tempo nella cultura digitale. ma che deve ancora compiersi nell'assetto generale della res pubblica, ed è per questo che è decisivo saper guardare alle nuove generazioni. Sono loro i futuri soggetti attivi di una socialità nuova che darà forma e

sostanza alla figura che è ben definita da uno dei soliti neologismi: prosumer, il produttore-consumatore d'informazione.

2. Verso una società dei saperi e dei pareri

Senza questa attenzione, qualsiasi portale web apparirà come uno di quei gran portali di ranch visti nei film western degli anni Sessanta: una grande impalcatura con il deserto dietro.

La fortuna delle piattaforme di social networking dimostra quanto sia possibile rilanciare una strategia di comunicazione pubblica che sia in grado di tradurre l'interattività in nuova forma d'interazione sociale e anche, diciamolo, emozionale.

Per accostare all'auspicata società dei saperi anche una società dei pareri.

Le strutture relazionali della società di massa (amplificata dai mass-media) sono logore e necessitano un radicale ripensamento a partire da un più preciso orientamento della comunicazione verso target particolari, dai gruppi d'interesse alle diverse comunità della società multiculturale, fino alle diverse fasce generazionali, pensionati o adolescenti che siano.

È da considerare però che non è solo una questione di nuove funzionalità. Non è infatti solo un fatto di servizi più evoluti, di soddisfazione dei bisogni, bensì di strategia di comunicazione pubblica che solleciti il desiderio di mettersi in gioco: di partecipare a piattaforme web che sappiano fidelizzare e valorizzare il feedback dei cittadini on line. Perché si renda esplicito quanto la rete possa essere spazio pubblico ossia qualcosa che rappresenti l'estensione di un'operatività umana che sta imparando a fare dello scambio d'informazioni un valore d'uso e non solo un consumo. E' nel valore d'uso della comunicazione che si annida l'elemento germinale delle risposte a tante di quelle domande che ci stiamo ponendo in questa cruciale fase di transizione culturale.

3. Gli scenari del web 2.0. La mutazione di paradigma

Siamo nell'arco di un passaggio radicale, una netta mutazione di paradigma: cambia la chiave di violino davanti al pentagramma evolutivo. E ciò riguarda non solo la crisi strutturale degli assetti produttivi ma quelli sociali. Sta cambiando qualcosa di fondante: il nostro modo di percepire il mondo, l'idea di spazio e di tempo, ad esempio. E' vero o no che il web si sta rivelando il nuovo spazio pubblico? La domanda inevitabile da porci di conseguenza deve essere: in che termini stabilire la relazione tra queste reti immateriali e il territorio?

Un sistema-paese come l'Italia che soffre ancora di un ritardo grave rispetto ad altri paesi molto più connessi ad internet può e deve rilanciare questa relazione, a partire dalla sua prerogativa: il fatto d'essere uno dei territori più desiderabili, per via dell'integrazione tra paesaggio, biodiversità, culture materiali e beni culturali. Eppure è una potenzialità non espressa fino in fondo, per via di un approccio inefficace con i sistemi organizzativi e quelli della comunicazione, fin troppo adagiati sul modello televisivo incapace di cogliere le sfumature della complessità di un'utenza che pone nuove domande.

La nuova complessità di cui stiamo trattando riguarda la simultaneità delle informazioni, le loro connessioni combinatorie, le dinamiche della rete e, per essere più precisi, le dinamiche partecipative del web 2.0 e del social networking (compreso il fenomeno trascinante di

Facebook), dove le informazioni sono sempre più innervate alle relazioni. C'è ancora qualcuno che snobba la tecnologia come se fosse qualcosa per addetti ai lavori informatici?

Ciò sottovaluta il fatto che i nuovi linguaggi digitali scandiscono sempre più le dinamiche sociali e, ciò che è più urgente, condizionano l'immaginario di nuove generazioni. Queste stanno crescendo da sole, centrifugate da automatismi, perse nelle reti che rispecchiano in modo distorto la vita sociale. Senza l'opportuna attenzione culturale che coniughi i saperi sedimentati con le nuove attitudini ipertestuali dei "nativi digitali". Il futuro di un Paese si misura sulla capacità del sistema di stimolare il potenziale creativo delle nuove generazioni. E quella creatività riguarda soprattutto l'ambientamento nei nuovi assetti psicologici e comunicativi creati dall'evoluzione tecnologica in atto, che investe sempre più le modificazioni antropologiche. Le generazioni-ponte devono creare le condizioni adeguate perché questo accada, in un processo evolutivo della coscienza culturale, interpretando le accelerazioni tecnologiche in relazione alle mutazioni culturali.

E' questo uno dei punti cardine della grave crisi di passaggio che stiamo vivendo, in cui la recessione economica rischia di annichilire le attenzioni per la ricerca. Eppure la proiezione nel futuro deve rivelarsi come una risorsa da redistribuire. Avete presente quella frase di William Gibson? "Il futuro è già qui. E' solo mal distribuito".

4. La scommessa antropologica dell'homo ludens

Un Paese che non scommette sul proprio futuro è un Paese che non ha prospettive ed è destinato ad invecchiare e ad esaurire la forza motrice del proprio sistema, vanificando quella creatività originaria che riguarda la capacità d'inventare soluzioni efficaci nelle condizioni impreviste.

Sembra proprio sia il caso del sistema Paese Italia, dove molti pensano che la creatività sia solo una questione di belle arti. Eppure tutti dovremmo preoccuparci del futuro, perché là dobbiamo passare il resto della nostra vita. Ma quanti si sono fermati, magari arroccati nell'autocompiacimento di ciò che già sanno e già fanno? Quanti non sopportano di trovarsi a disagio con un mouse? O temono la dispersione delle capacità di attenzione, parametrata sullo sviluppo lineare di un testo, di fronte alla dinamica non-lineare di un ipertesto? Di quell'ipertesto d'ipertesti che è internet?

Ambientarsi nella società delle reti, significa, prima di tutto, porsi con umiltà ed impegno nel cercare di comprendere la modificazione di quegli assetti psicologici e cognitivi che, per quanto si siano fondati sulla struttura alfabetica, oggi sono sempre più proiettati nell'infosfera audiovisiva e nell'interattività.

In questo senso, sarà importante occuparsi di armonizzare il thesaurus delle nostre conoscenze con i sistemi della comunicazione multimediale, senza spaventarsi per ciò che c'è da perdere nel passaggio da un paradigma cognitivo a un altro. Sì, qualcosa da perdere c'è. Rassegniamoci. Ma molto altro c'è da acquisire.

C'è, ad esempio, da operare perché le forme della comunicazione interattiva possano rivelarsi come opportunità di partecipazione alla nuova "res" pubblica espressa dalle reti, giocando la scommessa antropologica che sta alla base dello sviluppo della Società dell'Informazione.

Già Jeremy Rifkin (in "L'era dell'accesso", Mondadori, 2000) ha affermato che si sta passando dall'homo faber della società industriale all'homo ludens, agile nel selezionare le informazioni per tradurle in valore.

Il gioco, in quanto motore della creatività, è il concetto che possiamo quindi permetterci di porre in stretta relazione con la comunicazione, nuova materia prima della società delle reti.

Il gioco è il principio attivo di quella complessità interpersonale che conduce verso il superamento dei ruoli prestabiliti e delle competenze stabilizzate, in un mondo che sta mutando attraverso le promesse dei nuovi media. L'interattività si può tradurre in nuova interazione sociale, dando forma e dinamica relazionale a contenuti che trattano della vita culturale nei territori del nostro Paese. Affinando format che ridefiniscono il rapporto tra politica e poetica, come quelli che definisco di performing media, nell'interazione tra reti e territorio (geoblog, mobtagging, interaction design urbano, urban experience). Pratiche che fanno parte di una sensibilità diffusa nelle nuove generazioni che operano nel web, rilanciando un concetto di creatività che tendo ad accostare a quello suggerito dal matematico francese Jules-Henri Poincaré: "Creatività è unire elementi esistenti con connessioni nuove, che siano utili". E penso a quanto questo suggerimento sia decisivo per capire il fenomeno del "mash up" in Internet, implementando diverse applicazioni, plug-in, su operatività che rilanciano il principio open source nel senso lato del termine. Come pratiche aperte d'implementazione secondo i principi della creatività connettiva.

La questione della creatività, come ho già scritto, non riguarda, infatti, solo l'espressione artistica dei linguaggi, ma la capacità di ambientarsi in nuovi contesti, come oggi è quello del web, il nuovo spazio pubblico. Il nuovo luogo dello scontro con i poteri cristallizzati e dell'incontro con le nuove generazioni. Un ambiente da antropizzare in via direttamente proporzionale al nostro desiderio di mondo possibile, inventando nuovi modi di "comunicare con" (a differenza del "comunicare a"), re-imparando a condividere la conoscenza e a renderla funzionale alla progettazione di futuro. A partire dalla riqualificazione del nostro territorio, per instradare i nostri migliori processi produttivi (dal manifatturiero a quelli del trasferimento tecnologico) verso una nuova cultura d'impresa ed un'innovazione territoriale che riattivi non solo il Pil ma anche il Fil (Felicità Interna Lorda).

E' in questo quadro che è possibile comprendere la valenza della scommessa antropologica da giocare. Nel momento in cui accettiamo l'idea che l'assetto lineare della produzione industriale si possa essere infranto contro gli scogli della globalizzazione, non resta che rilanciare il gioco nella ricerca di nuovi modelli di sviluppo. Per questo non può bastare la tanto idealizzata "green economy", incardinata su fonti d'energia rinnovabile ed ecosostenibilità dell'ambiente. C'è da inventare altro, letteralmente: scoprire cercando. Sovviene la dinamicità di ricerca propria dell'homo ludens, teso a cercare, a ricombinare le opportunità del "serendipity", rivedendo le intuizioni di Levi Strauss per cui il bricolage antropologico è determinante per l'evoluzione umana. Significa non solo sperimentare linguaggi e tecnologie, ma ricreare equilibri possibili tra offerta d'opportunità ed una domanda esponenziale che ne interpreti le potenzialità, non solo consumando ma usando: inventando nuovi valori d'uso.

L'approccio ludico è, ad esempio, in quel diventare "autore di sé stessi", come afferma Sherry Turkle in "La vita sullo schermo" (Apogeo, 1997), condizione tipica della scrittura connettiva (intimamente relazionale) che si svolge nei blog e nei social network. In questo valore d'uso della comunicazione, si delinea una personalizzazione dei media che sta già ridefinendo le politiche del web-marketing. E' avviata una road map che, in alcuni paesi

(Paesi Scandinavi e Inghilterra, per citarne solo qualcuno) dove la banda larga è un dato di fatto, sta sparigliando le carte delle quote pubblicitarie rispetto allo scenario dei media, scandendo la migrazione dai mass-media ai my-media.

5. Dal "mass-media" al "my-media"

I mass-media, quelli televisivi in particolare, hanno viziato il concetto stesso di comunicazione, inibendo il valore originario della comunicazione intesa come un "comunicare con" per imporre il "comunicare a": un comunicare da uno a molti, verticale e pervasivo.

La potenzialità interattiva di internet mette in campo una potenzialità orizzontale e partecipativa che ora sta delineando un ulteriore salto di qualità, grazie a ciò che può essere definito social networking.

Uno dei modi migliori per misurarci con questa problematicità è quello di raccogliere e interpretare gli impulsi e le competenze della società civile, per sviluppare piattaforme collaborative che mettano in rete le potenzialità partecipative dei cittadini.

Declinando il principio di personalizzazione dei media in termini sociali.

In questo quadro, è pienamente inscritta tutta la necessità d'inventare nuovi ambiti per la produzione di socialità, attivando opportunità in cui, accanto ai servizi ad alto valore aggiunto tecnologico, servirà una creatività capace di interpretarli, nel creare nuovi modi, nuovi linguaggi, nuovi format come quelli che definisco Performing Media.

Per creare questi nuovi modi, e nuovi mondi, occorrono anche parole nuove su cui è opportuno riflettere, per capire ciò che ancora non ha evidenza.

Una di queste è social tagging: uno dei concetti-chiave per comprendere la nuova fase della rete.

Vi si sottende una nuova pratica connettiva già delineata con il fenomeno diffuso dei blog e che di fatto rilancia qualcosa che si fa da sempre nel web: l'ipertesto. E' quindi una pratica di link: la connessione continua di frammenti di testo. Il dato-cardine da rilevare è nel fatto che emergono dal testo, come la panna dal latte, le parole-chiave, i concetti affioranti. E qui inizia il gioco delle libere associazioni, che danno senso ad un concetto come quello di "i-pertinenza", coniato da Derrick De Kerckove per intendere la capacità d'espandere le pertinenze interpretando le possibilità ipertestuali della rete.

Le parole-chiave vengono associate tra loro dall'azione connettiva degli utenti che ne condividono la pertinenza in un ambiente ipertestuale come la rete, in cui è integrata anche la loro esperienza cognitiva diretta. L'informazione si fa sempre più glocal, globale come la rete e locale come la soggettività degli utenti che vi trasferiscono la loro interpretazione, e fondamentalmente con azioni nel territorio che rilanciano l'idea stessa di happening.

6. "Quadrante Corviale": idee per un rilancio. I format di "performing media" per il rilancio di Corviale in quanto Distretto dell'Arte, Cultura e Sport

Ripensare Corviale può rivelarsi come un'occasione emblematica per ridefinire il rapporto tra politiche culturali e urbanistica, passando per la comunicazione interattiva che attraverso il web si sta rivelando un nuovo spazio pubblico.

Ciò comporta una nuova tensione culturale, capace di ricombinare gli elementi in gioco nella dimensione urbana, in tutta la loro contraddittorietà, da quelli architettonici a quelli sociali.

Perché questo possa trovare una sua risoluzione adeguata, non si può prescindere dall'attuazione di una condizione partecipativa, che, oltre ad indagare le criticità di un territorio, possa rilevarne le proiezioni, le interpretazioni e i desideri dei vari "attori" in campo.

Un punto di partenza è quello di rileggere una delle esperienze più importanti svolte a Corviale, già nel 2004, a cura della Fondazione Adriano Olivetti di Roma, con la realizzazione del progetto "Osservatorio Nomade", in collaborazione con Laboratorio Territoriale Corviale - Roma Ovest.

L'intera azione, definita "Immaginare Corviale", s'è articolata in un'indagine creativa su come lo spazio pubblico viene vissuto, ricordato, immaginato e trasformato.

Un intervento che ha visto armonizzare due approcci diversi, in un territorio come quello di Corviale, in un momento di grande trasformazione. Uno è quello propriamente creativo, espresso da artisti, architetti e musicisti; dall'altro quello teso all'individuazione di necessità concrete della cittadinanza e forme negoziate di riqualificazione sostenute dal Laboratorio Territoriale.

Lo sviluppo di questa attuale ricerca di "Quadrante Corviale" può rilevare alcuni aspetti di quella esperienza, armonizzandola con le altre iniziative che sono emerse in questi ultimi anni a Corviale.

Un'ipotesi è quella di esporre, "spazializzandola" nella struttura ipertestuale di un social network dedicato, l'intera articolazione dei soggetti e dei temi in campo.

Una proposta di metodo che comporta uno sviluppo di contenuto pregiudiziale, che sta cioè alla base di tutto il lavoro di ricerca, perché questo intervento d'indagine possa realmente contribuire a riqualificare il territorio, non solo grazie alla sua ennesima interpretazione di criticità ma attraverso un'innovazione del processo di ricerca funzionale all'azione.

L'innovazione di cui stiamo trattando riguarda sempre più l'evoluzione dei processi culturali partecipativi ed è in questo ambito che la comunicazione interattiva, bidirezionale, multiutente e cross-mediale, potrà dare un contributo decisivo.

In questo senso, superando l'aspetto solipsistico del rapporto "uno a uno" con gli schermi, vanno individuati i format di comunicazione che possano liberare le potenzialità di ridefinizione degli assetti cognitivi e organizzativi attraverso le dinamiche del web 2.0, rilanciandole in azioni nel territorio.

7. Nuove forme di comunicazione: Corviale tra "blog" e "geoblog"

Prima di tutto, il format del blog che, per quanto possa apparire oggi scontato, è la piattaforma che ha dimostrato, attraverso la pratica del "diario", che la scrittura produce un'azione: induce condivisione.

E' di una forma di scrittura particolare che si tratta, più immediata, meno formalizzata, tesa

ad attivare conversazione, scambio.

Nel senso specifico del progetto d'indagine Quadrante Corviale di cui stiamo trattando, si pensa allo sviluppo di un social network dove utilizzare il blog come diario di bordo, uno centrale (in home) con lo sviluppo lineare (diacronico) della ricerca in progress e altri collaterali: blog specifici dedicati ad alcune "storie" che si considerano emblematiche, da sviluppare (anche sulla base di narrazioni sbobinate da interviste...), e su cui poi sollecitare un confronto nell'ambito delle vicende esposte, narrate, con pertinenza.

Abbiamo appena parlato di storie, ma è di geografie che si tratta.

Stiamo aprendo un focus su uno scenario critico, come quello dell'area metropolitana connotata dall'insediamento residenziale del Corviale, il complesso edilizio che si sviluppa nel "Quadrante Sud-Ovest" di Roma per la lunghezza di circa un chilometro per nove piani di altezza.

E se per sviluppare nel modo migliore questo focus su quel territorio e le linee d'iniziativa possibili, a partire da quelle già attuate, si combinasse alla soluzione già esposta del social network e della spazializzazione delle informazioni nella forma di un ipertesto, un ulteriore format?

L'attivazione di un intervento partecipativo inscritto nel territorio, può trovare una sua emblematica realizzazione attraverso un'evoluzione del format del blog tradizionalmente inteso, che definiamo "geoblog".

E' una pratica che è stata inventata in Italia: a Torino, in occasione delle Olimpiadi Invernali del 2006 (il cantiere è stato aperto nel 2005, prima dell'avvento di Googlemaps).

E' attraverso il geoblog che è possibile contemplare una gestione delle risorse informative funzionali ad un rapporto nuovo con il territorio: attraverso l'uso di mappe interattive (quelle di googlemap, secondo l'approccio virtuoso del "mash up", per cui si usano tutte le applicazioni possibili, integrandole) che possano geo-referenziare i contenuti espressi in un contesto territoriale.

Per scrivere storie nelle geografie.

Il geoblog attua l'interazione tra la mappa del territorio e quelle scritte che lo rivelano, lo narrano, lo descrivono. Le scritte possono anche essere multimediali (audio con soluzioni podcast e video utilizzando YouTube), per evidenziare le caratteristiche di un'azione che si svolge nel territorio stesso.

Sulle geografie dei luoghi, formalizzate nelle mappe, si potranno così inserire notazioni che danno forma ad uno sguardo itinerante che interpreta il genius loci di un territorio.

Cercare quello "spirito di un luogo" a Corviale, luogo che non ha posseduto un'"aura": perché non ha radici, sviluppato in modo contraddittorio su un progetto in parte inevaso, complesso e contaminato, è la scommessa culturale che si può intraprendere.

E' su questo crinale che si gioca la partita della cultura dell'innovazione, per creare ambiti funzionali a rigenerare risorse: umane, sociali, culturali, economiche.

Il punto è nel come. In questa direzione, va l'analisi sui format e le esperienze di performing media già intraprese, per cogliere le potenzialità di rilancio in questo contesto romano.

Si tratta non solo di progettare social network o geoblog, ma di progettarne l'uso, l'azione nell'impatto con il territorio, performing network, appunto. Agire le reti, prima di tutto come sistemi di auto-organizzazione della comunità dei diversi player (dagli abitanti agli operatori culturali) che partecipa alla ricerca-azione nel territorio.

Inscrivere l'uso delle reti nell'azione di comunicazione attraverso il territorio è quindi una delle prerogative dell'ambito di ricerca sul performing media: una parola nuova per cose nuove.

Sottende quella creatività sociale capace d'interpretare l'uso delle reti e dei nuovi media interattivi all'interno di una nuova progettazione culturale che tenga conto dell'azione performativa nel territorio.

Rispetto al concetto di "performing", c'è da considerare la condizione inedita di performatività insita nei nuovi media: la loro interattività, l'intelligenza aptica delle interfacce, l'ergonomia dei device, gli automatismi e nel complesso la facilità d'uso.

E' attraverso queste soluzioni che s'ipotizza un'esposizione interattiva ed emozionale della memoria collettiva di Corviale (se ne tratterà più avanti).

In questo senso, diventa sempre più urgente alzare l'asticella di una performatività sociale capace di usare al meglio questi dispositivi (che ogni 18 mesi raddoppiano le loro potenzialità, secondo la Legge di Moore... e noi?... ogni 18 mesi rilanciamo le nostre potenzialità evolutive?).

Si tratta d'inventarli, questi usi.

E' in quest'invenzione che si viene a tessere la tessitura di una nuova rete del valore.

La creatività di cui stiamo trattando, a proposito di performing media, riguarda proprio la creazione di una nuova rete del valore d'uso. E' nel potenziamento (più qualitativo che quantitativo) della domanda che si potrà riequilibrare la fortissima offerta di tecnologia, creando le condizioni, ancora prima del mercato, di società. Questa è cultura dell'innovazione.

O s'intende attendere, sprofondati sul divano e armati di telecomandi d'ogni sorta, lo svuotamento delle casse del mondo broadcast televisivo, per via della migrazione del mondo marketing verso i nuovi media interattivi basati su protocollo ip, via internet.

Vogliamo parlare della sfasatura del sistema del digitale terrestre? Pensate che più del 50 % dei decoder venduti sarà di fatto reso obsoleto nell'arco di qualche mese, dall'avvio di sempre più innovative offerte di tv on demand...

Qui, a partire da un progetto, come iniziare a progettare veramente quella cross-medialità che usi, finalmente, quelle frequenze liberate per far interagire strategie web, radio-televisive, interaction design e azioni nel territorio?

Non si tratta quindi solo di siti web, e tanto meno di concepire internet come una super-televisione.

8.1 "performing media" per Corviale

Performing media è quindi ciò che concerne questa tensione creativa per l'utilizzo strategico delle reti e in particolare la progettazione delle interazioni possibili tra web, multimedialità e innovazione territoriale.

In questo senso, il geoblogging è una pratica emblematica per la proprietà di scrivere "storie sulle geografie", dando nuova forma alla comunicazione sociale e culturale al tempo del web 2.0.

Un'evoluzione che si auspica del format del geoblog è quella di concepire l'interfaccia con l'immagine del territorio, per visualizzare la sua "narrazione" fortemente connotata da videoclip e videoritratti con le facce dei protagonisti.

Esempi emblematici di questa sperimentazione sono i geoblog per la Via Francigena del Lazio (www.geoblog.it/francigena), quelli del Monferrato (www.geoblog.it/castell), sviluppato per l'inaugurazione del Castello di Casale Monferrato coinvolgendo centinaia di ragazzi delle scuole) e in particolar modo la Mappa Emozionale dei Luoghi della Memoria (<http://acmos.net/memoria> realizzato nel gennaio 2007 con i ragazzi di Acmos impegnati nella Giornata della Memoria. A partire da quest'ultima esperienza, s'è creato un Performing Media Lab che ha sede a Torino, in un bene confiscato alle mafie, in collaborazione con Libera, con cui è in cantiere un geoblog sui beni confiscati alle mafie in tutta Italia.

Importante è inoltre il geoblog (<http://www.geoblog.it/performingroma/>) realizzato per il cantiere di Urban Experience che sta articolando un'iniziativa tesa a promuovere l'uso creativo di una città fatale come Roma, multidimensionale e attraente come poche.

Questa applicazione di geoblogging può essere integrata su una piattaforma di social networking che possa ottimizzare le dinamiche partecipative, creando aree tematiche e identitarie, con uno svolgimento ottimale delle informazioni tese a sollecitare i partecipanti al social network (con email che avviano sull'andamento della conversazione).

Al di là del fenomeno trascinante di Facebook (da usare per quanto riguarda azioni di viral communication, pervasive ed esponenziali nelle possibilità di feedback), ci sono ottime applicazioni open source (come Ning e WordPress multi-user) da poter customizzare ad hoc.

Una volta attivate queste diverse soluzioni web 2.0, c'è da operare perché abbia luogo il circolo virtuoso della partecipazione attiva: in questo senso, è certamente emblematica la procedura dell'instant report (basato su blog e social networking mentre ora, è su Twitter che si ottiene l'impatto più interessante).

Questa pratica immediata, istantanea, di report sul campo, all'interno di "brainstorming" o convegni o semplici riunioni, permette di raccogliere il feedback di chi partecipa, creando "crowdsourcing" (conversazioni e "passaparola") in diretta, rivelandone le potenzialità (un esempio interessante è rappresentato dal format realizzato recentemente a Torino nell'ambito di un laboratorio interattivo sull'uso del web 2.0 per i Poli d'Innovazione).

Perchè questo piano possa essere attuato, sarà fondamentale formare delle “multitask-force” capaci di svolgere un’attività di animazione, sia attraverso il web sia attraverso i diversi format di performing media.

Come primo atto, si propone di attivare un social network dove esplicitare le linee d’intervento e dare spazio ai temi e ai vari soggetti protagonisti della vita culturale del territorio.

Una piattaforma orizzontale, e non un “portale”, che vada ad incorniciare le diverse esperienze, creando al suo interno gli ambiti di ulteriore sviluppo web, come il geoblog e una web tv.

A questo punto, uno step importante è quello che concerne uno sguardo ai progetti che hanno scandito questi ultimi anni di lavoro nel quartiere, come “Immaginare Corviale”, individuando alcuni aspetti specifici, sia in positivo sia in negativo (senza entrare nel merito di nessuna valutazione, prima di tutto per l’assenza di un’esperienza diretta d’impatto).

Saranno rilevati, in particolare, quegli aspetti che vengono considerati come emblematici di un’attività da rilanciare nel contesto attuale.

Uno di questi è l’attività pedagogica, rivolta ai più piccoli.

Innestata a questa, si è individuata l’attività del Laboratorio Sonoro, rivolta agli allievi delle elementari e delle medie della Scuola Mazzacurati, durante il quale i ragazzi hanno esplorato il paesaggio sonoro di Corviale e individuato i punti più significativi sotto il profilo acustico, apprendendo a costruire e usare strumenti ricavati da materiali di recupero.

Un modo per capitalizzare quella esperienza e di rilanciarla con una nuova serie di laboratori (meglio connotati sulla linea dell’“edutainment”, la pratica dell’imparare giocando) è quella d’inscriverli nella produzione del geoblog, dove la registrazione dei paesaggi sonori del quartiere, comprese le “microstorie” dei suoi abitanti, possano essere pubblicate nella mappa dinamica di Corviale.

Questo può essere un passaggio chiave per il progetto di Quadrante Corviale.

Partire dalla nuova generazione per interpretare il suo sguardo (e in particolare il suo ascolto) del contesto in cui cresce.

Un laboratorio didattico in cui i bambini imparano ad avvicinarsi all’ascolto, alla ricerca e alla raccolta di testimonianze degli anziani della comunità, con l’obiettivo di ritrasmetterle e condividerle sulla piattaforma di social network e nel geoblog.

Per rappresentare assieme in maniera creativa una mappa di comunità, utilizzando registrazioni dei suoni ambientali, le immagini del territorio e la voce degli abitanti.

I bambini saranno i protagonisti della raccolta, a partire dalla scelta tematica da ricercare (racconti di lavoro e di disoccupazione, di cambiamenti nella comunità, racconti legati alle peculiarità del territorio), fino alla restituzione creativa del materiale utilizzando il geoblog.

Lo scopo è quello di far emergere, da un lato, la complessità del territorio, dando voce ad una stratificazione dei segni materiali ed immateriali; dall'altro, ad evocare la presenza della comunità, delle sue tradizioni, delle voci che ancora "contano", e che possono trasmettere significati, valori e sentimenti all'interno e fuori della comunità stessa.

La ricerca sarà resa fruibile anche attraverso una installazione sonora, appositamente realizzata, tesa a rappresentare i tratti ricercati nella comunità, con i segni, le storie, i suoni e i rumori che la caratterizzano. Un piccolo spaccato di geografia sonora e di storie della comunità.

L'attività del laboratorio potrà quindi trovare una sua restituzione, oltre che nel web, all'interno di un'esposizione interattiva ed emozionale della memoria collettiva di Corviale che potrà rappresentare uno spazio-fulcro dell'identità territoriale, operando su soluzioni di interaction design da modulare poeticamente, come ha saputo fare ad arte Studio Azzurro nel Museo della Mente, di recente allestito al S. Maria della Pietà (<http://www.museodellamente.it/index.php/ecms/it/2/139>).

L'allestimento di spazio pubblico così concepito potrà integrarsi con una mediateca, intesa come ambiente pubblico di comunicazione interattiva, declinata non solo sul piano dell'interaction design, ma della partecipazione attiva, sollecitata da soluzioni web 2.0 e di performing media.

Un format emblematico può essere quello del Performing Media.point già realizzato a Roma per la serata futurista "Futuroma" al Tempio di Adriano. Un ambiente di comunicazione pubblica interattiva che svolga la funzione di info-point spettacolarizzato: un luogo di "sosta e di senso" dove proiettare, da un geoblog on line, le notazioni geo-referenziate del territorio e trasmettere altre informazioni con alcune soluzioni d'interaction design.

Il geoblog rappresenterà il fuoco centrale del Performing Media. point: si navigherà in una grande videoproiezione, attraverso le mappature dei luoghi in cui sono state allocate le "microstorie" raccolte dal laboratorio pedagogico, le video-interviste dei diversi player del territorio, e le schede informative sulle diverse realtà operanti nel distretto, con informazioni dettagliate sugli eventi sociali, culturali e sportivi.

Il Performing Media. point prevede altre soluzioni d'interaction design: con il bluetooth, per trasmettere wallpaper: le locandine ottimizzate graficamente per i cellulari (come i flyer che annunciano gli eventi) e con i mobtag, particolari codici da leggere con i mobile, che trasmetteranno sia link sia istruzioni per l'uso del quartiere. Il mobtag è un particolare codice a barre che permette di trasmettere un link (al geoblog) attraverso un cellulare su cui installare un particolare software. I mobtag saranno stampati sia sui materiali di comunicazione pubblica che su etichette adesive ad affiggere in prossimità di alcuni luoghi topici. Altri mobtag invece che trasmettere link possono includere dei testi (citazioni o istruzioni per l'uso) da utilizzare in condizioni off-line.

9. Un'ipotesi di web tv "glocal" per CorvialeNewcastle

All'interno di questa ipotesi di Performing Media .point, si può ricombinare l'esperienza avviata a suo tempo da "Immaginare Corviale" della Fondazione Olivetti che aveva individuato nell'idea di una tv di quartiere uno strumento di comunicazione destinato a costruire un palinsesto televisivo attento a raccontare e valorizzare le trasformazioni in atto

nel quartiere.

Il progetto da avviare oggi può essere quello di una web-tv che grazie al protocollo op (Internet Protocol) potrà essere vista da tutti gli abitanti che troveranno il link sul social network.

Il dato più interessante è nel concepire questo canale video diffuso mediante una rete di monitor, connessi con il wi-fi, opportunamente installati in punti strategici del territorio urbano e sul social network.

Un progetto di televisione "glocal", che svolga la funzione locale di comunicazione funzionale verso i cittadini del quartiere e di trasmissione globale come solo il web può essere.

Questo progetto potrà articolarsi con diverse soluzioni tecniche (come quella di disseminare nel territorio i monitor connessi in wi-fi, come nelle vetrine o nelle sale d'aspetto di un medico generico) e una diffusa consapevolezza teorica delle potenzialità da esprimere.