

NUOVE FORME DI EDUCAZIONE, MALLEABILE E CONDIVISA

Le nuove frontiere dell'educazione sembrano indicare chiaramente qual è la strada da percorrere: il web onnipresente amplia le relazioni interdisciplinari che permettono di acquisire nuove forme di consapevolezza.

di FRANCESCO MORACE E LUCIA CHROMETZKA
www.futureconceptlab.com



➔ La dimensione liquida non è più solo quella descritta negli ultimi anni, a tinte piuttosto fosche, da Zygmunt Baumann. La conoscenza evolve in ricerca ed esplorazione, l'apprendimento diventa uno stimolo per collegare corpo e mente, passioni e interessi. Le nuove forme di relazione che sembrano possibili per il futuro stanno forse davvero realizzando la teoria di Marshall McLuhan "il medium è il messaggio"? Le più avanzate forme di educazione evolvono definitivamente dal contenuto chiuso, monolitico e solido, alla connessione aperta, trasformandola in un sistema malleabile

e condiviso. La formazione (scolastica e professionale) si trasforma e passa dalla rigidità del modello enciclopedico e nozionistico, alle forme di apertura proprie della mentalità di rete, diventando esempio per il mondo comunicativo. In questo scenario la comunicazione si adatta alle esigenze dei soggetti ai quali si rivolge, cresce assieme a loro, fornisce informazioni ma anche servizi mirati. Le affinità malleabili in via di definizione aprono la strada a un apprendimento che

diventa la priorità assoluta, una semplificazione "epidermica" che diventa il mezzo, un servizio che diventa il contenuto. Comunicare e insegnare saranno mondi sempre più convergenti e complementari, che si incontrano sul piano della dimensione ludica. Dopo aver compreso che la comunicazione non è un processo monodirezionale (da emittente a ricevente), anche l'apprendimento si dimostra una dinamica a più vie, come il gioco, senza un centro e un'origine, ma si sviluppa e si trasforma secondo logiche distribuite, basate su condivisione di regole comuni e solidi pilastri paradigmatici.

casi dal mondo

▲ GOOGLE SCIENCE FAIR

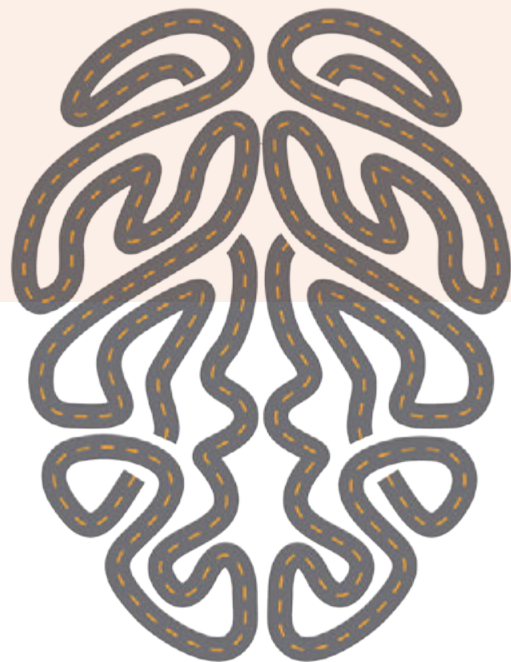


Giunta alla terza edizione, la Google Science Fair è un concorso internazionale di idee - sul modello americano delle gare scientifiche delle high school americane - orientato alla scoperta delle prossime innovazioni. Per la sua realizzazione, Google ha coinvolto partner quali CERN, Lego, National Geographic e Scientific American, dichiarando implicitamente gli elementi chiave del progetto: scientificità, rigore, ma anche gioco e intrattenimento. L'iscrizione è gratuita e possono partecipare giovani di tutto il mondo dai 13 ai 18 anni, da soli o in team, in collaborazione con i loro insegnanti e con le scuole di appartenenza. I lavori presentati vengono sottoposti a una giuria di esperti che include giornalisti, scienziati, esperti di tecnologia: il giudizio si basa su accuratezza, qualità degli esperimenti, riproducibilità,

verificabilità, ovvero i valori universalmente riconosciuti dalla comunità scientifica internazionale. I premi offerti dagli sponsor includono una borsa di studio di 50.000 dollari, viaggi, attività in istituti di ricerca e stage aziendali. Google segue tutto il processo, mettendo a disposizione spazio web per la presentazione e divulgazione dei progetti, hangout di formazione e work in progress con i finalisti, un Maker Camp - un campo estivo online gratuito su Google+ - e per i 15 finalisti alcune giornate di lavoro e presentazione presso la sede di Mountain View. Il sito del progetto è ricco di video e immagini in grado di spiegare i lavori in gara (alcuni dei quali sono incredibilmente maturi e complessi) in maniera semplice e immediata, all'insegna di uno storytelling profondo e capace di meravigliare attraverso la scienza e la scoperta.

▲ IL PROGETTO MIND DRIVE

Nato come programma doposcuola dedicato alle automobili, il progetto Mind Drive ha visto la nascita di una vettura alimentata soltanto da post e tweet. Una Volkswagen Karmann Ghia del 1967 è stata trasformata in un'auto elettrica, il cui motore funziona soltanto attraverso "social fuel", ovvero post di Twitter, Facebook e Instagram che inviano un segnale che permette l'attivazione dei pannelli solari. Un like di Facebook genera un watt, ogni nuovo follower su Twitter 5 watt e quando si firma una petizione online dedicata si inviano 10 watt: se non si parla del progetto, la macchina non avanza. Il primo viaggio del progetto Mind Drive (The Social Fuel Tour) è avvenuto nel mese di giugno, da Kansas City a Washington DC, per sensibilizzare il pubblico sul tema delle energie alternative; sponsorizzato anche da Bridgestone, Hertz, American Society of Mechanical Engineers Foundation.



MINDDRIVE

LESSON LEARNED

1 Puntare sulla scientificità come criterio di valutazione della qualità.

2 Considerare approfondimento e apprendimento come veicoli di comunicazione.



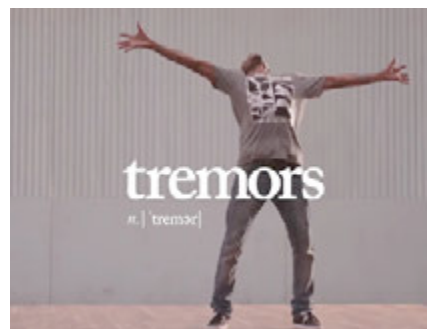
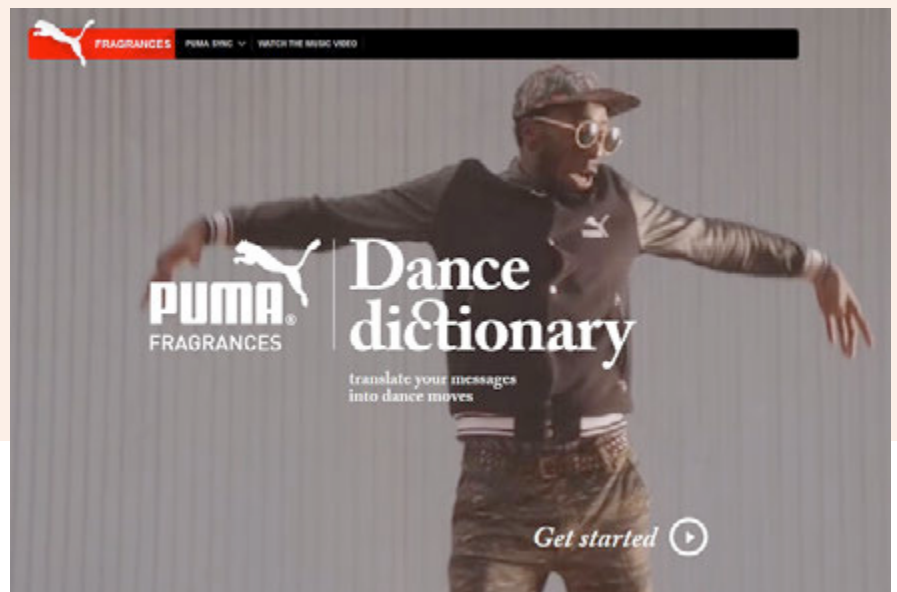
◀ SMART TXTBKS E WIKIMEDIA FOUNDATION

È possibile diffondere la conoscenza attraverso la tecnologia in Paesi in cui gli smartphone non sono diffusi? Nelle Filippine se ne occupa il progetto Smart Txtbks, trasformando libri di testo in contenuti per tradizionali schede SIM, leggibili su qualsiasi telefono cellulare di prima generazione. Queste SIM sono state distribuite in molte scuole pubbliche, dove si è vista una diminuzione del 50% del peso delle cartelle degli

studenti e un tasso di presenze che ha raggiunto il 95%. In India, la Wikimedia Foundation, grazie a una partnership con l'operatore telefonico Aircel, offre accesso gratuito ai contenuti di Wikipedia, navigabile senza nessun tipo di costo di connessione. Questa collaborazione è destinata a favorire la diffusione dei servizi di entrambe le società, grazie a un bacino di utenti stimato in circa 60 milioni di persone.

▶ PUMA DANCE DICTIONARY

Per lanciare il suo nuovo profumo Sync, Puma ha lanciato una nuova forma di “espressività digitale” che privilegia il movimento del corpo alle parole. Si tratta di Puma Dance Dictionary, una piattaforma interattiva che trasforma le parole in movimenti interpretati da ballerini di freestyle. Gli utenti possono creare un messaggio usando parole preesistenti (nel database ce ne sono circa 280): ogni parola viene trasformata in danza e montata assieme alle altre, in modo da formare un'intera frase/danza. Il video creato da Puma può essere poi condiviso via email o attraverso i social network.



3 Immaginare una narrazione dei fatti per alimentare la meraviglia e la scoperta.

RISCOPRIRE LONDRA CON GOOGLE STREET VIEW



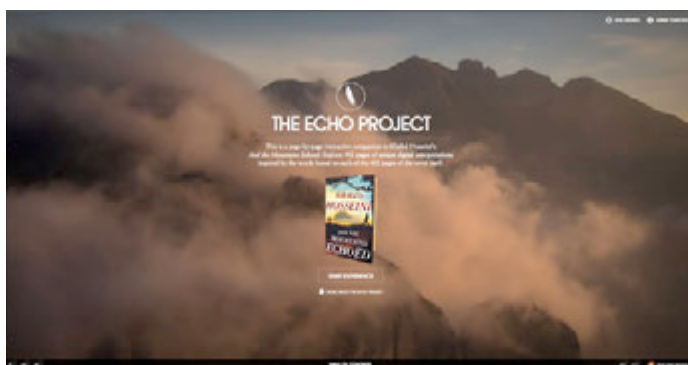
L'utente di Reddit Halley Docherty, Shystone, ha recentemente sovrapposto in Google Street View, dipinti di Londra del diciottesimo e diciannovesimo secolo con la loro ambientazione moderna, offrendo riflessioni intelligenti su quanto (poco) di fatto sia cambiata Londra nei secoli. Alcune attrazioni turistiche che oggi sembrano antiche, come il mercato di

Covent Garden, all'epoca non esistevano nemmeno. L'originale trattamento è stato applicato a luoghi famosi, tra cui l'Abbazia di Westminster e il Tamigi. Nonostante la maggior parte dei dipinti usati da Shystone sia del Canaletto, altri sono di artisti britannici che hanno creato dipinti classici della bellezza architettonica di Londra.

RAISING THE BAR

Il 29 aprile a New York, è stata realizzata una nuova tipologia di evento, tra consumo e sviluppo della conoscenza. Raising the Bar ha portato i professori della Columbia University e della New York University in 50 bar in tutta la città, per una notte tra educazione e cocktails. Sulla falsariga dei TED Talk, Raising the Bar ha coinvolto più di 30 professori dalla Columbia University, per raccontare quanto di innovativo sta emergendo nel loro ambito di

studio. Ogni discorso era strutturato in una lezione di 45 minuti, cui seguivano 15 minuti di domande e risposte. La mission di Raising the Bar è quella di rendere accessibile e piacevole l'istruzione non solo per gli studenti, ma anche per i professori e il pubblico. L'evento gratuito è andato esaurito in meno di 24 ore, con più di 5.000 partecipanti. Dopo questo primo evento, gli studenti sperano di lanciarne a breve altri simili in città come San Francisco, Boston.



THE ECHO PROJECT

The Echo Project è un progetto digitale nato per accompagnare la pubblicazione del nuovo romanzo di Khaled Hosseini: And the Mountains Echoed. Lanciato da Penguin Books con l'agenzia Dare di Toronto, il progetto viene definito "un compagno interattivo del romanzo, pagina dopo pagina" e si compone di un vasto e vario bacino di materiali digitali che approfondiscono l'esperienza di lettura del libro. Sul sito si trovano immagini, video, dati in real time e testi molto diversificati, che artisti e autori hanno proposto per ogni singola pagina. Il progetto è on-going e aperto ai fan di Hosseini, invitati a offrire suggerimenti per arricchire tutte le 402 pagine del romanzo.