

Cinema e web 2.0: reti, opere collettive e occasioni di apprendimento

di Vittorio Canavese*

“Cinema d'autore” è diventata un'etichetta, ogni tanto rimessa in discussione, magari quando il produttore si intromette un po' troppo o i film sono tanto pieni di effetti speciali da far venire dubbi su chi sia l'effettivo responsabile dell'opera. Per non parlare poi degli sceneggiatori e, in misura minore, degli autori o dei responsabili della fotografia; eppure il film è attribuito al regista. Forse per effetto della serialità, la fiction televisiva viene attribuita piuttosto al “creatore” della serie, personaggio che sembra essere una via di mezzo tra il produttore e lo sceneggiatore: in qualche modo la responsabilità si distribuisce, magari perde di identificabilità, si trasferisce sull'oggetto. Internet ha creato una nuova figura di “autore”: l'utente, al tempo stesso produttore, regista spesso interprete ma anche spettatore. Gli UGC (User Generated Contents) sono alla base del successo di YouTube, anche se molti video sono “di repertorio” (vecchie canzoni, spot, ecc.) ma pur sempre frutto di raccolte e ricordi personali e giocano molto sull'effetto nostalgia. Certo che l'immagine in movimento in rete viene vista come una forma di espressione al pari della scrittura, anzi sempre più spesso preferita per “documentare” con interviste o riprese dal vivo di eventi e forse è anche da questo che il cinema documentario comincia ad essere accettato anche dal pubblico delle sale.

Al tempo stesso è entrato nel modo di vedere diffuso l'accesso alle risorse in rete in modo semplice, mirato alla reperimento di informazioni ma propenso alla *serendipity*, alla scoperta casuale. Insomma cambiano, moltiplicandosi, le forme di produzione e di fruizione, e, quasi senza accorgersene, centrate sulla condivisione.

Gli strumenti della rete sono sempre più ideati per ampliare le possibilità di uso condiviso, la comunicazione salta le fasi intermedie e diventa diretta, l'informazione riguarda qualunque evento abbia anche un

* Formatore, Direzione Formazione del CSI Piemonte, componente direttivo AIF Piemonte

solo testimone minimamente attrezzato (basta un cellulare), e la tv se ne serve, oltre a trovare nella rete una ulteriore via per arrivare agli spettatori.

Per altro l'idea di scambio, di valore aggiunto dato dalla diffusione e dal contributo volontario creativo o tecnico viene recepita in molti ambiti: dall'organizzazione aziendale all'economia politica, dalla politica al diritto.

Il FORFILMFEST, attento all'evoluzione del "cinema", ha voluto presentare tre tipi di esperienze per suggerire ai formatori come la rete può diventare strumento di lavoro e materia da imparare, in un workshop organizzato da chi scrive e da Gilda Morelli.

Da un lato un'esperienza di UGC "guidata": la Banca della Memoria (www.bancadellamemoria.it), rappresentata a Bologna da Lorenzo Fenoglio. Anziani raccontano in video episodi, esperienze di vita; la redazione etichetta ciascun video con gli argomenti che vengono trattati e lo classifica, consentendo, in questo modo di ricostruire dei repertori di video accomunati da riferimenti. Il progetto si autofinanzia grazie ad importanti sponsor, istituzionali e privati; gli utili vengono reinvestiti in attività culturali e di servizio per giovani e anziani. I materiali, inizialmente girati dai redattori, arrivano ora dagli stessi protagonisti dei video o magari dai loro nipoti, visti i contatti sempre più frequenti con scuole e associazioni. E' interessante, in un caso come questo, il lavoro che viene fatto per rendere utilizzabile il materiale: certe logiche da web 2.0 prevederebbero che etichettatura e classificazione fossero frutto degli autori o degli utenti, ma se questo non viene fatto con metodo, i video non sono utilizzabili pienamente. Dal portale, poi, nasce una comunità (anche su Facebook) per l'uso e la produzione, ed il progetto si sta estendendo ad altri paesi europei.

L'esperienza de "Le aziende in-visibili" mostra un percorso partito da presupposti contrari per molti aspetti, ma che arriva ad un punto comune.

Il progetto di Marco Minghetti è partito da un'idea, quella di Humanistic Management come traccia per sviluppare una visione dell'organizzazione aziendale a partire da riferimenti letterari. "Le aziende in-visibili" (http://www.anobii.com/books/Le_Aziende_Invisibili/9788876445699/0107b7981565f285aa/) sono il frutto editoriale del lavoro collettivo di riscrittura de "Le città invisibili" di Calvino in chiave di metafore aziendali; e già qui il senso di opera collettiva è evidente, anche se il ricorso alle tecnologie di rete non è stato particolarmente significativo, ma il gruppo "The Living Mutants Society", ulteriormente apertosi ad altri collaboratori, è stato inserito con un proprio blog (<http://marcominghetti.nova100.ilsole24ore.com/>) all'interno del contenitore Nova100 de Il Sole 24 Ore per proseguire ed ampliare

l'attività. Per passare poi dalla parola scritta all'immagine in movimento è poi nata un'altra comunità all'interno di un incubatore di progetti multimediali (<http://progettokublai.ning.com>) tramite il quale realizzare una serie di video utilizzando Second Life quale set virtuale. L'esperienza, di per sé interessante, lo è dal punto di vista dell'elaborazione in rete perchè dimostra come sia possibile far entrare la tecnologia in progetti nati al di fuori (o far entrare progetti "analogici" in contesti "digitali"?) senza snaturarli, anzi, integrandoli in contesti più ampi.

Il fattore comune agli esempi proposti è la rete come media per la realizzazione e la diffusione di opere collettive, fattore determinante ma non necessariamente presente dall'inizio. La componente tecnologica, pur presente, non è così centrale, può essere valore aggiunto in corso d'opera e comunque strumentale agli obiettivi, alla raccolta dei contenuti e alla loro diffusione: quel che conta è la creatività nell'uso della tecnologia. Creatività amplificata dalla condivisione e non parcellizzata, creatività che può essere indirizzata o lasciata libera di prendere varie direzioni, consentendo usi a loro volta creativi. Credo che questa ottica possa essere uno stimolo forte per l'innovazione nella didattica, un nuovo oggetto di formazione rispetto alle professionalità che si stanno delineando, un elemento importante per lo sviluppo professionale e personale di utenti e formatori e, per questi ultimi, un paradigma metodologico.

Gli spazi da esplorare sono molto vasti, e non è solo la formazione a confrontarsi con i nuovi modi di intendere la creazione collettiva: un esempio particolarmente interessante è quello del diritto, in particolare quelli d'autore e di uso. Ne abbiamo parlato, durante il workshop al FORFILMFEST con Mariantonia Bazzocchi, sia per quanto riguarda lo stato dell'arte che gli sviluppi che via via si stanno delineando, e da cui emergono da un lato la difficoltà e la lentezza a far fronte normativamente ad una realtà tanto dinamica, ma dall'altro lo stimolo a proporre soluzioni nuove, fondate sull'idea stessa di condivisione come motore per la creazione di valore aggiunto. E se l'uso di materiali multimediali per la formazione deve essere vagliato di volta in volta, crearne di proprio sembra una via praticabile tecnologicamente e economicamente. Di nuovo si presentano al formatore nuove alternative, tanto più interessanti in tempi di ipercompetività e crisi dei consumi.

In pieno rispetto delle idee e delle esperienze presentate, vorremmo che il dibattito si sviluppasse. Il workshop durante il FORFILMFEST di novembre 2008 e questo articolo rappresentano solo delle sollecitazioni: il blog www.forfilmfest.it è già attivo per raccogliere

altre esperienze e punti di vista su multimedialità, rete e formazione, ospitando video e notizie del gruppo di progetto, degli iscritti AIF e degli operatori interessati.