

Siti sociali e sito della scuola: relazioni pericolose?

Federica Scarrione

Liceo Galileo Galilei di Voghera

www.federicascarrione.info - federica.scarrione@liceogalilei.org, federica.scarrione@gmail.com

Una definizione di base

Consideriamo siti internet sociali, o più sinteticamente e con un pizzico di esterofilia *social*, quei luoghi virtuali che consentono di creare un proprio profilo, più o meno pubblico, all'interno di un sistema con regole condivise, comporre una lista di contatti, condividere con amici selezionati o con un pubblico indeterminato materiali o riflessioni, talvolta identificando anche nomi o parole chiave che li rendano più agevolmente rintracciabili.

Cercheremo ora di affrontare i problemi che si pongono quando la scuola si confronta con strumenti innovativi e potenti come questi e per brevità non entreremo nel dettaglio della distinzione tra social network, più orientati alle relazioni interpersonali, e *social media*, in cui prevale la diffusione di contenuti, ma indicheremo genericamente quegli aspetti di entrambi che possono risultare di qualche utilità in ambito scolastico.

Quando i *social network* hanno fatto la loro prima comparsa in rete, il grande pubblico degli altri mezzi di informazione li ha subito associati

alla relazione sentimentale, all'avventura, alla sfera privata più o meno pubblicamente ostentata. In seguito, qualcuno si è accorto del loro potenziale informativo anche nell'ambito dell'editoria e dell'attualità e, fortunatamente, il discorso si è fatto più profondo e più interessante.

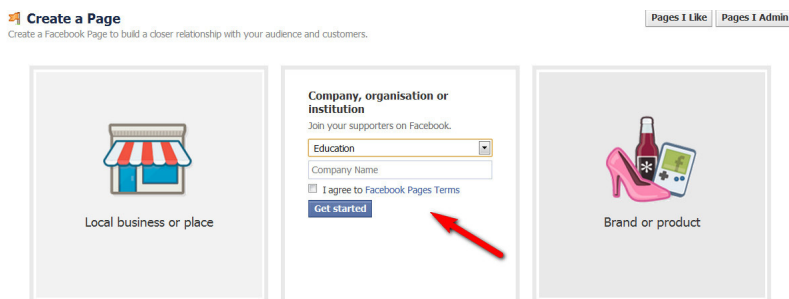


Fig. 1 - Facebook permette in pochi clic di creare una pagina per un'istituzione e prevede anche l'ambito "Education"

Informazioni scolastiche via social

Ora, la scuola non può più fingere che si tratti esclusivamente di un fenomeno di costume, estraneo ad ogni valenza didattica o ripercussione educativa, e non può farlo per due serie di motivazioni, una relativa agli aspetti positivi del *social*, l'altra, doveroso ricordarlo, proprio in stretta relazione con quelli che sono gli eventuali pericoli e influssi negativi.

Chiariamo meglio, andando a distinguere le esigenze di informare proprie della scuola come comunità dalle esigenze più strettamente legate alla sua funzione formativa. Iniziamo dall'ambito dell'informazione.

Perché il sito di una scuola dovrebbe avere una funzione che comunica gli aggiornamenti via **Twitter**, o rimandare a una pagina su **Facebook**, o segnalare la possibilità di iscriversi a gruppi o *mailing list* generali o tematiche gestite dall'istituto? Banalmente, perché è comodo e veloce per raggiungere un pubblico interessato e connesso. Se sostituisce carta e telefonate è anche economico. In tempi di crisi, una manna per il bilancio.

Eppure, non tutti destinatari delle comunicazioni scolastiche sono nelle condizioni di far parte di quel pubblico: esistono i non interessati e, ahimè, soprattutto in provincia, non connessi, cioè coloro che proprio non hanno una connessione frequente con il web (tra questi c'è

chi non vuole e chi non può, cosa che la politica non dovrebbe trascurare). Inoltre, anche la disponibilità d'uso non coincide automaticamente con possibilità di pieno accesso e facilità di utilizzo. Insomma, occorrono cultura e consapevolezza, preparazione da parte di chi crea i contenuti e un sano spirito di partecipazione da parte di chi ne fruisce. Il cammino lungo questa strada è appena iniziato e una certa mancanza di punti di riferimento, al proprio interno e nel pubblico, per le scuole può risultare demotivante, a volte anche nella realizzazione del sito web e non solo per quanto riguarda i social network.

Cerchiamo, quindi, di condividere qualche possibile punto fermo.

Come iniziare

Per prima cosa, la scuola dovrebbe valutare con attenzione la qualità del proprio intervento nel social, con l'obiettivo di renderlo il più possibile alla portata di tutti.

Conoscere i limiti degli utenti, d'altro canto, non significa gettare la spugna con rassegnazione: se è vero che non ha alcun senso la condivisione di video professionali quando il destinatario ha una connessione lenta, non è neanche così indispensabile per una scuola garantire alta qualità dei video, se si può comunicare lo stesso messaggio con un prodotto tecnicamente più leggero.

La scuola è anche un ambiente abituato per vocazione professionale al patto con l'utenza, alla condivisione della pianificazione di un percorso; non dovrebbe quindi essere un problema per lei formare il proprio pubblico, attraverso occasioni formali ed informali, spiegando il significato e la funzione dei nuovi canali informativi. Se tutti i soggetti coinvolti li conoscessero meglio, infatti, si potrebbe produrre un aumento di pratiche esplorative, di condivisione e di conseguenza di informazione e sapere.

Ad esempio, si potrebbe dire che la comunicazione di una scuola tramite social network è finalizzata a:

- Illustrare le attività.
- Informare sul funzionamento.
- Favorire la conoscenza di disposizioni normative e agevolarne l'applicazione.
- Promuovere la semplificazione di procedure e la modernizzazione.
- Conferire visibilità a momenti di integrazione tra la scuola e il territorio
- Garantire agli studenti e ai genitori un'opportunità in più di parteci-

pare attivamente alla vita della comunità a cui appartengono.

Liceo Galilei
 @LiceoGalilei
 Via Foscolo, 15 | 27058 Voghera (PV) | 0383 64 33 77 - Fax 0383 36 80 14 | e-mail: info@liceogalilei.org | PEC: segreteria@pec.liceogalilei.org | c.f. 860025001
 Voghera - <http://www.liceogalilei.org>

Segui
 117 TWEET
 5 FOLLOWING
 68 FOLLOWER

Segui Liceo Galilei

Nome e Cognome
 Email
 Password
 Iscriviti

Tweet

Following
 Follower
 Preferiti
 Liste

© 2012 Twitter Chi siamo Aiuto Condizioni Privacy Blog Stato Applicazioni Risorse
 Lavori Inseguimenti Business Media

Tweet

Liceo Galilei @LiceoGalilei 19 Ago
 Ricordiamo il prof. Giuseppe Calandra goo.gl/fb/XZo6U
 Espandi

Liceo Galilei @LiceoGalilei 16 Ago
 "@Europarl_IT: Chi non conosce la storia è destinato a ripetere gli stessi errori" - centro visitatori #PE ow.ly/cqAvR @fescarr
 Espandi

Liceo Galilei @LiceoGalilei 13 Ago
 calendario assolvimento debito scolastico goo.gl/fb/532t9
 Espandi

Liceo Galilei @LiceoGalilei 11 Ago
 Il comunicato del Ministro Profumo goo.gl/fb/qXli4
 Espandi

Liceo Galilei @LiceoGalilei 10 Ago
 Testi da scrivere d'estate? Ci esercitiamo su Facebook goo.gl/fb/1o6l4

Fig. 2 – Un esempio di account twitter scolastico. Tutti i messaggi, tranne uno, sono pubblicati automaticamente e sincronizzati con gli aggiornamenti del sito web. Riuscite ad individuare quello fatto "a mano"?

Caratteristiche del mezzo e normativa

La notizia distribuita attraverso **Facebook** o **Twitter**, o la documentazione di attività resa disponibile con **Youtube** o **Flickr** non è semplicemente oggetto di erogazione, ma si inserisce potenzialmente in un circuito più vasto di pratiche sociali e mediali, perché si presta alla ricondivisione. Chi pubblica, anche quando lo fa come ente, costruisce una propria identità e ne rende disponibile ogni elemento rinunciando di fatto ad avere il totale controllo della sua diffusione. Ciò è ovviamente tanto affascinante, quanto impegnativo.

Ancora più suggestiva la considerazione dell'uso dei network come esperienza sociale che dovrebbe preludere ad un nuovo rapporto con

l'utenza, di confronto attivo, di libero commento, di offerta di suggerimenti, secondo quanto proposto dalle *Linee guida per i siti web delle PA, vademecum su PA e social media*, che si possono scaricare in formato PDF da http://www.funzionepubblica.gov.it/media/982042/vademecum_pubblica_amministrazione_e_social_media.pdf e in cui si possono reperire tutte le indicazioni relative al quadro normativo di riferimento.

Diverse possibilità

Si possono comunque graduare diversi livelli di presenza dell'istituzione scolastica in ambienti social: il primo livello può essere semplicemente quello di diffusione di notizie, che in un'ottica di trasparenza si potrebbe estendere all'ascolto della risposta all'informazione offerta. Se al semplice monitoraggio della risposta si andasse ad aggiungere il dialogo, si potrebbe configurare un vero e proprio rapporto di collaborazione e partecipazione attiva. In altre parole, la scuola riuscirebbe veramente a presentarsi per ciò che è realmente anche nella rete: una comunità di persone che cooperano per la crescita e la formazione dei cittadini di domani. I social sono dunque, per chi sviluppa o gestisce siti scolastici, la risorsa per uscire dall'*impasse* assai poco veritiero del sito-vetrina, non meno che dal poco accattivante sito burocratico.

La rivoluzione tecnologica, poi, è ormai innegabile e spesso apprezzata, se non esplicitamente richiesta, da quelle giovani generazioni che partecipano, spesso inconsciamente, al fenomeno del progresso.

La scuola ha dunque la possibilità, ma direi soprattutto la responsabilità, di entrare in un ambito il cui versante costruttivo, non superficiale, richiede di essere evidenziato e mostrato, di contro a una serie di applicazioni poco proficue per lo studente. Dato che si tratta di strumenti di conoscenza collettiva il processo che si può innescare è estremamente virtuoso, se le informazioni sono ben costruite e ricche di contenuto, ma resta vizioso se nessuno interviene a controbilanciare le banalità e il superfluo. E su questo punto la componente informativa e quella educativa del sito web scolastico possono arrivare a fondersi, per aprire nuovi scenari sul versante della didattica e dell'integrazione di risorse disciplinari e percorsi trasversali.

Spunta l'appunto Google feedburner

[Edit Feed Details...](#) | [Delete Feed...](#) | [Transfer Feed...](#)

Analyze | Optimize | **Publicize** | Monetize | Troubleshootize My Feeds

↓ SERVICES

- [Headline Animator](#)
Display rotating headlines
- [BuzzBoost](#)
Republish your feed as HTML
- ✓ [Email Subscriptions](#)
Offer feed updates via email
- [PingShot](#)
Notify services when you post
- [FeedCount](#)
Show off your feed circulation
- ✓ [Socialize](#)
Publish to the social web
- [Chicklet Chooser](#)
- [Awareness API](#)
- ✓ [Creative Commons](#)
- [Password Protector](#)
- [NoIndex](#)

Publicize Your Feed

Ready to start attracting subscribers? Here are some tips and suggestions for maximizing your reach:

Make it Easy to Subscribe

- ◆ Chickletize your web site. Encourage people to subscribe to your feed by posting a [friendly graphic](#) in an easy-to-find location.
- ◆ Why confuse would-be subscribers by offering the full menu of RSS and Atom flavors? Consolidate by serving up just one [SmartFeed](#), digestible from any destination.
- ◆ Pleased with your circulation stats? Promote them using [FeedCount](#)
- ◆ For the XML literate, consider using the [Awareness API](#) to share your subscriber stats with directories and listings.

Boost Your Cross-Promotion Potential

- ◆ Do you maintain more than one blog, newsfeed, podcast or videoblog? [BuzzBoost](#) helps you cross-promote your content by repurposing your feed as go-anywhere HTML.
- ◆ You author some very moving headlines! Promote your content with [Headline Animator](#).

Fig. 3 – Feedburner nella scheda “Publicize” offre molti strumenti per la condivisione dei feed

La scelta di uno strumento e alcune precauzioni

Ma quali potrebbero essere i social più utili in un’ottica di integrazione con il sito scolastico? Potenzialmente moltissimi, in genere dotati di tastini che ci invitano a condividere o a incorporare un codice facilmente copiabile in altri siti e pagine web (*embed*); purtroppo non sono tutti attenti all’accessibilità che noi vorremmo sempre come requisito fondamentale dei nostri siti. Su questo punto ci vengono in aiuto i consigli degli esperti e, in modo particolare quando dobbiamo incorporare materiali da Youtube, Vimeo, Slideshare e altri, le pagine con strumenti utilissimi predisposte da Fabrizio Rota: <http://www.isisromero.gov.it/Members/frota/utilita/>.

Seguite le istruzioni e otterrete un codice per incorporare oggetti di vari social che non presenterà errori o problemi.

Tra le innumerevoli proposte di siti sociali su internet, alcuni ambienti si sono particolarmente diffusi tra il popolo della rete ed è dunque a questi che dobbiamo dedicare specifica attenzione, perché saranno i più noti anche ai nostri studenti e ai loro genitori.

Un nome ormai noto anche a chi non si diletta di frequentare il web è quello di **Facebook**. Il sito creato da Mark Zuckerberg presenta aspetti controversi, uniti a una molteplicità di applicazioni e ad una scalabilità che non a tutti sono note e con cui confrontarsi non è così immediato come potrebbe sembrare. Occorre intanto distinguere tra la creazione del profilo, di cui è titolare un singolo individuo e per cui non è ammessa una condivisione tra più soggetti, l'amministrazione di una pagina, particolarmente adatta per istituzioni che vogliono segnalarsi al pubblico, e l'apertura di un gruppo. La seconda soluzione è sicuramente la più in uso nell'ambito del settore pubblico; attenzione, però, a non sottovalutare il problema del dare garanzia di effettiva autenticità della fonte, come ci ricorda Gianluigi Cogo: Facebook consente, infatti, di "*dimostrare la titolarità della pagina mediante l'invio di un logo, di un timbro o di una scansione della carta intestata della propria istituzione*" (I social network nella PA, Maggioli Editore, Santarcangelo di Romagna, 2012).

Altrettanto noto è il sistema di microblogging Twitter, per una rapida descrizione del quale rimando a quanto ho pubblicato qualche tempo fa su Slideshare: <http://www.slideshare.net/fescarr/giornata-della-trasparenza-twitter-a-scuola>

Tuttavia, non dobbiamo necessariamente pensare che un account Twitter della scuola richieda la costante presenza di una persona incaricata di twittare a più non posso notizie sulla vita scolastica; anche se ci piacerebbe molto poter contare su una così brillante e vivace gestione dello strumento, dobbiamo ammettere che è un po' al di fuori delle nostre consuetudini e andrebbe ben oltre il necessario. Svelerò tra poco come rendere automatico e assai poco dispendioso l'aggiornamento di notizie con questo social.

Merita un accenno anche **Youtube**, che offre la possibilità di creare un vero e proprio canale da sottoporre all'attenzione dei visitatori sul web. Si possono anche aggregare contenuti da un canale in modo automatico, ma se volete avere il controllo assoluto dei video pubblicati nel vostro sito e volete garantirvi un codice a prova di validazione, meglio scegliere

personalmente i materiali da incorporare e farlo con il buon codice generato con il sistema che ho citato poco sopra. Youtube, inoltre, richiede attenta gestione dei contenuti pubblicati, con particolare riguardo alle norme sulla privacy e al rispetto dei diritti d'autore.

Notizie diffuse e aggregate

Dopo queste premesse, vediamo ora alcuni spunti pratici facilmente attuabili: cominciamo ad esaminare come aprire un nuovo canale per la divulgazione di informazioni già pubblicate nel sito web scolastico. Incredibilmente, la rete ci viene incontro con una risorsa potentissima: il **feed rss**, che già ben conosceranno gli insegnanti che si dedicano al podcasting. Chi non ne avesse mai sentito parlare, non abbia timore, perché Francesco Leonetti offre tutte le nozioni di base con uno stile piacevole e divertente: http://www.espertoweb.it/articolo.php?id_articolo=rss. Un articolo più tecnico si trova, invece, tra i materiali di Porte Aperte sul Web, <http://www.porteapertesulweb.it/tutorial/inserimento-feed-rss/>, mentre un contributo di Mario Varini sugli rss a scuola si può scaricare dal sito dell'UST di Mantova: http://www.istruzione.lombardia.it/mantova/wp-content/uploads/2011/04/Mario_Varini_RSS_a_Scuola.ppt

In buona sostanza, comunque, questi rss ci consentono di avere somari di contenuti, interessanti in sé, certo, ma ancora più utili per costruire nuovi modi di diffondere automaticamente sintesi che rimandano ad informazioni più estese.

- **Esempio 1:** fare in modo che tutte le sere ad un dato orario, tutti gli utenti che si sono iscritti al servizio da noi proposto "Ricevi gli aggiornamenti via e-mail" si vedano recapitare nella posta elettronica la sintesi delle notizie pubblicate in giornata sul nostro sito.
- **Esempio 2:** garantire che ogni volta che viene pubblicato un nuovo articolo sul sito scolastico, questo sia girato immediatamente anche su Twitter.
- **Esempio 3:** inserire nel sito della scuola, in un riquadro specifico dell'home page, la rassegna di notizie provenienti dall'Ufficio scolastico regionale, senza doverle riscrivere ogni volta, ma ricevendo invece ogni aggiornamento automaticamente.

Per realizzare quanto proposto dagli esempi 1 e 2 in modo abbastanza facile ed intuitivo si può ricorrere a **Feedburner**, oppure a **Feedcat.net**

che offre un servizio del tutto analogo. Una bella guida, anche se un po' datata, ci viene offerta Gianluigi Cogo: <http://it.scribd.com/doc/2417501/Guida-Feedburner>.

Qui possiamo trovare spiegazioni su come iscriverci al servizio e su quali curiosità e magie ci vengono offerte.

Se vogliamo mandare una mail che contenga le news del giorno, la terza linguetta da sinistra "*Publicize*", ci consente di impostare i dati relativi alla sottoscrizione (terza voce del menu a sinistra) e di avere il codice da inserire nel sito per dare evidenza a questa possibilità di iscriversi.

Poco più sotto, sempre nel menu di sinistra, si trova la voce "*Socialize*", che include anche il servizio di pubblicazione su Twitter. Più difficile a dirsi che a farsi, direi.

La realizzazione di quanto proposto dal terzo caso, in realtà, presuppone che l'USR ci offra i feed di quanto pubblica. L'Ufficio Scolastico per la Lombardia, ad esempio, offre i link a questa pagina: <http://www.istruzione.lombardia.gov.it/il-sito/rss-2/>. In generale, se un sito è realizzato con un CMS, è abbastanza semplice attivare la generazione automatica di feed, generali o per categorie, così come è veloce l'inserimento dei pulsanti che consentono la condivisione di articoli su vari social network da parte dei visitatori. Anche per aggregare i feed di altri siti e riproporli nelle proprie pagine esistono funzioni dei CMS di facile utilizzo. Rimandiamo alle guide dei singoli sistemi di pubblicazione per ulteriori dettagli, che ci porterebbero troppo lontano dall'argomento principale di questo articolo.

La ricerca della qualità

Naturalmente, la qualità e l'efficacia di questa operazione di condivisione di informazioni non dipendono solo dalla corretta esecuzione tecnica di questi passaggi. Si deve anche definire lo stile della propria comunicazione, presumibilmente tra l'educativo, orientato a indurre buoni comportamenti, a sensibilizzare su temi di comune interesse, e l'informativo, per le comunicazioni su attività ordinarie. Lo stile social è per lo più informale, infatti, ma un'istituzione scolastica è bene che calibri il proprio contributo, proprio per distinguersi dagli usi fatui e superficiali degli stessi strumenti. Del resto, rappresenta anche una irrinunciabile lezione pratica di sintesi ed efficacia il dimostrare agli studenti che passare una notizia in 140 caratteri non significa necessariamente adottare gerghi consonantici al

limite della comprensibilità se non addirittura del misfatto linguistico, per dirla con Beppe Severgnini.

Non è ancora una prassi obbligatoria, infine, ma fortemente consigliata, la stesura di una *social media policy*. In sintesi, si tratta di formalizzare – in un regolamento interno da un lato e in una dichiarazione esterna dall'altro – l'insieme di norme a cui è sottoposto l'utilizzo di strumenti social da parte del personale della scuola, con particolare riguardo alla gestione dell'account ufficiale. Può sembrare un chiarimento superfluo, ma non lo è affatto, alla luce della frequenza con cui ricorrono account non ufficiali di enti e istituzioni, anche scolastiche. Prima di cimentarsi in questa impresa, consiglio caldamente la lettura del capitolo dedicato da Gianluigi Cogo a questo argomento nel saggio *I social network nella PA*, citato poco sopra. Se poi volete vedere una bozza di lavoro e aiutarmi con i vostri contributi, potrete leggere a breve e commentare nel mio sito personale una proposta che vorrei far approvare nella scuola in cui lavoro. A ribadire che una buona politica di uso dei social a scuola non è ancora – e forse mai lo sarà – un insieme di prassi e regole costanti, ma un laboratorio di sperimentazione.