

ALMA MATER STUDIORUM - UNIVERSITA' DI BOLOGNA

SCUOLA DI LETTERE E BENI CULTURALI

Corso di Laurea Magistrale in:

Scienze della Comunicazione Pubblica e Sociale

REDAZIONE LABWEB: DAL LABORATORIO AL BLOG COMPASSUNIBO

Processi comunicativi e sviluppo di communities

Tesi di laurea in

Comunicazione e Marketing Sociale

Relatore Chiar.ma Prof.ssa: Pina Lalli

Correlatore Dott.ssa: Michela Zingone

Presentata da: Ambra De Francesco

Sessione II

Anno accademico

2013-2014

INDICE

INTRODUZIONE

1

CAPITOLO 1

Il laboratorio: nascita e sviluppo della redazione universitaria Labweb

1.1-Origine e obiettivi

1.2-Organico e dinamiche organizzative

1.3-Piano di comunicazione e sviluppo dei social network del corso di studi: Twitter e YouTube

CAPITOLO 2

Il lavoro di gruppo all'interno della redazione

2.1-Aspetti metodologici e didattici

2.2-Il ruolo del tutor

2.3-Il lavoro virtuale

2.4-Dinamiche relazionali: tra dialogo e *problem solving*

CAPITOLO 3

Il blog Compassunibo: fine del progetto laboratoriale e avvio di un nuovo percorso

3.1-Ideazione e creazione

3.2-Definizione della struttura

3.3-Target di riferimento

3.4-Contenuti: l'agenda tematica del blog

3.5-Promozione dei contenuti

3.6-Finalità e obiettivi del percorso

CAPITOLO 4

Il blog al servizio della didattica e della community

4.1-La comunità virtuale: dinamiche interattive

4.2-Il blog come risorsa e strumento di comunicazione

4.3-L'informazione oltre la didattica

4.4-Il comunicatore virtuale

CONCLUSIONI

BIBLIOGRAFIA

SITOGRAFIA

ELENCO DELLE ILLUSTRAZIONI

L'idea di realizzare la tesi sull'avvio della Redazione Labweb (termine che deriva dall'associazione della parola laboratorio e web) e lo sviluppo di un nuovo format per il corso di laurea in Scienze della Comunicazione Pubblica e Sociale di Bologna, il blog, è sorta in seguito allo svolgimento del laboratorio 'Redazione del sito web Compass' da me svolto nel 2013.

Analizzare il lavoro eseguito durante l'esperienza laboratoriale mi ha condotto a prendere in esame sia le dinamiche relazionali, che si sono costituite all'interno della Redazione Labweb, sia quelle nelle *communities* virtuali con focus sulla comunità che si sta costituendo nel blog Compassunibo.

Nei mesi successivi al laboratorio, nei quali ho svolto attività di *contributor* per la Redazione Labweb e stilato la tesi di laurea, mi sono resa conto di quanto il web sia diventato sempre più strumento di *e-learning* e di *edutainment*. Infatti, navigando è possibile acquisire nuove metodiche attraverso la consultazione e l'utilizzo dei social network. Strumenti che si sono rivelati utili anche per il corso di studio e nei quali il team di laboratorio ha creato account al fine diffondere informazioni su quello che accade all'interno del Compass e su ciò che nel settore marketing e comunicazione si presenta argomento utile agli studenti di comunicazione. Questo servizio, offerto agli studenti, ha reso ancor più trasparente, partecipativa e flessibile l'Università aprendo un dialogo continuo con l'utenza. In questo frangente, i social, possono essere concepiti come una sorta di "Urp virtuale" che fa da raccordo tra le Istituzioni e il cittadino della rete.

Tra i social network scelti dal Compass per veicolare le informazioni, il blog si è presentato una vera sfida per la redazione in quanto la sua progettualità non era inizialmente in programma nel laboratorio. Sviluppare il format, in breve tempo, è stato possibile applicando la tecnica del telelavoro, la quale ha permesso al gruppo di lavorare da casa e di consultarsi grazie a riunioni online avvenute tramite *hangouts* su Google +. Le riunioni online sono state importanti per velocizzare i tempi di lavoro e hanno consentito incontri più frequenti, dato che alcuni componenti del gruppo non risiedendo a Bologna. Questi incontri extra in luoghi virtuali, ma anche quelli in luoghi reali, hanno permesso ai componenti della redazione di approfondire il loro rapporto di lavoro e di risolvere problematiche che si sono presentate nel corso di quest'ultimo. Si è formata così, nel tempo, un'anima collettiva che ha visto la partecipazione proattiva al progetto di tutti i membri che ne hanno fatto parte.

Durante le riunioni, come anticipato in precedenza, è stato dato avvio a un progetto che definisco in evoluzione, il blog, in quanto ogni anno viene arricchito dagli studenti che formano la nuova redazione nell'ambito dell'esperienza laboratoriale. Concepito come un *blogzine*, rivista scritta da più autori e gestita dai ragazzi della redazione sotto il controllo del tutor Michela Zingone e del coordinatore di laboratorio Pina Lalli, il format ha permesso agli studenti che l'hanno creato di vivere l'esperienza empirica di chi lavora in una redazione online. Gli autori del post si sono rivelati *multitasking* capaci di mettersi alla prova in ambiti diversi, ricoprendo più ruoli legati alla comunicazione nel mondo virtuale. Per fare un esempio i componenti del gruppo della Redazione Labweb sono stati allo stesso tempo; *Community manager*, *Content Curator*, *Seo manager* etc. Le nuove professioni del web, sopracitate e svolte dagli studenti si sono rivelate esperienza di raccordo con il mondo del lavoro e le richieste di mercato. Oltretutto mi hanno permesso di valutare, durante il percorso svolto, come siano cambiati i processi comunicativi negli ultimi anni e di conseguenza di stilare un'analisi critica su quanto avviene nelle comunità virtuali. Le *communities*, è innegabile, stanno sviluppando forme di socialità nuove e si presentano come aggregazioni generate da interessi comuni che scaturiscono nell'individuo un forte senso di appartenenza alla comunità seguita. Nel caso del blog Compassunibo, la socialità si basa sulla comunanza di un interesse intellettuale e non su interessi materiali presentandosi così come solidale e disinteressata. Questa prospettiva auspico favorisca l'avvio di meccanismi che permettano di dare voce anche a chi si trova marginalizzato dai tradizionali processi di partecipazione e il sorgere di ideali democratici in grado di favorire processi che inducano al miglioramento delle dinamiche sociali.

A fare da contrasto a quanto delineato fino a ora è l'atteggiamento spesso sbagliato o l'abuso che si fa dei nuovi strumenti di comunicazione che induce a sminuire l'intento iniziale per il quale sono stati ideati e conducendo l'internauta a trarre informazioni da fonti poco attendibili, le quali presentano la realtà in maniera distorta, con il risultato di amplificare inesattezze. La redazione per ovviare a questo comportamento e indurre l'utenza a una riflessione non superficiale degli argomenti esposti ha dovuto saper catturare la loro attenzione divulgando contenuti utili e di qualità al fine di realizzare uno strumento di utilità sociale e non uno sterile prodotto di marketing finalizzato allo scopo di fare pubblicità. Infatti molto spesso, a questo proposito, nel blog Compassunibo, non vengono rispettate tutte le norme per redigere un buon testo per il web a favore di far risaltare contenuti di interesse e valore. Anche se è inevitabile che, il

blog, si presenti anche come strumento di marketing in quanto essendo veicolato in rete è accessibile a chiunque e facilmente visibile da una moltitudine di persone. Auspico, nonostante gli aspetti negativi derivanti dall'uso improprio dei social network, che il blog possa rivelarsi una risorsa fondamentale per il corso di studio e possa far scaturire nello studente Compass una maggiore partecipazione alla vita del corso di studio. Questo a mio avviso sarebbe una soddisfazione personale, in quanto veder crescere il blog infonde la certezza di aver collaborato a un progetto che ha un'utilità ben definita per i miei futuri colleghi.

BIBLIOGRAFIA

- ACERBONI G., *Progettare e scrivere per Internet*, McGraw-Hill, Milano, 2005.
- AGOSTI A., *Gruppo di lavoro e lavoro di gruppo. Aspetti pedagogici e didattici*, Franco Angeli, Milano, 2006.
- BAUMAN Z. (2000), *Liquid Modernity*, Polity Press, Cambridge, e Blackwell Publishers Ltd, Oxford, trad. it. *Modernità liquida*, Laterza, Roma-Bari, 2010.
- BENIGNI G., *YouTube: la storia*, Rai Eri, Roma, 2008.
- BENINI B., *Siamo un popolo di lamentosi?*, in «Viversani & belli», n. 38, 2013.
- BENNATO D., *Sociologia dei media digitali*, Laterza, Roma-Bari, 2013.
- BOLTANSKI L. (1993), *La souffrance à distance, Morale humanitaire, médias et politique*, Paris, Métailié, trad. it. *Lo spettacolo del dolore. Morale umanitaria, media e politica*, Milano, Raffaello Cortina Editore, 2000.
- BRANCA N., *Per fare un manager ci vuole un fiore. Come la meditazione ha cambiato me e l'azienda*, Mondadori, Milano, 2013.
- CARRADA L., *Lavoro, dunque scrivo! Creare testi che funzionano per carta e schermi*, Zanichelli, Bologna, 2012.
- CONTI L., *Comunicare con Twitter. Creare relazioni, informarsi, lavorare*, Hoepli, Milano, 2010.
- CRISTANTE S., *L'onda anonima*, Meltemi, Roma, 2004.

DE NOBILI F., *SEO Google. Guida al web marketing con gli strumenti di Google*, Prima edizione e-book, area 51, San Lazzaro di Savena (Bologna), 2013.

EDELMANN J. R. (1993), *Interpersonal conflicts at work*, BPS Books (British Psychological Society) London, *Conflitti interpersonali nel lavoro*, Erickson, Trento, 1996.

FERRARI D., *Due gradi e mezzo di separazione, come il networking facilita la circolazione delle idee (e fa girare l'economia)*, Sperling & Kupfer, Milano, 2014.

G. GROSSI, *L'opinione pubblica*, Roma-Bari, Laterza, 2004.

GARDINI G. e LALLI P., *Per un'etica dell'informazione e della comunicazione. Giornalismo, radiotelevisione, new media, comunicazione pubblica*, Franco Angeli, Milano, 2009.

GRANDI R., *La comunicazione pubblica. Teorie, casi, profili normativi*, Carocci, Roma, 2007.

HAN B. C. (2012), *Transparenzgesellschaft*, MSB Matthes & Seitz, Berlin, trad. it. *La società della trasparenza*, nottetempo, 2014.

KERMOL E., *Le strategie della comunicazione*, Trieste, 2000.

LALLI P., *Creatività e pensiero critico. Il caso della "comunicazione"*, in «RA, rivista dell'AIS», n.1, 2010.

LEVI N., *Il piano della comunicazione nelle amministrazioni pubbliche. Analisi e strumenti per l'innovazione*, Ed. Scientifiche Italiane, Napoli-Roma, 2004.

McLUHAN M. (1968), *Understanding Media*, Ginko Press, trad. it. *Gli strumenti del comunicare*, Net, Milano, 2002.

PAPUZZI A., *Professione giornalista. Le tecniche, i media, le regole*, Donzelli, Roma, 2010.

PRATELLESI M., *New Journalism. Teorie e tecniche del giornalismo multimediale*, Bruno Mondadori, Milano, 2010.

RHEINGOLD H. (1993), *The Virtual Community, Comunità virtuali. Parlare, incontrarsi, vivere nel cyberspazio*, Sperling & Kupfer, Milano, 1994.

ROSENBERG M. B. (2005), *Speak Peace in a World of Conflict*, PuddleDancer Press, trad. it. *Parlare pace. Quello che dici può cambiare il tuo mondo*, Esserci, Reggio Emilia, 2006.

OLIVETTI A., *Il mondo che nasce. Dieci scritti per la cultura, la politica, la società*, collana Olivettiana/1, Comunità, Roma/Ivrea, 2013.

SIMMEL G. (1908), *Soziologie*, Leipzig: Duncker & Humblot, trad. it. *Sociologia*, Edizioni di Comunità, Torino, 1998.

SLOTEDIJK P. (2005), *Im Weltinnenraum des Kapitals*, Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main, *Il mondo dentro il capitale*, Meltemi, Roma, 2006.

XHAET G., *Le nuove professioni del Web*, Hoepli, Milano, 2012.

SITOGRAFIA

Account Instagram compassunibo, <http://instagram.com/p/h1NOXIMYDF/>, (ultimo consulto il 21 ottobre 2014).

Account Twitter compassunibo, <https://twitter.com/compassunibo>, (ultimo consulto il 23 ottobre 2014).

Account YouTube compassunibo, <https://www.youtube.com/user/compassunibo>, (ultimo consulto il 21 ottobre 2014).

Blog Compassunibo, <http://compassunibo.wordpress.com/>, (ultimo consulto il 23 ottobre 2014).

CriticaLetteraria, <http://www.criticaletteraria.org/2012/06/1a-societa-come-un-reality-show-no-di.html>, (ultimo consulto il 16 ottobre 2014).

Google Analytics, <http://www.google.it/intl/it/analytics/>, (ultimo consulto il 22 ottobre 2014).

Il Sole 24 Ore, Cultura & tempo libero,
<http://www.ilsole24ore.com/art/SoleOnLine4/Tempo%20libero%20e%20Cultura/2008/06/benigni-youtube-storia.shtml?uuid=2409ffec-40f8-11dd-835d-7e3492cb3def&DocRulesView=Libero> (ultimo consulto il 18 ottobre 2014).

Il Sole 24 Ore, nòva,
<http://giampaoloccolletti.nova100.ilsole24ore.com/2013/11/25/identikit-del-comunicatore-digitale-tra-storytelling-e-content-curation-ne-parliamo-a-bologna/>,
(ultimo consulto il 22 ottobre 2014).

Manuale Internet, <http://www.manualeinternet.it/online/temi/>, (ultimo consulto il 23 ottobre 2014).

Telelavoro Italia, <http://www.telelavoro-italia.com/index.php/telelavoronellapa>, (ultimo consulto 23 ottobre 2014).

Treccani.it, <http://www.treccani.it/>, (ultimo consulto il 21 ottobre 2014).

ELENCO DELLE ILLUSTRAZIONI

	Pag.
REDAZIONE LABWEB, Account Twitter: compassunibo, 2013	19
REDAZIONE LABWEB, Account Twitter: compassunibo, 2013.	19
REDAZIONE LABWEB, Account YouTube: compassunibo, 2013.	20
REDAZIONE LABWEB, Account YouTube: compassunibo, 2013.	20
LICIA GIGLIO, Redazione Labweb, Bologna, 2013.	30
LICIA GIGLIO, sede di alcune lezioni della LM in Comunicazione pubblica e sociale, Bologna, 2013.	30
MICHELA ZINGONE, Redazione Labweb, Bologna, 2013.	43
LICIA GIGLIO, Primo <i>template</i> del blog Compassunibo, 2013.	43
REDAZIONE LABWEB, Blog Compassunibo, 2014.	44
REDAZIONE LABWEB, Blog Compassunibo, 2014.	44