

INSTAGRAM O COME PROPORRE UN'ATTIVITÀ 2.0

di Paola Iasci¹

ABSTRACT

La Escuela Oficial de Idiomas de Alcalá de Henares ha promosso tra i suoi alunni l'uso della rete sociale Instagram, lanciando un concorso fotografico che incoraggiava gli studenti a guardarsi intorno e a scorgere ed immortalare elementi della cultura straniera che erano presenti sul proprio territorio. Tra gli obiettivi, promuovere la competenza interculturale, lessicale e socioculturale. Senza dimenticare la dimensione ludica che offre la partecipazione a un contest online.

Lo scorso anno scolastico 2014/2015 la *Escuela Oficial de Idiomas* di Alcalá de Henares, assieme alla sede staccata di Arganda, ha proposto ai suoi alunni di partecipare a un [concorso fotografico](https://www.instagram.com/eoialcala/) (<https://www.instagram.com/eoialcala/>). Si è però deciso che si sarebbe dato all'attività un carattere "social", ricorrendo alla rete sociale Instagram¹. *Instagram* permette di pubblicare all'istante foto scattate con il cellulare o il *tablet*, applicare effetti e filtri, interagire con gli altri utenti attraverso il pulsante "like" o i commenti, attivare il *geotag* ed infine condividere gli scatti su altri social *network* collegati, come *Twitter* o *Facebook*.

Il progetto consisteva nel coinvolgere tutti gli alunni della scuola affinché pubblicassero su *Instagram* i loro scatti di locali, oggetti, cartelli, insegne che avessero a che fare con il Paese o la lingua che studiavano o avevano studiato. Alla foto, che doveva essere scattata in territorio spagnolo, dovevano aggiungere almeno due hashtag obbligatori, quello della scuola (*#eoialcalá*) e quello del Paese straniero a cui facevano esplicito riferimento gli scatti. Grazie allo studio delle foto postate (in tutto, tra le varie versioni degli hashtag generati - *#eoialcalá*, *#eoialcala*, *#Inglaterraañí*, *#Alemaniacañí*, *#Italiacañí* e *#Franciacañí* - ce ne sono più di un centinaio) si è potuto quindi riflettere su tipo/qualità/quantità/mezzo della penetrazione nel territorio di appartenenza della cultura straniera, e in definitiva dell'altro e delle sue propaggini.

¹ Docente di italiano LS presso la *Escuela Oficial de Idiomas* di Alcalá de Henares (Spagna).



Fig. 1. Logo di Instagram (<http://bit.ly/1VvkrUT>)

1. I PRECEDENTI

L'idea è nata anni fa leggendo un articolo su un giornale spagnolo intitolato *Little Italy castizo*, che parlava dei locali madrileni in cui si respirava un ambiente tipicamente italiano. Quello stesso anno organizzammo per gli alunni di livello B2 della Scuola di Carabanchel un concorso simile, usando stavolta un'altra piattaforma, [Pinterest](#)². Queste erano le consegne:

Bentrovati al concorso Little Italy castizo!! Questo è un tabellone dove potete pubblicare foto di angoli d'Italia a Madrid (e dintorni). Foto della vostra pizzeria preferita, di un negozietto di delicatessen regionali, di una libreria, di un Pinocchio esposto in una vetrina, di tutto quello che ha a che vedere o ricorda la vostra amata Italia! Non dimenticate di descrivere la foto, dove l'avete scattata e di cosa si tratta. La foto migliore riceverà un premio!

Da un concorso pensato solo per gli alunni del Dipartimento di Italiano siamo dunque passati, l'anno scorso, a un'attività che ha coinvolto invece tutta la scuola, cioè complessivamente circa 1.700 alunni.

2. GLI OBIETTIVI

Nel curriculum delle EEOII (che rientrano nell'ambito *della Enseñanza de Idiomas de Régimen Especial*³ regolata nei Decreti 31/2007 e 98/2008) si fa

² <https://www.pinterest.com/escuelaoficial/little-italy-castizo/>

³ Curriculum delle *Escuelas Oficiales de Idiomas* spagnole.

leva, tra le altre dimensioni, su quella interculturale, come specificato dal seguente paragrafo, che citiamo in traduzione:

"L'avvicinamento a un'altra società e a un'altra cultura comporta un contrasto spontaneo con la propria società e cultura di appartenenza o con altre in cui si è vissuti in precedenza. Un atteggiamento di apertura – contrariamente all'etnocentrismo – permette di comprendere la nuova realtà e di arricchirsi, oltre a costruire un "filtro affettivo" che facilita l'apprendimento della lingua".

Assieme alla dimensione interculturale, che abbiamo adottato entusiasticamente, la nostra proposta intendeva potenziare anche la dimensione socioculturale e sociolinguistica della competenza comunicativa nella lingua meta. Gli obiettivi principali della nostra attività risiedono nella promozione della competenza lessicale, attraverso l'uso attivo degli *hashtag*, l'identificazione delle scritte su cartelli e insegne pubblicitarie, dell'eventuale presenza di errori ortografici, la consapevolezza dell'appartenenza della parola al gruppo dei prestiti linguistici, ecc. Allo stesso tempo, ci si proponeva di potenziare nell'apprendente la competenza sociolinguistica e socioculturale, attraverso la promozione della consapevolezza della presenza del *Made in Italy*, della ristorazione, il design, la moda, per fare un esempio del caso italiano, oltre naturalmente alla possibilità di stimolare un apprendimento ludico (chi vince il concorso ha diritto a un premio⁴) e rafforzare la motivazione.

Il fatto di dover fare attenzione alla vetrina di un negozio, all'etichetta di un prodotto, al busto di un personaggio straniero nei giardini della nostra città, ci rende consapevoli della cultura dell'altro e fa sì che riflettiamo su come è arrivato fino a noi, chi ce l'ha portato, perché, quando, come e quali sono le conseguenze di questa presenza. Il solo fatto di acquisire coscienza di certi aspetti della realtà del *marketing* e dell'importazione, solo per fare un esempio, ci apre la mente e ci aiuta a riflettere su come la cultura straniera ha messo radici nel nostro territorio e se tale presenza viene introiettata positivamente o meno dalla popolazione.

3. LA COMPETENZA DIGITALE

Un ultimo proposito, ma non per questo meno importante, è quello di promuovere la competenza digitale degli alunni. Forse non a tutti è noto l'ordinamento scolastico delle EOI spagnole, che sono una scuola pubblica il cui scopo è quello di offrire alla popolazione adulta la possibilità di

http://www.madrid.org/cs/Satellite?c=CM_ContentComplem_FA&cc=1142409580432&cid=1142577600444&language=es&pageid=1167899198058&pagename=PortalEduccion%2FCM_Actuaciones_FA%2FEDUC_Actuaciones

⁴ Qui (<https://www.instagram.com/p/3y9oOyjtvm/>) trovate la foto della guida di Parigi caricata dalla vincitrice del premio per la lingua francese.

apprendere una lingua straniera e di ottenere, dopo 6 anni di studi, un diploma di conoscenza della lingua di livello B2 del QCER. Gli alunni di una EOI hanno, di media, tra i 15 e i 70 anni, ma la fascia di mezza età prevale di gran lunga sugli adolescenti. Le conoscenze informatiche e la dimestichezza con le nuove tecnologie non sono quindi molto sviluppate e, nel limite delle possibilità, i docenti cercano di attuare sperimentazioni direttamente puntate al potenziamento di una maggiore consapevolezza digitale. Le aree della competenza digitale che abbiamo voluto sviluppare attraverso l'attività "Concorso fotografico su *Instagram*" sono le seguenti:

- Selezionare l'informazione pertinente (*Informazione*)
- Comunicare e interagire con l'account della scuola, commentando le foto pubblicate, specificando in cosa consiste, dove è stata scattata, che cosa rappresenta per l'autore (*Comunicazione*)
- Interagire e commentare le foto degli altri utenti, ampliando la propria rete personale di apprendimento (*Comunicazione*)
- Pubblicare foto autentiche sui propri account con l'hashtag del concorso (*Creazione di contenuti*)
- Conoscere le differenti impostazioni di *privacy* dell'account di *Instagram* e comprendere l'importanza del *copyright* e dei permessi di pubblicazione delle opere fotografiche (*Sicurezza*)

4. LA METODOLOGIA

Per prima cosa abbiamo creato un account della scuola (@eoialcalá) e abbiamo consegnato a tutti i professori i dati di accesso (utente e *password*). Poi abbiamo studiato il mezzo (*Instagram*) per cercare di conoscerlo meglio e di sfruttare tutte le sue potenzialità (applicare filtri, pubblicare con *hashtag*, possibilità di caricare video, di lasciare commenti e likes, fare *regrams*, ecc). Successivamente, abbiamo fatto una specie di studio di mercato, per vedere se altre EOI o scuole di lingue avevano un account su *Instagram* e come lo gestivano. Siamo quindi incappati nella proposta educativa di Pilar Munday e Adelaida Martín, due insegnanti di Spagnolo per stranieri, che hanno lanciato il concorso #DesafíoINSTAGRAMELE⁵. Vi consigliamo vivamente di consultare la pagina web [Pensandoenele](http://pensandoenele.blogspot.com.es/2014/01/desafio-instagramele_24.html)⁶ dove una delle autrici propone e spiega in cosa consiste la sfida (*desafío*), attività che in un secondo tempo ha vinto un premio come migliore pratica educativa basata sulle nuove tecnologie. Contemporaneamente, si è posto il problema delle etichette, che sarebbero servite a identificare i soggetti degli scatti e a seguire la partecipazione degli studenti. Dopo molte riflessioni è stato scelto l'*hashtag cañí*.

⁵ <https://www.instagram.com/desafioinstagramele/>

⁶ http://pensandoenele.blogspot.com.es/2014/01/desafio-instagramele_24.html

Cañí è una parola spagnola del gergo *caló* dei gitani, che ha poi assunto il significato esteso di *tipico, folclorico*. Quindi l'*hashtag Italiacañí* verrebbe a significare Italia spagnola, ovvero un pezzo d'Italia in Spagna. Questo è uno degli *hashtag* che la Scuola Ufficiale di Lingue di Alcalá ha creato per lanciare il Primo concorso fotografico su *Instagram*, gli altri sono *#Franciacañí*, *#Alemaniacañí* e *#Inglaterracañí*, coniati rispettivamente per gli alunni di francese, tedesco e inglese. Le consegne erano chiare: si trattava di fotografare luoghi, oggetti, insegne di negozi, monumenti, insomma qualsiasi cosa o luogo che avesse a che vedere con il paese della lingua meta degli alunni. È un po' come cercare di riconoscerne la presenza sul territorio. E il riconoscimento è essenzialmente la fase previa all'assimilazione e alla appropriazione.

Prima di lanciare il concorso agli alunni bisognava però convincere i professori a partecipare, quindi abbiamo preparato un [video con Adobe Voice](#)⁷ nel quale spiegavamo obiettivi e contenuti agli altri docenti della scuola. Grazie all'aiuto e all'appoggio dei membri della Direzione, abbiamo redatto [il regolamento del concorso](#)⁸ e lo abbiamo pubblicato sulla pagina web della scuola. A continuazione abbiamo elaborato un tutorial con *wink*⁹ affinché l'uso della risorsa fosse accessibile a tutti gli alunni. Il video tutorial è stato mostrato in classe, dopo di che si è provveduto a pubblicizzare il concorso tra gli alunni e nelle reti sociali attraverso [l'account twitter della scuola](#)¹⁰, su *Facebook* e sul [blog di dipartimento](#)¹¹. La partecipazione era aperta a tutti gli alunni iscritti, nonché agli ex alunni della EOI.

5. I CONTENUTI

Ecco alcuni esempi di foto pubblicate con gli *hashtag* *#Italiacañí* e *#Franciacañí*. Quella qui sotto è una foto scattata nel lago artificiale di Peñarroya, a Ciudad Real. Sul muro della diga qualcuno aveva scritto la frase che compare nel famoso film di Luca Lucini "Tre metri sopra il cielo" (2004), tratto dall'omonimo romanzo di Federico Moccia.

⁷ http://voice.adobe.com/v/Nhwq_trQaya

⁸ https://drive.google.com/file/d/0B4TWPg-p-AL_bUV3RFg4aW9tTEk/view?usp=sharing

⁹ http://verytech.smartworld.it/come-creare-tutorial-multimediali-con-wink-su-windows-e-linux-141349.html#steps_0

¹⁰ <https://twitter.com/alcalaidiomas>

¹¹ <http://eoiacalaitaliano.blogspot.com.es/>



Foto n 2 #MoccianellaMancia!: Lago manchego con la scritta tratta dal film "Tre metri sopra il cielo" di Luca Lucini (<https://instagram.com/p/zqCTtQwth-/>)

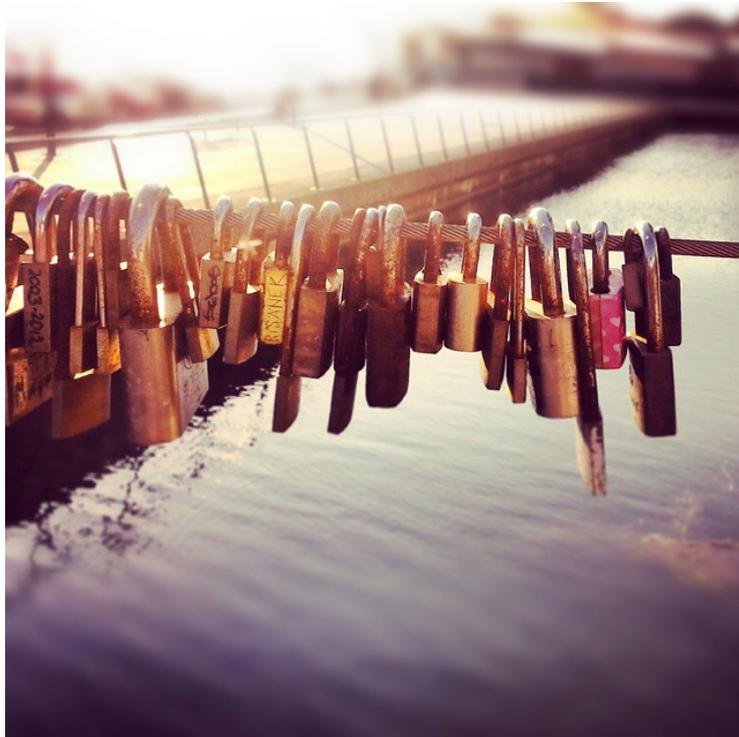


Foto n 3 #mourirdamour: i lucchetti su un ponte di Peñíscola che hanno ricordato il Pont Neuf all'autrice dello scatto le hanno valso il primo premio (<https://instagram.com/p/zx9Tx-jthU/>)

I soggetti delle foto pubblicate variano a seconda delle lingue/culture target: la maggior parte sono scatti che ritraggono elementi che si trovano già nel territorio (pubblicità, negozi, insegne, cibo, ecc.), altri sono ricreazioni ed associazioni dell'autore ([#teatime](#): un manuale d'inglese appoggiato su un tavolo su cui si trova una teiera e una tazza di tè¹²), che sfrutta la creatività e l'inventiva per ricreare scene ascrivibili all'idiosincrasia della cultura o delle culture oggetto di studio. D'altronde, secondo i costruttivisti la conoscenza non è altro che un atto soggettivo e personale con il quale l'individuo "costruisce" la sua rappresentazione della realtà.

6. LA VALUTAZIONE

Il fatto che l'attività fosse eminentemente ludica non esime dal valutarla. Il concorso necessitava di una valutazione del risultato (bisognava comunque decidere che foto avesse vinto il premio per ogni lingua - inglese, francese, tedesco e italiano -) e una valutazione del processo, per verificarne l'appropriatezza, la consecuzione degli obiettivi e i criteri di applicabilità, al fine di permetterci di trarre conclusioni e suggerimenti validi. Per quanto

¹² https://drive.google.com/file/d/0B4TWPg-p-AL_OXBtUjBQTnlnSIU/view

riguarda il primo tipo di valutazione, ci siamo basati su una rubrica elaborata ad hoc, con precisi criteri e descrittori di valutazione. Alla fine però, in un solo caso, abbiamo modificato l'ultimo criterio (*Dominio del network*) nell'assegnazione del premio alla migliore foto di inglese perché abbiamo apprezzato il fatto che l'alunno si fosse aperto un account espressamente per il concorso, quindi non lo abbiamo penalizzato per il fatto che avesse pubblicato una sola fotografia e che non vantasse molte interazioni.

La valutazione del processo, invece, consiste in un'analisi approfondita delle relazioni tra metodologia applicata, obiettivi e risultati. A tutt'oggi sul nostro account (con 45 *followers* e 50 *following*) ci sono esattamente 158 fotos pubblicate¹³ con l'*hashtag* #eoialcalá, di cui solo meno della metà pubblicate dagli alunni. Bisogna quindi riflettere sull'evidente scarsa partecipazione cercando di sviscerare i punti deboli dell'attività. Innanzitutto l'*hashtag* proposto (*cañí*) forse non era il più appropriato. Il termine *cañí* possiede in alcuni casi un'aura negativa e oltre all'accezione neutra che significa "tipicamente spagnolo", viene spesso associato, nell'immaginario collettivo, a episodi ed aspetti della Spagna profonda. La nostra intenzione era invece quella di valorizzare la presenza dell'altro sul territorio. Inoltre, l'adozione di *hashtag* con l'accento (#eoialcalá e #Italiacañí) ha contribuito alla doppia grafia con cui si etichettavano gli scatti: sarebbe quindi stato meglio evitarli per aggirare la possibilità di errori di battitura o di scrittura veloce. Infine, una scarsa percentuale di alunni iscritti alla scuola possedeva già un account *Instagram*, fatto che ha provocato un grado di partecipazione al concorso più basso di quanto ci si augurasse. Questo punto debole si sarebbe potuto aggirare con l'aiuto di applicazioni come iconosquare¹⁴, che, con una *url* pubblica, permette alle persone che non hanno un account *Instagram* di vedere e commentare le foto dal proprio account FB.

¹³ <https://www.instagram.com/eoialcala/>

¹⁴ <http://iconosquare.com/>



Foto n 4 Il tabellone con le foto vincitrici esposto a scuola e pubblicato sul web (<http://on.fb.me/1iUlfkq>)

Naturalmente, l'attività poteva e può essere migliorata, ma abbiamo comunque apprezzato il fatto che abbia aiutato gli studenti a sviluppare la propria consapevolezza lessicale, ad avvicinarsi alle reti sociali in quanto strumenti di apprendimento collettivo e a riflettere sulla competenza plurilinguistica e multilinguistica (un solo utente poteva postare scatti che riguardavano tutte le lingue che aveva studiato o che riflettevano più di una cultura/lingua in un'unica foto). Infine, la prospettiva ludica, basata sulla *gamification* (il premio finale come incentivo) è stata un'ulteriore carta vincente che ha permesso agli alunni delle lingue insegnate alla EOI di Alcalá di interagire sia tra di loro che con l'account della scuola, favorendo una maggiore coesione e un più stretto senso di appartenenza al gruppo. Il concorso è servito anche e soprattutto per far sì che gli studenti usassero *Instagram* per interagire con la Scuola: un'alunna, per esempio, ha pubblicato foto di un'attività prevista per la Giornata *Open Day* con gli hashtag [#eoiocalaitaliano](#) ed [#eoiocalafrances](#).

Per saperne di più sul concorso potete consultare lo [Storify¹⁵](#) creato dopo l'assegnazione dei premi, con esempi delle fotografie postate dagli alunni partecipanti.

7. CONCLUSIONI

Instagram è una rete sociale usata da più di 400 milioni di utenti che, come specificato sul *web*, permette di guardare il mondo attraverso gli occhi di un altro: proprio per questo consideriamo che sia un'ottima risorsa da sfruttare per azioni didattiche 2.0 che coinvolgano gli alunni in un apprendimento autonomo e significativo. Proprio per questo motivo abbiamo deciso, assieme ad altri insegnanti di italiano delle EOI della *Comunidad* di Madrid, di riproporre una versione aggiornata e corretta del concorso fotografico, restringendo da una parte il *target* (solo alunni di italiano e non di altre lingue straniere) e dall'altra ampliando i possibili partecipanti, grazie al coinvolgimento di più dipartimenti. Se volete seguirci nella nostra nuova avventura didattica 2.0 tenete d'occhio l'*hashtag* #Italiacastiza.

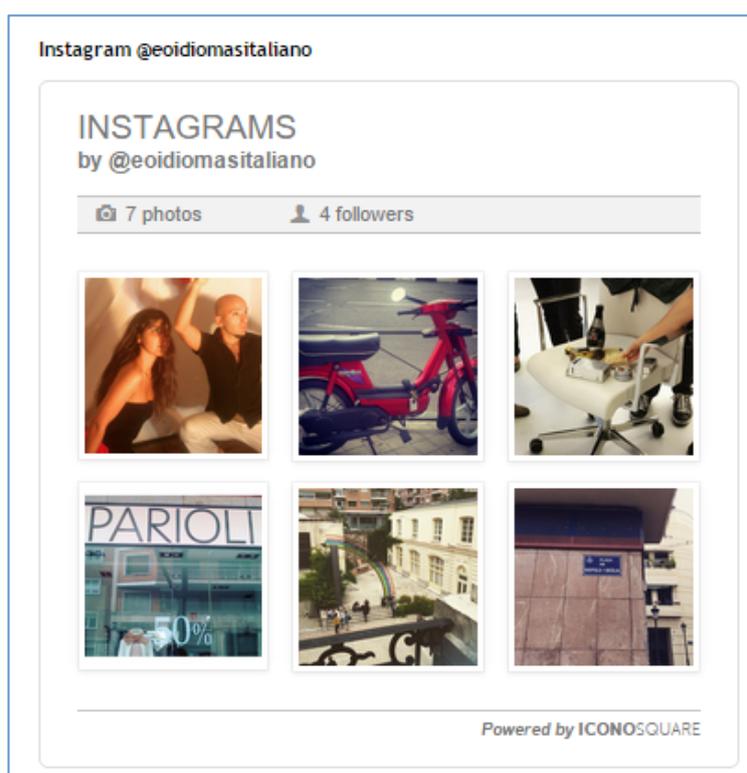


Foto n 5 Le prime foto del nuovo progetto di @eidiomasitaliano: #Italiacastiza
(<http://linguaviva-parola.blogspot.com.es/>)

¹⁵ <https://storify.com/piasci/concurso-instagram>

SITOGRAFIA

<<http://pensandoenele.blogspot.com.es/>>

Pagina *web* di Adelaida Martín

<<https://instagram.com/eoialcala/>>

Account *Instagram* della EOI di Alcalá

<<http://linguaviva-parola.blogspot.com.es/2015/03/italiacani.html>>

Blog dell'autrice con un post sul Concorso fotografico

<<http://www.bookingblog.com/instagram-per-hotel-8-regole-per-lanciare-un-concorso-esplosivo-come-quello-di-booking/>>

Le 8 regole per lanciare un concorso fotografico su *Instagram*: la didattica deve anche prendere spunto dalle operazioni di *marketing*.