



TO BE: IL FUTURO DIGITALE DELLA CULTURA. VISIONI, STRATEGIE E PAROLE CHIAVE PER IL WEB3

REALIZZATO DA

FONDAZIONE
KAINÒN

CON LA COLLABORAZIONE DI

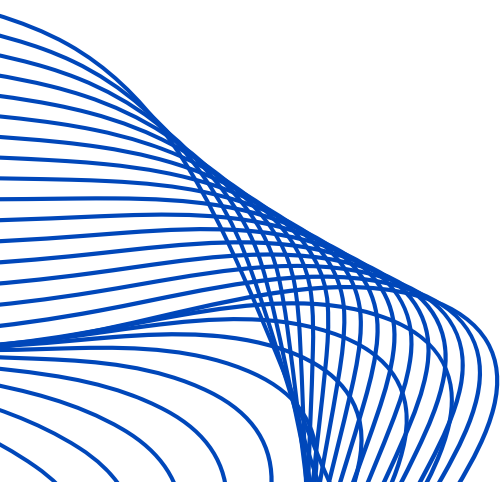

CIVITA
Associazione


pts
PROFIT TO SHARE

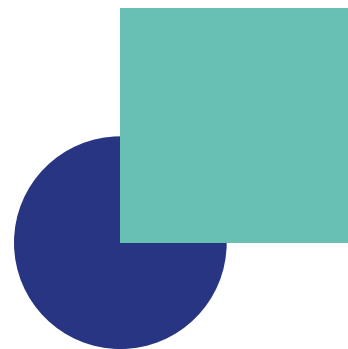


INDICE

To BE. Il futuro digitale della cultura. Visioni, strategie e parole chiave per il Web3	03
Introduzione	05
Chi è Claudio Calveri	11
I partner	12
Capitolo 1 Le nuove forme e funzioni della conoscenza nel Web3 - Algoritmi, Dati, Knowledge Hub e Serious Gaming	18
Capitolo 2 Immersione ed esperienza nel Web3 - VR, AR, gaming e Digital Trust	52
Capitolo 3 Interazioni digitali nel Web3 oltre l'engagement - Realtà Mista, habitat ibridi e dimensione phygital	83
Capitolo 4 Il valore della personalizzazione dell'esperienza nel Web3 - Blockchain, NFT e l'innovazione del valore	116
Capitolo 5 Come funzionano le comunità digitali nel Web3 - DAO (Decentralized Autonomous Organizations), Tokenizzazione e "crowd business"	146
Capitolo 6 Progettare esperienze culturali rispettose nel Web3 - Intelligenza Artificiale, etica digitale e digital responsibility	175



TO BE: IL FUTURO DIGITALE DELLA CULTURA. VISIONI, STRATEGIE E PAROLE CHIAVE PER IL WEB 3



Il ciclo di incontri **“To BE. Conversazioni sul futuro digitale della cultura”** rappresenta un progetto ideato e promosso da Fondazione Kainòn ETS, volto ad esplorare le future traiettorie della digital transformation nella cultura, con un’attenzione particolare allo sviluppo del Web3. Questa iniziativa ha previsto sei talk, ognuno focalizzato su un tema specifico, svoltisi dal 21 settembre 2023 all’8 febbraio 2024, curati da Claudio Calveri e realizzati in collaborazione con Associazione Civita e PTS SpA e con la partnership di ICOM Italia.

Ogni incontro ha offerto visioni e affondi su buone pratiche e progetti che hanno stimolato riflessioni su futuri possibili, coinvolgendo rappresentanti di istituzioni culturali nazionali e internazionali, figure del mondo dell’innovazione tra imprese, centri di ricerca, nonché studiosi e ricercatori sui temi della digital transformation e del Web 3. Il documento che segue è frutto delle riflessioni emerse e dei dialoghi avviati con il progetto e nasce con l’obiettivo di offrire una sintesi di visioni e possibili direzioni di sviluppo di strategie, strumenti per gli operatori culturali che vogliano comprendere e approfondire gli impatti futuri dell’evoluzione del Web 3 sui propri modelli culturali, educativi, relazionali, gestionali ed etici.

“To BE: il futuro digitale della cultura. Visioni, strategie e parole chiave per il Web 3” intende offrire una lettura interattiva dei contenuti sviluppata su due livelli:

- 1) all’interno dei testi è possibile ritrovare dei link a risorse online come ricerche, siti di interesse e altri approfondimenti utili;
- 2) ciascun capitolo riporta un link tramite il quale è possibile rivedere il video integrale dell’incontro relativo al tema trattato.

COME LEGGERE IL DOCUMENTO

Il documento è suddiviso in sei capitoli corrispondenti ai sei incontri del ciclo e riprendono le tematiche e le riflessioni emerse in ognuno dei talk. All'interno di ogni capitolo, ciascuna sezione è organizzata per facilitare la comprensione e l'approfondimento dei temi trattati.

Ciascun capitolo è strutturato nel modo che segue:

- 1. Titolo del capitolo**
- 2. Sfide da cogliere e criticità da comprendere:** la prima sezione, divisa in sottoparagrafi, introduce l'argomento del capitolo, evidenziando quali sono le principali trasformazioni e impatti che il Web3 e le tecnologie correlate al tema in oggetto avranno sul mondo della cultura. In questo spazio vengono messe in luce le sfide che le organizzazioni dovranno affrontare e gli elementi di complessità su cui dovranno riflettere.
- 3. Segnali del cambiamento:** è la sezione che riporta esempi concreti di evoluzioni e trasformazioni coerenti con il tema affrontato che afferiscono al mondo culturale, digitale e dell'educazione, offrendo spunti di riflessione e dati aggiornati.
- 4. Sintesi degli interventi:** la sezione riassume gli highlights degli incontri, fornendo una panoramica delle idee e delle esperienze condivise.
- 5. Link ai video degli incontri:** per ogni evento, è possibile rivedere l'intero incontro tramite link ai video caricati sul canale ufficiale della Fondazione Kainòn ETS su YouTube, offrendo un'ulteriore opportunità di approfondimento.
- 6. Parole chiave:** una lista di parole chiave offre una sintesi sui concetti principali trattati e facilita la ricerca e l'indicizzazione dei contenuti.
- 7. Prospettive:** alcuni capitoli presentano dei contributi aggiuntivi scritti direttamente dai relatori che hanno preso parte agli incontri, offerti come ulteriori approfondimenti di alcuni aspetti discussi durante gli eventi.

INTRODUZIONE

**TO BE: IL FUTURO
DIGITALE
DELLA CULTURA.
VISIONI, STRATEGIE E
PAROLE CHIAVE
PER IL WEB 3**





«[...] Vorrei descrivere la nostra società come la società delle mangrovie. [...] Le mangrovie crescono in un clima meraviglioso dove il fiume (di acqua dolce) incontra il mare (di acqua salata). Ora immaginate di essere in immersione e qualcuno vi chiede: “l’acqua è salata o dolce?”. La risposta è che: “Mio caro, non sai dove siamo. Questa è la Società delle Mangrovie. È sia dolce che salata. È acqua salmastra”. Quindi immagina che qualcuno ti chieda oggi: “Sei online o offline?”. La risposta è: “Mio caro, non hai idea di dove ti trovi. Siamo in entrambi”»

(Luciano Floridi – The Web Conference 2018, Lione, Francia)

Era il “lontano” 2018 l’anno in cui Luciano Floridi, filosofo e uno dei massimi esperti di Digital Ethics, introduceva la definizione di *Onlife*, per descrivere un mondo in cui non vi è più nessuna distinzione tra dimensione on e offline.

Sono passati solo sei anni e, complice anche il Covid, abbiamo assistito più velocemente forse di quanto avessimo ipotizzato, ad un definitivo consolidamento di quanto Floridi già aveva evidenziato.

Ha davvero ancora senso oggi parlare di trasformazione digitale?

La parola trasformazione richiama un processo dinamico verso qualcosa, il passaggio da un “prima” ad un “dopo”. Ma il digitale è ormai non più qualcosa verso il quale andare, ma è la venatura stessa del mondo in cui ogni giorno viviamo, parte integrante del nostro quotidiano a diversi livelli. È una questione in primis culturale, in quanto afferisce al modo stesso con cui costruiamo il nostro “stare” in questo tempo. Come entriamo in relazione con gli altri, come ci informiamo, come acquistiamo e consumiamo, come ci spostiamo, come ci curiamo, come ragioniamo. Come costruiamo sapere e conoscenza. L’avvento degli LLM (Large Language Model) e delle AI generative mette poi, forse per la prima volta, l’uomo di fronte a domande sull’essenza stessa della propria identità e “umanità”.

In questo processo rapidissimo e inarrestabile, all'interno di quella che non a torto è stata definita la quarta rivoluzione industriale (quinta secondo altri), che ruolo può giocare la cultura? Se quest'ultima è la lente attraverso la quale non solo guardiamo questo mondo ma lo comprendiamo, viviamo e interagiamo con esso, non può che avere un ruolo centrale.

Un concetto che è ovviamente meno semplice di quanto appare anche a causa del rapporto, quello tra settore culturale e nuove tecnologie, caratterizzato da forti slanci ma anche da altrettante resistenze dovute a fattori culturali, storici e strutturali: la mancanza di competenze digitali all'interno delle organizzazioni culturali non consente di coltivare vere e proprie strategie digitali di ampio respiro; una debolezza strutturale sui temi della progettazione e del management limitano la capacità di far emergere e valorizzare tutte le opportunità che il digitale può generare; la propensione a "curare" prevalentemente i pubblici attuali e non guardare a quelli potenziali o ai "non- pubblici"; le strutture organizzative inadeguate per accogliere approcci interdisciplinari e multigenerazionali.

La Fondazione Kainòn ETS crede che la relazione tra innovazione e settore culturale non solo sia importante, ma che debba essere al centro dello sviluppo sociale ed economico del Paese. Questa convinzione oggi è ancora più forte. Ciò sarà possibile però solo facilitando la comprensione reciproca tra i soggetti che abitano e alimentano entrambi i settori, abilitando una cultura digitale sempre più diffusa all'interno delle organizzazioni culturali e una sensibilità e conoscenza delle pratiche produttive e dei processi propri delle istituzioni culturali da parte delle imprese dell'innovazione, in modo da generare modelli efficaci, esperienze innovative e capacità nuove o rinnovate.

Per questo nel 2023, la Fondazione ha ideato il ciclo di incontri **"To BE. Conversazioni sul futuro digitale della cultura"**: per esplorare,



grazie al contributo fondamentale e attento di un esperto apprezzato quale Claudio Calveri, le traiettorie future della *digital transformation* della cultura, con un'attenzione particolare allo sviluppo del Web3.

Ma perché il **Web3**? Riesce a ricomprendere dinamiche diverse associate a differenti trasformazioni tecnologiche.

Il Web3 si basa sulla decentralizzazione e sull'uso della blockchain, promettendo di trasformare radicalmente i modelli di business culturali e il rapporto con il pubblico. Questi nuovi strumenti aprono la strada a forme di valorizzazione innovative, senza la necessità di intermediari, permettendo agli artisti e ai produttori di contenuti (anche culturali) di monetizzare direttamente il loro lavoro, portando con sé una nuova relazione di fiducia digitale. Grazie alla blockchain, i contenuti culturali possono essere tracciati e autenticati in modo trasparente, garantendo ai consumatori la sicurezza e l'affidabilità delle opere che acquistano o visualizzano. I sistemi di governance distribuita basati su contratti intelligenti permetteranno alle comunità di gestire direttamente le risorse e i progetti culturali, offrendo un nuovo modello di partecipazione democratica e decentralizzata.

Nei prossimi anni il Web3, assieme a intelligenza artificiale e tecnologie immersive, potrebbe avere un ruolo cruciale per lo sviluppo del settore culturale, offrendo nuove opportunità ma anche sfide significative, che siamo già vedendo emergere in altri ambiti.

Fondazione Kainòn ETS ha dunque, in accordo con gli altri Partner del progetto **"To BE"**, ritenuto un passaggio naturale quello di mettere a disposizione degli operatori culturali uno strumento di visione ma allo stesso tempo molto concreto come il paper **"To BE: il futuro digitale della cultura. Visioni, strategie e parole chiave per il Web3"**.



Questo non solo riassume le riflessioni emerse dal ciclo To BE, ma le elabora e le sviluppa in nozioni, trend e parole chiave che possono supportare i professionisti della cultura in una maggiore comprensione delle dinamiche che già regolano il presente, affinché siano più pronti a disegnare le traiettorie in cui la cultura sarà davvero il motore per persone più consapevoli in un mondo ibrido.

Buona lettura e buon uso.

Emanuela Totaro,
Segretario Generale Fondazione Kainòn ETS



LA FONDAZIONE KAINÒN ETS

La Fondazione Kainòn Ets è un ente privato nato per facilitare l'incontro tra innovazione digitale e settore culturale. Lo fa attraverso quattro linee di attività: *awareness* delle organizzazioni culturali sull'innovazione digitale; sostegno ai talenti e alla formazione di competenze; supporto alle sperimentazioni; povertà educativa e disagio sociale. Ha attivato diversi progetti tra cui: *"Verso un museo del futuro. Un laboratorio aperto di riflessione"* (2022/2023): percorso di empowerment e coprogettazione in partnership con ICOM Italia, con 50 player nazionali di settore coinvolti, nato per supportare la ridefinizione del ruolo dei musei nel prossimo decennio, con focus su immersività, spazi virtuali, metaverso. **"To BE. Conversazioni sul futuro digitale della cultura"** (2023/2024), in collaborazione con Associazione Civita e PTS, un ciclo di incontri per esplorare le traiettorie future della cultura sul Web3, che ha visto il coinvolgimento di rappresentanti di istituzioni culturali nazionali ed internazionali dell'innovazione.

CHI È CLAUDIO CALVERI?

Claudio Calveri è Sustainability Specialist e Responsabile Comunicazione Istituzionale di Banca Patrimoni Sella & C., esperto di strategie digitali, progettista culturale e mentor di aziende innovative. Autore di libri e saggi sul tema dell'innovazione culturale e della trasformazione digitale delle industrie culturali e creative, ha maturato esperienze a livello nazionale ed internazionale in progetti di sviluppo legati alla cultura, partecipando a diverse candidature di città all'ingresso in circuiti internazionali (Capitale Europea della Cultura, Città Creative Unesco, Capitale Italiana della Cultura), oltre ad essere co-autore del dossier vincente dell'Aquila Capitale Italiana della Cultura 2026.

Claudio Calveri è curatore dei contenuti del paper **“To BE: il futuro digitale della cultura. Visioni, strategie e parole chiave per il Web3”**.

Claudio Calveri



ASSOCIAZIONE CIVITA

Simonetta Giordani, Segretario Generale Associazione Civita

Per Associazione Civita la co-progettazione del ciclo di incontri To BE, assieme ai partner di Fondazione Kainòn e PTS, ha rappresentato un'importante occasione per contribuire concretamente ad animare un dibattito qualificato attorno ai temi della transizione digitale del settore culturale, che da sempre costituiscono un filone strategico della propria mission. Questa iniziativa, il cui valore aggiunto è stato garantito dall'elevato profilo di relatori appartenenti a mondi diversi - dalle Istituzioni culturali, alle imprese, sino alle Università - sapientemente coordinati da Claudio Calveri, ha offerto l'opportunità ad un pubblico ampio e variegato di fruire di sei incontri che hanno verticalmente affrontato specifiche sfaccettature e implicazioni prodotte dall'avvento del Web3 sul mondo della cultura e dell'arte. Le modalità con cui queste conversazioni sono state progettate e condotte, lasciando ampia libertà agli esperti nell'articolare i propri contributi ed evitando di sfociare in tecnicismi eccessivi, ha favorito anche fra i "non addetti ai lavori" la comprensione di argomenti e riflessioni tutt'altro che banali.

L'obiettivo della divulgazione su ampia scala, del resto, è particolarmente sentito in Associazione Civita, come testimoniato dal lavoro di ricerca e condivisione dei contenuti dei Rapporti Civita, che negli anni hanno affrontato da diverse prospettive le dinamiche evolutive della rivoluzione digitale in atto nelle organizzazioni culturali, focalizzando l'attenzione sia sul ruolo-chiave svolto dalle imprese tecnologiche per favorire pratiche di innovazione aperta nel quadro della collaborazione pubblico/privata, sia sulla necessità di investire in percorsi di formazione e alfabetizzazione digitale tanto per gli operatori culturali, quanto per i potenziali fruitori.



In effetti, nelle nostre ricerche e pubblicazioni abbiamo più volte indagato su come le organizzazioni culturali possano sfruttare le possibilità offerte dalla trasformazione digitale senza limitare o perdere l'essenza dell'esperienza fisica, ma anzi potenziandola e arricchendola, in particolare per stimolare l'interesse e l'attenzione dei pubblici più giovani. Dalle analisi condotte emerge come la questione dell'engagement e dell'accessibilità al mondo della cultura da parte dei ragazzi (da ultimo oggetto del XIV Rapporto Civita "Lungo le vie della conoscenza") sia indissolubilmente legata alle opportunità e alle sfide che emergono dall'integrazione di elementi fisici e digitali nei musei e nei luoghi culturali, con l'obiettivo di giungere ad una efficace sinergia tra le due dimensioni.

I casi e le esperienze emerse nel corso degli incontri di To BE e presentate in questa pubblicazione liberalmente fruibile dai lettori potranno senz'altro generare ulteriori stimoli e riflessioni su temi di fondamentale rilevanza per le politiche culturali contemporanee.



PROFILO ASSOCIAZIONE CIVITA

Associazione Civita riunisce aziende di diversi comparti e dimensioni ed enti di ricerca, con l'obiettivo di favorire la partnership pubblico-privata e creare connessioni strategiche fra mondo dell'impresa e organizzazioni culturali, impiegando il digitale come fattore abilitante. Nei suoi oltre 35 anni di attività, Civita ha realizzato centinaia di iniziative progettuali nei campi della valorizzazione integrata del patrimonio e del sostegno alla trasformazione digitale del settore culturale, attribuendo un ruolo attivo in chiave di co-progettazione e open innovation alle imprese ICT, a supporto delle istituzioni e degli operatori del settore. Annualmente l'Associazione pubblica un Rapporto Civita, dedicato all'approfondimento scientifico di tematiche strategiche per le politiche culturali italiane.

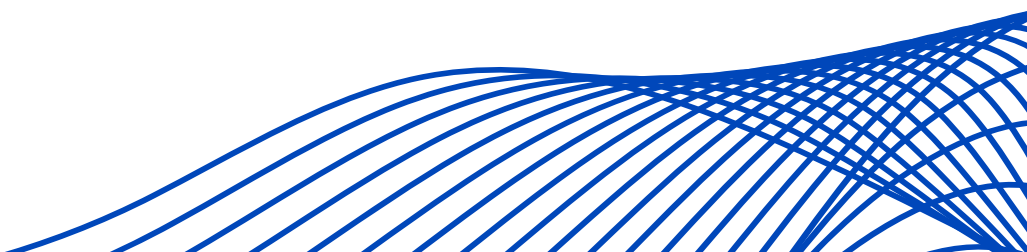


PTS

Angela Tibaldi, Associate Partner PTS

La partecipazione al ciclo di incontri di To BE e la relativa collaborazione con la Fondazione Kainòn ETS e l'Associazione Civita hanno rappresentato per PTS un'occasione preziosa di messa a sistema di esperienze, attraverso la facilitazione del dialogo tra operatori del settore culturale e innovatori digitali. Da un lato, mediante l'approfondimento di casi di studio virtuosi, l'iniziativa ha permesso di sostanziare le attività di studio e ricerca applicata che, in maniera crescente negli ultimi anni, si sono interfacciate con le potenzialità e gli elementi di attenzione propri dell'avvicinamento tra cultura e digitale. Dall'altro, PTS ha inteso portare al tavolo le istanze riscontrate durante la collaborazione con le realtà culturali, evidenziandone ritrosie, scetticismi, ma anche ostacoli effettivi legati, ad esempio, alle competenze e alle risorse economiche.

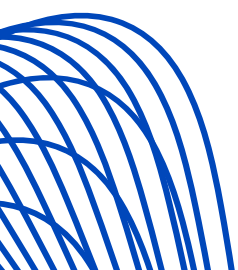
Nel lavoro quotidiano di affiancamento alle istituzioni e agli operatori della cultura, infatti, emerge con frequenza l'esigenza di far evolvere il dibattito sulla trasformazione digitale, sulle sue opportunità e sulle sue implicazioni. Un dibattito che si presenta sì alla portata di tutti, per favorire la maggiore diffusione possibile della consapevolezza, ma anche scevro di visioni semplicistiche che considerino il digitale quale panacea di tutti i mali del settore o, viceversa, che esprimano a priori resistenze verso strumenti di cui, spesso, non si conosce l'ampia gamma di applicazioni.





Si fa strada, così, come si è fatto strada negli incontri di To BE, il bisogno di un'evoluzione coerente, che proceda al passo con i fabbisogni di cambiamento delle istituzioni e degli operatori culturali, tenendo conto non solo delle prospettive di sviluppo offerte dall'avanzamento tecnologico, ma anche delle reali esigenze – manifeste e latenti – degli operatori del settore culturale.

A partire dalla discontinuità che ha rappresentato la pandemia da Covid-19, non solo le risorse del PNRR, ma anche le abitudini di consumo delle persone hanno riservato un'attenzione sempre maggiore al digitale, che in tale congiuntura aveva dispiegato il suo potenziale e, al tempo stesso, evidenziato come non tutti i soggetti fossero ugualmente pronti ad affrontare la sfida inedita. La possibilità di divulgare le pratiche di settore e di farlo sia con chi ne beneficia, sia con chi le implementa sul campo, sia con chi da anni ne studia le evoluzioni, ha permesso di ideare un percorso di confronto che si inserisse sul solco delle domande aperte da tale discontinuità, determinato a contribuire alla creazione dello scenario "to be" del management culturale in Italia.





PROFILO PTS

PTS, acronimo di profit to share, è una società di consulenza a capitale interamente italiano con una visione ambiziosa: generare un impatto positivo che si trasferisca ad ogni livello dell'organizzazione, creando un sistema nel quale dipendenti, collaboratori, clienti e tutti coloro che sono collegati alle attività dell'azienda possano beneficiare del valore prodotto. È il risultato di un percorso di acquisizioni strategiche, che negli anni hanno portato a unire esperienze e conoscenze di aziende di consulenza altamente specializzate: 200 professionisti su 5 sedi in Italia oggi operano come un'unica entità, coniugando consulenza direzionale e ricerca sperimentale, per soluzioni integrate in diverse industry. La business unit Cultura e Soft Economy mette a servizio di operatori pubblici e privati competenze fortemente settoriali e un'esperienza ultradecennale sui temi dell'economia della cultura, dello sviluppo locale a base culturale, del Terzo settore e del turismo.



LE NUOVE FORME E FUNZIONI DELLA CONOSCENZA NEL WEB3

*ALGORITMI, DATI, KNOWLEDGE HUB E
SERIOUS GAMING*





CAPITOLO 1

- **SFIDE DA COGLIERE E CRITICITÀ
DA COMPRENDERE | LO SCENARIO
DELL'EDUCAZIONE NELLA PROSPETTIVA
DEL WEB3**
- **I SEGNALI DEL CAMBIAMENTO**
- **ISPIRAZIONI E SPUNTI DAL PRIMO
INCONTRO**
- **LE PAROLE CHIAVE/1 – COLLABORAZIONE**
- **PRINCIPI CHIAVE/2 – MOTIVAZIONE**
- **PRINCIPI CHIAVE/3 – CONNESSIONE
EMOZIONALE**
- **LE PROSPETTIVE**



Le tecnologie digitali si sono evolute da progetti autonomi a reti di strumenti e programmi che collegano persone e cose in tutto il mondo e aiutano ad affrontare sfide personali e globali. L'innovazione digitale ha dimostrato di poter integrare, arricchire e trasformare l'istruzione e ha il potenziale per accelerare i progressi verso l'Obiettivo di sviluppo sostenibile 4 (SDG 4) per l'istruzione e trasformare le modalità di fornitura dell'accesso universale all'apprendimento. Può migliorare la qualità e la pertinenza dell'apprendimento, rafforzare l'inclusione e migliorare l'amministrazione e la governance dell'istruzione.

Unesco, Digital learning and transformation of education

SCOPRI DI PIÙ

CAPITOLO 1

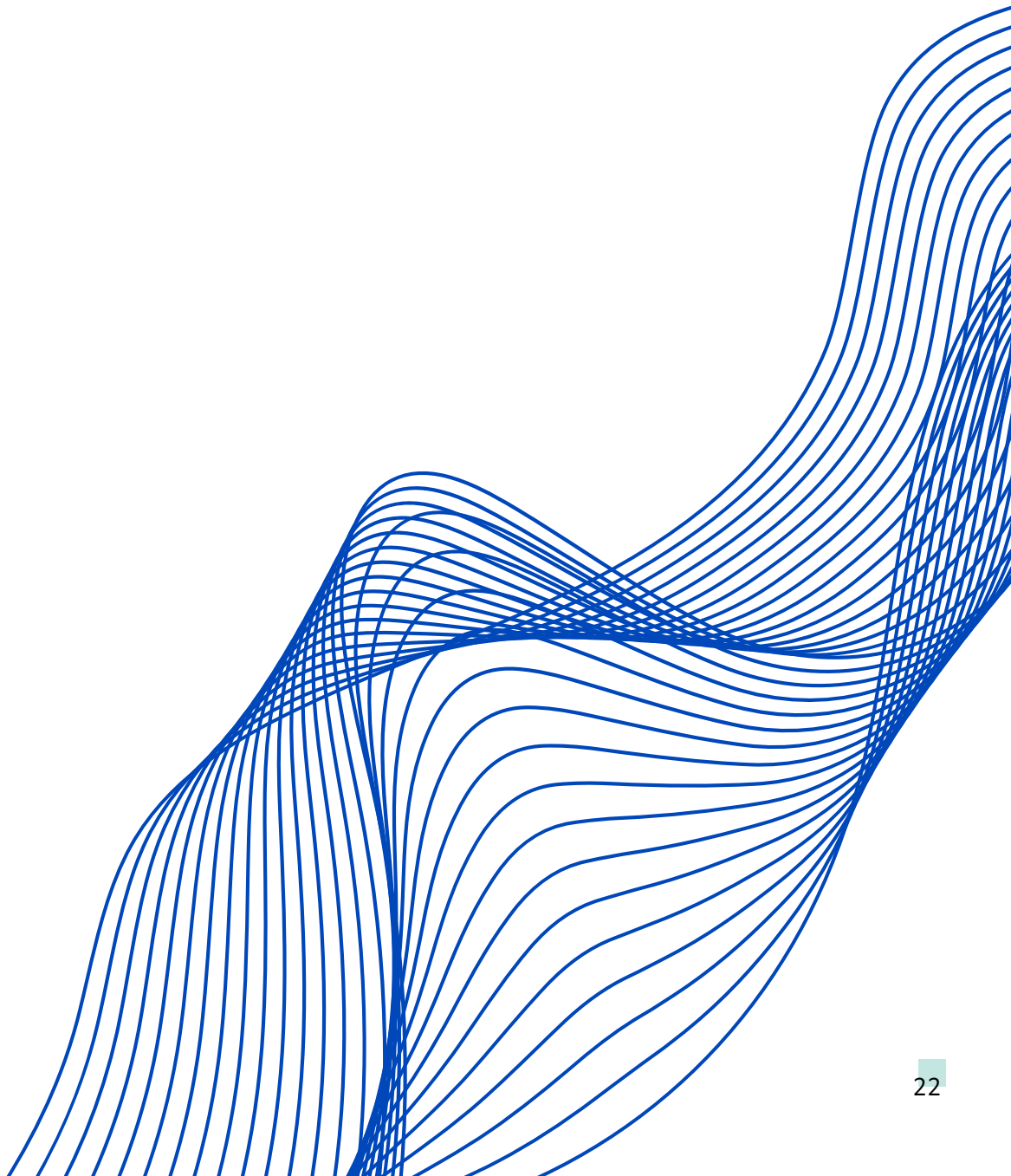
**SFIDE DA COGLIERE
E CRITICITÀ DA
COMPRENDERE.**

**LO SCENARIO
DELL'EDUCAZIONE
NELLA PROSPETTIVA
DEL WEB3**



LA DIMENSIONE DEL WEB3

Il Web3, noto anche come web decentralizzato o web semantico, si riferisce alla prossima generazione di Internet costruita sulla tecnologia blockchain e su protocolli decentralizzati. Mira a fornire un ambiente online più aperto, sicuro e incentrato sull'utente. Si prevede che l'impatto del Web3 sull'istruzione sarà significativo e rivoluzionario per i sistemi educativi tradizionali, portando alla trasformazione del modo in cui le persone imparano e acquisiscono conoscenza.



IL QUADRO DI RIFERIMENTO DELL'EDUCAZIONE 4.0

Università, scuola, musei, biblioteche e in generale tutte le organizzazioni culturali e i professionisti del settore sono chiamati a riflettere per poter rispondere in maniera efficace alle nuove istanze relative alle competenze necessarie al nuovo scenario globale. È forte l'eco mediatica delle considerazioni sull'impatto dell'automazione sui lavori culturali e creativi, che rischia di cancellare molte professionalità, ma altrettanto urgente è riuscire a ricalibrare l'evoluzione alla quale educazione e formazione stanno andando incontro per riuscire ad interpretarne il contesto.

Defining Education 4.0: A Taxonomy for the Future of Learning Report¹ è un documento costruito e proposto nel gennaio 2023 dal World Economic Forum per individuare i principi di costruzione e sviluppo di nuovi percorsi didattici ispirati ai criteri di una sempre più marcata digitalizzazione della società globale.

Education 4.0 è un termine utilizzato per descrivere l'impatto della quarta rivoluzione industriale sull'istruzione. È un concetto orientato al futuro che sottolinea la necessità che l'istruzione si adatti al panorama tecnologico in evoluzione. Il rapporto "Definizione dell'istruzione 4.0: una tassonomia per il futuro dell'apprendimento" fornisce un quadro completo per comprendere l'istruzione 4.0.

¹ Defining
Education 4.0: A
Taxonomy for the
Future of Learning

[VAI AL REPORT](#)



Secondo il rapporto, l'Education 4.0 è caratterizzata da sei caratteristiche chiave: personalizzazione, precisione, partecipazione, collaborazione, ludicizzazione e immersione.

- La **personalizzazione** si riferisce all'istruzione, per soddisfare le esigenze e le preferenze individuali.
- La **precisione** implica l'utilizzo dell'analisi dei dati e dell'intelligenza artificiale per fornire esperienze di apprendimento mirate.
- La **partecipazione** sottolinea l'importanza dell'impegno attivo dello studente nel processo di apprendimento.
- La **collaborazione** implica lavorare insieme ad altri per raggiungere obiettivi comuni.
- La **ludicizzazione** implica l'utilizzo di elementi ispirati alle dinamiche del gioco per migliorare le esperienze di apprendimento.
- L'**immersione** implica la creazione di ambienti immersivi che simulano esperienze del mondo reale.

Il rapporto identifica inoltre quattro domini chiave dell'Istruzione 4.0: contenuto, pedagogia, valutazione e credenziali.

- Il **contenuto** si riferisce alle conoscenze e alle abilità che gli studenti devono acquisire.
- La **pedagogia** si riferisce ai metodi e alle strategie utilizzate per fornire contenuti e facilitare l'apprendimento.
- La **valutazione** si riferisce ai metodi utilizzati per valutare i risultati di apprendimento degli studenti.
- Le **credenziali** si riferiscono ai modi in cui gli studenti vengono riconosciuti per i loro risultati.

LA MUTAZIONE DI FLUSSI ED INFRASTRUTTURE EDUCATIVE

L'autorevolezza delle fonti, la loro credibilità, l'affidabilità delle origini della conoscenza sono sempre stati un caposaldo del sistema educativo. Istituzioni accademico-scientifiche, musei, editori e in generale tutti gli operatori del settore culturale sono sempre stati valutati in base a parametri reputazionali e valoriali ben identificati ed identificabili, dando corpo ad una filiera di distribuzione dei prodotti e servizi educativi consolidata a strutturata. Una realtà messa progressivamente in discussione dal digitale, e oggi più che mai minata nelle sue fondamenta.

Il Web3, ancora più che in precedenza, offre la possibilità di creare **piattaforme di apprendimento decentralizzate**, che consentano flussi informativi ed educativi tra pari, in cui gli studenti possono imparare gli uni dagli altri scambiandosi informazioni e saperi, con gli insegnanti in funzione di facilitatori. Queste piattaforme sfruttano la tecnologia blockchain per creare reti peer-to-peer in cui gli studenti possono connettersi direttamente con educatori e creatori di contenuti.

Eliminando gli intermediari come istituti scolastici o fornitori di corsi online, le piattaforme di apprendimento decentralizzate consentono agli studenti di accedere a risorse educative di alta qualità a costi inferiori. Parlando anche dell'evoluzione del sistema delle possibili revenue e delle forme di finanziamento dei sistemi educativi, queste piattaforme incentivano inoltre educatori e creatori di contenuti attraverso la tokenizzazione, consentendo loro di monetizzare anche finanziariamente le proprie competenze direttamente dagli studenti senza fare affidamento sui tradizionali modelli di pubblicazione o insegnamento.



Naturalmente è anche **potenzialmente illimitata** l'opportunità di fornire agli studenti **l'accesso a risorse educative**, inclusi libri di testo, documenti di ricerca e video, che possono essere archiviati sulla rete condivisa. Il Web3 promuove anche il concetto di risorse educative aperte (OER). Le OER sono materiali didattici liberamente accessibili che possono essere utilizzati, modificati e condivisi da chiunque. Con tecnologie Web3 come blockchain e contratti intelligenti, le OER possono essere archiviate e distribuite in modo sicuro e decentralizzato. Ciò consente agli insegnanti di creare e condividere contenuti didattici senza restrizioni imposte dalle leggi sul copyright o dalle piattaforme proprietarie. Di conseguenza, gli studenti hanno accesso a una vasta gamma di materiali didattici aggiornati e diversificati, promuovendo una cultura di collaborazione e condivisione delle conoscenze.

I NUOVI SISTEMI DI CERTIFICAZIONE E VALIDAZIONE

Il sistema di riconoscimento e validazione delle credenziali educative e dei relativi risultati è sempre dipeso da un sistema di documentazione ufficiale ed istituzionale definito e scandito su parametri formali e consuetudinari, con un ruolo fondamentale fisiologicamente riconosciuto a scuole, università, musei, operatori istituzionali ed enti di certificazione. Anche questo principio è destinato ad essere messo sempre più in discussione dall'emersione di strumenti capaci di creare pratiche e sensibilità orientate in modo diverso.

Uno degli aspetti chiave del Web3 destinato ad avere un profondo impatto sull'istruzione è infatti il concetto di **identità decentralizzata**. Nelle intenzioni sulla base delle quali è concepito il nuovo sistema, gli individui hanno il controllo pressoché totale sulle proprie identità digitali, grazie alla possibilità di archiviazione dei dati ad esse relative su una blockchain, un sistema di registrazione e validazione non modificabile (almeno in linea teorica). Ciò significa che gli studenti possono avere una documentazione accessibile, "portabile" e verificabile dei propri **risultati e credenziali**, eliminando la necessità che istituzioni centralizzate convalidino le loro qualifiche. Una delle frontiere preconizzate come particolarmente interessanti in questo senso è che grazie all'identità decentralizzata gli studenti possono costruire un profilo di apprendimento permanente che metta in mostra le loro competenze e conoscenze acquisite da varie fonti, tra cui istituti educativi tradizionali, corsi online, workshop ed esperienze nel mondo reale.



Le istituzioni educative tradizionali spesso affrontano sfide nel verificare l'autenticità delle credenziali e dei certificati. Con il Web3, le credenziali possono essere archiviate su una blockchain, garantendone l'immutabilità e la natura a prova di manomissione. Ciò consente agli studenti di disporre di una registrazione verificabile dei loro risultati, che può essere facilmente condivisa con i datori di lavoro o altre istituzioni educative. I sistemi di credenziali decentralizzati consentono inoltre il riconoscimento di esperienze di apprendimento informale, cui si è fatto accennato anche in precedenza, come la partecipazione a comunità online o il completamento di corsi online aperti, offrendo agli studenti maggiori opportunità di collazionare e mettere in luce le proprie competenze e conoscenze.

Oltre a questi impatti, tecnologie Web3 come i contratti intelligenti possono consentire l'automazione dei processi amministrativi nell'istruzione. Ad esempio, i contratti intelligenti possono essere utilizzati per semplificare le procedure di iscrizione, gestire i registri degli studenti o facilitare i pagamenti peer-to-peer tra studenti ed educatori. Questa automazione riduce gli oneri amministrativi per gli istituti di istruzione e crea processi più efficienti e trasparenti.

Nel complesso e in sintesi, si prevede che l'impatto del Web3 sull'istruzione sarà trasformativo. Ha il potenziale per democratizzare l'accesso all'istruzione, conferire agli studenti un maggiore controllo sui loro percorsi di apprendimento, promuovere la collaborazione e la condivisione delle conoscenze e creare nuovi modelli economici per educatori e creatori di contenuti.

CAPITOLO 1

I SEGNALI DEL CAMBIAMENTO



Alcuni accadimenti indicativi di un cambiamento sostanziale dell'orientamento dei processi educativi:

- L'evoluzione delle fonti della conoscenza digitale (e non solo): **una ricerca¹** di cui viene data evidenza a settembre del 2022 spiega come i giovani usino Tiktok più di Google per informarsi.
- Il valore della presenza fisica: In Giappone si stabilisce che gli studenti possano essere **sostituiti da robot²** in aula per combattere la dispersione scolastica.
- Accessibilità e distribuzione: Istituzioni culturali prestigiose come MIT, Harvard e Smithsonian ampliano sempre più la loro offerta gratuita online di corsi e materiali.
- L'evoluzione dell'educazione in business: I colossi del settore tecnologico sono individuati come i **prossimi stakeholder di punta³** del settore educativo.

¹ Tik Tok is the New Search Engine

SCOPRI DI PIÙ

² Japanese educators want to allow students to use robot substitutes to attend school

SCOPRI DI PIÙ

³ Is education the next target for the tech giants?

SCOPRI DI PIÙ

CAPITOLO 1

ISPIRAZIONI E SPUNTI DAL PRIMO INCONTRO



LE SUGGERZIONI PRINCIPALI DEI RELATORI

A cosa serve un museo? Dalle parole di **Valentino Nizzo**, Direttore del **Museo Nazionale Etrusco di Villa Giulia**¹, si trae il senso di come un'organizzazione museale sia da considerare un luogo, ma ancora di più un soggetto (vivo e vivente) capace di interagire con le persone, attivamente. La missione di un'organizzazione del genere è sempre più focalizzata sul trovare spazi di connessione e dialogo, sul 'rendersi utile' in nuovi modi. E il digitale deve contribuire a questo percorso.

Adriana Versino, Presidente di **Fondazione Vodafone**, ha illustrato la sua esperienza in tema di educazione e Web3 insistendo su concetti fondamentali come la motivazione, il rispetto e l'attenzione verso l'interlocutore finale, che nel caso del progetto di cui ci ha parlato è in particolare la comunità dei NEET. Una realtà complessa cui avvicinarsi, ma la sua sensibilità e le sue indicazioni sono una bussola preziosa per orientarsi praticamente nella sfida educativa delle nuove generazioni (e anche di quelle meno giovani).

Educazione nel Web3 è essenzialmente prassi, secondo **Giorgio Scura**, Fondatore e direttore responsabile di **Decripto.org**. Nel dialogo con lui è emersa la ferma convinzione della necessità dell'abilitazione alle pratiche quotidiane, all'uso delle nuove tecnologie (e alla corretta informazione relative ad esse) per tutti. È dalla pratica che passa la possibilità di imparare, apprendere, evolvere, e - soprattutto - non lasciarsi sorprendere.

Prossimità, profondità emozionale, connessione personale e sociale innervano la missione dell'operato di **Emiliano Paoletti**, Direttore della **Fondazione Polo del '900**, che ha fotografato su questa falsariga il senso e la funzione dell'esperienza delle organizzazioni culturali nell'educazione al tempo del Web3.

1 Il titolo fa riferimento al periodo relativo alla sua partecipazione al Talk "To BE. Conversazioni sul futuro digitale della cultura"

Guarda il video con tutti gli interventi

GUARDA ORA

CAPITOLO 1

LE PAROLE CHIAVE/1

COLLABORAZIONE



APPRENDIMENTO COLLABORATIVO E INTERAZIONE SOCIALE

Se la matrice del Web3 è eminentemente basata sull'elemento della condivisione, dell'interazione e della dimensione partecipativa, una delle chiavi per interpretare il contesto nel modo giusto è adottare un approccio collaborativo nelle attività educative.

L'apprendimento collaborativo è un approccio educativo che coinvolge gruppi di studenti che lavorano insieme per risolvere un problema, completare un'attività o creare un output. Si basa sull'idea che l'apprendimento è intrinsecamente un processo sociale e che, interagendo con gli altri, gli individui possono raggiungere livelli di sviluppo cognitivo più elevati rispetto a quelli che otterrebbero individualmente. La teoria alla base dell'apprendimento collaborativo si ispira a varie teorie educative, psicologiche e socioculturali, incluso il costruttivismo, che suggerisce che gli studenti costruiscono conoscenza attraverso esperienze e interazioni.

L'IMPATTO DELL'EDUCAZIONE COLLABORATIVA

L'interazione sociale nell'istruzione è essenziale poiché **aiuta gli studenti**¹ ad apprendere, conservare e applicare le conoscenze e contribuisce anche al loro benessere fisico e mentale. Nelle situazioni di apprendimento collaborativo in cui avviene l'interazione sociale, gli studenti sono in grado di vivere un'**esperienza educativa di maggiore intensità quali-quantitativa**² grazie alle intuizioni dai pari e ricevendo feedback immediato. La ricerca ha dimostrato che l'apprendimento collaborativo **migliora le capacità di interazione sociale degli studenti e il clima sociale e il rendimento scolastico**³ in generale.

¹ Social Interaction
in Schools: How It
Works

SCOPRI DI PIÙ

² Social emotional
interaction in
collaborative
learning: Why it
matters and how
can we measure it?

SCOPRI DI PIÙ

³ Collaborative
Learning: A Key to
Enhance Students'
Social Interaction
Skills

SCOPRI DI PIÙ



VANTAGGI DELL'APPRENDIMENTO COLLABORATIVO

Uno dei principali vantaggi dell'apprendimento collaborativo è che consente lo scambio di prospettive diverse. Quando gli studenti si riuniscono, portano nel gruppo di lavoro background, competenze e idee diverse. Questa diversità può portare a soluzioni più creative e complete ai problemi.

Inoltre, l'apprendimento collaborativo incoraggia lo sviluppo di capacità di pensiero critico poiché gli studenti devono valutare e integrare più punti di vista.

Un altro vantaggio è il miglioramento delle capacità comunicative. Agli studenti è richiesto di articolare chiaramente i propri pensieri e di ascoltare attivamente i propri coetanei. La forma dialogica e la sua dinamica contribuiscono ad affinare la comprensione reciproca e ad esprimersi in modo efficace.

Inoltre, l'apprendimento collaborativo favorisce l'interazione sociale che può portare ad una maggiore motivazione e coinvolgimento. Gli studenti spesso si sentono più legati al percorso di istruzione quando sono parte di una comunità di pari che lavorano verso obiettivi comuni. Tendono anche ad assumersi una maggiore responsabilità quando sono responsabili nei confronti dei membri del gruppo.

STRATEGIE (ANCHE) DIGITALI PER L'APPRENDIMENTO COLLETTIVO

In uno scenario digitale, l'implementazione dell'apprendimento collaborativo può essere facilitata da diverse strategie.

Alcuni suggerimenti e strategie per facilitare l'apprendimento collaborativo in un ambiente digitale includono:

- Stabilire obiettivi chiari e responsabilità: un apprendimento collaborativo efficace implica la definizione di obiettivi di gruppo e responsabilità individuali per mantenere il gruppo coeso e definire un piano condiviso di lavoro. Il ricorso a piattaforme virtuali di organizzazione dei flussi regala a tutti i partecipanti un quadro di riferimento chiaro e trasparente.
- Ruoli e compiti: usare le infrastrutture digitali (anche semplici gruppi di messaggistica o sulle piattaforme social media, magari in modalità privata) per assegnare ruoli ed attività, distribuendo queste ultime in maniera modulare.
- Formazione ponderata dei gruppi: accertarsi di formare gruppi di studenti nei quali sia bilanciata la presenza di individui con diversi livelli di competenza digitale per evitare il fenomeno del 'freeloading', ovvero l'esclusione di alcuni soggetti dal flusso di lavoro, e favorire momenti di formazione interna ad opera degli stessi membri.
- Analisi e condivisione delle opinioni: la raccolta organizzata di materiali utili al progetto in ambiente digitale può favorire la reperibilità delle informazioni oltre alla consapevolezza dell'organicità della materia che si sta trattando. La documentazione pubblica – a seconda del livello di privacy che si vuole impostare – aumenta il coinvolgimento.



- Sfruttare le simulazioni per l'apprendimento collaborativo: dove possibile, utilizzare le simulazioni di situazioni relative al tema del progetto educativo, e in questo senso certamente gli strumenti digitali legati alla realtà aumentata, immersiva e mista possono aiutare in maniera importante.

CAPITOLO 1

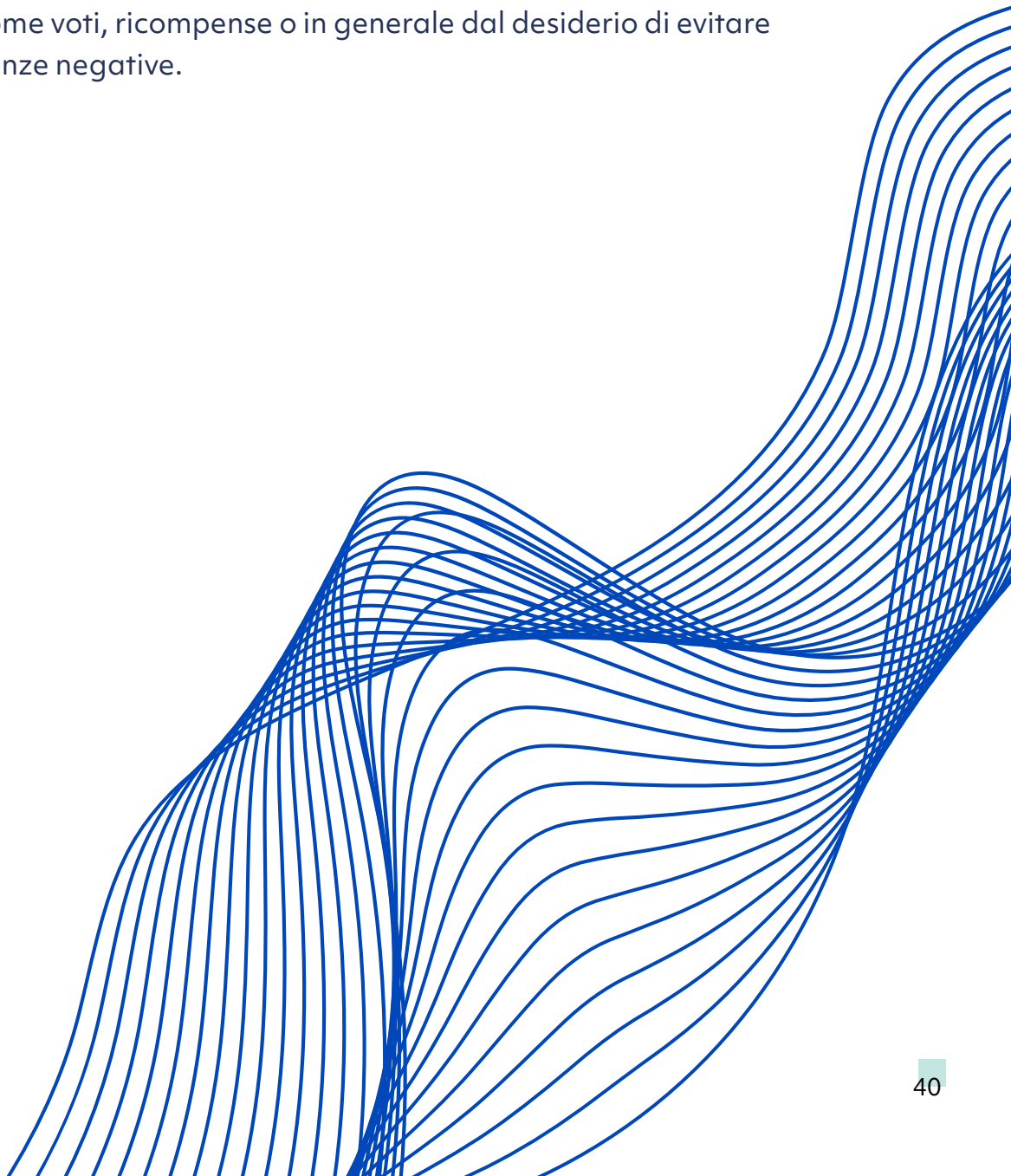
LE PAROLE CHIAVE/2

MOTIVAZIONE



IL PROFILO DELLA MOTIVAZIONE NEGLI AMBIENTI DI APPRENDIMENTO DIGITALE

Per comprendere appieno il profilo della motivazione nell'educazione digitale, è importante esaminarne i diversi tipi, in particolare la motivazione intrinseca ed estrinseca. La motivazione intrinseca nasce da stimoli interni, ed è guidata dall'interesse, dal divertimento o da un senso di soddisfazione personale. La motivazione estrinseca è influenzata da fattori esterni come voti, ricompense o in generale dal desiderio di evitare conseguenze negative.



STRATEGIE PER AUMENTARE LA MOTIVAZIONE NELL'EDUCAZIONE DIGITALE

È possibile utilizzare diverse strategie per aumentare la motivazione negli ambienti di apprendimento digitale:

- Personalizzazione e scelta: consentire agli studenti di scegliere gli argomenti di interesse o il ritmo con cui progrediscono può aumentare il coinvolgimento e la motivazione intrinseca.
- Contenuto interattivo: elementi interattivi come presentazioni multimediali, simulazioni o giochi possono rendere l'apprendimento più piacevole e quindi più intrinsecamente motivante.
- Obiettivi e feedback chiari: stabilire obiettivi di apprendimento chiari e fornire feedback regolari può aiutare gli studenti a comprendere i propri progressi e a rimanere motivati.
- Apprendimento collaborativo: anche in un contesto digitale, le opportunità di lavoro di gruppo e di interazione tra pari possono soddisfare i bisogni sociali degli studenti e migliorare la motivazione estrinseca.
- Gamification: incorporare elementi di game design come punti, badge o classifiche può creare incentivi estrinseci affinché gli studenti interagiscano con il materiale.
- Ambiente di apprendimento di supporto: una comunità virtuale di supporto o la presenza regolare di istruttori possono aiutare gli studenti a sentirsi connessi e apprezzati, aumentando la motivazione sia intrinseca che estrinseca.



STRUMENTI DI MOTIVAZIONE DIGITALE PER L'EDUCAZIONE

Le strategie di cui sopra possono essere calate in prassi grazie a diversi strumenti applicativi ben definiti:

- **Percorsi didattici personalizzati:** consentendo agli studenti di esplorare argomenti che risuonano con le loro aspirazioni ed i loro interessi, gli educatori possono creare un senso di autonomia e di apprendimento autodiretto che può aumentare la motivazione. Ad esempio, i sistemi di apprendimento adattivo basati sull'intelligenza artificiale possono analizzare i punti di forza, i punti deboli e le preferenze di ogni studente per consigliare materiali didattici, attività e valutazioni personalizzati.
- **Gamification ed esperienze immersive:** sfruttando elementi di game design e tecnologie interattive, gli educatori possono creare ambienti di apprendimento coinvolgenti e stimolanti che simulano situazioni del mondo reale e promuovono la partecipazione attiva. Ad esempio, la realtà virtuale (VR) e la realtà aumentata (AR) possono essere utilizzate per simulare gite didattiche, immersione in eventi storici o esperimenti scientifici, rendendo l'apprendimento più emozionante e memorabile.
- **Interazione sociale e collaborazione:** come già detto, anche l'interazione sociale e la collaborazione sono fattori critici nel motivare, e infatti fornendo opportunità agli studenti di entrare in contatto con colleghi e mentori provenienti da contesti diversi, gli educatori possono favorire un senso di comunità e di appartenenza che può migliorare la motivazione e il coinvolgimento. Ad esempio, forum di discussione online, aule virtuali e progetti collaborativi possono facilitare la comunicazione e il lavoro di squadra, promuovendo una cultura di condivisione e cooperazione.

- Incentivi e premialità: Offrendo premi e riconoscimenti per risultati e traguardi raggiunti, gli educatori possono motivare gli studenti a puntare all'eccellenza e a persistere nei loro sforzi di apprendimento. Alcuni potenziali incentivi in un contesto digitale includono i badge digitali e le micro-credenziali, elementi simbolici in grado di rendere esplicito e percepibile il raggiungimento di risultati e lo sviluppo di competenze. Questi "token" digitali possono essere guadagnati completando attività, progetti o valutazioni specifici e possono essere visualizzati su un sito Web personale o su una piattaforma di social media, mostrando i risultati dello studente anche a potenziali datori di lavoro o istituti di istruzione superiore.

CAPITOLO 1

LE PAROLE CHIAVE/3

CONNESSIONE EMOZIONALE



IL VALORE DELLA CONNESSIONE NELL'EDUCAZIONE

L'integrazione della connessione sociale ed emotiva è un tema di crescente importanza nel campo dell'istruzione, sempre più orientato a pratiche digitali. Man mano che le esperienze immersive diventano una parte sempre più strutturale del mondo online, è necessario garantire la creazione di spazi sociali ed emotivi per favorire la resilienza e il benessere. Ciò è particolarmente importante per l'istruzione, poiché **gli studenti hanno bisogno di connessioni sociali e sicurezza emotiva¹** per apprendere in modo efficace e poter maturare il proprio bagaglio cognitivo serenamente.

La nuova dimensione virtuale immersiva ha il potenziale per coltivare una **comunità di studenti più empatica e inclusiva²**, con individui che si sentono più connessi emotivamente al contenuto col quale si relazionano. Inoltre il nuovo habitat digitale può facilitare la formazione di comunità virtuali, transcendendo i confini geografici e creando un panorama educativo più connesso a livello globale, rafforzando così il senso di appartenenza e connessione tra gli studenti.

¹ Cultivating social emotional learning in the metaverse

SCOPRI DI PIÙ

² VR learners more empathetic and inclusive, study finds

SCOPRI DI PIÙ

L'IMPATTO DEL SEL (SOCIAL AND EMOTIONAL LEARNING)

L'apprendimento sociale ed emotivo (SEL) nel campo dell'istruzione offre un'ampia gamma di vantaggi, supportati da ricerche approfondite. Alcuni dei principali vantaggi includono:

- Miglioramento dei risultati accademici: è **stato dimostrato**¹ che il SEL migliora il rendimento accademico, con gli studenti che partecipano ai programmi di questo tipo che ottengono punteggi più alti nei test, una migliore frequenza e un maggiore coinvolgimento nell'apprendimento.
- Abilità sociali ed emotive migliorate: la connessione sociale ed emotiva aiuta a sviluppare **abilità relazionali ed emozionali**² essenziali come l'autoconsapevolezza, l'autoregolamentazione, l'empatia e la costruzione di relazioni, che sono cruciali per il loro benessere generale e il successo negli studi come nella vita personale.
- Atmosfera sociale serena: l'approccio contribuisce allo **sviluppo di comportamenti positivi**³, come la gentilezza, la condivisione e l'empatia, promuovendo al tempo stesso un senso di sicurezza, sostegno e inclusività nelle scuole. Inoltre, il SEL è stato collegato alla riduzione del bullismo e dell'aggressività.
- Maggiore benessere degli studenti: gli studenti che partecipano ai programmi SEL riportano **livelli più bassi di ansia, stress**⁴, depressione e pensieri suicidi, e dimostrano anche abilità, atteggiamenti e comportamenti sociali ed emotivi più equilibrati, con effetti positivi in termini di senso di connessione e migliori relazioni con colleghi e insegnanti.



- Preparazione futura: il metodo fondato sulla SEL fornisce agli studenti competenze essenziali **per la loro preparazione futura⁵**, generando impatti virtuosi su ambiti come la risoluzione dei problemi, il lavoro di squadra e la capacità di comprendere gli altri, competenze che producono risultati positivi ben al di là del mero contesto accademico.

¹ Why Social and Emotional Learning Is Essential for Students

SCOPRI DI PIÙ

² What is Social Emotional Learning (SEL): Why It Matters

SCOPRI DI PIÙ

³⁻⁵ What Does the Research Say?

SCOPRI DI PIÙ

⁴ Research Finds Social and Emotional Learning Produces Significant Benefits for Students

SCOPRI DI PIÙ

STRATEGIE PER FAVORIRE LA CONNESSIONE NELL'EDUCAZIONE

Alcune strategie per implementare l'apprendimento socio-emotivo (SEL) in un ambiente digitale includono:

- Insegnare e far maturare abilità di comunicazione online efficaci: incoraggiare gli studenti a utilizzare emoticon o emoji per trasmettere emozioni e a prestare attenzione al proprio tono e al proprio linguaggio nelle interazioni online.
- Fare uso di elementi interattivi: incorporare elementi interattivi come video, giochi e simulazioni per coinvolgere gli studenti e aiutarli a sviluppare abilità sociali ed emotive come **già ampiamente sperimentato**¹.
- Utilizzare piattaforme e app SEL: sono **disponibili varie piattaforme e app**² che offrono indicazioni e risorse strutturate per supportare SEL in un ambiente digitale, come Everyday Speech e Microsoft Reflect.
- Allinearsi ai framework SEL: garantire che le strategie e le attività siano allineate ai **paradigmi della SEL**³, come il quadro CASEL, che include competenze chiave come autoconsapevolezza, autogestione, capacità relazionali e di prendere decisioni responsabili.
- Incorporare lezioni di cittadinanza digitale: aiutare gli studenti a riflettere sull'uso dei social media, sul loro impatto sulla loro salute emotiva e su come influenza le loro relazioni sociali attraverso lezioni di **cittadinanza digitale**⁴.



¹ 10 Best Practices
for Effective
Online Course
Development

SCOPRI DI PIÙ

² 9 Good Social
Emotional Learning
(SEL) Apps to
Transform Student
Well-Being

SCOPRI DI PIÙ

³ Teachers'
Essential Guide
to Social and
Emotional Learning
in Digital Life

SCOPRI DI PIÙ

⁴ Building Social-
Emotional Skills
With Technology:
How to Use SEL to
Cultivate Digital
Wellness

SCOPRI DI PIÙ

CAPITOLO 1

LE PROSPETTIVE

*Contributo di Emiliano Paoletti,
Direttore della Fondazione Polo del '900*



Premessa importante, il Web ha cambiato radicalmente la relazione tra l'istituzione culturale e il suo pubblico. Soprattutto con il Web 2.0, i primi blog, poi i social etc. il tradizionale ruolo di intermediazione tra produttori di cultura e comunità di riferimento che le nostre istituzioni culturali hanno avuto nel corso ormai di secoli è entrato in crisi.

L'autorevolezza dell'istituzione, la responsabilità della scelta, la sua credibilità non era messa in dubbio. Il pubblico formava e orientava i propri interessi e gusti a partire da quello che le istituzioni culturali proponevano: stagioni, collane, rassegne, festival, mostre etc.

La critica aveva un ruolo e una posizione in questo definito e prestabilito. Ma nel momento in cui tutti abbiamo avuto la possibilità di esprimere la nostra opinione, il nostro pensiero e raggiungere direttamente le persone, il pubblico, questo sistema è stato di fatto disarticolato.

Del resto alle origini del Web c'è l'idea di uno spazio libero, aperto, orizzontale che renda la ricerca e la conoscenza patrimonio comune, pratica partecipativa.

Sappiamo per come le cose sono andate che le dinamiche capitalistiche, il potenziale di sfruttamento commerciale della rete e dei suoi applicativi ne hanno in gran parte cambiato lo spirito e soprattutto le condizioni del suo utilizzo.

In tal senso, i sistemi di potere economici e politici anche con il Web 2.0 sono riusciti a condizionare e orientare scelte, interessi, opinioni.

Il Web 3 nasce di nuovo come una risposta diversa e inedita a queste dinamiche, un tentativo di sfuggirvi e di creare un sistema non centralizzato e quindi meno condizionato da chi crea accesso nei punti fondamentali della rete.

Al di là dei tantissimi applicativi e delle opportunità, alcune delle quali in quanto istituzioni siamo già pronti a cogliere, mi pare interessante per quella funzione pubblica e civile che la cultura ha, per quella sua dimensione dialettica, politica che si contribuisca al dibattito su temi complessi come questi. Che si dia spazio ad altre voci, che si aiutino le persone a fare scelte quanto più consapevoli o almeno informate. In questo un centro culturale e il suo patrimonio sono un luogo di formazione continua, educazione e supporto.

IMMERSIONE ED ESPERIENZA NEL WEB3

VR, AR, GAMING E DIGITAL TRUST

02



CAPITOLO 2

- **SFIDE DA COGLIERE E CRITICITÀ DA
COMPRENDERE | L'IMPATTO DI WEB3 E
METAVERSO SULL'INTRATTENIMENTO
CULTURALE**
- **I SEGNALI DEL CAMBIAMENTO**
- **ISPIRAZIONI E SPUNTI DAL SECONDO
INCONTRO**
- **LE PAROLE CHIAVE/1 – ASCOLTO**
- **LE PAROLE CHIAVE/2 – TRASPARENZA**
- **LE PAROLE CHIAVE/3 – ISPIRAZIONE**



Il coinvolgimento digitale etico, se progettato correttamente, può creare una strategia di partecipazione pubblica più inclusiva, collaborativa e sostenibile. Ma sta diventando sempre più difficile definire che cosa sia esattamente l'engagement digitale etico e, di conseguenza, cosa comporti il processo di pianificazione. Gran parte di ciò deriva dall'uso onnipresente dell'equità, e di altri termini connessi, nello spazio del governo locale.

ICMA, The Four Pillars of Ethical Digital Enga

SCOPRI DI PIÙ

CAPITOLO 2

**SFIDE DA COGLIERE E
CRITICITÀ DA
COMPRENDERE.**

**L'IMPATTO DI WEB3
E METAVERSO
SULL'INTRATTENIMENTO
CULTURALE**



LE IMPLICAZIONI GENERALI

La tecnologia del Web3 sta rivoluzionando il modo in cui interagiamo gli uni con gli altri e con il mondo che ci circonda. Ha il potenziale per determinare un cambio di paradigma nella partecipazione culturale colmando il divario tra creatori, consumatori e distributori di cultura. Nell'attuale modello del Web2, nonostante un'apertura significativa del sistema, le possibilità e le modalità di partecipazione e fruizione culturale dipendono ancora in gran parte da intermediari come etichette discografiche, editori, studi cinematografici e grandi player digitali come Google, Apple, Amazon, Netflix, Facebook e simili.

Un numero relativamente piccolo di operatori controlla di fatto ritmi, flussi e meccanismi della distribuzione culturale e creativa, con logiche guidate – anche fisiologicamente – dal profitto, anche se troppo spesso in una chiave troppo sbilanciata verso il 'consumo' culturale piuttosto che nell'ottica della fruizione partecipata.

In questo senso la tecnologia Web3 permette ai creatori di interagire direttamente con il proprio pubblico, aggirando gli intermediari e creando un panorama culturale più inclusivo e diversificato. Ciò si ottiene attraverso piattaforme decentralizzate che consentono ai creatori di monetizzare il proprio lavoro e interagire con il proprio pubblico in modo più significativo.

I PROFILI CONCRETI DI IMPATTO

L'avvento delle tecnologie del Web3 e del Metaverso è dunque pronto a rivoluzionare il modo in cui sperimentiamo e interagiamo con l'intrattenimento culturale e le istituzioni come i musei. Queste tecnologie hanno il potenziale per trasformare il settore culturale in diversi modi, offrendo nuove opportunità di coinvolgimento, collaborazione e accesso ai contenuti culturali.

Alcuni profili di impatto:

- **Esperienze immersive:** le nuove tecnologie offrono la possibilità di creare esperienze immersive e interattive in grado di trasportare gli utenti in nuovi mondi e ambienti. Ciò potrebbe rivoluzionare il modo in cui viviamo eventi e mostre culturali, rendendoli più coinvolgenti e memorabili. Un aspetto chiave di questo quadro di intrattenimento è l'integrazione delle tecnologie di realtà virtuale (VR) e realtà aumentata (AR). La realtà virtuale offre agli utenti un ambiente digitale completamente coinvolgente, mentre l'AR sovrappone elementi virtuali al mondo reale. Incorporando VR e AR nelle attività culturali, i partecipanti possono esplorare musei virtuali, gallerie d'arte, siti storici o persino assistere a spettacoli dal vivo comodamente da casa propria.
- **Accessibilità:** le innovazioni relative a Web3 e Metaverso hanno il potenziale per aumentare l'accesso ai contenuti e alle istituzioni culturali, in particolare per coloro che potrebbero incontrare barriere all'accesso fisico. Mostre ed eventi virtuali possono essere resi disponibili online, consentendo a persone provenienti da tutto il mondo di partecipare e interagire con i contenuti culturali con modalità (percepita come) analoghe, se non addirittura più intense, a quelle dal vivo. Un'opportunità che diventa ancora più allettante qualora se ne pensi l'effetto per le persone con disabilità.



- **Collaborazione e partecipazione:** le nuove soluzioni disponibili consentono nuove forme di collaborazione e partecipazione alle attività culturali. Ad esempio, le piattaforme basate su blockchain potrebbero facilitare la creazione di reti decentralizzate e trasparenti affinché artisti, curatori e altri stakeholder culturali possano collaborare e condividere risorse, o anche l'organizzazione di mostre, eventi e qualsiasi tipo di attività, dando vita a comunità più orizzontali di soggetti interessati, con il consolidamento di nuove categorie – finora inimmaginate – di stakeholder.
- **Nuovi modelli di business:** le opportunità operative offerte dall'evoluzione dello scenario tecnologico portano anche a sviluppare nuovi modelli di business per le istituzioni culturali e le industrie creative. Sfruttando la natura decentralizzata, la trasparenza e l'immutabilità della blockchain, le attività culturali possono essere migliorate attraverso la funzionalità dell'attribuzione della proprietà digitale, la verifica della provenienza e transazioni sicure. Ad esempio, gli artisti possono tokenizzare le loro creazioni utilizzando token non fungibili (NFT), e consentendo quindi a chiunque di collezionare e/o di acquistare e possedere opere d'arte o musicali digitali uniche. Un modo per connettere all'intrattenimento culturale nuove fonti di entrate per artisti e istituzioni culturali, anche attraverso le formule rivisitate di abbonamento e modelli *pay-per-view* per i contenuti culturali.

I “NUOVI” PROBLEMI DEL SISTEMA: LA “FIDUCIA DIGITALE”

Progettare l'intrattenimento culturale nella prospettiva del Web3 e del Metaverso comporta diverse sfide in tema di fiducia digitale. Queste sfide sono legate principalmente alla natura decentralizzata e immersiva di queste tecnologie, che può creare nuove vulnerabilità e rischi per gli utenti.

Per affrontare queste sfide, i progettisti e gli sviluppatori di intrattenimento culturale devono dare priorità al rispetto ed alla coerenza con i principi della fiducia e alla sicurezza digitale. Ciò può comportare l'implementazione di solidi sistemi di verifica dell'identità, l'utilizzo di soluzioni di archiviazione dei dati sicure e decentralizzate e lo sviluppo di nuovi metodi per far rispettare i diritti di proprietà intellettuale. Inoltre, sono necessarie più attività di ricerca e sviluppo nel campo dell'interoperabilità e degli standard, per garantire che le tecnologie del Web3 e del Metaverso possano integrarsi perfettamente tra loro e con le piattaforme di intrattenimento esistenti.



FIDUCIA DIGITALE NELL'INTRATTENIMENTO CULTURALE: DEFINIZIONE E PRINCIPI

Col termine “fiducia digitale” ci si riferisce al grado di fiducia e affidamento che gli individui concedono alle piattaforme, ai servizi e ai contenuti digitali. Nel contesto dell'intrattenimento culturale, la fiducia digitale è particolarmente importante poiché influisce direttamente sulla volontà del consumatore di interagire e consumare contenuti digitali.

Una buona definizione di fiducia digitale nell'intrattenimento culturale dovrebbe comprendere i seguenti aspetti chiave:

- **Sicurezza:** la capacità delle piattaforme e dei servizi digitali di proteggere i dati dei consumatori e impedire l'accesso non autorizzato ai contenuti. Ciò include misure come crittografia, processi di accesso e pagamento sicuri e solide misure di sicurezza informatica.
- **Autenticità:** la garanzia che il contenuto digitale consumato sia autentico e non sia stato manomesso o alterato in alcun modo. Ciò include l'uso di firme digitali, filigrana digitale e altre forme di verifica e validazione dei contenuti.
- **Affidabilità:** coerenza e affidabilità delle piattaforme e dei servizi digitali, compresa la loro capacità di funzionare come previsto e fornire accesso ininterrotto ai contenuti.
- **Privacy:** rispetto e tutela della privacy dei consumatori, compresa la raccolta, l'archiviazione e l'utilizzo dei dati personali.
- **Trasparenza:** l'apertura e l'onestà delle piattaforme e dei servizi digitali nei loro rapporti con i consumatori, compresi termini di servizio chiari e concisi, politiche di raccolta e utilizzo dei dati e altre forme di trasparenza.
- **Responsabilità:** la responsabilità delle piattaforme e dei servizi digitali per le loro azioni e le conseguenze di tali azioni, inclusa la capacità di affrontare i reclami e le controversie dei consumatori.

CAPITOLO 2

I SEGNALI DEL CAMBIAMENTO



Alcuni accadimenti indicativi di un cambiamento sostanziale dell'orientamento dei processi di intrattenimento culturale:

- L'ascesa delle piattaforme immersive: molte aziende tecnologiche, come il colosso Meta, stanno investendo massicciamente in esperienze immersive che combinano realtà virtuale e aumentata.
- Iniziative di accessibilità globale: grandi mostre e concerti virtuali stanno diventando sempre più comuni. **Eventi culturali iconici¹** stanno sperimentando le edizioni virtuali, rendendo l'arte e la cultura accessibili a un pubblico globale senza la necessità di presenze fisiche.
- Crescita del metaverso sociale: piattaforme come Decentraland e The Sandbox stanno creando veri e propri metaversi dove gli utenti possono esplorare, socializzare e partecipare ad eventi in un ambiente completamente virtuale. Queste piattaforme offrono nuovi spazi per mostre artistiche, concerti e altre forme di intrattenimento culturale.

¹ Come cambiano
gli eventi live grazie
alle tecnologie
immersive ed
emergenti

SCOPRI DI PIÙ

CAPITOLO 2

ISPIRAZIONI E SPUNTI DAL SECONDO INCONTRO



LE PARABOLE MULTIFORMI DELL'INTRATTENIMENTO DIGITALE

“Mettersi in ascolto” è la chiave di una relazione equilibrata, accurata e fedele con l'utente, secondo l'esperienza e la prospettiva di **Ludovico Solima**. Una riflessione sviluppata sulla scorta dell'elaborazione di molti progetti innovativi svolti con il MANN. Un principio che si traduce in un design dell'esperienza che deve predisporre un sistema integrato di punti di dialogo con l'utente, fondamentale per consentire il dialogo con le persone.

Interazione digitale con l'utente è innanzitutto relazione, un legame che si costruisce e si stimola attraverso un “invito alla scoperta” che fa leva sulla curiosità che si deve essere in grado di generare lanciando stimoli e spunti interessanti ed accoglienti. È la visione che **Cristina Paciello** insieme al suo team utilizza come criterio guida nel costruire le attività di STEP, Futurability District.

Ispirazione è il primo passaggio che, assieme ad altri due step fondamentali - informazione ed attivazione - costituiscono il ciclo essenziale alla base di una corretta e generativa relazione con l'utente. È una delle idee che **Valentino Vettori**, fondatore di Arcadia Earth, ha voluto condividere con il pubblico ed il tavolo di lavoro.

Guarda il video con tutti gli interventi

GUARDA ORA

CAPITOLO 2

LE PAROLE CHIAVE/1

ASCOLTO



L'OBIETTIVO FONDAMENTALE: L'EQUILIBRIO

In uno scenario contraddistinto da Web3 e Metaverso, gli stakeholder culturali devono esplorare sistemi per sfruttare le capacità di tali piattaforme di creare esperienze coinvolgenti per gli utenti. Ciò implica considerare vari elementi come la realtà virtuale (VR), la realtà aumentata (AR), la narrazione interattiva, la gamification e l'interazione sociale. Gli stakeholder culturali devono pensare a come utilizzare queste tecnologie e tecniche per migliorare l'esperienza di intrattenimento culturale, rendendola più dinamica, partecipativa e memorabile per gli utenti.

Viste le incredibili potenzialità di creazione di esperienze immersive e coinvolgenti regalate dai nuovi strumenti, una delle domande essenziali è come costruire un'esperienza equilibrata per il benessere degli utenti.

LA RILEVANZA DELL'ASCOLTO NELLA PROGETTAZIONE CULTURALE

L'ascolto attivo ha un valore significativo consolidato nelle policy pubbliche poiché migliora la comunicazione, la comprensione e le relazioni. È una pratica che, sul piano operativo, implica prestare piena attenzione a chi parla, mostrare interesse, porre domande ed evitare interruzioni o giudizi. Impegnandosi nell'*active listening*, le persone possono acquisire una comprensione più profonda dei punti di vista, delle emozioni e dei bisogni degli altri, portando a una migliore comunicazione e collaborazione. Nelle pubbliche relazioni in generale l'ascolto attivo risulta fondamentale in quanto è parte integrante della creazione di strategie di comunicazione efficaci basate sul feedback e sui bisogni del pubblico. **La ricerca¹** indica che tale pratica genera risultati organizzativi positivi sia in termini di prestazioni lavorative che di efficacia della leadership. Pertanto, incorporare pratiche di ascolto attivo nella progettazione culturale può portare ad un miglioramento complessivo di processi e risultati.

¹The Power of
Listening at Work

SCOPRI DI PIÙ



I PROFILI DI UTILITÀ DELL'ACTIVE LISTENING PER LE ATTIVITÀ CULTURALI

Alcuni vantaggi dell'ascolto attivo nella progettazione culturale includono:

- Migliora le relazioni: aiuta a creare fiducia e rispetto nelle relazioni. Quando ascolti attentamente, chi parla si sente apprezzato e rispettato, favorendo un senso di connessione e intimità. Consente inoltre una migliore comprensione ed empatia, diminuendo conflitti e incomprensioni.
- Migliora la risoluzione dei problemi: è una componente chiave per un efficace approccio alla risoluzione dei problemi. Ascoltando attentamente, puoi comprendere meglio il problema e le diverse prospettive coinvolte, il che aiuta a generare soluzioni più creative ed efficaci.
- Migliora il processo decisionale: l'ascolto attivo aiuta a raccogliere tutte le informazioni rilevanti necessarie per prendere decisioni informate. Ascoltando punti di vista diversi, è possibile valutare i pro e i contro di ciascuna opzione ai fini di una decisione più equilibrata.
- Aumenta la fiducia: l'ascolto attivo può aiutare a creare fiducia e rapporto all'interno di un team, favorendo la comunicazione aperta, il feedback e la cooperazione. Crea anche un'atmosfera positiva e solidale in cui tutti si sentono valorizzati e apprezzati.
- Promuove una cultura dell'ascolto: l'implementazione di una cultura che valorizza e dà priorità all'ascolto attivo porta a un maggiore coinvolgimento dei dipendenti, a dinamiche di team più forti e all'instaurazione di un migliore processo decisionale, promuovendo inoltre la fiducia, la collaborazione e l'inclusività.

STRATEGIE E STRUMENTI PER ATTIVARE E REALIZZARE L'ASCOLTO ATTIVO DELL'UTENTE

Alcuni esempi di elementi di progettazione digitale che promuovono l'ascolto attivo nelle esperienze culturali includono:

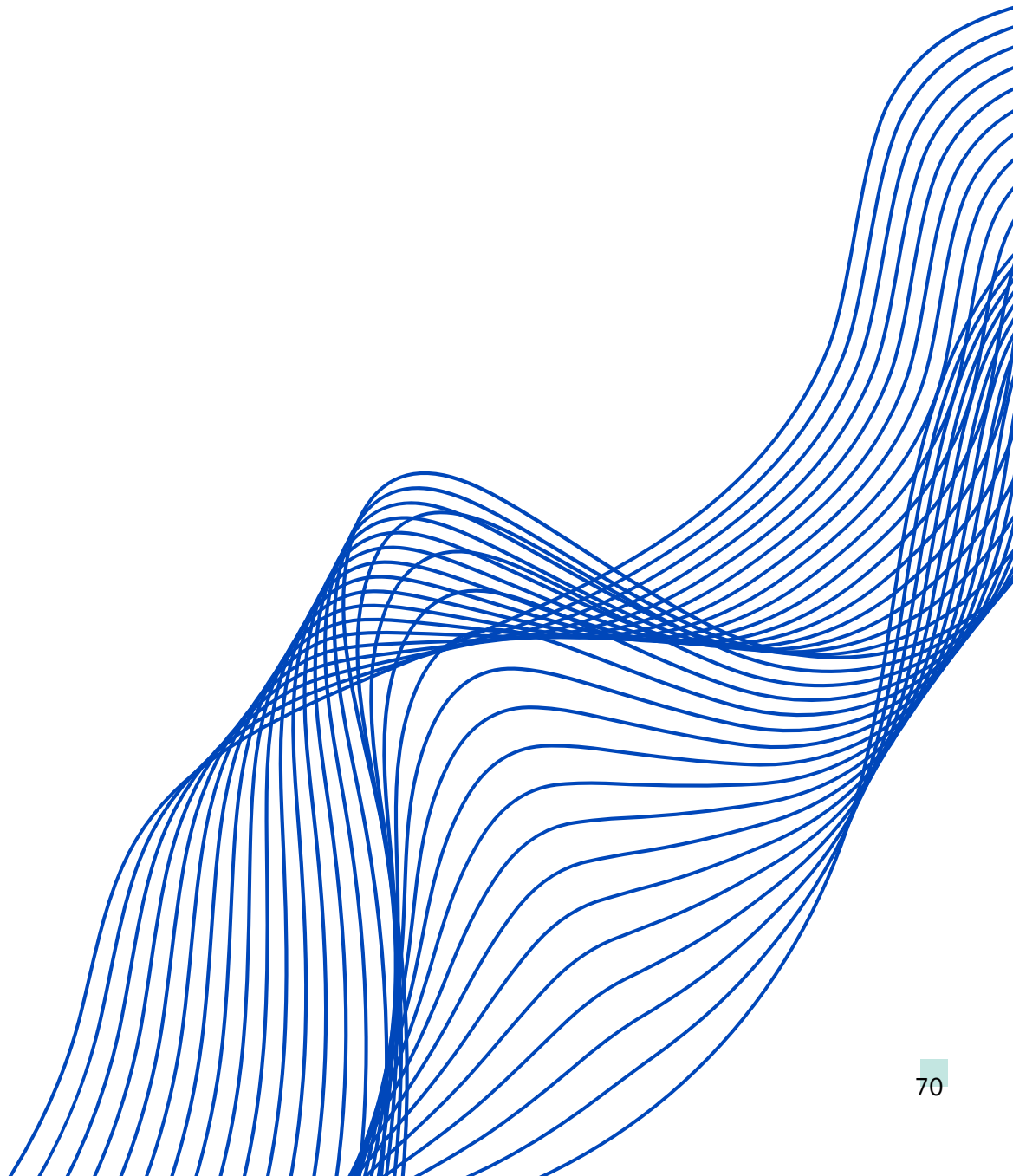
- Individuare le barriere all'ascolto: in via preliminare i progettisti devono riuscire a mappare e disinnescare le distrazioni e i bias dell'esperienza digitale, cercando di rallentarne il ritmo potenzialmente frenetico, in quanto la frenesia delle e nelle interazioni digitali può ostacolare e pregiudicare un ascolto efficace.
- Creare cicli di feedback incentrati sull'utente: è importante implementare meccanismi di feedback che incoraggino gli utenti a esprimere i propri pensieri, i propri sentimenti e in generale un coinvolgimento attivo mediante il feedback, rendendolo realmente significativo perché portatore di un messaggio di senso concreto e compiuto.
- Impostare uno storytelling interattivo: progettare esperienze digitali che consentano agli utenti di contribuire alla narrazione, incoraggiando i designer ad ascoltare e incorporare contenuti e prospettive generati da chi è coinvolto nella fruizione.
- Prevedere esperienze multisensoriali: progettazione di esperienze digitali che **coinvolgano più sensi**¹, come vista, udito e tatto, per creare un ambiente più coinvolgente e inclusivo per gli utenti.

¹Semantic models of sound-driven design: Designing with listening in mind

SCOPRI DI PIÙ



Incorporando questi elementi nella progettazione digitale delle esperienze culturali, i progettisti possono ascoltare e interagire attivamente con gli utenti, portando a esperienze digitali più significative e inclusive.



CAPITOLO 2

LE PAROLE CHIAVE/2

TRASPARENZA



L'INTRODUZIONE DEL CONCETTO DI TRASPARENZA

La trasparenza può migliorare significativamente l'esperienza dell'utente promuovendo la fiducia, definendo le responsabilità e contribuendo al consolidamento di un processo decisionale informato. Garantendo **la trasparenza nella progettazione**¹, si consente che gli utenti possano comprendere meglio i contenuti, i processi e le intenzioni sottese alla creazione delle esperienze culturali digitali, portando a un'interazione più coinvolgente e significativa.

Per dare un'idea di quanto ampio sia il tema in un contesto tecnologico come quello attuale – ed in divenire – basti pensare che **la ricerca**² ha confermato come la tecnologia immersiva possa essere utilizzata per migliorare la trasparenza delle esperienze di prodotto, aiutando i consumatori a prendere decisioni di acquisto informate. Pertanto, incorporare la trasparenza nella progettazione delle esperienze culturali digitali non solo arricchisce il coinvolgimento degli utenti, ma contribuisce anche all'autenticità e al valore dei contenuti del patrimonio.

¹ Transparency in persuasive technology, immersive technology, and online marketing: Facilitating users' informed decision making and practical implications

SCOPRI DI PIÙ

² Transparency in persuasive technology, immersive technology, and online marketing: Facilitating users' informed decision making and practical implications

SCOPRI DI PIÙ

LE SFIDE PER GIUNGERE AD UN SISTEMA TRASPARENTE

Il processo di realizzazione di esperienze digitali in linea con la trasparenza deve prendere in considerazione preliminarmente alcuni ostacoli fondamentali:

- Divario digitale (o *digital divide*): le disparità nell'accesso a Internet e nell'alfabetizzazione digitale **possono amplificare le disuguaglianze esistenti¹**, ostacolando un'equa partecipazione alle esperienze culturali.
- La mancanza di riferimenti precisi: manca un consenso unanime e condiviso a livello istituzionale su ciò che costituisce trasparenza nei diversi ambiti di ricerca, il che rende difficile stabilire linee guida chiare per designer e operatori di marketing.
- Cultura organizzativa: creare una cultura operativa, effettiva ed efficace della trasparenza all'interno delle organizzazioni richiede la definizione di valori, il coinvolgimento degli stakeholder, l'utilizzo di strumenti di comunicazione adeguati, l'incoraggiamento dell'apertura e del feedback, la gestione delle sfide e dei rischi e la revisione e il miglioramento continui delle pratiche.

¹ New opportunities and challenges for inclusive cultural and creative industries in the digital environment

SCOPRI DI PIÙ



IL DUPLICE FRONTE: TECNOLOGIE PERSUASIVE E TECNOLOGIE IMMERSIVE

La partita della trasparenza si gioca poi su due tavoli complementari e altrettanto rilevanti, quelli delle tecnologie persuasive e delle tecnologie immersive.

Le tecnologie persuasive e le tecnologie immersive sono concetti interconnessi che svolgono un ruolo significativo nell'influenzare il comportamento degli utenti e il processo decisionale in vari ambiti.

- Tecnologia persuasiva: implica l'uso della tecnologia per modificare atteggiamenti o comportamenti attraverso tecniche di persuasione. Può assumere la forma di siti Web, app mobili o dispositivi intelligenti integrati nella vita quotidiana. Ad esempio, le tecnologie persuasive possono essere utilizzate nei giochi online per influenzare positivamente o negativamente il comportamento dei giocatori.
- Tecnologia immersiva: crea un senso di immersione in una simulazione generata dal computer, come la realtà virtuale (VR), la realtà aumentata (AR) o la realtà mista (MR). Le tecnologie immersive mirano a simulare le esperienze del mondo reale e sono state esplorate per i loro effetti persuasivi, soprattutto in settori come la sicurezza antincendio.

Entrambe le tipologie di tecnologia hanno il potenziale di influenzare positivamente il comportamento degli utenti se utilizzate in modo etico e trasparente, offrendo nuove strade per influenzare atteggiamenti e decisioni attraverso esperienze interattive e coinvolgenti.

STRATEGIE PER GARANTIRE TRASPARENZA IN ENTRAMBE LE TECNOLOGIE

Per migliorare la trasparenza nella tecnologia persuasiva e nella tecnologia immersiva, è possibile implementare diverse strategie.

Profili della trasparenza nella tecnologia persuasiva:

- Trasparenza del design e delle tecniche persuasive: garantire che gli utenti siano pienamente consapevoli dell'intenzione e dei mezzi con cui tentano di persuadere a cambiare i loro atteggiamenti o comportamenti.
- Trasparenza dei potenziali rischi e autonomia dell'utente: comunicare chiaramente agli utenti i potenziali rischi associati alla tecnologia persuasiva, consentendo loro di prendere decisioni informate e mantenere l'autonomia.

Profili della trasparenza nella tecnologia immersiva:

- Trasparenza dei rischi potenziali: comunicare chiaramente agli utenti i rischi associati alle esperienze immersive, soprattutto quando la tecnologia diventa più intensa e coinvolgente.
- Trasparenza del sistema e controllo dell'utente: fornire agli utenti il controllo sui sistemi tecnologici immersivi con cui interagiscono, garantendo la trasparenza nel funzionamento di questi sistemi.



Concentrandosi su questi aspetti, designer e sviluppatori possono promuovere la trasparenza nelle tecnologie sia persuasive che immersive, consentendo agli utenti di prendere decisioni informate e mantenere il controllo sulle proprie esperienze digitali.

La promozione della trasparenza nelle esperienze culturali digitali può essere concretamente perseguita attraverso diverse buone pratiche:

- Reporting in tempo reale: l'implementazione di sistemi di reporting in tempo reale è un chiaro segnale di un approccio votato alla completa disponibilità nei confronti degli utenti.
- Implementazione di solide politiche di divulgazione: fornire informazioni chiare e complete su prestazioni finanziarie, pratiche di governance e strategie di gestione del rischio.
- Migliorare le pratiche di divulgazione: andare oltre i requisiti normativi divulgando informazioni aggiuntive come politiche contabili e indicatori chiave di prestazione.
- Abbracciare la tecnologia per la trasparenza: sfruttare tecnologie come blockchain e analisi dei dati per garantire una tenuta dei registri trasparente e una gestione proattiva del rischio, delle sfide e dei rischi e la revisione e il miglioramento continui delle pratiche.

CAPITOLO 2

LE PAROLE CHIAVE/3

ISPIRAZIONE

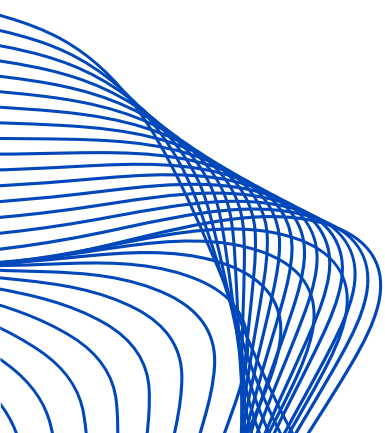


LA PROSPETTIVA DELLA MOTIVAZIONE

Una delle caratteristiche distintive di Web3 e Metaverso è l'enfasi sulla partecipazione e collaborazione della comunità digitale.

Gli stakeholder culturali devono considerare come sfruttare questi aspetti per creare esperienze di intrattenimento culturale che vadano oltre il consumo passivo. Ciò implica pensare a modi per incoraggiare i contenuti generati dagli utenti e la loro collaborazione. Coinvolgendo la comunità nel processo di creazione o fornendo strumenti per i contenuti generati dagli utenti, gli stakeholder culturali possono consentire agli utenti di diventare partecipanti attivi piuttosto che semplici spettatori.

Promuovere la partecipazione e la collaborazione della comunità richiede che gli stakeholder culturali considerino varie strategie utili a facilitare l'interazione sociale, come fornire l'opportunità agli utenti di contribuire con i propri contenuti, idee e prospettive o attraverso l'implementazione di meccanismi per premiare e riconoscere i contributi degli utenti per incentivare la partecipazione e promuovere un senso di comunità.



LA RILEVANZA EVOCATIVA DELL'ISPIRAZIONE

Riuscire ad ispirare gli utenti non è solo un obiettivo, ma anche un principio nella progettazione di esperienze culturali digitali cruciale nella creazione di interazioni coinvolgenti e significative. Ispirando gli utenti, i progettisti mirano a evocare emozioni, suscitare curiosità e incoraggiare l'esplorazione all'interno dell'esperienza stessa. La realizzazione del principio passa attraverso la capacità di catturare l'attenzione e l'interesse degli utenti, migliorandone in definitiva il vissuto complessivo nel contesto specifico digitale e favorendo una connessione più profonda con il contenuto.



I RISVOLTI POSITIVI E GENERATIVI DELL'ISPIRAZIONE

L'ispirazione gioca un ruolo significativo nella progettazione di esperienze culturali digitali in quanto:

- **Catalizza l'attenzione:** attrarre gli utenti attraverso design visivamente accattivanti, narrazioni affascinanti ed elementi multimediali coinvolgenti li aiuta a concentrarsi sugli elementi centrali del messaggio che si intende trasferire loro.
- **Crea una connessione emotiva:** ispirare emotivamente gli utenti è essenziale per creare un'esperienza memorabile. Incorporando elementi che risuonano con le emozioni degli utenti si contribuisce a stabilire una connessione più profonda tra chi fruisce e contenuto. Tale connessione emotiva migliora l'impatto complessivo dell'esperienza culturale digitale e contribuisce a far maturare un ricordo più duraturo della stessa.
- **Incoraggia l'esplorazione e l'attivazione:** ispirare gli utenti implica anche stimolare la tensione e il desiderio di esplorare diversi aspetti dell'esperienza culturale digitale, fattori utili per il coinvolgimento e l'apprendimento attivi.

LE STRATEGIE UTILI A GENERARE ISPIRAZIONE

Incorporare l'ispirazione come principio di progettazione nelle esperienze culturali digitali richiede un'attenta considerazione di vari fattori:

- Adottare un approccio incentrato sull'utente: i designer devono comprendere le preferenze, gli interessi e le motivazioni del pubblico da coinvolgere per ispirarlo in modo efficace. Condurre ricerche sugli utenti, sondaggi o focus group può fornire preziose informazioni su ciò che effettivamente sia in grado di toccare la sensibilità degli utenti nel contesto della specifica esperienza culturale. Allineando le decisioni di progettazione con le aspettative e i desideri degli utenti, i progettisti possono creare esperienze realmente in sintonia con la sensibilità del pubblico.
- Utilizzare storytelling e narrazione: costruire gli elementi e le informazioni a disposizione in una narrazione organica – ancor prima che avvincente – è essenziale per creare ispirazione per gli utenti. Intrecciando storie, aneddoti e contesto storico, è possibile creare un'esperienza coesa e coinvolgente che catturi l'immaginazione degli utenti. Incorporare elementi multimediali come video, immagini o audio migliora l'aspetto narrativo e immerge ulteriormente gli utenti nell'esperienza culturale.
- Design visivo ed estetica: il design visivo gioca un ruolo cruciale nell'ispirare gli utenti. L'attenzione ai dettagli, all'estetica e alla gerarchia visiva può avere un impatto significativo sull'esperienza complessiva. Utilizzando layout, tipografia, combinazioni di colori e immagini visivamente accattivanti in linea con il contesto culturale, i designer possono creare un'atmosfera che evoca emozioni e ispira gli utenti a esplorare ulteriormente.



- Interattività e personalizzazione: l'integrazione di elementi interattivi e funzionalità di personalizzazione consente agli utenti di impegnarsi attivamente nell'esperienza culturale digitale. Ciò può includere mappe interattive, quiz, tour virtuali o consigli personalizzati in base alle preferenze dell'utente. Fornendo opportunità di partecipazione attiva e adattando l'esperienza ai singoli utenti si stimola un coinvolgimento più profondo.

INTERAZIONI DIGITALI NEL WEB3 OLTRE L'ENGAGEMENT

*REALTÀ MISTA, HABITAT IBRIDI E
DIMENSIONE PHYGITAL*

03



CAPITOLO 3

- **SFIDE DA COGLIERE E CRITICITÀ DA
COMPRENDERE | PHYGITAL E CULTURA:
FUSIONI, TRASFORMAZIONI E
INNOVAZIONI**
- **I SEGNALI DEL CAMBIAMENTO**
- **ISPIRAZIONI E SPUNTI DAL TERZO
INCONTRO**
- **LE PAROLE CHIAVE/1 – SENSO**
- **LE PAROLE CHIAVE/2 – AUTOBIOGRAFIA**
- **LE PAROLE CHIAVE/3 – RITUALITÀ**
- **LE PROSPETTIVE**



Una cooperazione digitale efficace richiede che il multilateralismo, nonostante le tensioni attuali, sia rafforzato. Richiede inoltre che il multilateralismo sia integrato dal multi-stakeholderismo, una cooperazione che coinvolga non solo i governi ma uno spettro molto più diversificato di altri soggetti interessati come la società civile, gli accademici, i tecnologi e il settore privato. Dobbiamo portare sul tavolo voci molto più diverse, in particolare dai paesi in via di sviluppo e dai gruppi tradizionalmente emarginati, come le donne, i giovani, le popolazioni indigene, le popolazioni rurali e gli anziani.

United Nations, the age of digital interdependence

SCOPRI DI PIÙ

CAPITOLO 3

**SFIDE DA COGLIERE E
CRITICITÀ DA
COMPRENDERE.**

**PHYGITAL E
CULTURA: FUSIONI,
TRASFORMAZIONI E
INNOVAZIONI**



LA DIMENSIONE IBRIDA DEL PHYGITAL

Phygital è un termine che si riferisce alla fusione di esperienze fisiche e digitali. È un concetto che sta diventando sempre più rilevante, in quanto le persone richiedono esperienze più fluide e integrate sia nei canali offline che online. Le esperienze phygital possono includere elementi come la realtà aumentata, la realtà virtuale e altre tecnologie che creano un ponte tra mondo fisico e digitale.

L'obiettivo dei format phygital è creare un'esperienza più coinvolgente per gli utenti. Integrando elementi online e offline aziende ed organizzazioni pubbliche e private possono creare e ampliare il novero delle possibilità di espressione e fruizione oltre i confini del singolo ambito, come dimostrano sperimentazioni ed applicazioni già presenti ed accessibili nella vita quotidiana, come dimostra l'uso della realtà aumentata per simulare la prova di prodotti e servizi (ad esempio nel campo della moda o dell'interior design).

Un simile approccio contribuisce a creare un'esperienza più tridimensionale per l'utente, e le possibilità generative aumentano a dismisura pensando a come queste tecnologie possono e potranno sempre di più consentire di superare molti dei limiti legati alle disabilità.

Le esperienze phygital possono anche essere utilizzate per colmare il divario tra esperienze online e offline. Ad esempio, chiunque gestisca uno spazio ad accesso pubblico, che sia un negozio o un museo, potrebbe utilizzare la segnaletica digitale per visualizzare informazioni in tempo reale sui manufatti esposti aiutando l'interlocutore ad assumere informazioni in maniera contestuale e più approfondite su quanto loro proposto.

Nel complesso, le esperienze phygital stanno diventando sempre più importanti in ragione del duplice abbrivio impresso dall'adozione commerciale di soluzioni al servizio del cliente e dalla corrispettiva abitudine (ed aspettativa) maturata dal pubblico, sempre più desideroso di conferire profondità e sensi ulteriori al proprio vissuto, senza rinunciare a nessuna delle due dimensioni sulle quali si costruisce una nuova esistenza ibrida.

GLI IMPATTI DEL PHYGITAL SUL MONDO DELLA CULTURA

La dimensione phygital si riferisce alla fusione di elementi fisici e digitali in vari aspetti della nostra vita, compreso il mondo culturale. Questa integrazione ha avuto un impatto significativo sul modo in cui viviamo e interagiamo con la cultura, portando a cambiamenti in vari ambiti come l'arte, i musei, la musica, la letteratura e altro ancora. La convergenza del regno fisico e digitale ha aperto nuove possibilità di espressione culturale, consumo, conservazione e accessibilità.

Impatto sull'espressione culturale

La dimensione phygital ha rivoluzionato l'espressione culturale fornendo agli artisti nuovi strumenti e mezzi per creare e condividere il proprio lavoro. Le tecnologie digitali hanno consentito agli artisti di sperimentare nuove forme di espressione artistica, come installazioni interattive, esperienze di realtà virtuale (VR), opere d'arte di realtà aumentata (AR) e performance digitali. Questi approcci innovativi consentono agli artisti di coinvolgere il pubblico in modi coinvolgenti e partecipativi che prima non erano possibili.

Impatto sul consumo culturale

La dimensione phygital ha trasformato il modo in cui le persone fruiscono e vivono la cultura. Con l'avvento delle piattaforme digitali e dei servizi di streaming, le persone hanno ora accesso a una vasta gamma di contenuti culturali da tutto il mondo a portata di mano. Ciò ha democratizzato il consumo culturale abbattendo le barriere geografiche e consentendo alle persone di esplorare diverse proposte, prima limitate dalla distanza e dalla non contestualità fisica. Inoltre, l'integrazione di elementi fisici e digitali ha dato origine a nuove forme di esperienze culturali, come mostre online, tour virtuali dei musei e spettacoli in live streaming.



Impatto sulla conservazione culturale

Anche la dimensione phygital ha svolto un ruolo cruciale nella preservazione del patrimonio culturale. Le tecnologie digitali hanno reso possibile digitalizzare e archiviare manufatti culturali, opere d'arte, documenti storici e altre forme di patrimonio culturale. Ciò garantisce la loro conservazione a lungo termine e consente un accesso più ampio a queste risorse. Inoltre, le piattaforme digitali offrono opportunità per sforzi collaborativi nella preservazione del patrimonio culturale coinvolgendo le comunità nel processo di documentazione e conservazione.

Impatto sull'accessibilità culturale

La dimensione phygital ha migliorato significativamente l'accessibilità culturale per gli individui che possono affrontare barriere fisiche, sensoriali o geografiche. Le piattaforme e le tecnologie digitali consentono alle persone di interagire con i contenuti culturali da remoto, rendendoli accessibili a coloro che non possono visitare fisicamente musei, gallerie o eventi culturali. Inoltre, gli strumenti digitali possono essere utilizzati per creare esperienze inclusive fornendo formati alternativi, traduzioni e descrizioni audio-visive in tempo reale.

LE SFIDE DEL PHYGITAL PER GLI OPERATORI CULTURALI

L'emergere della dimensione phygital comporta dunque una serie di sfide decisive per gli stakeholder culturali. La fusione tra il regno fisico e quello digitale offre lo spunto per una trasformazione del modo in cui le istituzioni culturali, come musei, gallerie, biblioteche e teatri, interagiscono con il loro pubblico e gestiscono le proprie attività. Sebbene la dimensione phygital offra numerose opportunità per migliorare le esperienze dei visitatori e raggiungere un pubblico più ampio, essa presenta anche diverse complessità che devono essere affrontate.

La metabolizzazione dell'evoluzione tecnologica

Una delle sfide principali poste dalla dimensione phygital è la necessità per gli stakeholder culturali di adattarsi alle tecnologie in rapida evoluzione. Poiché le tecnologie digitali continuano ad avanzare a un ritmo estremamente rapido, le istituzioni culturali devono tenere il passo con questi sviluppi per integrarli efficacemente nelle loro operazioni. Ciò richiede un investimento significativo in risorse, sia in termini di capitale finanziario che di competenze umane. In questo senso gli stakeholder culturali devono aggiornare continuamente le proprie conoscenze e competenze per affrontare le complessità della dimensione phygital e sfruttarne i potenziali benefici.

I termini della conservazione

Un'altra sfida attiene alla conservazione e alla protezione del patrimonio culturale nell'era phygital. Con la crescente digitalizzazione di manufatti e collezioni culturali, esiste il rischio di perdita o alterazione di oggetti o opere d'arte originali. Le istituzioni culturali devono garantire che siano messe in atto misure adeguate per salvaguardare l'integrità e l'autenticità degli artefatti fisici fornendo allo stesso tempo l'accesso alle rappresentazioni digitali. Ciò comporta l'implementazione di solide strategie di



conservazione digitale, compreso il backup dei dati e misure di sicurezza, nonché la definizione di standard per i processi di digitalizzazione per mantenere l'accuratezza e la fedeltà.

Il tema dell'effettiva inclusività

Inoltre, la dimensione phygital fa emergere le problematiche legate al coinvolgimento del pubblico e all'inclusività. Sebbene le tecnologie digitali offrano nuove strade per raggiungere un pubblico più ampio, ampliando anche le opportunità di fruizione oltre eventuali limiti fisici, esiste il rischio di creare un divario digitale in cui alcuni segmenti della società potrebbero essere esclusi dall'accesso o dalla partecipazione alle esperienze culturali. In questo senso l'alfabetizzazione digitale è un elemento cruciale nella progettazione di esperienze phygital, che devono garantire una vera ed effettiva accessibilità, pensando anche alla questione dell'accesso digitale limitato, che rischia di creare un significativo digital divide.

Sicurezza e trasparenza

Come tutte le evoluzioni digitali, la dimensione phygital pone sfide in termini di privacy e sicurezza dei dati. Mentre le istituzioni culturali raccolgono e analizzano i dati dei visitatori per personalizzare le esperienze e migliorare le operazioni, devono affrontare le considerazioni etiche e legali relative alla privacy dei dati. Gli stakeholder culturali devono stabilirne politiche e pratiche chiare per la raccolta, l'archiviazione e l'utilizzo, garantendo che le informazioni sui visitatori siano protette e utilizzate in modo responsabile. Devono inoltre affrontare le preoccupazioni relative alla sicurezza informatica per salvaguardarsi da potenziali violazioni o accesso non autorizzato ai dati sensibili.

Questioni organizzative

L'integrazione di elementi fisici e digitali nella dimensione phygital richiede agli stakeholder culturali di ripensare le proprie strutture organizzative e i propri flussi di lavoro. Gerarchie tradizionali e una partizione dell'attività in compartimenti stagni, non comunicanti tra loro, possono ostacolare una collaborazione efficace e l'innovazione in questo nuovo contesto. Le istituzioni culturali devono promuovere inoltre una cultura di collaborazione interdisciplinare, incoraggiando team interfunzionali a lavorare insieme per sviluppare e implementare strategie phygital. Ciò può comportare l'abbattimento delle barriere interne, la promozione di una cultura della sperimentazione e l'adozione di metodologie organizzative agili.

CAPITOLO 3

I SEGNALI DEL CAMBIAMENTO



Il phygital è già una realtà rilevante ed in grande espansione, anche se non ne percepiamo esattamente la portata, “logistica” e concettuale.

- La Cina sta elaborando una **strategia turistica**¹ precisa calibrata sulla connessione tra location fisiche e metaverso.
- La Corea del Sud sta sviluppando in tal senso anche i **processi della P.A.**². Il phygital sta trovando uno spazio di sperimentazione sistemica sempre più ampio, specialmente in Asia.
- **MetaMosque**³, un’app di realtà virtuale creata da Samera Abed che avrebbe consentito a sua madre di visitare virtualmente la moschea di Gerusalemme dove ha trascorso i suoi anni formativi, quando la sua capacità fisica di recarsi in luoghi religiosi è diminuita.

¹ Five ministries issue three-year plan to boost innovative development of metaverse industry

SCOPRI DI PIÙ

² Seoul is the first city to join the metaverse (and this is what can already be done)

SCOPRI DI PIÙ

³ Prototypes for Humanity

SCOPRI DI PIÙ

CAPITOLO 3

ISPIRAZIONI E SPUNTI DAL TERZO INCONTRO



L'ESPLORAZIONE DELLA NUOVA DIMENSIONE IBRIDA

La decostruzione e ricostruzione di uno spazio fisico ed insieme digitale passa attraverso la sua risemantizzazione. Un'attribuzione di significato nuova che si realizza grazie alla scelta di riferimenti capaci di suggerire per l'utente una componente di senso e l'accesso ad esso, più che allo storytelling. Ci si affida all'interazione. È fondamentale in questo senso individuare e proporre dei vincoli adeguati muovendosi all'interno dei quali si possa riscoprire il significato che caratterizza uno spazio. È l'idea che **Davide Bennato**, Docente di Sociologia dei media digitali dell'Università di Catania, ha inteso esporre al pubblico.

David Gallo, CEO & Managing Director presso One-O-One Games, ha rimarcato come, a suo modo di vedere, la conoscenza sia sempre più autobiografica, trovando impulso in una scelta di attivazione personale che include l'ambiente nel quale avviene l'esperienza culturale. Il gioco è un potente strumento di motivazione e di automobilitazione, e nel gioco lo spazio si vive davvero grazie ai giusti touchpoint concettuali.

Per costruire un luogo phygital davvero accogliente è necessario partire da un'ispirazione valoriale e non tecnologica, secondo **Brendan McGetrick**, Direttore Creativo del Museo del Futuro di Dubai. Si deve favorire la comprensione e l'orientamento al suo interno, aiutare l'utente a contestualizzare, e l'evocazione più efficace parte dalla costruzione di una ritualità nella quale ritrovarsi.

Guarda il video con tutti gli interventi

GUARDA ORA

CAPITOLO 3

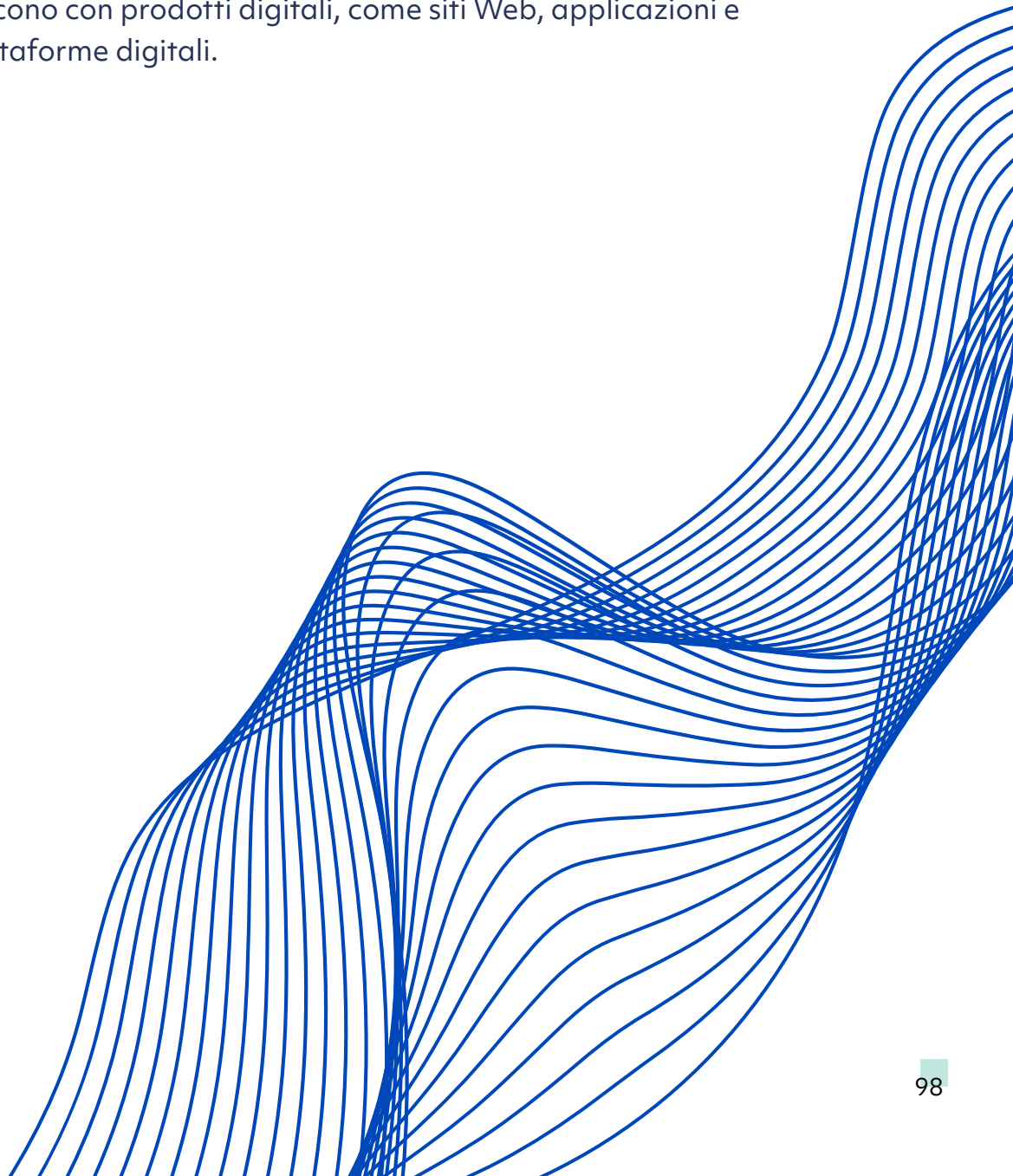
LE PAROLE CHIAVE/1

SENSO



IL CONTESTO SPAZIALE IBRIDO E IL 'SENSEMAKING'

L'attribuzione di un significato – concettuale, oltre che funzionale – alle azioni che si compiono in un ambiente digitale è particolarmente significativo per integrarvi l'utente. Il senso nel design digitale si riferisce al processo di comprensione, interpretazione e semantizzazione delle informazioni e delle interazioni all'interno delle interfacce digitali. Coinvolge le attività cognitive e percettive che gli individui intraprendono quando interagiscono con prodotti digitali, come siti Web, applicazioni e altre piattaforme digitali.



SENSEMAKING E DESIGN DIGITALE

Il senso nel contesto della progettazione digitale si riferisce al processo di interpretazione e di rappresentazione efficace delle informazioni nel contesto virtuale per guidare la trasformazione e l'innovazione. Un'attività che implica la comprensione dei bisogni umani, l'integrazione di dati qualitativi e quantitativi nei processi di sviluppo e la garanzia di un'integrazione coerente di dati, progettazione e tecnologia disponibile.

Il 'Digital Sensemaking' in questo senso mira a costruire relazioni durature con le persone partendo da una prospettiva umana, incorporando i dati nel processo di sviluppo e concentrandosi sull'applicazione efficace delle informazioni a prodotti, servizi e piattaforme.

L'utilizzo del sensemaking nella progettazione digitale offre numerosi vantaggi:

- **Comprensione migliorata:** aiuta i progettisti a comprendere i processi cognitivi degli utenti durante l'esecuzione di compiti complessi, portando a progetti più intuitivi e facili da usare.
- **Approccio utente-centrico:** partire da una prospettiva umana consente lo sviluppo di prodotti, servizi e piattaforme che costruiscono relazioni durature con gli utenti, con conseguente aumento della loro soddisfazione e della fidelizzazione del cliente.
- **Soluzioni innovative:** integrando dati qualitativi e quantitativi nel processo di progettazione, il sensemaking consente lo sviluppo di soluzioni innovative che soddisfano efficacemente le esigenze degli utenti.
- **Differenziazione e valore del posizionamento:** il sensemaking offre un impatto emotivo agli utenti, creando elementi di riconoscibilità e memorabilità dell'esperienza e/o dell'organizzazione che la propone.
- **Fiducia dell'utente:** guidando i clienti attraverso i processi decisionali e fornendo soluzioni in linea con le loro esigenze, il sensemaking crea fiducia nella relazione.



LE STRATEGIE UTILI AL SENSEMAKING

Il senso è un aspetto cruciale del design digitale poiché ha un impatto diretto sull'esperienza dell'utente e sull'usabilità di un prodotto. Nel contesto del design digitale, la produzione e rappresentazione di senso comprende diversi elementi chiave:

- **Architettura dell'informazione:** comporta l'organizzazione e la strutturazione delle informazioni all'interno di un'interfaccia digitale per facilitare la comprensione e la navigazione degli utenti. L'architettura dell'informazione svolge un ruolo fondamentale nel consentire agli utenti di dare un senso ai contenuti e alle funzionalità disponibili all'interno di un prodotto digitale.
- **Progettazione dell'interfaccia utente:** gli elementi visivi e interattivi di un'interfaccia digitale influenzano in modo significativo il senso. Una progettazione efficace dell'interfaccia utente considera fattori quali la gerarchia visiva, le offerte, i meccanismi di feedback e i modelli mentali per supportare gli utenti nella comprensione e nell'interazione con l'interfaccia.
- **Interaction Design:** il modo in cui gli utenti interagiscono con le interfacce digitali influenza il loro processo di creazione di senso. L'interaction design si concentra sulla creazione di interazioni intuitive e fluide che si allineino ai modelli mentali e alle aspettative degli utenti, migliorando così la loro capacità di dare un senso alle funzionalità dell'interfaccia.
- **Carico cognitivo:** ridurre al minimo il carico cognitivo è essenziale per facilitare la creazione di senso nella progettazione digitale. Riducendo lo sforzo cognitivo estraneo richiesto per elaborare informazioni o eseguire attività all'interno di un prodotto digitale, i progettisti possono supportare gli utenti nel comprendere e utilizzare meglio l'interfaccia.
- **Meccanismi di feedback:** fornire un feedback chiaro e tempestivo all'interno di un'interfaccia digitale è fondamentale



per la creazione di senso. Il feedback informa gli utenti sui risultati delle loro azioni, aiutandoli a comprendere le risposte del sistema e a prendere decisioni informate.

- **Comprensione contestuale:** progettare per la creazione di senso per un contesto specifico implica considerare i diversi contesti in cui gli utenti interagiscono con i prodotti digitali. Ciò include la considerazione dei diversi obiettivi degli utenti, delle condizioni ambientali e dei fattori situazionali che influenzano il modo in cui gli individui interpretano le interfacce digitali.

Un efficace senso nella progettazione digitale contribuisce in definitiva a migliorare la soddisfazione degli utenti, le prestazioni delle attività e l'usabilità complessiva. Allineandosi ai processi cognitivi e alle capacità di elaborazione delle informazioni degli utenti, i progettisti possono creare esperienze digitali più intuitive e facili da usare.

CAPITOLO 3

LE PAROLE CHIAVE/2

AUTOBIOGRAFIA



LA RILEVANZA DELL'ELEMENTO AUTOBIOGRAFICO

Per utilizzare elementi autobiografici nella progettazione di esperienze digitali adatte a un habitat phygital, si possono utilizzare tecniche come il Personal Digital Storytelling (PDS). PDS prevede la creazione di storie digitali che riflettono esperienze e pensieri personali, enfatizzando il riconoscimento delle voci e delle riflessioni personali. Questo approccio può facilitare un'ecologia dell'apprendimento empatica e guidata dall'agente.

Nel contesto della progettazione di esperienze phygital, l'incorporazione di elementi autobiografici può migliorare il coinvolgimento dell'utente e creare interazioni più personalizzate e significative. Integrando le narrazioni personali nelle interfacce digitali, i progettisti possono stabilire connessioni emotive con gli utenti, rendendo le esperienze più riconoscibili e di maggiore impatto.

IL PERSONAL DIGITAL STORYTELLING E IL PHYGITAL

Lo storytelling digitale personale (PDS) nella progettazione di un habitat phygital implica l'integrazione di elementi fisici e digitali per elaborare narrazioni. Le storie svolgono un ruolo cruciale nella comunicazione umana, trasmettendo tradizione, identità e comunità attraverso le generazioni. Con l'evolversi della tecnologia, la narrazione si adatta ai nuovi media, dalle tradizioni orali ai social media. Nel contesto del metaverso e del mondo digitale, la narrazione rimane un modo fondamentale per gli esseri umani di dare un senso al passato, al presente e al futuro.

Il patrimonio digitale esplora il modo in cui le informazioni sul patrimonio costruito possono essere condivise simultaneamente attraverso mezzi fisici e digitali.

Il PDS può essere utilizzato nella progettazione di un habitat phygital integrando elementi fisici e digitali per creare narrazioni coinvolgenti che colmino il divario tra il mondo fisico e quello digitale. Questo approccio prevede l'esplorazione di narrazioni multimodali, la percezione dello spazio phygital e l'esperienza sociale all'interno dei contesti del patrimonio culturale e paesaggistico.



Questo tipo di storytelling funge da **strumento**¹ per la partecipazione della comunità e la creazione di conoscenza, consentendo a diversi attori sociali di impegnarsi nella continua costruzione del significato necessario per comprendere il mondo che li circonda. Sfruttando strumenti digitali come dispositivi IoT, realtà virtuale e app per smartphone, i progettisti possono migliorare l'esperienza dei visitatori nei siti del patrimonio culturale, promuovendo il coinvolgimento, la sostenibilità e l'interazione tra visitatori e attrazioni.

¹Digital storytelling
as a community
and participatory
dimension

SCOPRI DI PIÙ

I VANTAGGI DELL'USO DEL PERSONAL DIGITAL STORYTELLING

L'utilizzo dello storytelling digitale personale nella progettazione di un habitat phygital offre numerosi vantaggi che migliorano l'esperienza e il coinvolgimento dell'utente.

- **Controllo e personalizzazione:** il digital storytelling consente agli storyteller di controllare tutti gli aspetti della presentazione, dal ritmo al contenuto, consentendo di condividere storie personali da prospettive uniche.
- **Accessibilità e condivisione:** le storie digitali possono essere facilmente condivise attraverso piattaforme di social media o siti web, rendendo le informazioni facilmente accessibili a un pubblico più ampio senza vincoli fisici.
- **Interattività e coinvolgimento:** incorporando elementi multimediali come video, audio, immagini e testo, lo storytelling digitale crea narrazioni visivamente coinvolgenti ed emotivamente avvincenti che mantengono gli utenti coinvolti e immersi nell'esperienza.
- **Valore educativo:** nei contesti educativi, il digital storytelling promuove la creatività, le capacità di comunicazione, la collaborazione e la competenza tecnica tra gli studenti, offrendo al contempo una piattaforma per l'espressione di sé unica e l'esplorazione di narrazioni diverse.



- Coinvolgimento della comunità: lo storytelling digitale può **coinvolgere un pubblico diversificato**¹, sensibilizzando, ispirando all'azione e preservando il patrimonio culturale attraverso narrazioni coinvolgenti che mettono in contatto le persone con luoghi e tradizioni.

¹ The Power of
Digital Storytelling
to Support
Teaching and
Learning

SCOPRI DI PIÙ

STRATEGIE D'USO DELLO STORYTELLING PERSONALE DIGITALE PER FAVORIRE UN CONTESTO PHYGITAL

In uno scenario phygital, utilizzare lo storytelling personale può essere una potente strategia per rafforzare la fiducia e la connessione con gli utenti. Unendo esperienze fisiche e digitali è possibile creare interazioni memorabili che approfondiscono le relazioni con gli utenti in diverse modalità:

- Connessione umana: le interazioni faccia a faccia in un ambiente phygital consentono **uno scambio di segnali non verbali, emozioni e gesti personali**¹ che contribuiscono alla costruzione di relazioni, fiducia ed empatia.
- Esperienze personalizzate: le interazioni fisiche offrono anche l'opportunità di creare legami più profondi e personalizzati ed esperienze su misura. La relazione personale, sviluppata anche nel digitale, con altre persone/personaggi, contribuisce ad estendere la dimensione del vissuto.
- Coerenza tra i canali: riuscire a declinare gli elementi connotanti dell'esperienza in una pletora di canali adeguati e funzionali, coordinando fisico e digitale, è una delle chiavi per ottenere una proposta efficace.

¹ Blending the
boundaries:
Embracing the
phygital shift in the
FSI industry

SCOPRI DI PIÙ

CAPITOLO 3

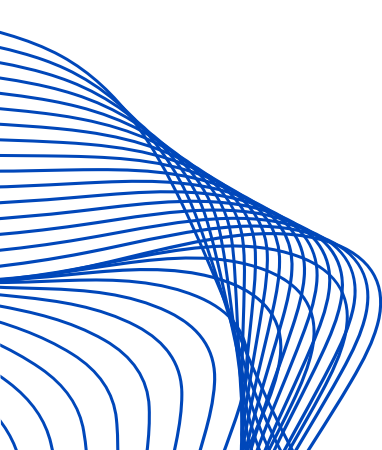
LE PAROLE CHIAVE/3

RITUALITÀ



IL PARADIGMA DELLA RITUALITÀ

La creazione di rituali nel design digitale è un aspetto importante dell'esperienza utente e del design dell'interfaccia, a maggior ragione nell'immaginare una piattaforma di fruizione ibrida, che coinvolga parimenti mondo analogico e virtuale. I rituali nella progettazione digitale si riferiscono alle interazioni intenzionali e significative in cui gli utenti si impegnano quando utilizzano un prodotto o servizio digitale. Questi rituali possono migliorare l'esperienza complessiva dell'utente, creare un senso di familiarità e stabilire una connessione tra l'utente e l'interfaccia digitale. Esistono diverse considerazioni chiave e migliori pratiche per la creazione di rituali nella progettazione digitale.



I RITUALI COME CONCETTO DI ORIENTAMENTO NEL DESIGN DIGITALE

I rituali svolgono un ruolo significativo nel comportamento e nella cognizione umana e la loro applicazione si estende a vari aspetti della vita, inclusa la progettazione digitale. Nel contesto della progettazione digitale, i rituali possono essere intesi come una serie di azioni o comportamenti che gli utenti eseguono regolarmente quando interagiscono con le interfacce digitali. Questi rituali possono servire come una forma di orientamento, guidando gli utenti attraverso gli spazi digitali e aiutandoli a navigare in sistemi complessi in modo più efficace.



VANTAGGI DELL'INSERIRE I RITUALI NEL DESIGN PHYGITAL

Nella prospettiva della progettazione digitale (e phygital) i rituali possono essere osservati in varie forme. In primo luogo c'è da tenere presente come le azioni abituali che gli utenti eseguono durante la navigazione in un sito Web o in un'applicazione mobile diventino parte di una radicata routine, a fronte della quale anche il pur minimo cambiamento produce un fattore di stress (basti pensare alle modifiche di interazione delle piattaforme social media, che causano sempre significative proteste pubbliche da parte degli utenti).

- **Rassicurazione:** ragionando in termini phygital, creare un coordinamento ed una continuità tra elementi fisici e digitali può costituire un fattore di assicurazione.
- **Wayfinding nel design digitale:** il wayfinding si riferisce al processo di orientamento all'interno di ambienti fisici o digitali. Nel contesto della progettazione digitale, un orientamento efficace è fondamentale per garantire che gli utenti possano individuare facilmente le informazioni, comprendere la struttura di un sito Web o di un'applicazione e navigare da un punto all'altro con la minima confusione. I rituali svolgono un ruolo chiave nel facilitare l'orientamento fornendo agli utenti segnali e segnali familiari che li aiutano a dare un senso allo spazio digitale che stanno navigando.
- **Il ruolo dei rituali nell'orientamento:** i rituali possono agire come ausili cognitivi nell'orientamento creando un senso di prevedibilità e familiarità per gli utenti. Quando gli individui si impegnano in rituali familiari mentre interagiscono con le interfacce digitali, sviluppano mappe mentali e consapevolezza spaziale che consentono loro di navigare con maggiore facilità.

STRATEGIE DI PROGETTAZIONE PER RITUALI

Incorporare la comprensione dei rituali e dell'orientamento nella progettazione digitale implica diverse considerazioni.

- **Analisi e mappatura:** In primo luogo, i progettisti devono identificare e analizzare i comportamenti ricorrenti che gli utenti mostrano all'interno di un dato contesto digitale. Riconoscendo questi rituali, i progettisti possono strutturare intenzionalmente le interfacce per allinearle alle aspettative degli utenti e ai modelli di interazione stabiliti.
- **Riferimenti visuali:** Inoltre, l'utilizzo di segnali visivi coerenti, percorsi di navigazione intuitivi e un'architettura delle informazioni chiara può supportare ulteriormente un efficace orientamento basato su comportamenti rituali.

In termini di sfide e opportunità, sebbene sfruttare i rituali per l'orientamento nella progettazione digitale offra numerosi vantaggi, ci sono anche degli ostacoli da prendere nella dovuta considerazione.

- **Innovazione equilibrata:** I progettisti devono bilanciare la necessità di familiarità e prevedibilità con innovazione e creatività. Fare eccessivo affidamento su rituali consolidati può portare alla stagnazione nell'evoluzione del design, mentre ignorare le abitudini degli utenti può provocare disorientamento e frustrazione.
- **Innovazione graduale:** Pertanto, trovare un equilibrio tra lo sfruttamento dei rituali esistenti e l'introduzione di nuovi elementi rappresenta un'opportunità continua per migliorare le esperienze degli utenti all'interno delle interfacce digitali.

CAPITOLO 3

LE PROSPETTIVE

*Contributo di Ludovico Solima,
Prof. ordinario Università della Campania "L. Vanvitelli"*



Le tre parole chiave identificate a valle dell'incontro – ascolto, trasparenza e partecipazione – sono elementi interconnessi, che possono essere letti in una prospettiva unitaria. In particolare, ascolto e partecipazione sono due fattori che si rafforzano reciprocamente: la fase di ascolto, volta a recepire le istanze e i desiderata dei destinatari di un'azione o di un progetto culturale, è infatti propedeutica a stimolare la propensione alla partecipazione da parte degli utenti e, quindi, il loro sempre maggior livello di coinvolgimento, che può riguardare la stessa fase di progettazione delle attività; d'altro canto, l'ascolto è importante anche ex-post, al fine di attivare un monitoraggio dei risultati ottenuti, in modo da comprendere se le istanze degli utenti sono state adeguatamente recepite nonché – cosa forse ancora più importante – corrispondentemente percepite da loro. Non va infatti sottovalutata la possibilità che gli esiti dell'attività di ascolto non producano gli effetti desiderati, o perché l'ascolto non è stato svolto correttamente o perché le indicazioni raccolte non hanno poi trovato una concreta forma di applicazione, in grado di rispondere alle aspettative che erano state manifestate. La trasparenza diventa poi funzionale a comunicare, all'interno e all'esterno dell'organizzazione culturale, lo sforzo che è stato compiuto e i risultati ottenuti, in modo che tutto ciò possa tradursi in un miglioramento della percezione dell'istituto nonché, quindi, in un aumento del valore del brand del museo.

Infine, va segnalata la necessità di articolare questi ragionamenti non dimenticando la fondamentale distinzione tra coloro che entrano fisicamente in contatto con il museo (i visitatori) e quanti invece stabiliscono con esso unicamente una relazione di tipo digitale, attraverso soluzioni e piattaforme sempre più diversificate. È infatti del tutto evidente che si tratta di due differenti tipologie di pubblici, che peraltro presentano al loro interno rilevanti gradi di differenziazione, che non possono essere sottovalutate.

IL VALORE DELLA PERSONALIZZAZIONE DELL'ESPERIENZA NEL WEB3

*BLOCKCHAIN, NFT E
L'INNOVAZIONE DEL VALORE*





CAPITOLO 4

- **SFIDE DA COGLIERE E CRITICITÀ
DA COMPRENDERE | IL FUTURO
DELL'IDENTITÀ DIGITALE E LE
OPPORTUNITÀ DEL PER IL SETTORE
CULTURALE**
- **I SEGNALI DEL CAMBIAMENTO**
- **ISPIRAZIONI E SPUNTI DAL QUARTO
INCONTRO**
- **LE PAROLE CHIAVE/1 – MISURABILITÀ**
- **LE PAROLE CHIAVE/2 – LINGUAGGIO**
- **LE PAROLE CHIAVE/3 – PASSIONE**



Le tecnologie stanno emergendo, sconvolgendo e influenzando le nostre vite in modi che indicano che siamo all'inizio di una quarta rivoluzione industriale, una nuova era in cui la digitalizzazione costruisce e influisce sulle società in modi nuovi e spesso imprevisi. Vale la pena considerare esattamente che tipo di cambiamenti stiamo vivendo e come possiamo garantire, collettivamente e individualmente, che questa rivoluzione crei benefici per tutti.

UNWTO, Digital Transformation

SCOPRI DI PIÙ

CAPITOLO 4

**SFIDE DA COGLIERE E
CRITICITÀ
DA COMPRENDERE.**

**IL FUTURO DELL'IDENTITÀ
DIGITALE E LE
OPPORTUNITÀ PER IL
SETTORE CULTURALE**



L'IMPATTO DEL WEB3 SULL'IDENTITÀ INDIVIDUALE

Valore e funzione dei dati

Il Web3, con le sue tecnologie, consente agli utenti un maggiore grado di controllo sui propri dati e sulla propria privacy rispetto a quanto accade attualmente, essendo una versione decentralizzata di Internet che consente un'identità definibile come 'auto-sovrana'. Nel Web3 il termine "identità digitale" si riferisce all'identità online di un utente, unica nel suo genere e completamente sotto il suo controllo.

Le identità digitali Web3 sono dunque definite auto-sovrane per segnarne la distanza dalle identità web tradizionali, che sono spesso gestite (e addirittura possedute) da piattaforme terze, che ne detengono i dati con possibilità di utilizzo quasi illimitato. Il nuovo protocollo offre agli utenti, almeno in linea teorica, un maggiore grado di controllo sulle informazioni personali e sulla privacy associate al proprio account.

In questo senso c'è un enorme vantaggio nell'avere un'identità digitale nel Web3, dato che consente all'individuo una piena titolarità potenziale di tutte le attività che si possono svolgere in rete, legate essenzialmente ai dati connessi alla propria persona, con conseguenze e risvolti legati alle potenziali modalità di valorizzazione finanziaria delle attività connesse.

Il portafoglio digitale

Il Web3 offre alle persone più libertà d'azione consentendo loro di utilizzare un portafoglio digitale, il wallet (portafogli). I wallet del Web3 sono app specializzate che offrono agli utenti l'accesso agli scambi decentralizzati (DeX), dove possono acquistare criptovalute e NFT, nonché prendere in prestito e prestare fondi. I wallet, d'altro canto, finiranno probabilmente per diventare una componente integrale dell'identità online e offline delle persone, fornendo loro il potere di agire sui propri dati e la capacità di determinare il valore che attribuiscono al loro utilizzo.

Le blockchain autenticano e verificano le transazioni digitali,



favorendo la fiducia nell'economia decentralizzata. Di conseguenza, l'equilibrio di potere tra aziende e acquirenti è destinato a mutare radicalmente, in forza di questa disintermediazione ad ampio spettro dei tradizionali ruoli di sistema.



I POSSIBILI RISVOLTI DEL WEB3 SUL BUSINESS CREATIVO E CULTURALE

Quando si parla di arti e discipline umanistiche, anche se ad alcuni può apparire controintuitivo, i dati digitali hanno un valore inestimabile. La proliferazione della tecnologia digitale, in particolare Internet e l'Intelligenza artificiale, ha causato sconvolgimenti economici per la creative class.

La terza generazione della tecnologia Internet, o Web3, fornisce un nuovo modello per il lavoro creativo offrendo ai creator diverse modalità di valorizzazione finanziaria delle proprie opere, nel momento in cui consentono di sancire e certificare la proprietà intellettuale e di guadagnare potere nell'articolazione della catena di distribuzione del prodotto culturale e creativo.

L'infrastruttura della blockchain

La Blockchain è una tecnologia di archiviazione e documentazione decentralizzata e distribuita che consente la tenuta dei registri sicura e trasparente delle transazioni attraverso una rete di computer, e non localizzata fisicamente in un unico luogo. È stata originariamente sviluppata come tecnologia di base per la criptovaluta Bitcoin, ma le sue potenziali applicazioni si estendono ben oltre le valute digitali. Blockchain funziona come una catena di blocchi, ciascun blocco contiene un elenco di transazioni, ed i blocchi sono collegati tra loro utilizzando elementi crittografici, creando una registrazione immutabile e a prova di manomissione di tutte le transazioni (almeno in teoria). Questo tipo di tecnologia elimina di fatto la necessità di un intermediario che garantisca i passaggi di dati e di informazioni, certificandole.

Questa decentralizzazione e trasparenza rendono difficile per ogni singola entità manipolare i dati archiviati sulla blockchain, migliorando la sicurezza e la fiducia nel sistema.

Un'altra importante funzione della blockchain è il suo potenziale di semplificare e automatizzare i processi attraverso gli *smart contract*, i contratti intelligenti. I contratti intelligenti sono contratti auto-eseguibili con i termini inseriti direttamente nel codice. Applicano ed eseguono automaticamente quanto stabilito in un accordo quando vengono soddisfatte le condizioni predefinite, eliminando la necessità di intermediari e riducendo il rischio di frode o manipolazione.

Inoltre, la tecnologia blockchain si è dimostrata promettente nel rivoluzionare la gestione e la verifica dell'identità. Può fornire alle persone un maggiore controllo sui propri dati personali consentendo loro di gestire le proprie identità digitali in modo sicuro su una blockchain. Ciò potrebbe potenzialmente ridurre il furto di identità e semplificare i processi che ne richiedono la verifica, come l'apertura di conti bancari o l'accesso ai servizi della Pubblica Amministrazione.

La tecnologia Blockchain è sempre più utilizzata nel mondo dell'arte, offrendo vari vantaggi in termini di verifica della provenienza, di trasparenza e di sicurezza, utili nella creazione, distribuzione e autenticazione di opere d'arte e oggetti da collezione.

I Non-fungible Token (Token non fungibili), o NFT

La creazione di un'infrastruttura come la blockchain ha facilitato quella dei Token non fungibili (NFT), che hanno guadagnato un'attenzione significativa nel mondo dell'arte in quanto nuovo format utile ad acquistare, vendere e autenticare l'arte digitale. Gli NFT sono beni digitali unici archiviati appunto su una blockchain, che, come detto, fa da registro digitale decentralizzato e sicuro. Gli NFT hanno rivoluzionato il mercato dell'arte fornendo un modo per dimostrare la proprietà e l'autenticità delle opere d'arte digitali.



Quando un artista crea un'opera d'arte digitale e la tokenizza come NFT, sta essenzialmente creando un certificato di proprietà digitale unico nel suo genere per quell'opera d'arte.

Una delle caratteristiche principali degli NFT è la loro non fungibilità, il che significa che ogni token è distinto e non può essere replicato o scambiato su base uguale. Questa unicità è ciò che distingue gli NFT dalle altre criptovalute come Bitcoin o Ethereum, che sono fungibili e possono essere scambiate su base uno a uno. L'uso degli NFT nel mondo dell'arte ha aperto nuove opportunità agli artisti di monetizzare le loro creazioni digitali e ai collezionisti di investire in arte digitale con scarsità e provenienza dimostrabili.

Quando viene creato un NFT per un'opera d'arte, include metadati che specificano i dettagli sull'opera d'arte, come il nome dell'artista, il titolo dell'opera e un collegamento al file digitale. Questi metadati vengono archiviati sulla blockchain insieme all'identificatore univoco per l'NFT, garantendo che la proprietà e la provenienza dell'opera d'arte siano registrate in modo sicuro e non possano essere alterate.

Il processo di acquisto e vendita di opere d'arte NFT avviene in genere su piattaforme online chiamate mercati NFT. Questi mercati forniscono agli artisti uno spazio per coniare (creare) NFT per le loro opere d'arte digitali e ai collezionisti per acquistarli utilizzando la criptovaluta. L'uso di contratti intelligenti all'interno degli NFT consente agli artisti di guadagnare royalties sulle vendite secondarie, garantendo che possano continuare a beneficiare dell'apprezzamento del loro lavoro nel tempo.

L'aumento degli NFT nel mondo dell'arte ha innescato conversazioni sulle implicazioni per il diritto d'autore, i diritti di



proprietà intellettuale e le preoccupazioni ambientali a causa della natura ad alta intensità energetica della tecnologia blockchain. Tuttavia, i sostenitori ritengono che gli NFT hanno il potenziale per democratizzare il mercato dell'arte fornendo agli artisti un accesso diretto al pubblico globale e creando nuovi modi per gli appassionati d'arte di interagire e supportare i creatori.



LA DIMENSIONE DEL VALORE ULTERIORE PER LE ORGANIZZAZIONI CULTURALI

Il Web3 apre dunque nuove opportunità attraverso la tecnologia decentralizzata, allontanandosi da un modello economico centralizzato e privato. L'introduzione delle nuove tecnologie nelle arti e nella cultura non implica solo nuove forme di connessione con produttori, commercianti e collezionisti, ma anche la necessità di una migliore governance dell'ascolto e della condivisione. Il Web3 è un settore emergente dell'economia culturale, con propri attori, ritmi e linee guida.

Il settore culturale ha la possibilità di utilizzare queste nuove tecnologie in modo da svincolarle da una dimensione puramente economico-finanziaria e dall'obiettivo unico del profitto. La loro struttura ne consente anche un utilizzo funzionale alla risoluzione di altri problemi, siano essi piccoli o di natura sistemica, ed aggiungere possibilità di partecipazione ulteriore agli utenti, favorendone il coinvolgimento in diverse attività e a risolvere altri problemi. Anche questi meccanismi di "definanziarizzazione" del sistema possono contribuire alla creazione di un valore aggiunto diverso e complementare, legato alla sensazione di essere realmente parte di una comunità d'intenti e di passioni capace di catalizzare le tensioni personali per contestualizzarle in un ambito più ampio. Due semplici applicazioni della blockchain che hanno il potenziale per rivoluzionare il modo in cui funzionano i nostri sistemi sociali sono l'acquisto di un token non fungibile (NFT) da donare a una causa sociale e l'utilizzo di token per votare per un progetto comunitario.

Offrire un'esperienza significativa è senz'altro espressione di valore aggiunto per soggetti come le organizzazioni culturali, la cui missione principale è quella di facilitare processi di circolazione ed acquisizione della conoscenza. Da diversi decenni, l'industria



museale esplora nuovi modi per coinvolgere il pubblico delle sue attività, e la letteratura scientifica insegna che niente come l'attivazione dell'utente ne facilita i processi cognitivi.

In questo senso le opportunità legate ad esempio ai token non fungibili sono notevoli. È sufficiente pensare ad essi non solo come beni digitali che possono essere comprati e venduti ma anche in funzione di "punto di accesso" digitale a delle comunità. Il possesso di un NFT in questo caso garantisce al detentore un accesso speciale, o corredato di servizi ulteriori, o ancora con modalità del tutto differenti rispetto allo standard, tutte caratteristiche che permettono un livello di personalizzazione elevato ed accurato.

Inoltre, in occasione dell'emissione di un token, è possibile anche scegliere di offrirlo al pubblico senza alcun costo, in particolare per gli utenti che compiano un'azione con un valore intrinseco, come iscriversi alle comunità dell'organizzazione sui social media o anche ad un programma fedeltà. L'attribuzione di una posizione preferenziale legata al token ha essa stessa un valore, immateriale e vocazionale in primo luogo, ma disegnando anche un perimetro possibile di scarsità può anche assumere un valore finanziario, a chiudere il cerchio delle opportunità, tanto per l'utente quanto per lo stakeholder culturale.

CAPITOLO 4

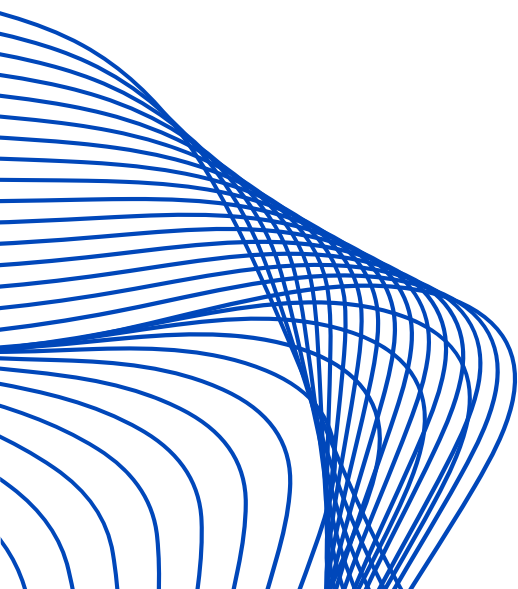
I SEGNALI DEL CAMBIAMENTO



Blockchain ed NFT rivoluzionano la catena del valore.

- Il Direttore dell'Hermitage di San Pietroburgo digitalizza come NFT e mette in vendita le opere del museo.
- L'opera di Beeple viene venduta a 90 milioni di dollari, stravolgendo il mercato dell'arte.
- L'NFT del primo tweet di Jack Dorsey, pagato oltre 7 milioni di dollari, ha ricevuto offerte pari a 7.000 dollari quando è stato messo all'asta con intento speculativo.
- Quantum Temple è un mercato NFT che promette di connettere i collezionisti con le comunità di tutto il mondo, diffondendo così la cultura in un modo nuovo per immortalare artefatti culturali, rituali e tradizioni sulla blockchain.

Utilizzando la tecnologia, comunità come Cave Punan sono in grado di coniare la loro storia culturale negli NFT, il che genera un reddito costante per la comunità. Inoltre, la comunità è in grado di stabilire un canale di comunicazione diretto con il mondo esterno, che attira l'attenzione sulle comunità bisognose e le aiuta a sopravvivere.



CAPITOLO 4

ISPIRAZIONI E SPUNTI DAL QUARTO INCONTRO



VERSO LA RELAZIONE PERSONALE CON IL PUBBLICO

Gli artisti sono il reparto di Ricerca & Sviluppo dell'umanità, sperimentano e prototipano esperienze culturali che oggi sono aperte alla delocalizzazione ed all'interattività, non più alla localizzazione e monodirezionalità proprie della loro versione precedente, secondo **Massimo Sterpi**, esperto in questioni legali relative alle Disruptive Technologies, con particolare attenzione ad Intelligenza Artificiale, Blockchain e robotica.

Ilaria Bonacossa, dal dicembre 2023 Direttrice di Palazzo Ducale, uscente Direttrice del Museo Nazionale Arte Digitale, ricorda che il museo ha un ruolo fondativo della e nella cittadinanza: mentre gli spazi esclusivamente virtuali hanno più che altro una funzione commerciale, resta fondamentale accompagnare la dimensione fisica a quella digitale, poiché è proprio la dimensione fisica quella in cui trova un accesso l'interesse primario e primigenio delle persone.

Il luogo espositivo deve essere una location "onlife", nella quale sia possibile traslare le proprie attività e sensazioni, portandole con sé nell'ambiente ibrido che risulta dalla somma di fisico e digitale, come emerso dall'intervento di **Giulio Bozzo**, Founder & CEO @ ReasonedArt, startup italiana dedicata alla Crypto Arte.

Guarda il video con tutti gli interventi

GUARDA ORA

CAPITOLO 4

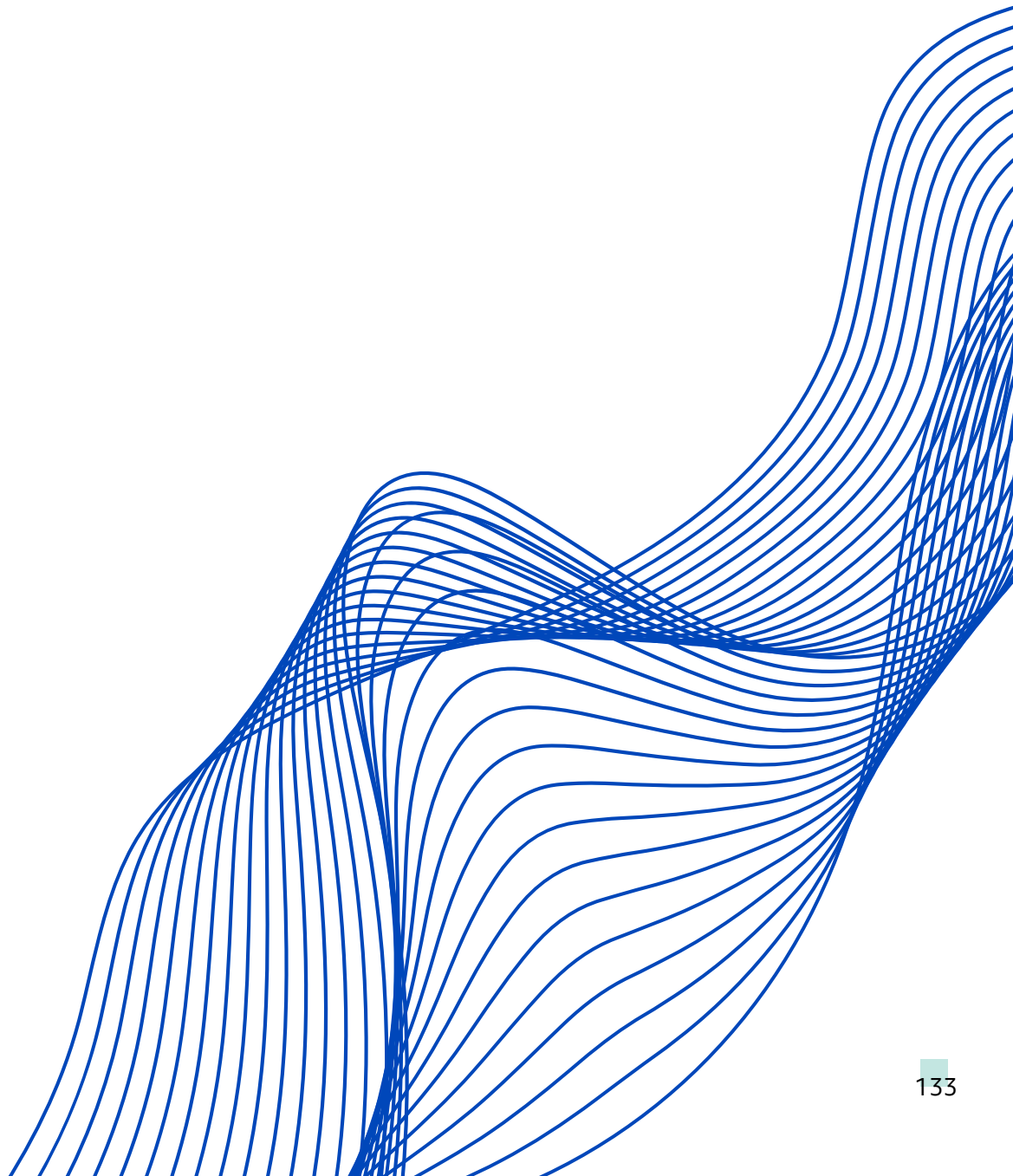
LE PAROLE CHIAVE/1

MISURABILITÀ



L'ESIGENZA DELLA MISURABILITÀ

La misurabilità gioca un ruolo fondamentale nella personalizzazione delle esperienze nel Web3, fornendo i dati e gli approfondimenti necessari per creare contenuti, prodotti e servizi su misura. Raccogliendo e analizzando i dati degli utenti, è possibile acquisire una migliore comprensione delle preferenze e delle esigenze del pubblico, portando in definitiva a esperienze più coinvolgenti e pertinenti.



I VANTAGGI DELLA MISURABILITÀ

Nel voler delineare l'effettiva e puntuale scansione dei vantaggi offerti dalla progettazione di esperienze digitali improntate alla personalizzazione tramite la misurabilità, ci si può rifare ad alcuni concetti fondamentali:

- **Modellazione:** la misurabilità consente alle aziende di identificare modelli e tendenze nel comportamento degli utenti, consentendo loro di ottimizzare le proprie piattaforme per soddisfare meglio le esigenze del proprio pubblico. Ciò si traduce in un'esperienza utente più fluida e piacevole, che può contribuire ad aumentare la soddisfazione e la fedeltà dell'utente.
- **Marketing mirato:** i dati misurabili consentono alle aziende di creare campagne di marketing mirate che hanno maggiori probabilità di entrare in risonanza con il pubblico. Comprendendo le preferenze degli utenti, le aziende possono offrire contenuti personalizzati, promozioni e pubblicità maggiormente coinvolgenti ed efficaci.
- **Ottimizzazione del Processo decisionale:** lavorare su dati reali consente di trarre informazioni preziose che possono orientare le decisioni strategiche, come lo sviluppo del prodotto, la definizione delle priorità delle funzionalità e i miglioramenti della piattaforma. Utilizzando approfondimenti basati sui dati, le aziende possono prendere decisioni più informate che si allineano meglio alle esigenze e alle preferenze dei propri utenti.
- **Aumento del ROI:** utilizzando dati misurabili per personalizzare le esperienze nel Web3, gli stakeholder possono aumentare il coinvolgimento, la soddisfazione e la fedeltà degli utenti, il che può portare a tassi di conversione più elevati e maggiori entrate.



STRATEGIE DI IMPLEMENTAZIONE DELLA MISURABILITÀ DELLE ESPERIENZE DIGITALI

Per immaginare e definire un ecosistema progettuale digitale basato su criteri di misurabilità e quindi monitorabile in modo utile, è opportuno osservare alcune direttrici essenziali di carattere generale:

- Definire obiettivi chiari: articolare chiaramente scopi e obiettivi dell'esperienza aiuta a identificare le metriche specifiche e gli indicatori chiave di prestazione (KPI) da misurare.
- Configurare l'analisi: implementare strumenti di analisi solidi e compatibili con le tecnologie utilizzate, un protocollo che consenta di monitorare e misurare le interazioni degli utenti, le transazioni e altri punti dati rilevanti all'interno dell'esperienza dell'utente.
- Monitorare il feedback degli utenti: ascoltare attivamente il feedback degli utenti e integrarlo nel quadro di misurazione, dove possibile incorporando strumenti di analisi del sentiment per valutare la soddisfazione e la reazione emotiva degli utenti all'interno dell'esperienza.
- Predisporre Test A/B: eseguire test A/B per confrontare diverse versioni o funzionalità della tua esperienza, percorso utile a identificare quali elementi contribuiscano a migliorare prestazioni e misurabilità.
- Collaborare con influencer: interagire con figure influenti all'interno della comunità di riferimento per promuovere o sviluppare ulteriormente il vissuto dell'utente può portare a una maggiore visibilità, con il valore aggiunto di ampliare l'impatto misurabile.

Se è vero che migliorare la misurabilità in un'esperienza digitale richiede una combinazione di strumenti tecnici, piattaforme di analisi e una profonda comprensione del pubblico cui ci si rivolge, il

Web3 aggiunge alcune opzioni finora inedite al quadro:

- Utilizzare smart contract: sfruttare i contratti intelligenti per automatizzare e codificare azioni ed eventi specifici all'interno dell'esperienza. I contratti intelligenti consentono transazioni trasparenti e verificabili, rendendo più semplice misurare e analizzare il comportamento degli utenti.
- Implementare l'analisi blockchain: esplorare le piattaforme di analisi blockchain che forniscono approfondimenti sulle transazioni on-chain, sui movimenti dei token e sul comportamento degli utenti. Questi strumenti possono facilitare la comprensione delle modalità e dei ritmi di coinvolgimento degli utenti, identificare eventuali 'colli di bottiglia', contribuendo a maturare una più completa valutazione dell'efficacia del prodotto/servizio.

CAPITOLO 4

LE PAROLE CHIAVE/2

LINGUAGGIO



RUOLO E FUNZIONE DEL LINGUAGGIO

Il linguaggio gioca un ruolo cruciale nel connettersi con le comunità digitali – e naturalmente con i singoli utenti – favorendo la comunicazione, la comprensione e la costruzione dello spirito e dell'immaginario comune nel quale il singolo si ritrova e rispecchia.

La ricerca¹ evidenzia l'importanza del linguaggio negli ambienti online, sottolineando il suo ruolo nel modellare i comportamenti sociali e le dinamiche dei gruppi in questo contesto. Il linguaggio negli spazi digitali caratterizza l'immedesimazione necessaria a coinvolgere le persone in movimenti sociali, iniziative improntate all'attivismo e in generale nella formazione di comunità virtuali, ma possono insorgere problemi di comunicazione e conflitti **a causa della brevità e informalità**² della comunicazione online. L'uso efficace della lingua può costruire comunità più forti creando vocabolari condivisi che migliorano il cameratismo, **facendo sentire gli utenti inclusi**³ e incentivando la fidelizzazione del singolo.

Inoltre, la lingua comune può modellare l'identità della comunità, riflettere valori, credenze e norme e promuovere la comunicazione interculturale per migliorare la comprensione reciproca e la cooperazione tra gruppi diversi. Nell'era digitale, il linguaggio si adatta con abbreviazioni, emoticon e meme per trasmettere significati in modo efficiente e promuovere un senso di appartenenza all'interno delle comunità online. Comprendere il ruolo del linguaggio negli spazi digitali è fondamentale per navigare in modo responsabile in questo panorama in evoluzione e promuovere una comunicazione digitale inclusiva a beneficio degli individui e della società nel suo complesso.

¹ Language Socialization in Online Communities

SCOPRI DI PIÙ

² Language: Social Relations and Interactions in the Digital Era

SCOPRI DI PIÙ

³ The Importance of Language for Your Community

SCOPRI DI PIÙ

LE STRATEGIE DI OTTIMIZZAZIONE DEL LINGUAGGIO NEL DIGITALE

Per definire il linguaggio e la modalità di dialogo più adatte per una comunità digitale specifica è fondamentale innanzitutto comprenderne le caratteristiche, le preferenze e le esigenze uniche. Personalizzando la comunicazione in modo che sia in sintonia con interessi e preoccupazioni dei suoi membri, è possibile favorire un coinvolgimento più significativo e creare un ambiente più inclusivo.

Per raggiungere questo obiettivo, è consigliabile considerare dei passaggi rilevanti:

- Effettuare ricerche sulla community: individuare e focalizzare interessi, obiettivi e sfide. Ciò può essere fatto esplorando forum online, piattaforme di social media e altre fonti di informazione pertinenti. Comprendere la cultura e i valori della comunità facilita la comprensione delle loro preferenze linguistiche e comunicative.
- Analizzare il vocabolario della comunità: identificare i termini, le frasi e il gergo specifici utilizzati dalla comunità, inclusi termini tecnici, nonché altri termini esclusivi della comunità. Incorporando questi termini nel dialogo si dimostra la volontà di comprendere la comunità e costruire un rapporto con i suoi membri. Studiare i contenuti esistenti all'interno della community, come post di blog, discussioni sui social media e thread di forum, identificare i modelli linguistici, le parole chiave e le frasi che risuonano con i membri della comunità è essenziale per personalizzare la comunicazione.
- Comprendere le preferenze di comunicazione della comunità: comunità diverse possono preferire stili e piattaforme di comunicazione diversi. Alcuni potrebbero preferire la comunicazione scritta, come post di blog o forum, mentre altri potrebbero preferire formati più interattivi, come video o podcast. Comprendendo le preferenze di comunicazione della comunità, è possibile individuare le modalità e i formati ottimali



per l'espressione e il confronto. Ascoltare attivamente le conversazioni in corso all'interno della comunità, analizzandone il tono, lo stile e le scelte semantiche offre preziose e dettagliate informazioni dettagliate sulle preferenze comunicative e sulle sfumature culturali.

- Interagire con la community: partecipare attivamente alle discussioni della community, sia online che offline. Ciò non solo aiuta ad acquisire maggiore familiarità con il linguaggio e le dinamiche retoriche del gruppo, ma offre un ulteriore segnale di apertura e disponibilità, elementi che confermano l'impegno a voler comprendere i loro bisogni e preoccupazioni.
- Stimolare feedback: chiedere regolarmente feedback ai membri della comunità attraverso sondaggi, sondaggi o conversazioni dirette con i singoli utenti garantisce il presidio necessario a tenere allineata la sensibilità di chi gestisce la community con quella di chi la vive.

CAPITOLO 4

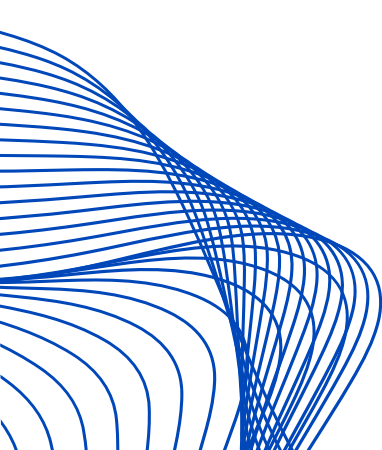
LE PAROLE CHIAVE/3

PASSIONE



L'IMPORTANZA DELLA PASSIONE PER LA RELAZIONE DIGITALE

La passione è uno strumento potente per costruire e coltivare la relazione all'interno delle comunità digitali. Le Passion Community sono gruppi di nicchia incentrati su interessi e hobby condivisi, che offrono un ambiente più coinvolgente e mirato rispetto ai social network tradizionali. I membri appassionati della comunità hanno maggiori probabilità di impegnarsi attivamente, contribuire in modo significativo e costruire forti legami tra loro. Questo maggiore coinvolgimento porta a un aumento dei tassi di fidelizzazione oltre che di partecipazione.



I VANTAGGI DELLE PASSION COMMUNITY

La creazione di community online basate su passioni condivise consente ai creatori di stabilire relazioni significative con il proprio pubblico. Ascoltando i membri, mostrando apprezzamento per il loro contributo e creando un senso di appartenenza, i creatori possono rafforzare la fiducia e la collaborazione. Una gestione efficace della comunità implica la sensazione dei membri di poter effettivamente esprimere e far sentire la propria voce, offrire supporto e creare opportunità di interazione tra i membri, diventando elementi di attivazione e proliferazione del gruppo.

Costruire una comunità in ambiente digitale implica favorire le connessioni tra i membri, incoraggiare le discussioni e valorizzare il coinvolgimento. Far leva sulla passione per costruire comunità digitali implica creare spazi in cui i membri possano connettersi su interessi condivisi, promuovere relazioni significative attraverso il coinvolgimento attivo e interazioni personalizzate e dare priorità all'autenticità e alla trasparenza nella gestione della comunità.



LE STRATEGIE PER METTERE A FRUTTO LA PASSIONE CONDIVISA

Coltivare una comunità web3 con passione richiede una combinazione di pianificazione strategica, comunicazione efficace e un impegno genuino verso i bisogni e le aspirazioni dei singoli, che trovano nel gruppo la concreta prospettiva di realizzazione. Elementi utili in questo senso sono:

- Definire una visione e una missione chiare: una comunità digitale funzionale e funzionante è guidata da una filosofia e una definizione puntuale degli obiettivi che si prefigge. È quindi fondamentale articolare chiaramente lo scopo della comunità e i valori che sostiene, fattore che permette di attrarre persone che condividono passione e convinzioni. La visione e la missione ben definite fungono da principi guida per tutte le attività e iniziative della comunità.
- Promuovere una comunicazione aperta: la comunicazione aperta è fondamentale per creare fiducia, promuovere il coinvolgimento e coltivare una community appassionata.
- Incoraggiare la collaborazione: creare spazi e occasioni utili a incoraggiare i membri a collaborare a progetti, condividere conoscenze e contribuire con la propria esperienza vuol dire creare opportunità per i team interfunzionali di lavorare insieme su iniziative in linea con gli obiettivi della comunità. Promuovendo la collaborazione si consente alle persone di assumersi la responsabilità del proprio contributo, rafforzando al contempo il senso di appartenenza all'interno della comunità.
- Fornire istruzione e risorse: partendo dal focus dell'interesse comune, fornire risorse educative come tutorial, guide o webinar per aiutare i membri della comunità a superare le complessità legate al tema e che siano utili all'abilitazione viene visto come un elemento caratterizzante di grande importanza. Promuovere una cultura di apprendimento continuo organizzando workshop o programmi di tutoraggio in cui i

membri esperti possono condividere le proprie conoscenze con altri è un ulteriore fattore di stimolo alla conoscenza, includendo potenzialmente tutti gli utenti nella crescita e nello sviluppo della comunità.

- Momenti di riscontro pubblico: riconoscere e premiare i membri della comunità per il loro contributo è essenziale per alimentare passione e motivazione. Implementare un sistema per riconoscere e celebrare gli sforzi delle persone che vanno oltre l'ordinario nel sostenere la comunità può avvenire usando strumenti come badge, elementi di gamification o anche incentivi finanziari come token o criptovalute. Mediante questi riconoscimenti pubblici si crea un ciclo di feedback positivo che incoraggia il coinvolgimento e la passione continui all'interno della comunità.
- Promuovere la diversità e l'inclusione: le comunità digitali, e quelle che si ispirano ad una visione decentralizzata propria del Web3 in particolare, prosperano grazie alla diversità e all'inclusione. È indispensabile che la comunità sia accogliente nei confronti di persone di ogni provenienza, cultura e prospettiva, in modo da abbracciare la diversità come fonte di energia e cercare attivamente le voci sottorappresentate. Incoraggiare discussioni rispettose che promuovono punti di vista diversi e mettono in discussione le ipotesi esistenti si promuove davvero l'inclusione, innervandone una comunità vivace e dinamica che beneficia di un'ampia gamma di esperienze e idee.
- Iterare e adattare: man mano che una comunità digitale evolve è importante ripetere continuamente il ciclo delle strategie e adattarsi alle mutevoli esigenze che emergano. Sollecitare regolarmente feedback dai membri della comunità e utilizzarlo per perfezionare l'approccio, rimanendo agili e reattivi, può garantire che la community rimanga appassionata, pertinente e allineata con la visione originaria.

COME FUNZIONANO LE COMUNITÀ DIGITALI NEL WEB3

*DAO (DECENTRALIZED AUTONOMOUS
ORGANIZATIONS), TOKENIZZAZIONE E
“CROWD BUSINESS”*





CAPITOLO 5

- **SFIDE DA COGLIERE E CRITICITÀ
DA COMPRENDERE | DAO E IL
FUTURO DEI MUSEI: GOVERNANCE
DECENTRALIZZATA E OPPORTUNITÀ
INNOVATIVE**
- **I SEGNALI DEL CAMBIAMENTO**
- **ISPIRAZIONI E SPUNTI DAL QUINTO
INCONTRO**
- **LE PAROLE CHIAVE/1 – MICROCOMUNITÀ**
- **LE PAROLE CHIAVE/2 – CHANGE
MANAGEMENT**
- **LE PAROLE CHIAVE/3 – PENSIERO
SISTEMICO**



La digitalizzazione sta riscrivendo il contratto sociale, modificando il rapporto tra gli individui e lo Stato e gli individui e le imprese. Dal punto di vista del business, la prima sfida è immediata ed esistenziale. La digitalizzazione riduce le barriere all'ingresso e apre la possibilità a nuovi modelli di business che rivoluzionano gli operatori storici. La digitalizzazione alla fine rimodellerà i mercati, i settori e il ruolo delle aziende in modi che devono ancora diventare del tutto chiari. I modelli di business si evolveranno rapidamente e stanno già emergendo piattaforme ed ecosistemi intersettoriali.

World Economic Forum, Responsible Digital Transformation

SCOPRI DI PIÙ

CAPITOLO 5

**SFIDE DA COGLIERE E
CRITICITÀ
DA COMPRENDERE.**

**DAO E IL FUTURO DEI
MUSEI: GOVERNANCE
DECENTRALIZZATA
E OPPORTUNITÀ
INNOVATIVE**



L'EVOLUZIONE DELLE COMUNITÀ DIGITALI NEL WEB3

L'evoluzione dal Web2 al Web3 ha comportato cambiamenti significativi nel modo in cui le comunità online vengono costruite e gestite. Nella transizione al Web3, le dinamiche di coinvolgimento e strategia della comunità online si sono trasformate, in gran parte a causa della natura decentralizzata delle tecnologie del Web3. Il passaggio dal Web2 al Web3 rappresenta un cambiamento significativo nel modo in cui operano le comunità online, con particolare attenzione alla decentralizzazione, alla fiducia e alla collaborazione.

Alcuni aspetti chiave di questa evoluzione includono:

- Decentralizzazione ed equità: il Web3, alimentato dalla tecnologia blockchain, ha reso la gestione della comunità online molto più orizzontale, dando potere di voto e decisionale a tutti, portando a discussioni più collaborative e coinvolgenti oltre che non censurabili.
- Strategie di creazione di comunità: costruire una comunità Web3 funzionale ed efficiente implica comprenderne gli obiettivi reali, stabilire valori, scegliere la piattaforma giusta, gestire la presenza, attrarre e trattenere membri e implementare esperienze personalizzate e iniziative guidate dalla comunità.
- Sfide e opportunità: il panorama dinamico delle tecnologie Web3 evolve continuamente, presentando sfide e opportunità senza precedenti nella gestione della comunità. Le tendenze future nella gestione della comunità Web3 includono il ruolo delle organizzazioni autonome decentralizzate (DAO) e l'importanza di strategie efficaci di gestione della comunità.
- Adattabilità e comunicazione: proprio in ragione di questa orizzontalità di fatto, chiunque intenda gestire una comunità costruita e costituita nelle infrastrutture del Web3 deve adottare un approccio adattabile, competente e attento nella comunicazione e nella costruzione di relazioni sane e rispettose.

LE DAO (DECENTRALIZED AUTONOMOUS ORGANIZATIONS)

Secondo il World Economic Forum, le organizzazioni autonome decentralizzate, note anche come DAO, sono una componente relativamente nuova dell'ecosistema blockchain che ha il potenziale per rappresentare una rivoluzione sostanziale in termini di strutture organizzative. Il modello dell'impresa contemporanea, sebbene abbia prodotto risultati spesso capaci di cambiare la storia dell'umanità, è oggi anche criticato per la sua natura eccessivamente rigida e poco inclusiva.

Le comunità, i lavoratori, l'ambiente e altri stakeholder essenziali sono spesso esclusi dall'amministrazione di queste imprese, senza che sia riconosciuta loro parte o voce significativa nel processo.

Un'Organizzazione Autonoma Decentralizzata (DAO) è un tipo di organizzazione che opera senza un'autorità centrale, utilizzando la tecnologia blockchain e contratti intelligenti per automatizzare i processi decisionali e di governance. I membri di una DAO possiedono token e possono votare sulle iniziative che l'organizzazione può intraprendere.

Le compagini di questo tipo sono progettate per essere trasparenti, sicure e decentralizzate, consentendo la gestione dal basso verso l'alto e la partecipazione a vari tipi di organizzazioni, comprese le attività basate su criptovalute e blockchain. Lo status giuridico delle DAO non è ancora chiaro e sono gestite in tutto o in parte da programmi informatici decentralizzati, con votazioni e finanze gestite attraverso una blockchain.

Il termine "DAO" può anche riferirsi a "società autonoma decentralizzata" ("decentralized autonomous corporation") ed è un fenomeno versatile e transnazionale con varie potenziali implicazioni legali. Le DAO sono considerate uno dei fenomeni più interessanti in ambito digitale e fintech, ma suscitano anche molto interesse nel mondo culturale e creativo.



L'IMPATTO DELLE DAO SU MUSEI, ARTE E SETTORE CULTURALE

Come detto, le DAO sono entità digitali che operano senza un'autorità centrale, utilizzando contratti intelligenti sulla tecnologia blockchain per facilitare il processo decisionale e le transazioni. Questo nuovo approccio alla governance e alla gestione ha il potenziale per rivoluzionare il settore culturale, in particolare i musei, affrontando le varie sfide che si trovano ad affrontare.

Democratizzazione dei finanziamenti e del processo decisionale

Uno degli impatti più significativi delle DAO sui musei e sul settore culturale è la democratizzazione dei finanziamenti e del processo decisionale. Tradizionalmente, i musei si affidano a finanziamenti governativi, donatori privati e sponsorizzazioni per sostenere le loro operazioni e progetti. Tuttavia, le DAO consentono un modello di finanziamento più decentralizzato, in cui gli individui possono contribuire ai progetti museali direttamente attraverso criptovalute e token. Ciò consente fonti di finanziamento più diversificate e una maggiore partecipazione da parte del pubblico in generale.

Ad esempio, il Museum of Crypto Art (MoCA) è un museo virtuale basato su DAO che accetta donazioni in criptovalute per sostenere le sue mostre. Il modello di finanziamento decentralizzato del MoCA consente una maggiore inclusività e coinvolgimento della comunità nella curatela e nella gestione del museo.

Maggiore trasparenza e responsabilità

Le DAO possono migliorare la trasparenza e la responsabilità all'interno dei musei e del settore culturale rendendo le transazioni finanziarie e i processi decisionali più trasparenti. L'uso della tecnologia blockchain garantisce che tutte le transazioni siano registrate su un registro immutabile, rendendo difficile la manomissione o la manipolazione dei dati. Questa maggiore

trasparenza può aiutare a creare fiducia tra i musei e i loro stakeholder, inclusi donatori, visitatori e pubblico in generale. Ad esempio, la piattaforma artistica SuperRare basata su DAO utilizza la tecnologia blockchain per registrare la provenienza di ciascuna opera d'arte, garantendo che la storia della proprietà sia trasparente e verificabile.

Un altro esempio di utilizzo delle DAO nel settore museale per una maggiore trasparenza e responsabilità, in questo caso ancora non realizzato e solo ipotetico, è quello della contrattualizzazione dei prestiti tramite blockchain. Attraverso l'istituzione di una DAO del museo per l'archiviazione e la consultazione dei diversi *smart contract*, vengono regolati e tutelati i diversi prestiti. L'utilizzo dello *smart contract* può essere certamente accompagnato anche da contratti di natura tradizionale, che non richiedono l'uso di blockchain. In una fase iniziale dell'uso di *smart contract* per la gestione dei prestiti di opere, si potrebbe prevedere la sottoscrizione di entrambe le tipologie di contratto, in modo che anche i responsabili di musei più scettici possano affrontare la sfida e cogliere l'opportunità offerta dal Web 3.

Nuovi flussi di entrate e modelli di business

Le DAO possono aprire nuovi flussi di entrate e modelli di business per i musei e il settore culturale sfruttando il potenziale delle risorse digitali, come i token non fungibili (NFT). Gli NFT sono risorse digitali uniche che possono rappresentare la proprietà di opere d'arte fisiche o digitali, fornendo ai musei un nuovo modo di monetizzare le proprie collezioni e generare entrate.

Il Museo Guggenheim, ad esempio, ha collaborato con la NFT Marketplace Foundation per creare una serie di NFT che rappresentano opere d'arte iconiche nella loro collezione.



Adottando le tecnologie NFT e DAO, i musei possono esplorare modelli di business innovativi e generare nuove fonti di entrate.

Maggiore accessibilità e conservazione del patrimonio culturale

Le DAO possono anche contribuire alla conservazione e all'accessibilità del patrimonio culturale decentralizzando e democratizzando l'accesso alle collezioni museali. Sfruttando la tecnologia blockchain, i musei possono creare repliche digitali delle loro collezioni e renderle disponibili al pubblico attraverso piattaforme decentralizzate. Ciò non solo rende le collezioni museali più accessibili a un pubblico più ampio, ma ne garantisce anche la conservazione a lungo termine.

Ad esempio, Civil, sostenuta da Axiom Zen, una piattaforma decentralizzata per notizie e contenuti, ha collaborato con i musei per creare repliche digitali delle loro collezioni e renderle accessibili attraverso la loro piattaforma.

Generare un Marketplace stabile e integrato sul piano strategico in un'organizzazione culturale, dà al pubblico una nuova possibilità di interazione, creando un nuovo ponte relazionale che può manifestarsi in tante varie forme quante l'istituzione è disposta a ideare: dalla semplice generazione e vendita di NFT a forme di membership, fino all'inclusione nelle decisioni che l'organizzazione intende prendere, come le scelte espositive, curatoriali, o quelle relative alla collaborazione con partner, o alla comunicazione.

Per portare un esempio, si può dare la possibilità al pubblico di scegliere quale tra due contenuti pubblicare sui canali social ufficiali dell'istituzione, o si può dare la possibilità di scegliere quale opera il museo dovrà restaurare con maggiore urgenza. Se si associa alla possibilità di voto un valore in criptovalute, ogni decisione presa può essere considerata come una nuova sorta di operazione di crowdfunding.

LE SFIDE E LE PROBLEMATICHE LEGATE ALLE DAO

Sebbene le DAO offrano numerosi vantaggi, come una maggiore trasparenza e decentralizzazione, comportano anche una serie di sfide e problemi. In questo saggio discuteremo alcune delle questioni chiave affrontate dalle DAO e i modi in cui possono essere affrontate.

Governance e processo decisionale

Una delle principali sfide affrontate dalle DAO è una governance e un processo decisionale efficaci. Poiché non esiste un'autorità centrale, le decisioni devono essere prese attraverso un processo basato sul consenso, che può essere dispendioso in termini di tempo e inefficiente. Inoltre, i meccanismi di voto nelle DAO possono essere soggetti a manipolazione o compravendita di voti, il che può portare a un processo decisionale inadeguato.

Scalabilità

Man mano che le DAO crescono in dimensioni e complessità, devono affrontare sfide legate alla scalabilità. Più transazioni e contratti intelligenti vengono elaborati da una DAO, più risorse richiede e ciò può comportare un aumento delle commissioni di transazione e tempi di elaborazione più lenti.

Vulnerabilità della sicurezza e dei contratti intelligenti

I contratti intelligenti, che costituiscono la spina dorsale delle DAO, sono soggetti a vulnerabilità che possono portare ad attacchi informatici e furti di fondi.

Sfide legali e normative

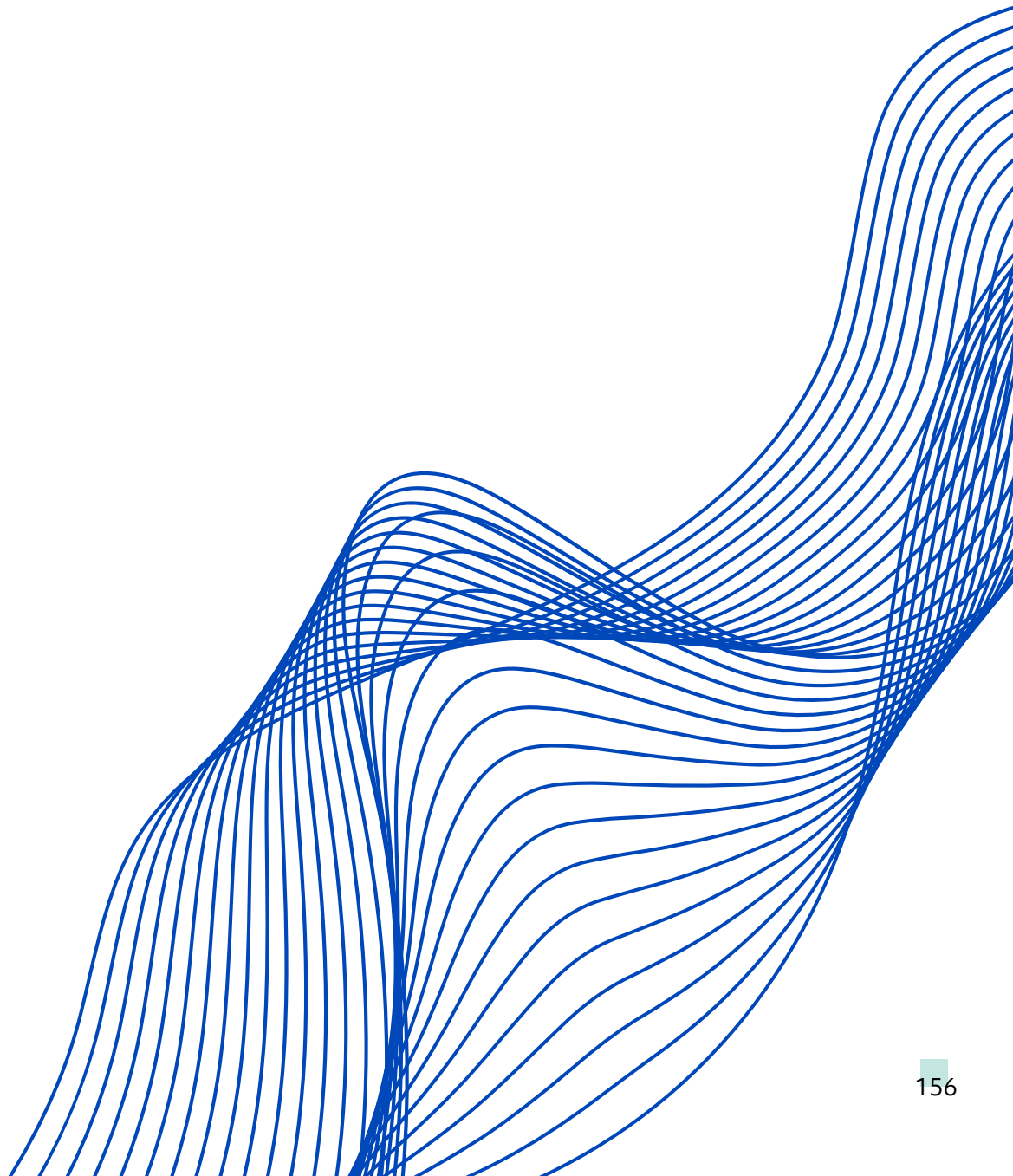
Man mano che le DAO diventano più diffuse, devono affrontare un controllo crescente da parte dei regolatori e delle autorità legali. Ciò può portare a incertezze riguardo allo status giuridico delle DAO, ai loro token e ai diritti e alle responsabilità dei loro



partecipanti.

Coordinamento e Comunicazione

In un'organizzazione decentralizzata, coordinare e comunicare con i partecipanti può essere impegnativo. Ciò può portare a problemi di comunicazione, incomprensioni e inefficienze nel processo decisionale.

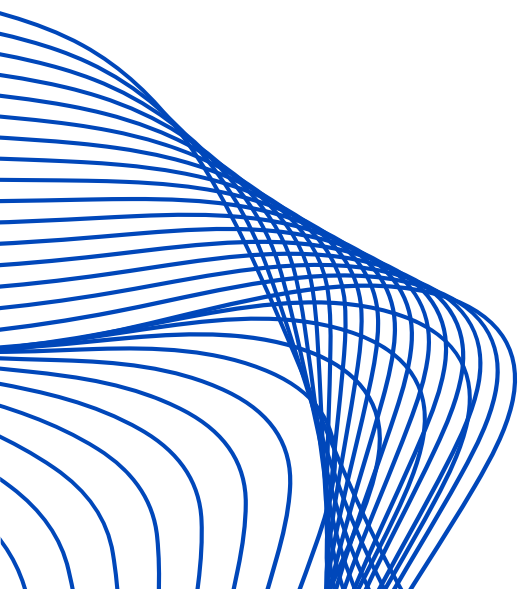


CAPITOLO 5

I SEGNALI DEL CAMBIAMENTO



- Giovani americani si organizzano su TikTok per boicottare la campagna presidenziale di Donald Trump prenotando online tutti i posti della location di un suo discorso elettorale, che il giorno dell'appuntamento risulta deserto, come documentano i media presenti.
- I memestock: gruppi di persone si organizzano su piattaforme digitali (come Reddit) per influire ed incidere sul flusso dei mercati finanziari.
- Booktokers: i ragazzi reinventano comunità di appassionati attorno a libri anche non recenti facendo leva su elementi non tradizionali (come l'estetica delle ambientazioni delle storie), cambiando gli equilibri del mercato editoriale.
- DAO per comprare una copia della costituzione americana: un primo esempio di mobilitazione, in continuità con il crowdfunding.
- J.K.Rowlings viene contestata da anni a livello globale da una platea di membri della comunità LGBTQI+ per i suoi pareri sull'identità di genere.



CAPITOLO 5

ISPIRAZIONI DAL QUINTO INCONTRO



LO SPAZIO DIGITALE (IN) COMUNE

Il digitale ci ha portato in un luogo comune nel quale confluiscono e si condividono percorsi quotidiani, nel quale trascorriamo dalle 4 alle 8 ore al giorno, spendendo tempo con conosciuti e sconosciuti. Partendo dalla descrizione di questo contesto con il quale siamo chiamati a fare i conti, Andrea Concas, Art Tech Entrepreneur, esperto della relazione tra arte e tecnologia ha raccontato come le comunità agiscono e impattano nella determinazione del valore, ad esempio degli NFT.

Angelo Rindone, fondatore di Produzioni dal Basso e CEO di FolkFunding, disegna lo scenario di una moltitudine di comunità a geometria variabile, alle quali si aderisce solo in ragione di un interesse particolare e circoscritto, in una dimensione più labile di quella della relazione personale analogica, in cui le piattaforme che non sono neutrali ma giocano un ruolo attivo e determinante.

Dal suo osservatorio privilegiato Silvio Salvo, Responsabile Ufficio stampa e Social Media Manager della Fondazione Sandretto Re Rebaudengo, esperto di comunità digitali, crede nell'infochaostainment, ossia nell'interpretazione creativa dei flussi debordanti di informazioni e contenuti che ci avvolgono nella vita digitale, proponendo di dominarne le correnti seguendo la logica della viralità non come fine ultimo, ma come principio metodologico.

Guarda il video con tutti gli interventi

GUARDA ORA

CAPITOLO 5

LE PAROLE CHIAVE/1

MICROCOMUNITÀ



LE MICRO-COMUNITÀ DIGITALI

Le micro-comunità digitali si riferiscono a piccoli gruppi di individui che condividono interessi o obiettivi comuni all'interno di una comunità online più ampia: sono segmenti altamente focalizzati di un pubblico target che si riuniscono online attorno a interessi, convinzioni e/o finalità condivise. Tali comunità possono essere determinanti nel migliorare il coinvolgimento degli utenti, raccogliere feedback, alimentare la fidelizzazione e aumentare l'efficacia della distribuzione di un prodotto o servizio. Forniscono uno spazio in cui gli utenti possono connettersi tra loro e con l'organizzazione in modo più personale ed esclusivo.

I pilastri delle micro-comunità digitali includono quindi:

- **Maggiore coinvolgimento:** promuovono un maggiore coinvolgimento tra i membri, generando passaparola e relazioni più forti con e tra gli utenti.
- **Focus mirato:** queste comunità si concentrano su interessi o obiettivi specifici rilevanti per i loro membri, consentendo la condivisione di conoscenze specializzate e discussioni ad essi correlate.
- **Responsabilità:** le micro-comunità promuovono la responsabilità grazie alle loro dimensioni ridotte, incoraggiando la partecipazione attiva e interazioni significative.

LA CAPACITÀ D'IMPATTO

I professionisti del marketing moderni sfruttano le micro-comunità per sbloccare strategie di crescita dedicando azioni a specifici segmenti di clienti e creando tattiche basate sulle prestazioni per l'acquisizione e la fidelizzazione dei clienti. Queste comunità svolgono un ruolo cruciale nella creazione di connessioni, nella condivisione di contenuti di valore e nel fornire una piattaforma affinché persone che la pensano allo stesso modo possano interagire profondamente tra loro.

A livello di capacità d'impatto, la formula viene usata nel contesto dei piani di digitalizzazione delle PMI, nella promozione della cultura digitale oltre che nel miglioramento delle competenze digitali della forza lavoro, essendole riconosciuto un potente effetto generativo di successo delle iniziative di trasformazione digitale.



I VANTAGGI DELLA MICRO-DIMENSIONE NEL DIGITALE

Unirsi a una micro-comunità digitale offre numerosi vantaggi, tra cui:

- **Connessioni più profonde:** le micro-comunità consentono ai membri di formare connessioni più profonde con persone che la pensano allo stesso modo e che condividono i loro interessi, portando a relazioni e amicizie significative.
- **Supporto e incoraggiamento:** far parte di una micro-comunità fornisce una preziosa rete di supporto in cui i membri possono ricevere aiuto durante i momenti difficili e celebrare insieme successi e momenti rilevanti.
- **Feedback e crescita personale:** le micro-comunità offrono uno spazio intimo per ricevere feedback genuini, migliorare lo sviluppo personale e le competenze attraverso le interazioni con i membri della comunità.
- **Senso di appartenenza:** l'adesione a una micro-comunità crea un sentimento di appartenenza a un gruppo che condivide valori e interessi comuni, favorendo un senso di orgoglio e identità.
- **Legami forti:** i membri di micro-comunità possono sviluppare forti legami tra loro grazie alle passioni condivise, creando cameratismo e fiducia in una maniera che comunità più grandi, in ragione della loro dimensione dispersiva, non consentono.

STRATEGIE PER LA CREAZIONE E LA CRESCITA DI MICROCOMUNITÀ DIGITALI

Creare e coltivare microcomunità digitali per costruire fedeltà e coinvolgimento verso l'attività desiderata passa attraverso alcuni accorgimenti strategici:

- Fornire valore: offrire contenuti, risorse e vantaggi esclusivi ai membri della community, come l'accesso anticipato al lancio di prodotti, sconti esclusivi o contenuti educativi relativi alla nicchia di interesse.
- Utilizzare le giuste piattaforme online: contrariamente ai trend degli ultimi anni, le persone tendono a preferire canali privati e comunque non troppo esposti pubblicamente per potersi esprimere, come i canali di messaggistica privata (Telegram, Whatsapp) o anche i tradizionali Forum, nella loro forma più evoluta.
- Incoraggiare la produzione di contenuti generati dagli utenti: utilizzare i contenuti generati dagli utenti (UGC, *user generated content*) all'interno della micro-community può aumentare la percezione della personalizzazione dell'esperienza per i membri.
- Promuovere l'autenticità: enfatizzare le interazioni autentiche rispetto ai contenuti promozionali all'interno della community caratterizza un ambiente dove le conversazioni si concentrano sull'aggiungere di valore, sulla condivisione di esperienze e sulla costruzione di relazioni piuttosto che sulla semplice promozione di prodotti o servizi
- Offrire esperienze interattive: costruire varie attività interattive come Q&A, incontri anche dal vivo, corsi online o eventi virtuali può mantenere i membri più coinvolti e connessi. Le interazioni personalizzate (come anche le videochiamate con i fondatori della comunità) possono avere un impatto maggiore rispetto ai metodi di comunicazione generici e tradizionali.

CAPITOLO 5

LE PAROLE CHIAVE/2

CHANGE MANAGEMENT



IL PERIMETRO DEL CHANGE MANAGEMENT NELLA TRASFORMAZIONE DIGITALE

La gestione del cambiamento (change management) è un approccio strutturato per la transizione efficace di individui, team e organizzazioni da uno stato attuale a uno stato futuro desiderato. Implica la pianificazione, l'implementazione e la gestione dei cambiamenti nei processi, procedure, tecnologie o strutture organizzative.

Il change management è fondamentale nel processo di trasformazione digitale poiché aiuta le organizzazioni a superare le complessità e le incertezze derivanti dall'adozione di nuove tecnologie e pratiche digitali. Gestendo in modo efficace il cambiamento, le aziende possono garantire una transizione graduale verso la transizione digitale di processi e pratiche e massimizzare i vantaggi che ne derivano.

LA RILEVANZA DEL **CHANGE MANAGEMENT**

Ecco alcuni motivi per cui la gestione del cambiamento è rilevante nel processo di trasformazione digitale:

- **Adesione da parte dei dipendenti:** la gestione del cambiamento aiuta i dipendenti a comprendere la necessità di trasformazione digitale, ad abbracciare le nuove tecnologie e ad acquisire le competenze necessarie per utilizzarle in modo efficace. Ciò promuove una cultura dell'innovazione e migliora il coinvolgimento e la produttività complessivi dei dipendenti.
- **Mitigare la resistenza:** la resistenza al cambiamento è una sfida comune in qualsiasi processo di trasformazione. Le strategie di gestione del cambiamento aiutano a identificare tempestivamente le potenziali fonti di resistenza e ad affrontarle in modo proattivo, riducendo al minimo le interruzioni e garantendo una transizione digitale di successo.
- **Gestione dei rischi:** le iniziative di trasformazione digitale spesso comportano investimenti in termini di tempo, risorse e tecnologia. La gestione del cambiamento aiuta le organizzazioni a identificare e mitigare i rischi associati alla transizione, garantendo un'implementazione regolare e massimizzando il ritorno sull'investimento.
- **Allineamento con gli obiettivi aziendali:** una gestione efficace del cambiamento garantisce che le iniziative di trasformazione digitale siano allineate con gli obiettivi e i traguardi strategici dell'organizzazione. Aiuta a definire obiettivi chiari, stabilire indicatori chiave di prestazione e monitorare i progressi verso il raggiungimento dei risultati desiderati.
- **Miglioramento continuo:** la gestione del cambiamento non riguarda solo la gestione della transizione iniziale alle tecnologie digitali. Implica inoltre il monitoraggio, la valutazione e l'adeguamento continui delle strategie per garantire il successo e l'adattabilità continui in un panorama digitale in continua evoluzione.



LE STRATEGIE PER UN EFFICACE CHANGE MANAGEMENT

Per preparare i dipendenti delle organizzazioni culturali alla trasformazione digitale, è possibile implementare diverse strategie chiave:

- Tolleranza al rischio e apertura al cambiamento: coltivare una cultura che abbraccia l'assunzione di rischi, la sperimentazione e l'accettazione del fallimento come parte del processo di apprendimento per incoraggiare l'innovazione e l'adattamento al cambiamento.
- Collaborazione interfunzionale: promuovere la collaborazione tra diversi dipartimenti e funzioni all'interno dell'organizzazione per abbattere i compartimenti stagni e integrare l'ecosistema digitale in modo efficace.
- Buy-in a tutti i livelli: garantire che i dipendenti a tutti i livelli dell'organizzazione comprendano l'importanza della trasformazione digitale, i suoi vantaggi e il modo in cui si allinea agli obiettivi organizzativi per favorire coinvolgimento e impegno.
- Stabilire canali di comunicazione chiari: creare percorsi affinché i dipendenti possano condividere preoccupazioni, fornire feedback e sentirsi inclusi nel processo di cambiamento per migliorare la trasparenza e il coinvolgimento.
- Promuovere una cultura del cambiamento: introdurre campagne di sensibilizzazione per preparare i dipendenti ai cambiamenti imminenti, sottolineando i vantaggi della trasformazione e aiutandoli nell'adattamento ai nuovi processi e flussi di lavoro.
- Coinvolgere i dipendenti nel processo decisionale: incoraggiare il coinvolgimento delle persone nel processo di cambiamento cercando feedback, identificando i punti critici e migliorando i processi in modo collaborativo per favorire il consenso e migliorare i livelli di prestazione complessivi.
- Cultura dell'apprendimento continuo: fornire accesso a



opportunità di formazione, incoraggiare la condivisione delle conoscenze e promuovere una mentalità di crescita che valorizza l'apprendimento dalle sfide e dai fallimenti nell'adattarsi ai progressi tecnologici.

CAPITOLO 5

LE PAROLE CHIAVE/3

PENSIERO SISTEMICO



IL SYSTEM THINKING E LE COMUNITÀ DIGITALI

Le comunità digitali e il pensiero sistemico sono concetti strettamente correlati che possono avere un impatto significativo l'uno sull'altro.

Nelle comunità digitali, gli individui si riuniscono online per condividere informazioni, idee e risorse. Queste comunità possono essere viste come sistemi complessi in cui varie parti interconnesse interagiscono tra loro.

Il 'system thinking' (pensiero sistemico) è un modo per comprendere l'interconnessione dei diversi elementi di un sistema e il modo in cui si influenzano a vicenda. Quando applicato alle comunità digitali, il pensiero sistemico aiuta ad analizzare le varie componenti della comunità – come membri, canali di comunicazione, valori condivisi e obiettivi – e il modo in cui interagiscono per creare un insieme coeso.

Applicando il pensiero sistemico alle comunità digitali, le organizzazioni possono acquisire una comprensione più profonda delle dinamiche in gioco all'interno di queste comunità. Tale comprensione può aiutare a sviluppare strategie per interagire efficacemente con i membri della comunità, promuovere la collaborazione e ottenere i risultati desiderati.

Nel complesso, la relazione tra comunità e pensiero sistemico evidenzia l'importanza di considerare queste comunità come sistemi dinamici e interconnessi, piuttosto che come entità isolate. Questa prospettiva può portare ad approcci più olistici ed efficaci alla gestione della comunità e alla creazione di contenuti.



LA RELAZIONE TRA LEADERSHIP DIGITALE E IL 'SYSTEM THINKING'

La leadership e il pensiero sistemico sono aspetti cruciali di una gestione efficace della comunità digitale. Il ruolo di manager di una comunità digitale implica forti capacità di leadership per guidare la comunità in una direzione positiva e promuovere un senso di appartenenza tra i membri. Inoltre, l'utilizzo del pensiero sistemico consente di comprendere l'interconnessione dei vari componenti all'interno della comunità e il modo in cui si influenzano a vicenda.

Quando si tratta di leadership nella gestione della comunità digitale, è fondamentale essere in grado di ispirare e motivare i membri della comunità, stabilire obiettivi e aspettative chiari e dare l'esempio. Dimostrando forti qualità di leadership, come empatia, capacità di comunicazione e risolutezza, puoi stabilire fiducia e credibilità all'interno della comunità.

Il pensiero sistemico è altrettanto importante in quanto consente di vedere la comunità come un ecosistema complesso con parti interconnesse. Adottando un approccio di pensiero sistemico, è possibile identificare modelli, relazioni e cicli di feedback all'interno della comunità che ne determinano la salute e il successo complessivi. Questa visione olistica consente di prendere decisioni informate e implementare strategie che considerino l'impatto più ampio sull'intera comunità.

Incorporare sia la leadership che il pensiero sistemico nell'approccio alla gestione della comunità digitale può aiutarti ad affrontare le sfide, promuovere il coinvolgimento oltre che una crescita sostenibile all'interno della comunità.



ELEMENTI STRATEGICI DI LEADERSHIP SISTEMICA IN UNA COMUNITÀ DIGITALE

La leadership nelle comunità digitali corrisponde alla capacità di guidare, ispirare e influenzare un gruppo di individui all'interno di un ambiente online verso un obiettivo comune o un interesse condiviso. Implica favorire l'impegno, promuovere la collaborazione e garantire il benessere dei membri della comunità in uno spazio digitale.

I pilastri di una leadership efficace nelle comunità digitali includono:

- **Visione strategica:** una visione chiara dello scopo e degli obiettivi della comunità, insieme a una strategia ben ponderata per raggiungerli, è essenziale per una leadership efficace.
- **Comunicazione:** una comunicazione aperta, trasparente e coerente è fondamentale per creare fiducia e promuovere il coinvolgimento tra i membri della comunità.
- **Empatia e supporto:** comprendere i bisogni e le preoccupazioni dei membri della comunità e fornire supporto e guida quando necessario sono aspetti cruciali per creare e mantenere il giusto clima collaborativo.
- **Coinvolgimento e partecipazione:** incoraggiare la partecipazione attiva, favorire le discussioni e le opportunità di collaborazione aiuta a rafforzare il senso di comunità e di appartenenza.
- **Adattabilità e innovazione:** essere in grado di adattarsi alle mutevoli circostanze, abbracciare nuove tecnologie e innovare per soddisfare le esigenze in evoluzione della comunità è fondamentale per offrire una guida efficace.



PROGETTARE ESPERIENZE CULTURALI RISPETTOSE NEL WEB3

*INTELLIGENZA ARTIFICIALE, ETICA
DIGITALE E DIGITAL RESPONSIBILITY*





CAPITOLO 6

- **SFIDE DA COGLIERE E CRITICITÀ DA COMPRENDERE | ASCESA ED IMPATTO DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE SUL SETTORE CULTURALE E CREATIVO**
- **I SEGNALI DEL CAMBIAMENTO**
- **ISPIRAZIONI E SPUNTI DAL SESTO INCONTRO**
- **LE PAROLE CHIAVE/1 – TEMPO SOSTENIBILE**
- **PRINCIPI CHIAVE/2 – ACCOUNTABILITY**
- **PRINCIPI CHIAVE/3 – DEMARGINALIZZAZIONE**
- **LE PROSPETTIVE**



...si devono realizzare sistemi di IA antropocentrici, tenendo fede all'impegno di metterli sempre al servizio dell'umanità e del bene comune, con l'obiettivo di migliorare il benessere e la libertà degli esseri umani. Pur offrendo grandi opportunità, i sistemi di IA comportano anche rischi che devono essere gestiti in modo appropriato e proporzionato. Disponiamo di un'importante occasione per plasmare il loro sviluppo, perciò intendiamo garantire che gli ambienti sociotecnici in cui sono integrati siano affidabili e che i produttori dei sistemi di IA ottengano un vantaggio competitivo integrando nei loro prodotti e servizi un'IA affidabile. A tal fine occorre massimizzare i benefici dei sistemi di IA, prevenendone e minimizzandone al tempo stesso i rischi.

Commissione Europea, Orientamenti etici per un'IA affidabile

SCOPRI DI PIÙ

CAPITOLO 6

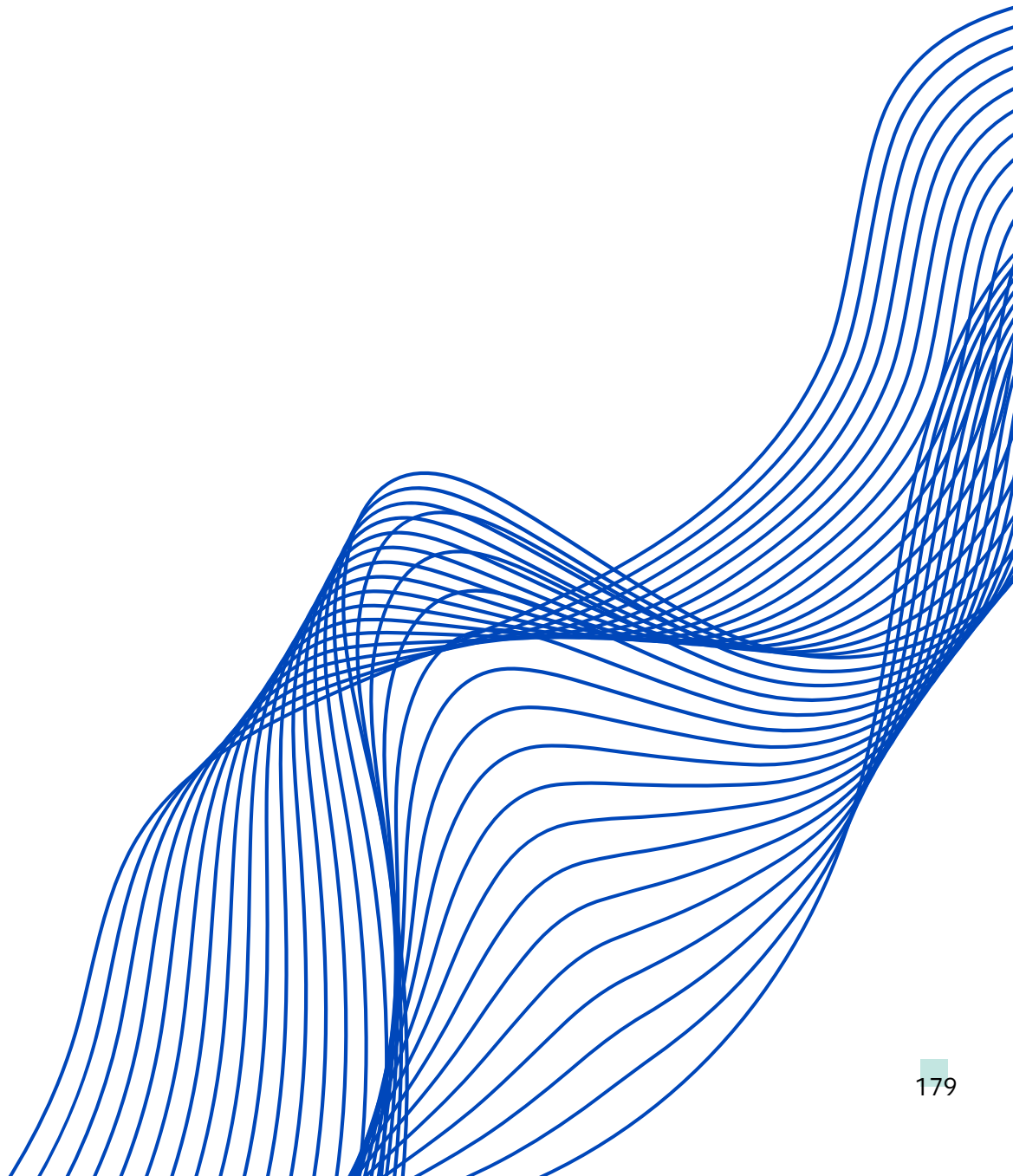
**SFIDE DA COGLIERE E
CRITICITÀ DA
COMPRENDERE.**

**ASCESA ED IMPATTO
DELL'INTELLIGENZA
ARTIFICIALE SUL
SETTORE CULTURALE
E CREATIVO**



LA RIVOLUZIONE

L'intelligenza artificiale (IA) sta rivoluzionando diversi settori, compreso quello culturale e creativo. Con la sua capacità di analizzare grandi quantità di dati, apprendere da modelli e generare soluzioni innovative, questo strumento digitale sta trasformando il modo in cui creiamo, consumiamo e interagiamo con i contenuti culturali. Dalla composizione musicale alle arti visive, l'intelligenza artificiale sta apportando contributi significativi e plasmando il futuro della creatività.



L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE NELLA COMPOSIZIONE E NELL'ESECUZIONE MUSICALE

Un'area in cui l'intelligenza artificiale ha compiuto progressi sostanziali è la composizione e l'esecuzione musicale. Gli algoritmi di intelligenza artificiale possono analizzare grandi database di musica esistente per identificare modelli e generare nuove composizioni. Ad esempio, aziende come Jukedek e Amper Music hanno sviluppato sistemi di intelligenza artificiale in grado di comporre musica originale per vari scopi, come melodie di sottofondo per video o pubblicità. Questi sistemi consentono agli utenti di personalizzare lo stile, l'atmosfera e la durata della musica di cui hanno bisogno.

Inoltre, i musicisti virtuali basati sull'intelligenza artificiale stanno emergendo come artisti a pieno titolo. MuseNet di OpenAI è un esempio di sistema in grado di generare composizioni originali di generi diversi e persino eseguirle utilizzando strumenti virtuali. Ciò apre nuove possibilità ai musicisti di lavorare con composizioni generate dall'intelligenza artificiale o di esplorare nuovi stili musicali.



L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE NELLE ARTI VISIVE

L'intelligenza artificiale sta avendo un impatto significativo anche sulle arti visive. Le Generative Adversarial Networks (GAN) sono un tipo di algoritmo AI in grado di creare immagini realistiche "imparando" da set di dati di grandi dimensioni. Gli artisti utilizzano i GAN per generare opere d'arte uniche o assisterli nel loro processo creativo. Inoltre, gli algoritmi di intelligenza artificiale possono analizzare i contenuti visivi per classificare immagini, riconoscere oggetti o persino generare didascalie per le immagini. Questa tecnologia ha applicazioni nei musei e nelle gallerie, consentendo ai visitatori di ricevere ulteriori informazioni sulle opere d'arte tramite i loro smartphone o display interattivi.

L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE NEL CINEMA E NELLA LETTERATURA

L'intelligenza artificiale sta influenzando anche l'industria cinematografica e letteraria. Gli algoritmi di elaborazione del linguaggio naturale (NLP) possono analizzare grandi quantità di testo per identificare modelli, generare riepiloghi o persino creare storie originali. Alcuni sistemi di intelligenza artificiale possono scrivere articoli di notizie o resoconti sportivi analizzando i dati e generando narrazioni coerenti.

Nell'industria cinematografica, l'intelligenza artificiale viene utilizzata per migliorare gli effetti speciali, automatizzare l'editing video e persino generare intere scene.



IMPATTO SULLA CONSERVAZIONE E L'ACCESSIBILITÀ CULTURALE

L'intelligenza artificiale svolge anche un ruolo nella conservazione e nell'accessibilità culturale. Gli sforzi di digitalizzazione combinati con gli algoritmi di intelligenza artificiale consentono la conservazione e il restauro di artefatti culturali, come manoscritti antichi o opere d'arte in deterioramento. L'intelligenza artificiale può analizzare scansioni ad alta risoluzione di artefatti danneggiati o incompleti per integrare i dettagli mancanti e ricrearli digitalmente. Inoltre, gli strumenti di traduzione basati sull'intelligenza artificiale stanno abbattendo le barriere linguistiche nei contenuti culturali. I sistemi di traduzione in tempo reale possono consentire ai visitatori di comprendere mostre o spettacoli nella loro lingua madre, migliorando l'accessibilità e l'inclusività.

GLI AMBITI DI IMPATTO

Produzione: Creazione di contenuti

L'intelligenza artificiale ha fatto passi da gigante nella creazione di contenuti, in particolare nei campi della musica, della letteratura e delle arti visive. Le opere d'arte generate dall'intelligenza artificiale sono state esposte in varie mostre e la musica composta dall'intelligenza artificiale è stata presentata in film e spot pubblicitari. Gli strumenti basati sull'intelligenza artificiale sono stati utilizzati anche per creare simulazioni realistiche del linguaggio umano, delle espressioni facciali e del linguaggio del corpo.

Disseminazione: Distribuzione e marketing

Parimenti, l'IA è in grado di fornire un contributo sempre più incisivo nell'ottimizzazione della distribuzione e del marketing di prodotti culturali e creativi. Gli algoritmi basati sull'intelligenza artificiale sono determinanti nel consigliare contenuti agli utenti in base alle loro preferenze e alla cronologia di navigazione. Grazie alla sua immensa capacità analitica, tale tecnologia è stata impiegata anche nell'analisi del coinvolgimento e del sentiment del pubblico, il che può risultare decisivo per i creatori e i distributori di contenuti, aiutandoli a comprendere meglio il loro pubblico di riferimento.

Fruizione: Migliorare l'esperienza del consumatore

Ancora, l'intelligenza artificiale viene utilizzata sempre più per personalizzare l'esperienza del consumatore, offrendogli un supporto basato sulle preferenze e sul comportamento individuali. Sono stati implementati chatbot basati sull'intelligenza artificiale per assistere gli utenti con domande e fornire supporto immediato, migliorando l'esperienza complessiva del cliente. Inoltre l'intelligenza artificiale ha il potenziale per democratizzare l'accesso ai contenuti culturali e creativi rendendoli più accessibili. Sono stati utilizzati strumenti basati sull'intelligenza artificiale per tradurre i contenuti in più lingue, rendendo più semplice per



il pubblico globale consumare e apprezzare le opere culturali e creative, così come esistono innumerevoli soluzioni che consentono di tradurre un output testuale – e addirittura delle immagini – in un file audio.

LA PROSPETTIVA DELLA DIGITAL ETHIC

Considerazioni e sfide etiche

Nell'era del Web3, l'etica digitale gioca un ruolo cruciale nel plasmare l'uso responsabile ed etico della tecnologia. In un panorama digitale decentralizzato, incentrato sull'utente, è essenziale considerare le implicazioni etiche e le sfide che si presentano.

Il Web3 infatti rappresenta un passaggio dal tradizionale modello centralizzato del web a un ecosistema più decentralizzato e – auspicabilmente – controllato dagli utenti. Sfrutta la tecnologia blockchain per consentire interazioni peer-to-peer, eliminare gli intermediari e migliorare la sicurezza e la privacy.

Sfide etiche nel Web3

- **Privacy:** se da un lato il Web3 mira a dare maggiore potere alle persone dando loro il controllo sui propri dati, dall'altro pone anche sfide alla privacy. La trasparenza della tecnologia blockchain può potenzialmente esporre le informazioni personali se non implementata con cautela. Trovare un equilibrio tra trasparenza e privacy è fondamentale per le pratiche etiche nel Web3.
- **Sicurezza:** poiché il Web3 si basa su reti decentralizzate, deve affrontare sfide di sicurezza uniche. I contratti intelligenti, ad esempio, sono vulnerabili a errori di codifica o exploit che possono portare a perdite finanziarie o violazioni della fiducia. Garantire solide misure di sicurezza e processi di controllo è fondamentale per mantenere la fiducia e l'integrità nei sistemi Web3.
- **Inclusività:** il Web3 ha il potenziale per colmare il divario digitale e dare potere alle comunità in qualche modo emarginate. Tuttavia, garantire parità di accesso e opportunità per tutti rimane una sfida significativa. Le considerazioni etiche dovrebbero concentrarsi sulla creazione di sistemi inclusivi che



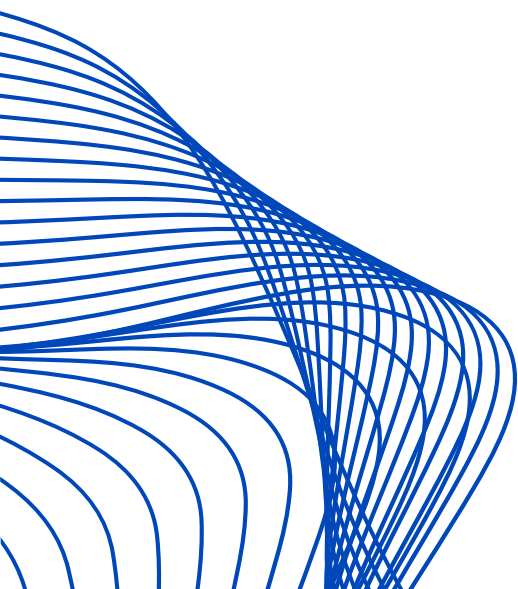
- non perpetuino le disuguaglianze esistenti ma promuovano invece l'equità e la pari partecipazione.
- Governance: la decentralizzazione porta nuovi modelli di governance in cui il potere decisionale è distribuito tra i partecipanti alla rete. Sorgono questioni etiche su chi può prendere decisioni, su come vengono risolti i conflitti e su come vengono gestite le dinamiche di potere all'interno di questi ecosistemi decentralizzati.
 - Impatto ambientale: le tecnologie Web3, come la blockchain, possono consumare quantità significative di energia. Con la crescita dell'adozione di Web3, è essenziale affrontare l'impatto ambientale ed esplorare alternative sostenibili per ridurre al minimo l'impronta di carbonio associata a queste tecnologie.
 - Proprietà e controllo dei dati: Web3 offre agli individui la possibilità di avere un maggiore controllo sui propri dati. Tuttavia, garantire che gli utenti possiedano e controllino veramente i propri dati richiede soluzioni tecnologiche solide e quadri giuridici chiari. Le pratiche etiche dovrebbero dare priorità alla sovranità e al consenso degli utenti quando si tratta di proprietà dei dati.

CAPITOLO 6

I SEGNALI DEL CAMBIAMENTO



- Lo sciopero degli sceneggiatori di Hollywood legato all'uso dell'IA porta ad un livello più consapevole ed approfondito il dibattito sull'impatto della nuova tecnologia.
- L'Unione Europea rilascia l'AI Act, primo provvedimento organico e pervasivo per affrontare il tema del regolamento dell'intelligenza artificiale.
- Meta introduce Threads in Europa e sperimenta l'interoperabilità con Mastodon: è il primo colosso digitale ad aprire al pubblico un protocollo decentralizzato.
- Google viene condannata a pagare una multa di miliardi di dollari in quanto raccoglieva i dati degli utenti anche durante la navigazione in modalità 'incognito'.



CAPITOLO 6

ISPIRAZIONI DAL SESTO INCONTRO



IL RISPETTO COME FORMA DI ESPRESSIONE ED ESERCIZIO DELL'ETICA

Gianluca Ansalone, Head of Public Affairs di Novartis Italia, ritiene che il rispetto sia oggi più che mai un punto di equilibrio da individuare lungo la direttrice concettuale che unisce sicurezza e privacy, andando a definire il diritto della sfera privata in relazione ai doveri di appartenenza alla comunità.

Per **Simone Arcagni**, Professore associato presso l'Università degli Studi di Palermo, rispetto è aprire gli spazi culturali dando loro una caratterizzazione proteiforme, capace di accogliere funzioni e prospettive differenti, tutte al servizio reale ed effettivo della comunità territoriale.

Il rispetto secondo **Astrid D'Eredità**, Digital Media Curator e Funzionario archeologo Parco archeologico del Colosseo, è pensare l'esperienza in maniera inclusiva, utilizzando l'evoluzione controllata come fattore capace di accogliere le sensibilità e le conoscenze di tutte le tipologie di utenti.

La visione del rispetto di **Sebastiano Maffettone**, Direttore Osservatorio Ethos Luiss Business School, si sviluppa necessariamente e parallelamente su tre dimensioni: quella della garanzia professionale, quella economica, che richiede l'equilibrio tra pratica ed autocritica, e quella politica.

L'idea di rispetto di **Pier Luigi Sacco**, Professore di Economia Politica presso l'Università degli Studi di Chieti, include e postula immaginare spazi di azione e di attivazione per l'utente, nel quale poter sbagliare ed apprendere dai suoi errori, attribuendogli e riconoscendogli la responsabilità di riappropriazione del suo percorso di conoscenza.

Guarda il video con tutti gli interventi

GUARDA ORA

CAPITOLO 6

LE PAROLE CHIAVE/1

TEMPO SOSTENIBILE



LA PREGNANZA DEL 'TIME MANAGEMENT'

La gestione del tempo è essenziale nel mondo digitale di oggi a causa del costante bombardamento di informazioni e distrazioni che invadono il tempo della vita quotidiana. Con l'avvento della tecnologia e dei dispositivi digitali, la capacità di attenzione è diminuita, rendendo ancora più difficile rimanere concentrati su compiti e priorità.

Una gestione efficace del tempo consente alle persone di allocare saggiamente il proprio tempo, dare priorità alle attività in modo efficiente e, in definitiva, aumentare la produttività. In un mondo digitale in cui tutto si muove rapidamente, essere in grado di gestire il proprio tempo in modo efficace può aiutare a rispettare le scadenze, raggiungere i tuoi obiettivi e soprattutto a mantenere un sano equilibrio tra lavoro e vita privata.

IL 'GIUSTO' TEMPO DELL'ESPERIENZA CULTURALE DIGITALE COME FORMA DI RISPETTO

Creare esperienze culturali digitali calibrate su un ritmo lento o comunque sostenibile può essere considerata una forma di rispetto e una dimostrazione di etica digitale nei confronti degli utenti. Offrendo un'esperienza più piacevole, viene data alle persone l'opportunità di interagire più profondamente con il contenuto, apprezzare i dettagli più fini e assaporare l'esperienza senza sentirsi pressati o sopraffatti. Un ritmo che può aumentare la loro soddisfazione generale e il senso della connessione con il contenuto culturale presentato. Inoltre, un ritmo più lento può promuovere consapevolezza, rilassamento e un senso di immersione, rendendo il vissuto più significativo e memorabile. In definitiva, dare priorità a un approccio dal ritmo lento dimostra un impegno per il benessere degli utenti, che rimane la stella polare delle attività culturali.



I BENEFICI DI UN APPROCCIO SOSTENIBILE AL TEMPO DELL'ESPERIENZA

Il rallentamento delle esperienze culturali digitali può offrire diversi vantaggi significativi agli utenti e alle organizzazioni culturali:

- **Migliore salute mentale:** impegnarsi in attività creative a ritmo lento all'interno di esperienze culturali digitali può migliorare la salute mentale stimolando entrambi gli emisferi del cervello, producendo benefici cognitivi e benessere generale.
- **Migliore esperienza utente:** il rallentamento dei processi digitali può comportare un miglioramento dell'esperienza: sfruttando le tecnologie digitali per offrire interazioni personalizzate e migliorare il servizio proposto, le organizzazioni culturali possono creare esperienze più significative e su misura per i propri utenti.
- **Coinvolgimento approfondito:** le piattaforme digitali hanno il potenziale per facilitare una fruizione creativa lenta e approfondita utile all'arricchimento personale del pubblico. Consentendo agli utenti di interagire profondamente con i contenuti culturali secondo i propri ritmi, le esperienze digitali possono favorire una comprensione e un apprezzamento più profondi dell'arte e della cultura.
- **Digital detox:** rallentare il ritmo del consumo digitale può aiutare le persone a creare una distanza dalla connettività costante e a ridurre l'utilizzo dei media digitali. Questo sforzo di desincronizzazione consente agli utenti di prendersi una pausa dal frenetico mondo virtuale, aumentando il benessere e l'equilibrio mentale.

STRATEGIE DI 'RALLENTAMENTO' DELL'ESPERIENZA DIGITALE

Per progettare un'esperienza culturale digitale con un ritmo sostenibile, tale da non imporre stress agli utenti, è possibile pensare di incorporare alcune strategie operative:

- Design minimalista: scegliere un layout pulito e ordinato senza elementi di disturbo visivo. Usare molto spazio bianco per creare un senso di calma e semplicità.
- Colori tenui: usare colori rilassanti come i toni pastelli o della terra, che secondo la *color psychology* sono in grado di indurre relax e tranquillità, evitando il ricorso a colori brillanti e 'aggressivi' che possono risultare sensorialmente troppo invadenti per gli utenti.
- Navigazione lenta: implementare transizioni fluide tra pagine e sezioni per creare un'esperienza di navigazione senza punti di frizione per la percezione di chi fruisce dell'esperienza, evitando popup o cambiamenti improvvisi che giochino sullo stimolo troppo marcato dell'attenzione degli utenti.
- Animazioni gradualità: utilizzare animazioni e dissolvenze non troppo rapide per guidare gli utenti attraverso l'esperienza senza indurre la sensazione di richieste perentorie o immediate.
- Contenuti equilibrati: fornire contenuti che incoraggino alla riflessione ed alla fruizione focalizzata, accompagnando il tutto con supporti multisensoriali – come audio e immagini – che non risultino preponderanti in termini di catalizzazione dell'attenzione e dell'impegno dell'utente.



- Organizzazione l'architettura dei contenuti: includere elementi interattivi che invitino gli utenti a esplorare a loro piacimento e secondo il proprio ritmo, includendo elementi e contenuti organizzati su una scala di approfondimento graduale e progressivo di matrice deduttiva.
- Opzioni di personalizzazione: consentire il più possibile agli utenti di personalizzare il percorso in base alle proprie preferenze. Ciò potrebbe includere impostazioni regolabili per dimensione del carattere, combinazioni di colori o consigli sui contenuti calibrati sui loro interessi.

CAPITOLO 6

LE PAROLE CHIAVE/2

ACCOUNTABILITY



ACCOUNTABILITY ED ESPERIENZA DIGITALE

Il concetto di 'accountability' si riferisce alla responsabilità che individui e organizzazioni hanno di riconoscere e accettare l'impatto delle proprie azioni. Nel contesto della progettazione di esperienze culturali digitali la responsabilità gioca un ruolo cruciale nel garantire che creatori e designer siano consapevoli delle potenziali implicazioni del loro lavoro su pubblici e comunità diverse.

Quando si tratta di prodotti e servizi culturali digitali, responsabilità significa essere consapevoli del potere e dell'influenza che queste esperienze possono avere nel modellare percezioni, atteggiamenti e comportamenti. I designer devono considerare le implicazioni culturali, sociali ed etiche delle loro creazioni e sforzarsi di evitare di perpetuare stereotipi o pregiudizi dannosi.

Nel progettare esperienze culturali digitali, la responsabilità implica anche essere trasparenti riguardo alle decisioni prese durante il processo creativo, cercare feedback dalle parti interessate ed essere disposti a impegnarsi in conversazioni sull'impatto del lavoro. Ritenendosi responsabili, i creatori possono sforzarsi di creare esperienze inclusive, rispettose e significative che risuonino con un'ampia gamma di pubblico.

I VANTAGGI DELL'INCLUSIONE DELL'ACCOUNTABILITY NELLE ESPERIENZE DIGITALI CULTURALI

Includere la responsabilità nella progettazione delle esperienze culturali digitali offre numerosi vantaggi:

- **Rafforzamento della fiducia:** l'assunzione esplicita di responsabilità del proprio lavoro da parte dei progettisti dell'esperienza aiuta a creare fiducia tra i creatori e il pubblico, un fattore generativo e rigenerativo della relazione.
- **Garanzia di qualità:** la responsabilità garantisce che le esperienze culturali digitali soddisfino determinati standard di qualità. Individuando i creatori come interamente responsabili del loro lavoro, trasmette la sensazione e la percezione dell'attenzione dedicata allo studio ed alla realizzazione dei progetti, asseverandone la qualità.
- **Trasparenza:** la responsabilità promuove la trasparenza nella creazione e nell'offerta di esperienze culturali digitali. Consente agli utenti di comprendere il processo alla base della creazione del contenuto e fornisce loro le informazioni necessarie per prendere decisioni informate sull'interazione con il contenuto.
- **Feedback e miglioramento:** la responsabilità incoraggia i creatori a chiedere feedback al proprio pubblico e alle altre parti interessate, il che può portare a un miglioramento della qualità dei percorsi. L'assunzione di responsabilità alimenta la motivazione all'ottimizzazione continua ed ulteriore del proprio lavoro, che ha tutto da guadagnare dalla valutazione di chi ne fruisce.
- **Considerazioni etiche:** la responsabilità induce i creatori a considerare le implicazioni etiche delle proprie produzioni, riflettendo maggiormente per evitare appropriazioni culturali, false rappresentazioni o altre approssimazioni etiche che potrebbero sorgere nel percorso creativo.



STRATEGIE E TATTICHE DI INCLUSIONE DELL'ACCOUNTABILITY

Per includere e stimolare la responsabilità nelle esperienze culturali digitali, è possibile implementare alcune strategie e tattiche mirate:

- **Meccanismi di feedback interattivi:** incorporare cicli di feedback all'interno dell'esperienza culturale digitale per consentire ai partecipanti di fornire input, condividere i propri pensieri e offrire suggerimenti. Ciò crea un senso di coinvolgimento e ownership, favorendo il processo comune di responsabilizzazione.
- **Comunicazione trasparente:** garantire una comunicazione chiara e aperta sugli obiettivi, i valori e i comportamenti attesi all'interno dell'esperienza culturale digitale. La messaggistica trasparente aiuta a definire le aspettative e rende i partecipanti responsabili delle proprie azioni.
- **Impostazione di obiettivi personalizzati:** incoraggiare i partecipanti a stabilire i propri obiettivi o sfide specifici all'interno dell'esperienza digitale. Questo approccio individualizzato promuove la responsabilità mentre gli individui lavorano per raggiungere i propri obiettivi.
- **Strumenti di monitoraggio dei progressi:** implementare strumenti o funzionalità che consentano ai partecipanti di monitorare i propri progressi e misurare i propri risultati nell'ambito dell'esperienza culturale digitale. Visualizzare i progressi può motivare le persone a rimanere responsabili.
- **Premi e riconoscimenti:** riconoscere e premiare i partecipanti che dimostrano responsabilità e si impegnano attivamente nell'esperienza culturale digitale. Questo rinforzo positivo può rafforzare comportamenti responsabili.
- **Partnership dedicata:** incoraggiare i partecipanti a collaborare con partner sul tema della responsabilità o formare piccoli gruppi per sostenersi a vicenda nel rimanere sulla buona



strada. Avere un sistema di supporto può aumentare l'impegno e la responsabilizzazione.

- Check-in regolari: pianificare punti di check-in o traguardi regolari per esaminare i progressi, discutere le sfide e celebrare i successi. Un monitoraggio coerente aiuta a mantenere la responsabilità durante tutta l'esperienza culturale digitale.

CAPITOLO 6

LE PAROLE CHIAVE/3

DEMARGINALIZZAZIONE



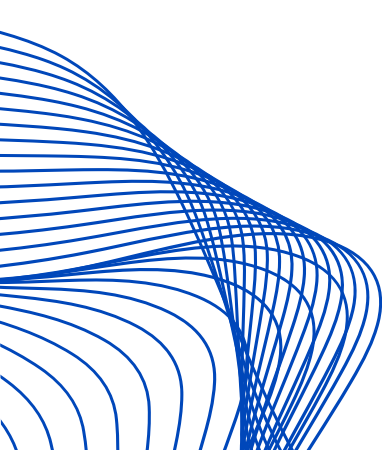
DEMARGINALIZZAZIONE E INCLUSIONE

La demarginalizzazione è il processo di riduzione o eliminazione dell'emarginazione di determinati gruppi o individui all'interno della società. Questo processo è essenziale per promuovere l'inclusione e l'uguaglianza, poiché mira ad affrontare i fattori sociali, economici e politici che contribuiscono all'emarginazione di gruppi specifici.

L'inclusione, d'altra parte, si riferisce all'azione o allo stato di includere o essere inclusi all'interno di un gruppo o struttura. Si tratta di creare ambienti in cui tutti gli individui si sentano apprezzati, rispettati e supportati.

Il rapporto tra demarginalizzazione e inclusione è circolare. Gli sforzi di demarginazione aiutano ad abbattere le barriere che impediscono ad alcuni gruppi di partecipare pienamente alla società, creando così opportunità di inclusione. A loro volta, le pratiche inclusive aiutano a garantire che gli individui non siano solo presenti ma anche attivamente coinvolti e responsabilizzati all'interno di vari spazi di azione.

Concentrandosi sia sulla demarginalizzazione che sull'inclusione, le organizzazioni e le comunità possono lavorare per costruire una società più diversificata, equa e inclusiva in cui tutti gli individui abbiano pari opportunità di prosperare e contribuire.



I VANTAGGI DELLA DEMARGINALIZZAZIONE NEI PROGETTI DIGITALI

Includere la demarginalizzazione nella progettazione delle esperienze culturali digitali può avere diversi vantaggi significativi:

- **Maggiore diversità:** lavorando attivamente per demarginalizzare le esperienze culturali digitali, si incorporano prospettive, voci e storie diverse che potrebbero essere state trascurate, il che può portare a un'esperienza culturale più ricca e inclusiva per un pubblico più ampio.
- **Ampliamento della portata del pubblico:** creando esperienze culturali digitali più inclusive e rappresentative di background diversi, è possibile attirare un pubblico più ampio e diversificato. Persone provenienti da contesti diversi possono sentirsi più benvenute e coinvolte, il che porta ad una maggiore partecipazione e interesse per l'esperienza.
- **Creatività potenziata** abbracciare la demarginalizzazione nel design può stimolare la creatività e l'innovazione spingendo oltre i confini consuetamente intesi per un progetto culturale, esplorando nuove idee e prospettive. Includendo una gamma più ampia di voci ed esperienze si creano esperienze più dinamiche.
- **Impatto sociale:** un'esperienza culturale digitale inclusiva e demarginalizzante può avere un impatto sociale positivo contribuendo a portare l'attenzione su importanti questioni sociali, promuovendo la comprensione e l'empatia e sfidando stereotipi e pregiudizi, stimolando la riflessione e con essa la maturazione di una coscienza e consapevolezza collettiva.



- Sostenibilità a lungo termine: le esperienze culturali progettate pensando alla demarginalizzazione hanno maggiori probabilità di resistere alla prova del tempo. Abbracciando la diversità e l'inclusività, si producono esperienze rilevanti e significative per un'ampia gamma di persone, garantendone la pertinenza e l'impatto continui nel lungo termine.

STRATEGIE PER INCORPORARE LA DEMARGINALIZZAZIONE NEI PROGETTI DIGITALI

Quando si considera la demarginalizzazione come uno degli elementi essenziali nella progettazione di percorsi culturali in ambito digitale è importante concentrarsi sull'inclusività e sulla diversità durante l'intero arco temporale di elaborazione del progetto, tenendo presenti alcune priorità strategiche utili allo scopo:

- **Rappresentazione polifonica:** garantire che il progetto culturale digitale includa rappresentazioni diversificate relativamente ad aspetti quali etnia, genere, orientamento sessuale, abilità e altro ancora. Ciò può essere ottenuto attraverso diverse narrazioni, immagini e prospettive incluse nel progetto.
- **Coinvolgimento della comunità:** coinvolgere le comunità emarginate durante tutto il processo di progettazione per garantire che le loro voci siano ascoltate e che le loro prospettive siano prese in considerazione. Ciò può comportare la conduzione di focus group, sondaggi o interviste per raccogliere approfondimenti e feedback.
- **Accessibilità:** assicurarsi che il progetto digitale sia accessibile a tutto il pubblico, prendendo in considerazione per quanto possibile tutte le varie tipologie di abilità, facendo ricorso a soluzioni mirate come sottotitoli per i video e garantendo che il sito Web sia navigabile per gli screen reader.
- **Partenariati:** collaborare con organizzazioni e individui che lavorano attivamente per la demarginalizzazione e la giustizia sociale, valorizzando la loro esperienza e la loro prospettiva anche per amplificare l'impatto del progetto.
- **Educazione e sensibilizzazione:** utilizzare il progetto digitale come piattaforma per educare e sensibilizzare sulle questioni legate all'emarginazione e alla giustizia sociale. Un simile approccio può aiutare a innescare conversazioni rilevanti oltre che promuovere cambiamenti positivi all'interno della comunità.

CAPITOLO 6

LE PROSPETTIVE

*Contributo di Gianluca Ansalone,
Head of Public Affairs & Sustainability di Novartis Italia*



Il bene più scarso dell'era contemporanea è la fiducia. Il Covid-19 è stato, da questo punto di vista, un poderoso acceleratore e un agente di cambiamento insidioso, ben oltre la dimensione puramente sanitaria. Il virus ha spezzato il rapporto di fiducia, già reso fragile, tra cittadini, sapere e Politica.

Il rapporto tra cittadini e sapere era in crisi da tempo. La diffusione incontrollata nello spazio aperto delle notizie ha trasformato la scienza in opinione, il rigore del metodo in sindacato. Negli ultimi anni abbiamo assistito alla crescita incontrollata di miti, leggende, false credenze molto più simili alla dimensione dell'ancestrale, del tribale e del magico che alla dimensione di una civiltà evoluta che fonda tuttora la propria forza sull'evoluzione del sapere. La scienza medica ne è un esempio lampante: pur in un contesto nel quale gli attori statali hanno letteralmente combattuto per garantirsi il primato nella produzione di vaccini, l'Occidente ha dimostrato di poter ancora dire la sua e di giocare un ruolo guida quando si parla di innovazione.

Il rapporto tra cittadini e Politica era altrettanto in crisi già prima della pandemia. Leadership caricaturali e una violenta forza anti-sistema hanno messo in crisi in particolare le democrazie. Il sentimento più diffuso quando si parla di Politica è oggi la sfiducia, che si traduce in perdita di consenso per le Istituzioni e in mancata partecipazione attiva alla vita civile e democratica dei nostri Paesi.

Infine, il rapporto tra sapere e Politica è stato molto altalenante nella storia e molto critico negli ultimi anni. Anche in questo caso, con la scomparsa dei vecchi partiti di massa, dei luoghi di formazione della cultura politica e con la crisi dei corpi intermedi, il criterio della competenza non ha più dato forma alla selezione delle classi dirigenti e all'agire politico. Di nuovo, durante la fase più acuta della pandemia, abbiamo avuto la prova più evidente di questa crisi. In molti casi, la Politica ha pensato di sostituirsi alla scienza, invocando cure artigianali e creative per combattere il virus. La scienza, da parte sua, ha dovuto faticare per convincere Politica e cittadini della necessità di assumere decisioni drastiche, indubbiamente dolorose per la vita di ciascuno, ma necessarie a



garantire un bene pubblico superiore: quello della salute collettiva.

Il Covid-19 ha dunque strappato un rapporto già fragile e basato sulla fiducia tra questi tre attori essenziali.

Oggi, ciascuno di noi ha il compito precipuo di ricucire questa relazione di fiducia. Si tratta di un'autentica missione civica, soprattutto in democrazia. Le democrazie, infatti, si fondano su questo rapporto di fiducia e sono chiamate a rinnovarlo costantemente. A differenza delle autocrazie o perfino delle forme contemporanee delle cosiddette "democarture", dove decide uno solo o dove i meccanismi democratici sono spesso solo formali, le democrazie liberali hanno bisogno di coltivare la fiducia.

È un compito che spetta a tutti gli attori del sistema, inclusi gli operatori economici privati. Ristabilire fiducia nella scienza è ad esempio uno dei compiti dell'industria farmaceutica e di Novartis. Ciò che dal nostro osservatorio abbiamo notato durante la fase più acuta della pandemia è stata un'equazione perversa: "Io non mi fido di te politico. Figuriamoci se mi fido del vaccino che mi vuoi somministrare". Una dichiarazione di resa da parte di cittadini a volte anche con un livello di istruzione elevato.

Ciò significa che dobbiamo rifondare il rapporto di fiducia con il metodo scientifico, che non è opinabile e che si basa su due concetti fondamentali: il rigore e la cultura del fallimento.

Il rigore è il prerequisito per svolgere adeguatamente ricerca clinica sempre più sofisticata. Oggi assistiamo ad un'accelerazione senza precedenti nel progresso scientifico. Di fatto siamo in grado di raddoppiare le nostre conoscenze ogni 76 giorni in media. Questa stessa media era di 8-10 mesi fino a poco prima della pandemia. In questa enorme mole di dati e sollecitazioni, che verranno ulteriormente amplificate dalle applicazioni dell'Intelligenza artificiale nel prossimo futuro, rimane



universalmente vero il rigore del metodo: ricercare, sperimentare, osservare.

Ed è in questo percorso che si staglia anche il secondo concetto, oggi assai impopolare in una cultura che vive di immagine e della ricerca del successo a tutti i costi. Chi fa ricerca nei laboratori sa che fallirà decine, forse centinaia di volte prima di individuare la molecola giusta o la combinazione efficace. È un grande insegnamento, quello della scienza, soprattutto rivolto ai più giovani. Il fallimento non è solo un'opzione ma può essere il modo più giusto per arrivare alla verità e al successo.

Ispirati da questi principi e valori, abbiamo voluto immaginare un luogo nel quale rendere questa storia lunga e affascinante più visibile. Novartis, assieme al Ministero della Cultura e al Ministero dell'Università e Ricerca, con il supporto di Google Arts & Culture, ha dato vita al primo Museo digitale della Storia del Metodo Scientifico in Medicina (MudiMed). Mudimed è uno spazio virtuale, aperto e accessibile a tutti, nel quale alcuni capolavori della pittura, della scultura, testi custoditi negli archivi dei principali Musei e delle Biblioteche di Stato vengono narrati da voci di noti divulgatori scientifici, accompagnando i visitatori in un viaggio immersivo nella storia del metodo scientifico. Non è il criterio temporale a prevalere, quanto la capacità del nostro sterminato patrimonio artistico e culturale di raccontare la scienza con un'efficacia assoluta e con il fascino, anche emotivo, che solo l'arte può garantire.

Il nostro desiderio e il nostro obiettivo è portare soprattutto i più giovani a coltivare la passione per la scienza, a riprendere quel filo di fiducia che si alimenta con il rispetto, il rigore e l'ammirazione, a ricucire quello strappo di cui non abbiamo bisogno e che non ci possiamo permettere.

