

Gianluigi Cogo

Oltre ogni format, verso una Woodstock dell'innovazione

Il BarCamp è una non-conferenza collaborativa, dove chiunque può “salire in cattedra”, proporre un argomento e parlarne agli altri, con lo scopo di favorire il libero pensiero, la curiosità, la divulgazione e la diffusione dei temi legati al web

Disintermediazione, interattività, scambio di ruoli, condivisione. Il concetto di “Barcamp” è riuscito in pochi anni a rimescolare le carte nel panorama degli “eventi”. All’inizio si pensava che fosse solo un modo per aggregare le personalità più eccentriche della rete ma, molto presto, ci si è accorti che le aziende hanno cominciato a frequentare questi “non-eventi” con interesse e molti attori della comunicazione si sono incuriositi alle dinamiche del Barcamp, tentando un approccio soft per capirne meglio le opportunità.

Alcuni elementi fondanti del concept (chiamarlo format sarebbe un paradosso) sono la disintermediazione, l’interattività, lo scambio di ruoli, l’improvvisazione, la condivisione. La definizione di Wikipedia è abbastanza consolidata storicamente ma troppo limitativa rispetto alle prospettive e alle opportunità che il Barcamp offre: “BarCamp è una non-conferenza, così come solitamente intendiamo per conferenza, che nasce dal desiderio delle persone di condividere e apprendere in un ambiente aperto e libero. Il BarCamp è una non-conferenza collaborativa, dove chiunque può “salire in cat-



tedra”, proporre un argomento e parlarne agli altri, con lo scopo di favorire il libero pensiero, la curiosità, la divulgazione e la diffusione dei temi legati al web. Una non conferenza (un-conference) quindi una riunione il cui tema di discussione è deciso dai partecipanti piuttosto che prestabilito in anticipo dagli organizzatori, una riunione aperta i cui contenuti vengono proposti dai partecipanti stessi”.

Esperimenti e “occupazioni” tecnologiche: il VeneziaCamp insegna

L’esperimento del Barcamp degli innovatori della pubblica amministrazione svoltosi a Roma nel 2009 scorso (<http://Barcamp.org/InnovatoriPA>) ha segnato un notevole cambio di marcia, proponendo alcune suggestioni che stanno evolvendo nella forma e nei tempi:

- la possibilità di mettere in rete le slides o i videofilmati PRIMA dello svolgimento del Barcamp;
- la possibilità di creare cluster tematici per le discussioni;
- la possibilità di creare dispute sui temi;
- l’assoluta e primaria importanza dei momenti laterali (videointerviste, talk improvvisati, ecc.).

Al VeneziaCamp (<http://www.veneziacamp.it>) tutto ciò si è rimodellato ed evoluto in un qualcosa che assomiglia più a un “rave” piuttosto che a un insieme di eventi sull’innovazione.

A Venezia c’erano sì dei temi (cittadinanza digitale, innovazione tecnologica, turismo sostenibile, innovazione nella P.A., social media e comunicazione, nuove professioni del web) ma, alla fine, ci si è trovati a sviluppare applicazioni per iPhone, a mangiare la “porchetta taggata”, a discutere con gli alunni delle scuole elementari sul futuro delle città, a comprendere il ruolo della controinformazione sul terremoto in Abruzzo, ad immaginare l’Arsenale come i Docklands italiani, a chiedere di non chiudere le porte dell’Arsenale perché gli sviluppatori di Facebook volevano passarci alla notte.

Ma si sono anche incontrate le aziende del metadistretto digital mediale, i politici che cavalcano i social media, gli scrittori creativi, gli aderenti alla carta etica digitale, i protagonisti della rete dei 40xveneziana e la pubblica amministrazione con i suoi innovatori, ormai pronti a promulgare il manifesto dell’amministrare 2.0 (<http://manifestopa.pbworks.com/>). E tutti questi, con i loro contributi e la loro voglia di

contaminarsi, hanno creato un enorme mash-up di idee, di visioni e soprattutto di opportunità. Non a caso erano presenti anche diversi ventur capitalist.

Cosa ci insegna il VeneziaCamp? Che forse è importante ascoltarsi. Che i convegni tradizionali sono ormai quasi esclusivamente sinonimo di “turismo congressuale”, che le presentazioni di prodotto sono l’occasione per un “buffet” e che c’è ancora tanta voglia di confrontarsi sul campo, provare, cambiare, dialogare, contraddirsi e poi ritrovarsi felici.

P.S. Nella tre giorni eravamo 1200 con 2000 presenze, se i numeri contano ancora qualcosa.

Gianluigi.cogo@regione.veneto.it

<http://www.veneziacamp.it>



<http://manifestopa.pbworks.com>

