

GUIDE TURISTICHE COLLABORATIVE E PBWORKS IL CASO “VIAGGIARE IN ITALIA”

ANTONELLA ELIA *

ABSTRACT: In questo articolo sarà presentata una riflessione sulle peculiarità del linguaggio del turismo e delle guide turistiche che, anche nella loro recente evoluzione digitale, continuano a rappresentare uno tra i generi testuali più conosciuti e popolari del settore. Nella seconda parte dell'articolo sarà presentato il progetto "Viaggiare in Italia", un'esperienza di scrittura collaborativa svolta dagli studenti del terzo anno del Dipartimento di "Lingua e Letteratura Italiana" della Facoltà di Lettere dell'Università di Istanbul. La sperimentazione, che ha utilizzato la piattaforma wiki PBworks, ha avuto come obiettivo prioritario il raggiungimento di una consapevolezza pragmatica sulle peculiarità del linguaggio del turismo. Il progetto ha cercato di raggiungere i suoi obiettivi attraverso un approccio proattivo, che ha coinvolto attivamente gli studenti attraverso la produzione di una mini-guida turistica multimediale collaborativa sulle città italiane.

PAROLE CHIAVE: Italiano per il Turismo; Guide Turistiche; Scrittura Collaborativa; Wiki; PBworks.

ABSTRACT: *A reflection on the peculiarities of the language of tourism and travel guides will be presented in this article. Travel guides, also in their recent digital evolution, continue to be one of the most well-known and popular text genre in this specific area of research. The project "Viaggiare in Italia" will be presented in the second part of the article; it is a collaborative writing experience carried out in the Department of "Italian Language and Literature" by the third year's students of the Faculty of Literature of the Istanbul University. The primary aim of this experimentation, which used the PBworks wiki platform, was the achievement of a pragmatic awareness on the peculiarities of the language of tourism. The project tried to reach its objectives through a proactive approach, which involved actively the students through the production of a collaborative multimedia travel guide on Italian cities.*

KEYWORDS: *Italian for Tourism; Travel Guides; Collaborative Writing; Wiki; PBworks.*

RESUMO: *Este artigo apresentará uma reflexão sobre as peculiaridades da lin-*

*Istanbul Üniversitesi, İstanbul (Türkiye) — antonella.elia@istanbul.edu.tr

DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.2238-8281.v0i36p83-95>



guagem do turismo e dos guias turísticos que, mesmo em sua recente evolução digital, continuam a representar um dos gêneros textuais mais conhecidos e populares do setor. Na segunda parte do artigo será apresentado o projeto "Viaggiare in Italia", uma experiência de escrita colaborativa realizada pelos alunos do terceiro ano do Departamento de Língua e Literatura Italiana da Faculdade de Letras da Universidade de Istambul. A experimentação, que utilizou a plataforma wiki PBworks, teve como objetivo prioritário contribuir para o desenvolvimento de uma consciência pragmática sobre as peculiaridades da linguagem do turismo. O projeto buscou atingir seus objetivos por meio de uma abordagem proativa, que envolveu ativamente os alunos por meio da produção de um mini-guia multimídia colaborativo sobre cidades italianas.

PALAVRAS-CHAVE: *Italiano para Turismo; Guias turísticos; Escrita Colaborativa; Wiki; Pbworks.*

1. Introduzione

La recente introduzione, a partire dall'anno accademico 2015-16, di quattro corsi di Italiano settoriale nel piano dell'offerta formativa del Dipartimento di "Lingua e Letteratura Italiana" della Facoltà di Lettere dell'Istanbul Üniversitesi, ha avuto come finalità prioritaria quella di sviluppare, tra gli studenti, una competenza sia linguistica che culturale in sintonia con le esigenze del mondo del lavoro.

L'offerta formativa, rivolta agli studenti del terzo e quarto anno del dipartimento, è stata arricchita, nello specifico, di quattro corsi di Italiano per i seguenti settori professionali: "Turismo, Arte, Economia e Italiano Giuridico".

Questa recente innovazione curricolare è stata motivata dalla volontà di preparare gli studenti al mondo del lavoro e fargli acquisire familiarità con un linguaggio e un lessico diverso da quello letterario di specializzazione dipartimentale. La giustificazione per questa variazione del piano di studi, ha avuto come obiettivo, quindi, oltre alla diversificazione delle conoscenze linguistiche e culturali degli studenti di Italianistica, anche l'acquisizione di competenze settoriali che permettano ai nostri ragazzi una più facile transizione dal mondo della formazione a quello del lavoro.

Nel presente articolo, dopo una riflessione sulle peculiarità del linguaggio tecnico legato al turismo, si focalizzerà l'attenzione sul genere testuale delle guide turistiche online, la tipologia testuale più nota del settore; si passerà poi alla presentazione di "Viaggiare In Italia", un'esperienza di scrittura collaborativa realizzata con gli studenti del terzo anno. Utilizzando la piattaforma PBworks, la sperimentazione ha avuto come obiettivo prioritario quello di far acquisire familiarità e far immergere proattivamente gli studenti nella realizzazione di una mini-guida turistica multimediale scritta "a più mani". Il progetto ha avuto durata biennale; nel primo anno della sperimentazione, ci si è concentrati sulla comprensione del funzionamento della piattaforma PBworks, sulla familiarizzazione con le peculiarità dei linguaggi settoriali e, nello specifico, del linguaggio del turismo. Tra gli obiettivi individuati si ricordano anche l'acquisizione di conoscenze artistico-monumentali sul "Bel Paese", la ricerca e selezione, attraverso il Webquest, delle informazioni turistiche relative al pianeta Italia e, infine, l'editing di questa prima fase del progetto.

2. I linguaggi settoriali e l'italiano per il turismo

BALBONI (2000, p. 9) definisce i linguaggi specialistici come “microlingue scientifico-professionali” da lui considerati come “potenzialità lessicali, fonetiche, testuali e morfo-sintattiche della lingua comune”. Molti linguisti concordano sulla constatazione che una lingua speciale non costituisca una varietà linguistica dotata di una struttura propria, ma che si distingua dalla lingua comune soprattutto per la varietà lessicale. Anche Gotti avalla questo approccio affermando che:

La peculiarità dei linguaggi specialistici sia da ricercare soprattutto nella sfera lessicale, determinata dalla specificità dei contenuti e dalle conoscenze condivise tra gli operatori di un particolare settore (GOTTI, 1991, p. 179).

Nel nostro paese sono apparsi diversi lavori in italiano e in inglese, che hanno esaminato il linguaggio del turismo secondo prospettive diverse (GOTTI, 2006; CASTELLO, 2002; PALUSCI & FRANCESCONI, 2006; NIGRO, 2006; CAPPELLI, 2007; PIERINI, 2006, 2007; BALBONI, 1989, 2000). Alcuni studiosi si sono dedicati all'analisi delle peculiarità lessicali, morfo-sintattiche e testuali del linguaggio del turismo mentre altri hanno condotto ricerche sulla politica di immagine e sul linguaggio della promozione turistica (ANTELMINI, SANTULLI, GUDRUN, 2007; COGNO, 2001; GIORDANA, 2004; GIACOMARRA, 2005).

Il linguaggio del turismo, come linguaggio specialistico, è contraddistinto da una fisionomia eterogenea e, per tale motivo, anche le conseguenti testualità risultano essere poliedriche poiché variano in base all'emittente, ai destinatari del messaggio, al canale di trasmissione e al mercato di sbocco.

Poiché nel settore turistico operano numerose figure professionali (agenti di viaggio, guide ed accompagnatori turistici, receptionist, albergatori, etc.), una peculiarità del linguaggio del turismo è certamente riconducibile alla presenza di tecnicismi utilizzati dagli operatori di quest'area professionale. Ciononostante, nel turismo, come ci dice CALVI (2000, p. 21) rientra anche quella parte della comunicazione preposta alla divulgazione che rielabora i tecnicismi specialistici in un linguaggio divulgativo comprensibile ai fruitori finali. Egli ritiene che la componente tematica, presente in questo linguaggio settoriale, derivi da diverse discipline (come la geografia, l'economia, la sociologia, la psicologia, etc.), da diverse attività professionali e strutture operative (come gli alberghi, i luoghi per la ristorazione, i trasporti, le agenzie di viaggi, la pubblicità, etc.) e, infine, attinga anche a specifiche aree lessicali (come la storia, l'arte, la gastronomia, l'artigianato, lo spettacolo, lo sport, l'architettura, l'archeologia, la religione, etc.).

Tutti gli elementi summenzionati concorrono a definire una testualità di genere molto vasta ed eterogenea. Proprio per questa sua innata interdisciplinarietà, il linguaggio del turismo potrebbe apparire poco marcato dal punto di vista lessicale. Balboni (1989, p. 56), non a caso, fa riferimento al linguaggio del turismo come ad un “fascio di microlingue”. I testi turistici posso-

no, infine, essere classificati anche in base alla loro funzione. CALVI (2000, p. 35), infatti, ne individua tre: “informativa”, “direttiva” e “persuasiva”. Nel presente lavoro, quella di nostro interesse riguarda la funzione “informativa” che consiste proprio nella divulgazione di notizie e informazioni per soddisfare le necessità pratiche, orientative e conoscitive dei turisti.

3. L'evoluzione digitale delle guide turistiche

La nascita del turismo in chiave moderna si collega direttamente alla nascita della guida turistica che, nonostante presenti un elevato livello di variabilità, è sicuramente il genere testuale divulgativo più noto nel settore. Nella prima metà dell'ottocento, contemporaneamente allo sviluppo del turismo, nacque un nuovo fenomeno letterario battezzato da Murray e Baedeker come handbook contraddistinto da esaustività, praticità ed accessibilità (NIGRO, 2006). L'obiettivo era offrire al turista un testo unico, più compatto e leggero. Come al suo esordio, ancor oggi la funzione principale delle guide turistiche continua ad essere informativa e la comunicazione testuale è accompagnata da un robusto apparato iconografico come mappe, foto e disegni.

Con il nuovo millennio si è assistito alla migrazione della comunicazione turistica dall'analogico al digitale; il passaggio dall'offline all'online ha generato una metamorfosi radicale nel turismo. Multimedialità e forme di comunicazione più dirette entrano a pieno titolo nel settore, generando parallelamente il ridimensionamento del ruolo di intermediazione svolto dalle agenzie di viaggio. Internet ha modificato profondamente, non solo le modalità di vendita dei prodotti turistici, ma anche il linguaggio, le modalità di scrittura, presentazione e promozione. I nuovi media, attraverso il fenomeno della Remediation (BOLTER-GRUSIN, 1999)¹, hanno stravolto la comunicazione turistica che oggi si realizza attraverso un'ampia tipologia di siti web che si diversificano per contenuti, emittenti, destinatari e scopi comunicativi. In particolare, con l'avvento del Web 2.0, attraverso forum, blog, wiki, social network specializzati sulla tematica del “viaggio”, località turistiche e strutture alberghiere sono raccontate, valutate, recensite e suggerite dagli internauti. Il web 2.0 ha rivoluzionato la modalità di trasmissione dell'informazione, trasformando un medium di massa in uno strumento di comunicazione interpersonale bottom-up, fonte continua di informazioni aggiornate di tono spesso informale, a disposizione dei navigatori della rete. Ciò ha portato alla nascita di nuove strategie narrative più in linea con la natura dei dispositivi mobili, consultabili, just in case e in tempo reale durante il viaggio (ELIA, 2018).

Con la diffusione di Internet è scoppiata la passione per le guide online. Basta digitare su Google la keyword “guida turistica” per vedere apparire decine di siti dedicati a questa tematica. Molti di essi permettono di stampare, in formato pdf, la guida sulle località di interesse in cui troviamo segnalate le attrazioni da non perdere e i migliori hotel e ristoranti della città. Esse sono inoltre corredate anche da un ricco apparato iconografico e dalle cartine delle vie del

¹ Il termine *Remediation*, in italiano “Rimediazione” è un neologismo coniato da JAY DAVID BOLTER e RICHARD GRUSIN (1999). Il termine definisce l'utilizzo di alcune caratteristiche tipiche di un medium analogico all'interno di un medium digitale. La “Rimediazione” è, quindi, secondo BOLTER, una peculiarità distintiva dei nuovi media digitali. Interagendo tra di loro, in un continuo processo di confronto e integrazione, la “Rimediazione” digitale adatta i contenuti dei vecchi media al formato di quelli nuovi; ad esempio, la pagina di un portale web “rimedia” quella di un quotidiano stampato.

centro.

Tra le tante guide turistiche online, un fenomeno interessante è rappresentato dalle guide collaborative di cui *Wikivoyage* (WV)² è un esempio eccellente. Nella pletera delle guide turistiche digitali di ultima generazione si è deciso, nel presente progetto, di prendere a modello WV proprio perché si ritiene che esso sia rappresentativo dell'evoluzione in atto nel mondo digitale e dello stile collaborativo del web declinabile, inoltre, anche a scopi formativi, come si dimostrerà nel progetto “Viaggiare in Italia” che verrà di seguito presentato.

4. Studiare Italiano in Turchia

In Turchia, nel corso dei decenni, la lingua del “Bel Paese” ha dimostrato un radicamento e una resilienza straordinaria anche davanti a sfide crescenti come quelle rappresentate dalla forte concorrenza del mercato globale delle lingue.

Gli istituti pubblici o privati che insegnano italiano in Turchia non sono pochi. Basta scorrere i dati dello studio realizzato da AMADORI e CAMPARI (2012) per scoprire che, nel Paese della “Mezzaluna”, sono presenti ben diciannove Università che hanno inserito l'italiano nella propria offerta didattica. Sette di essi hanno sede ad Istanbul, dove esistono anche due licei, e diversi istituti che, a partire dalla scuola dell'infanzia, insegnano la lingua italiana.

Fermo restando l'indiscussa fascinazione che la lingua e la cultura italiana continuano ad esercitare tutt'oggi in Turchia, si ritiene che la forte richiesta di formazione nella lingua del “Bel Paese” imponga un ripensamento metodologico.

Questa necessaria riflessione servirà a rafforzare sia i tratti distintivi dell'offerta dell'italiano che ad aumentare la competitività del nostro idioma nell'arena delle lingue straniere.

Nel corso degli ultimi anni è stata rilevata, in una parte degli studenti del Dipartimento di Italianistica dell'Università di Istanbul, una certa resistenza e demotivazione verso lo studio della lingua e della cultura del nostro paese. In Turchia, studiare l'Italiano non è sempre, a livello universitario, una scelta spontanea poiché, nel sistema di istruzione turco, al termine della scuola secondaria gli allievi che vogliano proseguire gli studi, dovranno prima sostenere e superare due esami molto selettivi: il “LYS” e il “YGS”³. La valutazione ottenuta determinerà il ventaglio di opportunità formative a cui gli studenti turchi potranno accedere a livello universitario (DULGER, 2015). In Turchia, per accedere ai corsi di laurea in inglese, francese e spagnolo, è necessario un punteggio molto alto pertanto, se quest'ultimo non viene raggiunto, gli studenti ripiegheranno sullo studio di lingue minori, tra cui, in primis, l'Italiano che, comunque, come si è detto gode, nonostante tutto, di una buona reputazione nel paese della “Mezzaluna”.

Ne consegue che, in base al sistema di sbarramento, per una parte degli studenti che popolano il nostro dipartimento studiare l'italiano risulta essere un ripiego. La consapevolezza della situazione delineata, ci spinge a voler rendere l'approccio all'italiano sempre più accattivante, al fine di accrescere la motivazione al suo studio anche per coloro che non l'hanno

2 *Wikivoyage* (<https://it.wikivoyage.org>) (ultimo accesso 15 novembre 2018) è un progetto in costante crescita il cui scopo è la creazione di una guida turistica mondiale aggiornabile, affidabile e dal contenuto libero. Il progetto è nato in versione tedesca nel dicembre del 2006 e, un anno dopo, è stata lanciata anche la versione in italiano. Il sito contiene al momento più di 7000 articoli. La guida, realizzata interamente online, è redatta in modalità collaborative, dai suoi stessi utenti.

3 YGS (Yükseköğretim Geçiş Sınavı) e LYS (Lisans Yerleştirme Sınavı) sono gli acronimi che definiscono i due test a scelta multipla che gli studenti dovranno superare per l'ammissione all'università turca.

scelta volontariamente ed entusiasticamente come lingua di specializzazione. Lo stile didattico imperante nelle aule universitarie è molto formale e trasmissivo; gli studenti, di conseguenza, sono tendenzialmente silenti, passivi e poco inclini, nella classe di italiano, a svolgere un ruolo proattivo nel dialogo formativo. La consapevolezza di come e quanto il sistema educativo accademico non sia pienamente soddisfacente a incrementare la motivazione verso lo studio della nostra lingua e di come esso non crei una profonda fascinazione verso l'italianità, ha condotto a sperimentare strade alternative, finalizzate anche allo sviluppo di abitudini di studio tecnologiche e collaborative. Si ritiene che apprendere efficacemente una lingua e una cultura, nella molteplicità delle sue possibilità espressive, implichi una piena e proattiva partecipazione, anche motivazionale, al processo di apprendimento. Questa consapevolezza ha spinto verso la sperimentazione, nel corso di "Italiano per il Turismo", di modelli di lavoro collaborativi online attraverso l'uso della piattaforma collaborativa Pbworks.

Acquisita la consapevolezza della realtà turca, la sperimentazione "Viaggiare in Italia" che verrà di seguito presentata, rappresenta proprio un tentativo di rendere quanto più motivante e partecipativo il contesto di apprendimento nella realtà delineata.

5. Il progetto PBworks "Viaggiare in Italia"

Il progetto "Viaggiare in Italia"⁴, messo in campo nell'anno accademico 2017-18, è una sperimentazione rivolta agli studenti turchi, del terzo anno, del Dipartimento di "Lingua e Letteratura Italiana" della Facoltà di Lettere dell'Università di Istanbul. Ha come obiettivo la realizzazione di una mini-guida turistica multimediale sull'Italia, prodotta dagli studenti, attraverso la piattaforma collaborativa wiki PBworks⁵. Il progetto rappresenta una grossa sfida in un paese che, specialmente in ambito umanistico, persegue un'impostazione metodologica, di natura frontale e trasmissiva, oltre ad adottare un approccio all'apprendimento estremamente individualistico e mnemonico. Lavorando in Turchia, come docente inviato dal Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale per la diffusione della lingua e della cultura italiana nel mondo, si ritiene che sia doveroso farsi promotori di un rinnovamento metodologico informato a criteri più pragmatici, motivanti e collaborativi ispirati alle best practice sperimentali Made in Italy. Tra gli obiettivi prioritari che hanno ispirato il progetto c'è, quindi, la volontà di esportare in Turchia un modello culturale di formazione nostrano che tenda alla valorizzazione dell'italianità e parallelamente della funzione dell'università, come luogo di aggregazione culturale che abitui al confronto continuo attraverso lavori di ricerca di natura collaborativa.

Il paradigma pedagogico di riferimento del progetto è pertanto il Costruttivismo (JONASSEN, 1994) in cui il sapere è concepito come costruzione sia personale che collaborativa del soggetto che apprende.

Lo studente, guidato dall'indicazione delle risorse fornite dal docente, è stato chiamato a svolgere parte attiva in un percorso di crescita concepito come il risultato di un processo che

4 Viaggiare in Italia > <http://istanbuluniversity.pbworks.com> (ultimo accesso 18 novembre 2018).

5 PBworks (<https://www.pbworks.com>) è un servizio web realizzato attraverso un software di *project management*. Offre un ambiente online per l'editing collaborativo attraverso cui gli utenti possono creare gratuitamente le proprie pagine; le aree di lavoro possono essere sia pubbliche che private.

vede il discente protagonista e il prodotto finale come il risultato di un'attività di negoziazione di significati all'interno di un gruppo di lavoro interagente che, attraverso un processo di apprendimento azionale, costruisce ed esplora un contesto concreto e significativo (in questo caso il web) al fine di creare ed elaborare un prodotto collaborativo (nel caso specifico una mini-guida cittadina). Nel Costruttivismo la formazione è vista come un'esperienza "situata" in un contesto di apprendimento specifico. Pertanto il soggetto, spinto dai propri interessi, costruisce attivamente insieme agli altri, una propria concezione della realtà attraverso la selezione, elaborazione ed integrazione creativa delle molteplici prospettive offerte. Ovviamente, un approccio all'apprendimento di questo tipo, supporta e coadiuva il superamento di una concezione della glottodidassi come mero processo di trasmissione di contenuti e dell'apprendimento come elaborazione ricettiva, individuale e solitaria di informazioni. Nel caso specifico, gli obiettivi che si sono voluti perseguire in "**Viaggiare in Italia**" sono stati:

- Il miglioramento delle abilità di scrittura in LS degli studenti turchi;
- L'acquisizione di conoscenze culturali sulle bellezze storico-monumentali del nostro paese;
- La familiarizzazione con le peculiarità del linguaggio del turismo;
- L'incoraggiamento allo scambio di idee e alla propensione alla collaborazione;
- La creazione di un'attitudine al miglioramento e alla revisione costante dei propri lavori;
- La costruzione, distribuzione e condivisione dell'informazione attraverso gli strumenti del web 2.0;
- La produzione di documenti che riflettano le conoscenze condivise dal gruppo di lavoro.

Il progetto ha utilizzato, in particolare, la versione Pbworks Education. Gli studenti del dipartimento, dal 2015, sono stati abituati a utilizzare quotidianamente, come area di lavoro digitale, l'aula virtuale Edmodo⁶; nonostante la ritrosia iniziale hanno, col tempo, incominciato ad apprezzare i vantaggi offerti dalle ICT nella velocizzazione e semplificazione della comunicazione, condivisione di risorse e consegna dei compiti richiesti. Per tale motivo essi hanno approcciato con entusiasmo il nuovo progetto proposto **che ha utilizzato** la piattaforma collaborativa wiki PBworks. Questa piattaforma permette l'editing collaborativo, oltre all'interazione fra gli utenti registrati. Vista la natura sperimentale del progetto, si è preferito utilizzare la versione gratuita della piattaforma che mette a disposizione 2GB di spazio. Gli studenti al suo interno, hanno scritto e inserito nelle pagine immagini, foto e filmati, oltre ad aver caricato e scambiato file. All'interno della piattaforma gli utenti hanno avuto la possibilità di creare documenti ipertestuali, che sono stati aggiornati e sviluppati in modalità collaborativa. Le pagine del progetto sono memorizzate in un database remoto, e ciò permette un accesso al sito senza limiti spazio-temporali. Come in ogni wiki, ogni modifica e cancellazione dei contenuti è registrata in una cronologia che permette di seguire e monitorare lo sviluppo del progetto e, in caso di bisogno, di riportare i testi prodotti alla versione precedente.

⁶ Edmodo (<http://www.edmodo.com>) (ultimo accesso 18 novembre 2018) è una piattaforma per il *microblogging*. È uno dei nuovi strumenti del *web 2.0* che si sta rapidamente diffondendo nel campo dell'educazione. È utilizzata da moltissimi docenti e studenti poiché, non richiedendo alcuna installazione, è spesso considerata un'ottima alternativa a validissime e note piattaforme *elearning*, tuttavia pesanti, come ad esempio Moodle (<http://www.moodle.org>). La sua interfaccia richiama quella di Facebook e dispone di un *app* che rende possibile la sua consultazione anche in mobilità via *smartphone*.

Si ritiene che le possibilità offerte dalla piattaforma di creare pagine multimediali con audio, filmati, collegamenti ipertestuali, e di integrare oggetti multimediali, uploadare file di testo, immagini e presentazioni, abbia incrementato la ricchezza formativa del progetto.

Tra i vantaggi offerti da PBW c'è sicuramente la semplificazione del processo di scrittura collaborativa, la facilità e la libertà di accesso spazio-temporale, ed infine, la possibilità offerta all'implementazione di progetti di didattica digitale e di integrazione di linguaggi di natura diversa. Inoltre, PBW ha offerto al docente la possibilità di monitorare, commentare e supportare, in itinere, l'operato degli studenti. L'esperienza svolta ha però manifestato anche alcune criticità. In particolare, la versione gratuita di PBW non offre tutti i vantaggi e le funzioni offerte dalla versione a pagamento, ma solo un numero limitato; inoltre l'interfaccia non è ottimale per una visione via tablet o smartphone. Il progetto di natura collaborativa, ha messo in luce anche la presenza di alcuni studenti, fortunatamente un numero esiguo, fortemente individualisti e non disposti al lavoro collaborativo.

5.1. Articolazione del progetto

Il progetto “**Viaggiare in Italia**” è articolato in una *homepage* introduttiva e in una pagina di secondo livello, a cura del docente, in cui sono stati elencati i capoluoghi e le regioni italiane. La pagina principale del progetto è collegata a specifiche pagine, di terzo livello, che sono state curate dagli studenti del corso di “Italiano per il Turismo”. Il compito affidato ad ogni gruppo di lavoro si è articolato, quindi, nella stesura multimediale di mini-guide turistiche, ognuna **dedicata ai 20 capoluoghi di regione del nostro paese**. Nell'attuale fase di evoluzione, il progetto conta, in totale, 22 pagine attive. Nato nell'anno accademico 2017-18, “**Viaggiare in Italia**” vede coinvolti 38 studenti turchi del Dipartimento di Italiano del terzo anno di livello B1-B2 del Quadro Comune di Riferimento Europeo⁷. I gruppi di lavoro sono nati su base volontaria, per affinità, amicizia e interessi culturali e sono, in media, composti da 2-3 studenti.

Alcuni gruppi, spinti da specifiche curiosità e interessi culturali, hanno richiesto e curato la redazione di più capoluoghi di regione. Come già accennato, alcuni studenti, anche se pochi fortunatamente, hanno preferito lavorare individualmente e in piena autonomia.

È stato richiesto agli studenti, nell'elaborazione e redazione del contenuto della pagina assegnata, di seguire le linee guida del progetto *Wikivoyage*, una tra le più celebri guide turistiche collaborative multilingue presenti online⁸. La sua presentazione ed analisi è stato oggetto di studio in una specifica lezione in aula.

In questa fase propedeutica alla stesura delle mini-guide, gli studenti hanno, quindi, letto con attenzione il “Manuale di Stile”⁹ di *Wikivoyage*, in cui sono riportate le norme stilistiche a cui attenersi e utili consigli pratici da seguire nella redazione delle pagine del progetto. Questa fase orientativa del lavoro si è rilevata molto utile poiché ha permesso di far comprendere, in

7 Il “Quadro Comune di Riferimento Europeo per la Conoscenza delle Lingue” (QCER) è un sistema descrittivo riconosciuto a livello internazionale per valutare le conoscenze e le competenze linguistiche in lingua straniera. Il QCER è accettato in tutta Europa ed è sempre più comune anche nel resto del mondo.

8 *Wikivoyage* (<https://it.wikivoyage.org>) (ultimo accesso 19 novembre 2018) è un progetto il cui scopo è la creazione di una guida turistica mondiale aggiornabile, affidabile e dal contenuto libero. La prima versione di *Wikivoyage*, in lingua tedesca, è nata nel 2006; un anno dopo è venuta alla luce la versione italiana. Il sito contiene attualmente 7.264 articoli. È un progetto ancora giovane e in costante crescita e fa parte, da cinque anni, del progetto *WikiMedia*.

9 Il “Manuale di Stile” è accessibile alla seguente pagina del sito di *WikiVoyage* https://it.wikivoyage.org/wiki/Wikivoyage:Scrittura_articolo (ultimo accesso 15 novembre 2018).

modo concreto ed applicativo, le peculiarità della tipologia testuale della guida turistica (come ad esempio: stile informativo, oggettività ed impersonalità della scrittura, tono divulgativo, ricchezza aggettivale, uso delle immagini, importanza della citazione delle fonti, uso di grassetto, corsivo, parole straniere, collegamenti ipertestuali, etc.). In “Viaggiare in Italia”, ogni pagina della guida collaborativa, dedicata ai capoluoghi di regione italiani rappresenta, quindi, un’elaborazione e semplificazione del modello *Wikivoyage*. Ogni pagina è articolata in 12 sezioni specifiche, di seguito elencate, curate e compilate dai singoli gruppi di lavoro.

- DA SAPERE (Informazioni introduttive sintetiche sulla città, abitanti, etc.);
- COME ARRIVARE (periodo dell’anno consigliato per la visita);
- COME SPOSTARSI IN CITTÀ (metro, tram, taxi, traghetto, funicolare, etc.);
- COSA VEDERE (chiese, monumenti, fontane, piazze, mercati, etc.);
- COSA FARE (eventi, feste di piazza, escursioni, manifestazioni, mostre, etc.)
- ACQUISTI (cosa comprare);
- COME DIVERTIRSI (discoteche, bar, etc.);
- DOVE MANGIARE (ristoranti, trattorie, etc.);
- DOVE ALLOGGIARE (alberghi, pensioni, bed & breakfast);
- SICUREZZA (Polizia, Carabinieri, numeri di emergenza, ospedali, etc.);
- COME RESTARE IN CONTATTO (telefono, internet, schede telefoniche);
- NEI DINTORNI (cosa vedere nei dintorni del capoluogo di regione).

Per gli studenti, seguire lo schema di lavoro riportato anteriormente, ha semplificato la scrittura collaborativa delle pagine del progetto, poiché ha reso possibile un *editing* guidato, oltre a garantire l’uniformità della struttura complessiva del lavoro svolto. Il lavoro di ricerca e di elaborazione è stato preventivamente facilitato dal docente anche attraverso la creazione di un *WebQuest (WQ)*¹⁰ che ha consentito agli studenti di ricavare le informazioni di interesse da un elenco di siti da lui preventivamente selezionati. Ciò ha avuto come obiettivo, garantire la qualità dell’informazione e delle fonti e l’ottimizzazione dei tempi di lavoro degli studenti. Il docente ha, quindi, assunto nel nuovo contesto d’apprendimento, il ruolo di mediatore del processo di apprendimento, attraverso interventi finalizzati a superare, attraverso il dialogo e la ricostruzione della situazione, potenziali momenti di *impasse*, di difficoltà e di perdita di motivazione. Le mini-guide turistiche prodotte dagli studenti sono quindi da intendersi come il risultato della capacità personali di analisi, sintesi e valutazione oltre che di elaborazione autonoma delle informazioni da loro ricercate e selezionate.

5.2. Risultati

Un questionario di valutazione somministrato a fine corso e un’intervista registrata in aula, di cui si allegano due registrazioni in nota (n. 11 e 12), hanno rilevato l’alto indice di gradimen-

¹⁰ Il modello *Webquest* è stato ideato presso l’Università di San Diego nel 1995 da Bernie Dodge. Esso si configura come un tentativo di integrare le nuove tecnologie all’insegnamento, al fine di favorire un apprendimento significativo ed efficace attraverso attività di ricerca da realizzare prevalentemente o totalmente su internet.

to degli studenti verso l'esperienza svolta. 31 studenti su 38 hanno espresso piacere, entusiasmo e soddisfazione verso la sperimentazione condotta, 4 studenti hanno manifestato, invece, indifferenza e 3 studenti insoddisfazione e completo disinteresse.

Dalle due interviste-video riportate, si evincono i punti di forza della sperimentazione. Dalla testimonianza della prima studentessa *Fatma Özgür*¹¹, emerge la valutazione positiva verso l'esperienza condotta. La natura collaborativa del progetto ha "reificato" in un prodotto tangibile, il processo di apprendimento (per dirla alla WENGER, 1998); inoltre, il compito richiesto ha stimolato la volontà di arricchimento culturale che ha generato la curiosità di voler visitare e conoscere dal vivo la città oggetto della ricerca. Infine, la comparazione tra Istanbul e Trieste ha condotto a un'interessante analisi interculturale, da cui sono scaturite riflessioni sulle similitudini e le diversità nate proprio dal confronto tra la realtà istambulina e quella triestina.

Dalla testimonianza della seconda studentessa *Berfin Ekice*¹² si evince, invece, il grande entusiasmo scaturito dalla conoscenza online di un "vero" italiano; è palese l'eccitazione scaturita da uno scambio e una comunicazione "reale" multicanale in *LS*, (scritta via *forum* e orale via *skype*). Ciò ha portato alla nascita di un'amicizia che ha influito positivamente sull'aumento motivazionale ed affettivo allo studio della *LS* e sulla volontà di approfondimento e acquisizione di nuove informazioni sulla città oggetto di studio. Dalla testimonianza della studentessa si evince, infine, che l'esperienza condotta ha prodotto effetti benefici anche sul miglioramento del processo di scrittura e lettura in *LS*.

"Viaggiare in Italia", come ogni sperimentazione basata su piattaforme collaborative, è in continuo cambiamento, un lavoro in eterno *work in progress*, come si evince dal suo attuale stato di evoluzione. Siamo perfettamente consapevoli che i testi scritti dagli studenti sulle città italiane siano al momento imperfetti dal punto di vista linguistico; a volte non risultano essere del tutto appropriate le scelte lessicali e sintattiche, così come anche la coerenza, la coesione e la scorrevolezza testuale. Tuttavia, questa consapevolezza servirà da sprone per mettere in atto un approccio a spirale che condurrà nel tempo a una revisione e miglioramento qualitativo costante del lavoro prodotto da parte degli stessi studenti, grazie alla rettifica e l'arricchimento delle pagine esistenti.

E' nostra volontà, a partire dal prossimo anno accademico, di allargare gli orizzonti del progetto e coinvolgere studenti universitari di turco delle facoltà italiane per creare un progetto collaborativo interfaccoltario "a più mani" al fine di realizzare una "peer to peer review" e dare un respiro internazionale alla sperimentazione in corso. Infine, nel prossimo anno accademico anche a livello contenutistico ci si pone come obiettivo un'espansione tematica del lavoro svolto nel primo anno e, alla descrizione dei capoluoghi di regione, si intende affiancare anche lo studio e la presentazione delle regioni italiane.

11 Intervista a *Fatma Özgür*, studentessa del corso di "Italiano per il Turismo", anno accademico 2017-18. Disponibile su: <<https://www.youtube.com/watch?v=Kze4tIw4G8&t=2s>>.

12 Intervista a *Berfin Ekice*, studentessa del corso di "Italiano per il Turismo" anno accademico 2017-18. Disponibile su: <<https://www.youtube.com/watch?v=59rbaEPmwiE>>.

6. Conclusioni

La consapevolezza di come e quanto il sistema educativo formale non sia sempre soddisfacente per incrementare la motivazione verso lo studio della nostra lingua e di come esso non crei una fascinazione verso l'italianità, ci ha condotto a percorrere strade alternative realizzando il progetto di scrittura collaborativa summenzionata. Si ritiene che “Viaggiare in Italia” stia dimostrando come, nel campo educativo, le piattaforme collaborative come *PBworks* offrano numerose opportunità formative utilizzando appieno scenari pedagogici di taglio socio-costruttivista. La sperimentazione rappresenta, inoltre, anche una stimolante opportunità nel mantenere l'originario spirito del *web*, continuamente minacciato dagli interessi commerciali di *software* proprietari e di piattaforme *e-learning* che il mercato cerca di imporre al mondo della formazione.

Si ritiene che l'uso di strumenti *Open Source*¹³ o gratuiti, come i wiki, offrano un valore aggiunto alla libertà di insegnamento; ciò rende possibile che la progettualità e la creatività non vengano discriminati su base economica ma favoriscono le buone pratiche e la meritocrazia, permettendo sia a docenti che a studenti, di “entrare in gioco” ed essere “soggetti di cultura” capaci di proporre e concretizzare modelli formativi originali, collaborativi e personalizzabili e pertanto rispondenti ai reali e specifici bisogni e contesti educativi. Ci si augura che il progetto “Viaggiare in Italia” al suo primo anno di vita nell'anno accademico 2017-18, riesca a crescere e migliorare sempre più in futuro. Al momento il progetto sembra stia sortendo effetti positivi, avendo stimolato buone pratiche acquisitive come quelle definite da WENGER (1998, pp. 55-64) come “negoziazione, partecipazione e reificazione”. Tra le difficoltà di realizzazione ed accettazione di un progetto di scrittura collaborativa di questo tipo, non deve essere sottovalutata l'inibizione che al momento suscita, nel paese della “Mezzaluna”, tutto ciò che è legato alla parola *wiki*¹⁴. Ci si augura che “Viaggiare in Italia”, oltre a migliorare le abilità di scrittura generalista e settoriali in *L2* degli studenti turchi, e incentivare sempre più un'attitudine alla collaborazione e alla condivisione di conoscenze e competenze, raggiunga nel tempo tutti i macro-obiettivi prefissati, cioè la crescita della motivazione e dello studio della lingua e della cultura del “Bel Paese”, aumentare, nel contempo, ciò che NYE (2011) definisce *Soft Power*, cioè il potere morbido di attrazione della nostra lingua e cultura e ampliare, infine, la volontà di approfondimento non solo della lingua italiana, ma anche il desiderio di conoscenza delle bellezze del patrimonio artistico e monumentale di cui gode il nostro paese.

13 "In informatica, il termine inglese *Open Source* significa “Sorgente Aperta”. Avere a disposizione il codice sorgente aperto consente ai programmatori di modificare un software a proprio piacimento, adattandolo così alle proprie necessità. Il software *Open Source* ha reso possibile, in ambito informatico, un ritorno alla libera circolazione delle informazioni.

14 Si ricorda come lo stato politico di emergenza e di tensione *post-golpe* hanno giustificato, nel 2017, la chiusura e l'inaccessibilità in Turchia alla celebre enciclopedia online *Wikipedia* (<http://www.wikipedia.org>). Redatta autonomamente dagli internauti secondo alcune norme prestabilite, essa si basa sui principi di collaborazione tipici dell'*Open Source*. *Wikipedia* è sostenuta da *Wikimedia Foundation* un'associazione senza fini di lucro. Attualmente è redatta in duecentocinquanta lingue diverse.

Riferimenti bibliografici

- AMADORI, G.; CAMPARI, D. *L'italiano in Turchia. Rilevazioni statistiche sull'insegnamento della lingua italiana*. Istanbul: Consolato Generale d'Italia, 2012.
- ANTELMINI, D.; SANTULLI F.; GUDRUN, H. *Pragmatica della comunicazione turistica*. Roma: Editori Riuniti, 2007.
- BALBONI, P. *Le microlingue scientifico-professionali: natura e insegnamento*. Torino: UTET, 2000.
- _____. La microlingua del turismo come fascio di microlingue. In: *Microlingue e letteratura nella scuola superiore*. Brescia: La Scuola, 1989.
- BOLTER, J. D.; GRUSIN, R. *Remediation. Understanding New Media*. Cambridge, MA: The MIT Press, 1999.
- CALVI, M.V. *Il linguaggio spagnolo del turismo*. Viareggio: Baroni, 2000.
- CAPPELLI, G. *Sun, Sea, Sex and the Unspoilt Countryside: How the English Language Makes Tourists out of Readers*. Grosseto: Pari Publishing, 2007.
- CASTELLO, E. *Tourist-information Texts: a Corpus-based Study of Four Related Genres*. Padova: Unipress, 2002.
- COGNO, E. *Comunicazione e tecnica pubblicitaria del turismo*. Milano: Franco Angeli, 2001.
- DULGER, E. *Il Sistema Educativo Turco*. Trento: Università degli Studi di Trento, 2015.
- ELIA, A. Il linguaggio del Turismo: WikiVoyage e l'evoluzione delle guide turistiche online. In *Trakia Dergisi*. Edebiyat Fakültesi, Edirne, n. 15, 2018. pp. 119-155.
- GIACOMARRA, M. G. *Turismo e comunicazione*. Palermo: Sellerio, 2005.
- GIORDANA, F. *La comunicazione del turismo tra immagine, immaginario e immaginazione*. Milano: Franco Angeli, 2004.
- GOTTI, M. *I linguaggi specialistici: caratteristiche linguistiche e criteri pragmatici*, Firenze: La Nuova Italia, 1991.
- _____. The Language of Tourism as Specialized Discourse. In: PALUSCI O.; FRANCESCONI S., *Translating Tourism: Linguistic/Cultural Representations*, Trento. Università di Trento: Dipartimento di Studi Letterari, Linguistici e Filologici, 2006, pp. 15-34.
- JONASSEN, D. H. Toward a Constructivist Design Model. In *Educational Technology*, Aprile, 1994, pp. 34-37
- NIGRO, G. *Il linguaggio specialistico del turismo. Aspetti storici, teorici e traduttivi*. Roma: Aracne Editrice, 2006.
- PALUSCI, O.; FRANCESCONI, S. *Translating Tourism: Linguistic/Cultural Representations*. Trento: Università degli Studi di Trento, 2006.
- PIERINI, P. Comunicazione turistica e multilinguismo in Internet". In: ROCCA LONGO, M.; LEPRONI, R. (a cura di). *La Babele mediatica. Multiculturalità e comunicazione*. Roma: Edizioni Kappa, 2006, pp. 79-101.
- _____. Quality in Web Translation: An Investigation into UK and Italian Tourism Web Sites. In: *The Journal of Specialised Translation*, 8, 2007 pp. 85-103. Disponibile su: <http://www.jostrans.org/issue08/art_pierini.pdf>. Ultimo accesso 15-11-18.
- NYE, J.S. JR. *The Future of Power*. USA: Public Affairs, 2011.
- WENGER, E. *Communities of practice: learning, meaning, and identity*. Cambridge: CUP, 1998.

Recebido em: 04/06/2018
Aprovado em: 12/11/2018