

Agon Mind

AGON MIND è lo sviluppo di progetti precedenti della commissione CREATOR, che ha costruito videogiochi e kit per la media education, nell'approfondimento di ricerca della teoria del gioco. La denominazione dipende dalla coscienza conseguita nell'esperienza che l'elemento caratterizzate l'attività OSCOM è proprio nel ruolo attivo di una cultura che non è astrazione ma attenzione alle problematiche dei tempi, volontà di accoglierne la sfida. Questa cultura come dialogo vivo si è accesa nei team di ricerca e nei focus group, esperienza della cultura come un magnifico gioco, che prende l'interesse pieno di chi ha le conoscenze di base per giocare – come ogni gioco.

La sfida si concretizza nella possibilità di elaborare una didattica che metta in grado tutti di giocare alla cultura: realizzando l'antico motto di Amos Comenio, *delectando docere*, una possibilità che le nuove tecnologie mettono a disposizione ma non regalano. Visalberghi parlava dell'opportunità di introdurre il gioco nella formazione adoperando un metodo che definì *ludiforme*: le singole fasi del gioco sono dei veri e propri giochi; ma esse poi si incatenano ad un work in progress che conduce ad approfondimenti difficili. L'ermeneutica parla di circoli che conseguono tappe finite per aprirne altre, la cultura originale non procede in altro modo.

La didattica di AGON MIND è una regia della gradualità delle tappe che consentono di procedere, ogni gradino è un prodotto finito, metodicamente sviluppato. Iniziare da gradi bassi comporta che lo studente si possa sentire impegnato attivamente già nei primi approcci, acquistando interesse alla realizzazione del progetto. Scegliere un prodotto multimediale, che parla la lingua che ha appreso come prima lingua un ragazzo d'oggi – ma anche un uomo d'oggi – è una chiave del successo. Ma i contenuti saranno poi quelli accademici e professionali, sta ai docenti la capacità di strutturare la gradinata.

Effetto della didattica è di ispirare un vivace spirito sportivo, teso alla vittoria nelle contese culturali, una specie di Olimpiade dove conta il risultato, ma anche la sconfitta, occasione per migliorare. Non solo così la cultura diventa divertente, ma diventa agguerrita, e può sperare di vincere la battaglia contro il conformismo ed il gusto banale dei tempi della comunicazione di massa. La volgarizzazione non è indispensabile, come vollero le teorie dei media degli anni 60; piuttosto deriva dalla politica antidemocratica e demagogica, che non ha colore. La necessaria politica culturale che può ovviare al difetto dal punto di vista di OSCOM è una battaglia di conoscenza, per educare a leggere le immagini insegnando a scriverle; Derrida lo raccomandava, considerare l'attenzione al testo multimediale come allo scritto, provvedere a decostruirne l'evoluzione per poi deframmentare – due processi di analisi e sintesi indicati con termine negativo e polemico, per indicare come sia necessariamente critica la mente che li compie.

OSCOM ha ricavato dall'analisi delle sfide una didattica per evitare l'analfabetismo di ritorno.

Realizzare prodotti didattici e formativi con il concorso degli studenti delle scuole è stata la prima battaglia vinta con la Ludodidattica e la Tecnologia Umanistica. La pubblicità di questi prodotti si è attuata nella TOY LIBRARY di Futuro Remoto e poi in tutte quelle che sono seguite. Si tratta di una ludoteca intelligente, dove allo spirito del gioco, che consiste soprattutto nell'allegrezza (*paidia*), si unisce la riflessione guidata dai prodotti OSCOM della Commissione CREATOR, cioè giochi digitali e giochi tradizionali, in formati prototipali, i giochi pubblicati da OSCOM – ma anche quelli in commercio. Lo spirito del gioco prevede libertà e libero confronto, dal paragone si traggono interessanti osservazioni. Per gli adulti che accompagnano i ragazzi è prevista nella ludoteca una sezione con i CdROM e DVD allegati ai volumi di atti, dove è possibile analizzare il senso delle

esperienze ed avviare interessanti conversazioni sui media. Sia per i piccoli che per i grandi sono organizzati dei focus group che uniscono alla rilevazione delle opinioni sui media l'aspetto sociale della conversazione di gruppo.

La commissione CREATOR ha anche curato le edizioni OSCOM dal punto di vista informatico, realizzando i prototipi e i due prodotti stampati, il recente *AGON* e prima *Il Cantiere di Sant'Aniello a Caponapoli*, che fu presentato all'Istituto Italiano per gli Studi Filosofici il 1 marzo 2006 dai proff. De Cunzo, P. Craveri, L. De Castris, U. Carughi, Clementina Gily.

Il progetto presente si lega al [Laboratorio di Ecfrastica](#) istituito nel corso di Beni Culturali della Federico II, un modello universitario che si adatta facilmente a modelli più elementari. Consiste nell'approfondimento della cultura delle immagini con un lavoro circolare.

1. Mirare all'*ortotesto*, ad un testo corretto, equilibrato tra tecnologie e contenuti culturali, significa creare un laboratorio in cui ci sia una fattiva interrelazione tra l'educazione all'immagine e la formazione di teorie e tecniche delle scienze della comunicazione, che consenta di approfondire i linguaggi dei media, sia dal punto di vista cognitivo che tecnologico. A tale scopo l'ortotesto innerva la collaborazione che fa delle idee i migliori prodotti per la comunicazione dei beni culturali. Obbedendo alla prima regola della società della conoscenza.
2. La metodologia parte dalla formazione alle modalità del lavoro in team, per superare le difficoltà e gestire con capacità le nuove modalità che sono tipiche dei lavori parcellizzati. La formazione viene diretta ai docenti e tutors dei gruppi di lavoro in laboratorio, in due incontri preliminari, che consentirà di loro di gestire le dinamiche di gruppo formando i partecipanti.
3. Nel laboratorio i team di lavoro si formano sulla base dei soggetti scelti nella prima fase del Laboratorio, dove si sono elaborate le idee base e si sono procurati gli approfondimenti utili alla costruzione del testo.
4. Notizie di scienze della comunicazione di massa portano alla scelta del medium più adatto al progetto in corso, precisando il ruolo insostituibile che ogni medium ha nella scienza della comunicazione. Anche nel caso si scelga la radio o l'arte tradizionale, il montaggio e la postproduzione e pubblicità restano legati all'informatica, all'acquisizione di nozioni e di pratica nei programmi utili allo scopo.
5. La scansione delle fasi di lavoro e di montaggio viene attuata nell'interrelazione con i competenti del medium prescelto e condotto alla produzione, con attenta calendarizzazione.
6. Valutazione e pubblicizzazione del prodotto.

Il carattere agonistico di un simile lavoro culturale viene messo in moto dall'istituzione di premi da assegnare ai lavori migliori nella rete che gestisce questa organizzazione. Sono state interessate le istituzioni che si occupano di sport, per far entrare anche questa particolare disciplina sportiva nella loro attenzione: come sono già da tempo il bridge e gli scacchi.