



Gruppo di lavoro sulle tecniche
di insegnamento e di apprendimento

<https://riviste.unige.it/index.php/glia/index>

ISSN 2975-0075

N° 2 - Anno 2024
pp.1-28

La sfida dell'Hackathon come terzo spazio di apprendimento: (ri)costruire una comunità partecipativa¹

Stefano PASTA¹, Maria Cristina GARBUI², Federica PELIZZARI³

1 Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano (MI), stefano.pasta@unicatt.it

2 Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano (MI), mariacristina.garbui@unicatt.it

3 Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano (MI), federica.pelizzari@unicatt.it

Open Access article distributed under CC BY-NC-ND 4.0
Copyright © Genova University Press

¹ Gli autori condividono concettualizzazione e impostazione metodologica del contributo. Poi, nello specifico, Stefano Pasta ha scritto i paragrafi 1.3 e 3, Maria Cristina Garbui ha scritto i paragrafi 1.2 e 2.2.2, Federica Pelizzari ha scritto i paragrafi 1.1, 2.1 e 2.2.1. Le due autrici hanno anche effettuato le analisi dei dati derivanti dagli strumenti di ricerca. Gli autori sono stati coinvolti nel progetto analizzato: Pasta nel gruppo di progettazione e di coordinamento dell'iniziativa; Garbui e Pelizzari nel gruppo dei facilitatori dei gruppi nella giornata dell'Hackathon.

Abstract

Il presente contributo vuole proporre l'esperienza di una Call for Ideas lanciata dall'Università Cattolica del Sacro Cuore in collaborazione con *Il Sole 24 Ore*, focalizzata sul “Vivere l'Università dentro e fuori l'Ateneo”.

L'obiettivo di questa Call è stato quello di raccogliere proposte che potessero incidere sia sulla vita della comunità universitaria delle sedi dell'Ateneo sia sull'impegno della comunità verso l'esterno promuovendo momenti di socialità, comunicazione e relazione.

Nell'ambito della celebrazione del Centenario dell'Università, tra marzo e giugno 2021, 25 team di studenti hanno avuto l'opportunità di presentare le loro idee progettuali, affiancati da giovani ricercatori dell'Ateneo che, in qualità di coach, hanno fornito loro supporto. L'Hackathon che si è generato, si è inserito in questa cornice per promuovere la dimensione partecipativa degli studenti al ripensamento identitario dell'Ateneo.

A titolo di ricerca, è stato condotto uno studio qualitativo sulla percezione che i partecipanti hanno avuto di questa esperienza, rivelando l'efficacia di tali eventi nel promuovere il senso di comunità, la collaborazione e la cittadinanza attiva nel contesto universitario.

Keywords

Hackathon; Higher Education; Cittadinanza Onlife; Business Model Canvas; Partecipazione.

1. Introduzione e framework

1.1 Tra partecipazione e senso di comunità

Il concetto di "senso di comunità" in un contesto universitario si riferisce alla sensazione di appartenenza, connessione e coinvolgimento con gli altri membri della comunità accademica, tra cui studenti, docenti, personale e amministratori (Cicognani et al., 2008). Nel concetto di "comunità universitaria" si inserisce anche quello di partecipazione attiva in un ambiente universitario: è un elemento chiave per arricchire l'esperienza degli studenti, promuovere il loro coinvolgimento e favorire il loro successo accademico (Seale, 2009). Quanto appena esplicitato fa riferimento all'atto di partecipare in modo volontario ed entusiasta a varie attività, eventi e iniziative all'interno dell'università; si tratta di un processo attraverso il quale gli studenti si impegnano in modo proattivo e coinvolto nelle proposte accademiche e non accademiche (Janssen et al., 2014).

Questo coinvolgimento va oltre la mera presenza fisica in aula; piuttosto, si manifesta attraverso un'interazione dinamica che si sviluppa, ad esempio, nel dialogo tra studenti e docenti (Arasaratnam-Smith & Northcote, 2017), nel legame tra i temi trattati e il contributo individuale verso gli argomenti da approfondire, generando una vitalità che rinforza l'ambiente accademico nel suo complesso. La partecipazione può avvenire in diversi contesti, inclusi lezioni, attività extracurricolari, eventi sociali e progetti di ricerca.

Un solido senso di comunità all'interno dell'università può portare a diversi vantaggi, tra cui (Rovai & Wighting, 2005):

- supporto sociale: gli studenti che si sentono parte di una comunità possono ricevere un maggiore sostegno dai propri pari, dai docenti e dal personale, un elemento cruciale durante periodi di stress accademico o personale;
- motivazione: il senso di responsabilità verso gli altri membri della comunità può motivare gli studenti a contribuire in modo positivo.

Questo sentimento di appartenenza può influenzare significativamente la qualità dell'esperienza universitaria e il successo degli studenti (Penuel et al., 2011). Inoltre, gli studenti che si sentono parte di una comunità tendono ad essere più coinvolti nelle attività accademiche, partecipando attivamente a discussioni in classe, lavori di gruppo e altre iniziative. Contribuisce anche al benessere emotivo degli studenti, riducendo la sensazione di solitudine e isolamento, e favorisce lo sviluppo personale ampliando le prospettive e promuovendo la crescita culturale e personale degli studenti (Dollinger et al., 2021).

In questa direzione si presenta il modello Combination-Of-Perspectives (COOP) (Konings et al., 2005) che visualizza i diversi attori coinvolti.

co-creazione, voce degli studenti e educazione democratica (Jahnke et al., 2022).

Bovill e Bulley (2011), successivamente ripresi da Martens et al. (2019), hanno sviluppato un modello chiamato "Scala della partecipazione degli studenti alla progettazione del curriculum". Esso comprende otto pioli con diversi livelli di progettazione partecipativa su un continuum che va dal curriculum dettato senza alcuna interazione, passando per alcune scelte e influenze degli studenti, fino al pieno controllo da parte degli studenti.

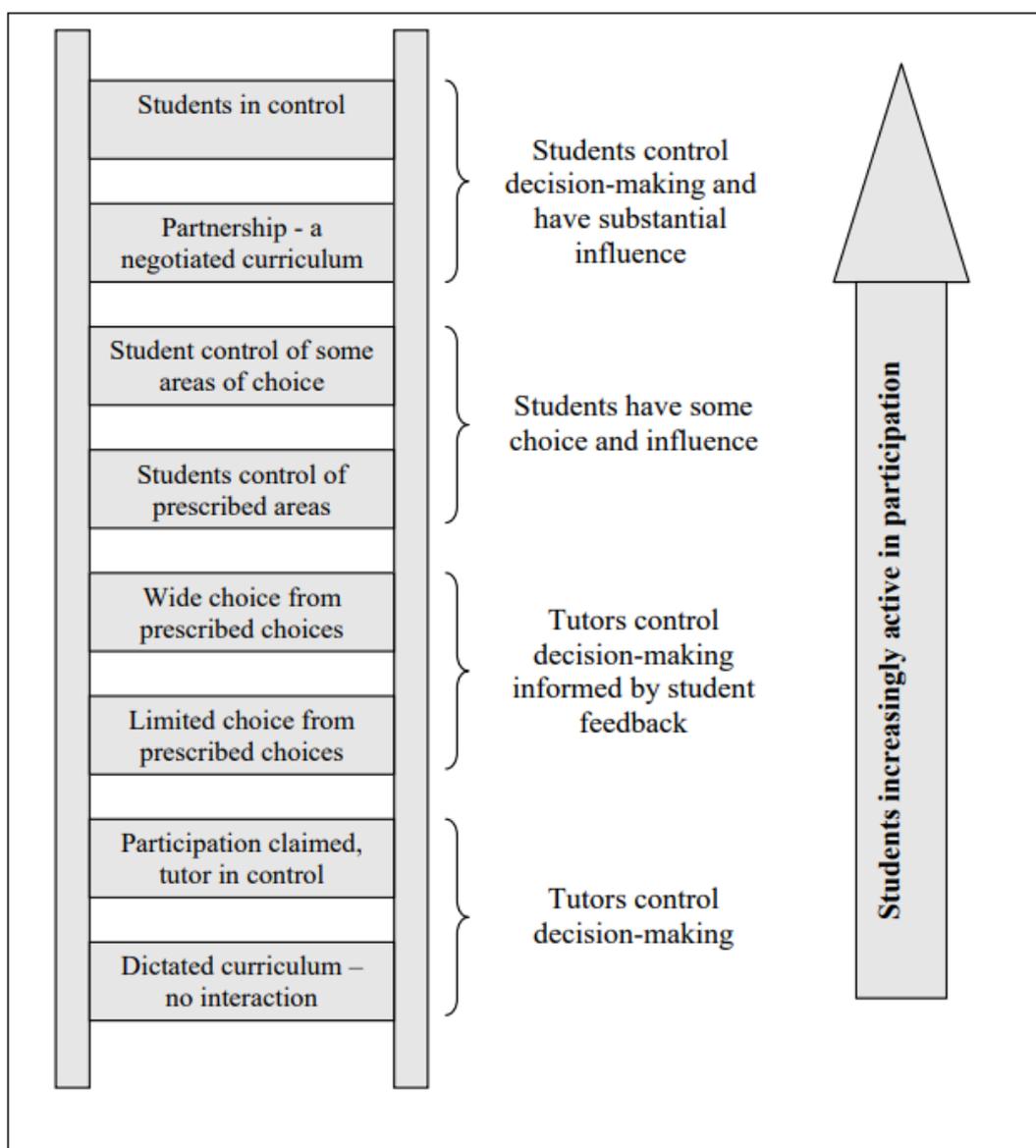


Fig. 2 - Scala di partecipazione degli studenti alla progettazione del curriculum (Fonte: Bovill & Bulley, 2011, p. 91).

Considerare gli studenti come partner nella progettazione (co-designer), tuttavia, non implica che si debba puntare a dare agli studenti il pieno

controllo sulla progettazione didattica, ma gli insegnanti e i progettisti devono essere i custodi del curriculum e le evidenze della ricerca educativa devono essere incorporate nella progettazione didattica degli ambienti di apprendimento (Ahmadi, 2023). Inoltre, le competenze degli studenti per la progettazione didattica sono limitate, poiché molti di loro non sono ancora in grado di controllare il proprio apprendimento in modo ottimale (Kirschner & Van Merriënboer, 2017) e quindi potrebbero non regolare il loro apprendimento, preferire modalità di apprendimento che non sono sempre le migliori per loro e avere difficoltà a scegliere le attività di apprendimento in caso di troppe opzioni (Könings, Bovill & Woolner, 2017). La progettazione partecipata non mira a raggiungere un apprendimento autodeterminato, ma sottolinea la collaborazione tra gli stakeholder e così facendo le parti interessate lavorano per comprendere meglio le prospettive reciproche e migliorare la progettazione didattica attraverso una stretta collaborazione (Örnekoğlu-Selçuk et al., 2023).

1.2 L'Hackathon come strumento di partecipazione

Gli Hackathon rappresentano un eccellente strumento per promuovere la partecipazione attiva e coinvolgente all'interno di un ambiente universitario (Goncharenko, 2021). Gli Hackathon sono eventi in cui i partecipanti lavorano insieme in modo collaborativo per risolvere problemi o sviluppare progetti in un periodo di tempo limitato. Questi eventi possono ispirare e coinvolgere gli studenti in molteplici modi, contribuendo all'apprendimento pratico, a un senso di appartenenza alla comunità e alla crescita personale e inoltre preparano anche gli studenti a rispondere in modo efficace alle sfide del mondo reale (Flus & Hurst, 2021).

La parola Hackathon è un neologismo, risultato della fusione tra i due termini *hacking* (hackeraggio) e *marathon* (maratona). Il primo indica la capacità di trovare una situazione alternativa ad un problema, mentre il secondo fa riferimento ai brevi tempi per farlo. Il termine Hackathon compare per la prima volta nel 1999, quando la OpenBSD chiede l'intervento di 10 sviluppatori software professionisti per implementare velocemente lo standard di sicurezza del suo sistema operativo. Da allora, l'Hackathon diviene un evento strutturato con una durata variabile che va mediamente da un giorno ad una settimana e che si caratterizza per essere un evento legato ad idee ed innovazione.

In particolare l'Hackathon si caratterizza (Porras et. al., 2019) per:

- Essere di durata breve: solitamente dura da 1 a massimo 3 giorni, permettendo una rapida ma intensa immersione nell'attività.
- Promuovere il lavoro di squadra: favorisce il lavoro in piccole squadre, promuovendo l'interazione e la collaborazione tra i partecipanti, che

hanno l'opportunità di incontrarsi e lavorare in sinergia. Questo incoraggia lo scambio di idee e competenze.

- Incentivare un approccio informale all'apprendimento: gli Hackathon adottano un metodo basato su sfide (Challenge-based Learning - CBL) e utilizzano tecniche di Design Thinking (Brown, 2008).

Questi eventi sono diventati sempre più comuni nei contesti accademici proprio perché favoriscono il problem solving nel mondo reale, promuovono l'innovazione culturale, impattano sull'impegno degli studenti ed animano l'Università con idee fresche, originali e creative.

Lanciare un Hackathon di carattere universitario per gli studenti significa aver la possibilità di promuovere diversi aspetti (Goldberg, 2019):

- Pensiero strategico: la partecipazione attiva degli studenti agli Hackathon richiede la pianificazione e l'attuazione di strategie per risolvere problemi o realizzare progetti concreti. Questo coinvolgimento diretto li aiuta ad agire, sviluppando competenze trasversali come la comunicazione efficace, la gestione del tempo e il lavoro di squadra.
- Spirito creativo: la condivisione di esperienze tra i membri delle squadre stimola la creatività e favorisce l'innovazione. Questo ambiente collaborativo e la sfida di risolvere problemi complessi in un breve lasso di tempo spingono gli studenti a ricercare strategie divergenti per sviluppare soluzioni originali e promuovere nuove idee per affrontare le sfide complesse afferenti da contesti reali e contingenti.
- Soft skills: gli Hackathon spesso coinvolgono studenti provenienti da diverse discipline, promuovendo la collaborazione interdisciplinare. Questa opportunità consente agli studenti di applicare le loro competenze in contesti diversi, stimolando l'innovazione culturale e favorendo la creazione di soluzioni transdisciplinari.
- Imprenditorialità: gli Hackathon spingono gli studenti a lavorare insieme in squadre per raggiungere obiettivi comuni, favorendo la costruzione di relazioni e un senso di appartenenza a una comunità con interessi simili. Questa collaborazione promuove una competizione amichevole e stimola la coesione interna dei piccoli gruppi, integrandosi con la competizione tra i vari team di lavoro.
- Intelligenza sociale: partecipando a un Hackathon, gli studenti applicano le loro competenze e conoscenze in situazioni reali, arricchendo la loro esperienza universitaria. Inoltre, questi eventi attirano partecipanti provenienti da diverse università, discipline e background, offrendo un'ottima opportunità per espandere la propria rete di contatti e fare amicizia con persone provenienti da contesti diversi. Queste connessioni possono aprire porte a future opportunità di apprendimento e carriera, promuovendo l'intelligenza sociale e

l'ingresso nel mondo professionale.

Se gli Hackathon sono eventi in cui gruppi di persone collaborano per risolvere problemi o creare progetti in un periodo di tempo limitato, il Business Model Canvas (Osterwalder & Pigneur, 2019) è uno strumento visivo utilizzato per descrivere e analizzare in modo sistematico il modello di business di un'azienda o di un'idea imprenditoriale.

Il canvas, infatti, fornisce un quadro completo delle componenti chiave di un modello di business, consentendo ai partecipanti di considerare tutti gli aspetti essenziali, come clienti, proposta di valore, canali di distribuzione, fonti di ricavo e costi.

Adottare il Business Model Canvas in concomitanza con gli Hackathon può fornire una struttura organizzata per la progettazione e lo sviluppo di idee imprenditoriali, in quanto aiuta i partecipanti a esplorare tutte le dimensioni del loro progetto, identificare potenziali punti di forza e debolezza e creare una base solida per la futura implementazione.

Si possono evidenziare numerosi vantaggi (Joyce & Paquin, 2016):

- **Struttura chiara:** il Business Model Canvas offre una struttura visiva e concisa per esaminare e comunicare come un'idea o un progetto funziona dal punto di vista imprenditoriale. Questo può aiutare i partecipanti a pensare in modo strategico e a focalizzarsi sugli aspetti fondamentali.
- **Identificazione di opportunità e sfide:** utilizzando il canvas, i partecipanti possono individuare le opportunità di mercato, identificare le potenziali sfide e analizzare la coerenza del loro modello di business.
- **Pianificazione efficace:** il Business Model Canvas aiuta a pianificare in modo più efficace come i vari elementi del modello di business si interconnettono e influenzano reciprocamente. Questo può guidare le decisioni strategiche durante lo sviluppo di un'idea.
- **Feedback costruttivo:** presentare un'idea con un Business Model Canvas ben sviluppato può facilitare il feedback da parte di giudici, mentori o altri partecipanti all'Hackathon. Questo feedback può contribuire a migliorare e raffinare l'idea.
- **Visione d'insieme:** il canvas incoraggia a considerare l'idea nel suo insieme, evitando di trascurare componenti cruciali. Ciò promuove una visione globale e strategica della propria proposta, poiché inserisce tutti gli aspetti in una sola pagina. In questo modo vengono rappresentati non solo il nucleo effettivo del modello di business, ma anche i costi e le fonti di reddito, compreso il marketing.
- **Interpretazione delle informazioni:** l'uso del Business Model Canvas può portare a innovazioni informative, in cui i partecipanti acquisiscono una migliore comprensione delle dinamiche di mercato, dei potenziali clienti e delle risorse necessarie.

La figura 1 mostra il modello del Business Model Canvas che è stato adottato durante l'Hackathon "Vivere l'Università dentro e fuori l'Ateneo" che si è svolto in Università Cattolica il 4 maggio 2021.

Nello specifico, approfondiamo le diverse categorie contenute nel Business Models Canvas:

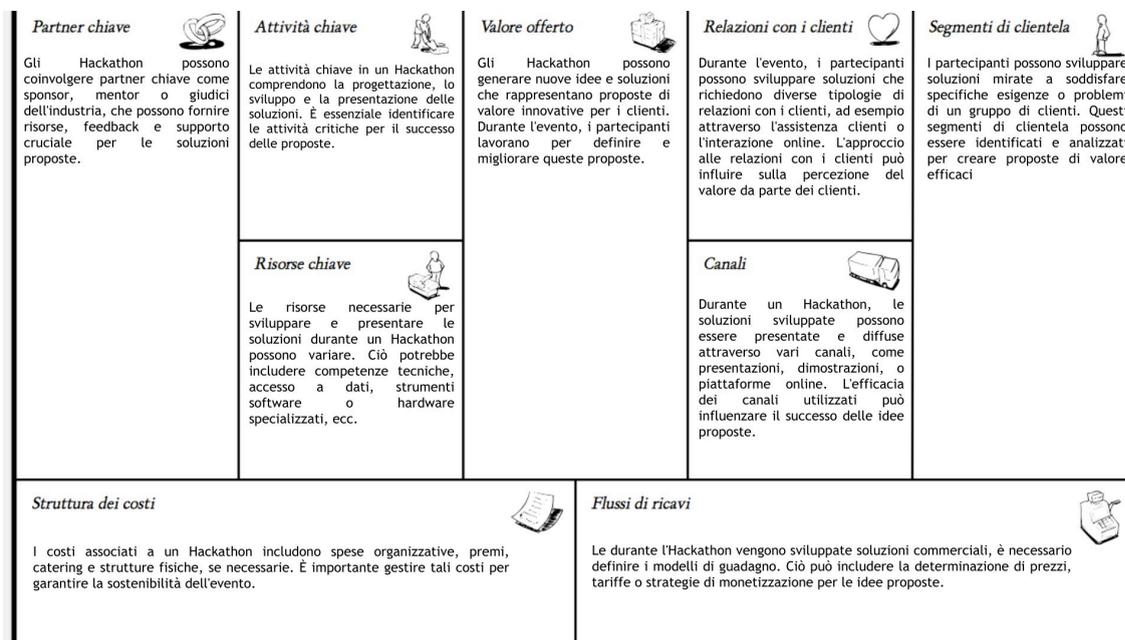


Fig. 3 - Categorie del Business Model Canvas applicate agli Hackathon (a cura degli autori del presente saggio).

Quale possibile correlazione quindi tra Hackathon e Business Models Canvas? All'interno della presente grafica illustriamo come le categorie del Business Model Canvas possano trovare dei riferimenti nelle diverse fasi di sviluppo di un'idea esplorata durante un Hackathon.

<p>Partner chiave </p> <p>Nel Business Model Canvas rappresentano le relazioni strategiche che l'azienda stabilisce con altre entità. Nell'ambito di un Hackathon, i "Collaboratori o Mentori" sono partner o esperti che possono fornire risorse, supporto o feedback critico durante lo sviluppo della soluzione. Queste categorie si correlano poiché entrambe coinvolgono la collaborazione con terze parti per il successo dell'idea o del progetto.</p>	<p>Attività chiave </p> <p>Nel Business Model Canvas rappresenta le operazioni fondamentali necessarie per far funzionare il modello di business. Nell'ambito di un Hackathon, "Attività di Sviluppo" si riferisce alle attività creative e tecniche necessarie per sviluppare la soluzione. Queste categorie si correlano in quanto entrambe implicano un'azione diretta per raggiungere gli obiettivi.</p> <p>Risorse chiave </p> <p>Nel Business Model Canvas includono gli elementi essenziali necessari per far funzionare il modello di business. Nell'ambito di un Hackathon, "Risorse" comprende ciò che è necessario per sviluppare e implementare la soluzione. Queste categorie sono correlate in quanto entrambe si riferiscono alle risorse necessarie per il successo dell'idea.</p>	<p>Valore offerto </p> <p>Nel Business Model Canvas descrive ciò che rende un'offerta unica e attraente per i clienti. Nell'ambito di un Hackathon, la "Soluzione" è la risposta creativa e innovativa a un problema specifico. Queste categorie si correlano poiché la creazione di una soluzione efficace dovrebbe allinearsi con la proposta di valore delineata.</p>	<p>Relazioni con i clienti </p> <p>Nel Business Model Canvas riguardano il tipo di interazione che l'azienda stabilisce con i clienti. Nell'ambito di un Hackathon, il "Feedback degli Utenti" si riferisce alle interazioni e ai commenti ricevuti dagli utenti sulla soluzione. Queste categorie si correlano perché entrambe implicano l'interazione con i destinatari o i clienti.</p> <p>Canali </p> <p>Nel Business Model Canvas rappresentano i mezzi attraverso cui l'azienda raggiunge i suoi clienti. Nell'ambito di un Hackathon, l'"implementazione" o "distribuzione" si riferisce a come la soluzione verrà portata al mercato o implementata. Le scelte dei canali di distribuzione possono influenzare il modo in cui la soluzione raggiunge i destinatari.</p>	<p>Segmenti di clientela </p> <p>Nel Business Model Canvas, "segmenti di clientela" si riferisce ai diversi gruppi di clienti a cui il modello di business si rivolge. Nel contesto di un Hackathon, il "problema" definisce quale problema specifico si sta cercando di risolvere. Questi concetti possono essere correlati in quanto la definizione dei segmenti di clientela può guidare la comprensione dei problemi che questi clienti affrontano.</p>
<p>Struttura dei costi </p> <p>Nel Business Model Canvas rappresenta i costi associati alla gestione del modello di business. Nel contesto di un Hackathon, "investimenti" rappresenta le spese necessarie per sviluppare la soluzione. Queste categorie sono correlate poiché entrambe coinvolgono la gestione dei costi e delle spese.</p>		<p>Flussi di ricavi </p> <p>Nel Business Model Canvas riguardano le fonti di reddito generate dal modello di business. Nell'ambito di un Hackathon, "Monetizzazione" riguarda come la soluzione potrebbe essere monetizzata. Queste categorie sono correlate poiché l'efficacia delle strategie di monetizzazione influisce direttamente sui ricavi generati.</p>		

Fig. 4 - Categorie del Business Model Canvas ricavate dall'Hackathon "Vivere l'Università dentro e fuori l'Ateneo" (a cura degli autori del presente saggio).

1.3 Un caso studio: l'Hackathon del progetto "Vivere l'Università dentro e fuori l'Ateneo" dell'Università Cattolica

Al framework teorico e metodologico richiamato sinora seguirà l'analisi, presentata come caso studio, dell'Hackathon del progetto "Vivere l'Università dentro e fuori l'Ateneo" dell'Università Cattolica del Sacro Cuore, iniziativa proposta nell'anno accademico 2021-22 agli studenti dei corsi di Laurea Triennale, Magistrale o a Ciclo Unico delle diverse sedi dell'Ateneo (Milano, Brescia, Piacenza, Cremona, Roma).

Il progetto, ideato su richiesta del Rettore, si è inserito nelle iniziative per il Centenario della fondazione dell'Università Cattolica nel 1921 (Raponi, 2021) e, per rispondere alle limitazioni legate al distanziamento sociale al tempo dell'emergenza sanitaria per il Covid-19, aveva come primo obiettivo la promozione del protagonismo degli studenti, coinvolgendoli nell'anniversario dell'Ateneo. In questo senso si è voluto dare voce ai giovani, di cui si è ipotizzato il desiderio di partecipare alla ricostruzione della comunità universitaria, e, attraverso questo processo, sviluppare un senso di appropriazione e consapevolezza rispetto a un anniversario che altrimenti avrebbe rischiato di essere vissuto dagli studenti come distante e formale.

Una causa contingente, ossia le limitazioni alla presenza imposte dal distanziamento sociale per l'emergenza sanitaria, e un motivo più di scenario, come la consapevolezza di vite e relazioni onlife (Floridi, 2017) in

società e comunità postdigitali (Jandrić et al., 2023), hanno spinto a progettare azioni che ibridassero di continuo la presenza e la collaborazione tramite il digitale.

All'inizio del 2021 (I fase), insieme a *Il Sole24Ore*, è stata diffusa la Call for ideas “Vivere l'Università dentro e fuori l'Ateneo”²: gli studenti hanno avuto un mese di tempo per proporre la propria candidatura all'iniziativa, finalizzata a un concorso, attraverso un Hackathon, per creare progetti e idee innovative riguardanti: a) la vita della comunità universitaria delle diverse sedi dell'Ateneo (socialità e aggregazione, servizi, spazi, approfondimento culturale etc); b) l'impegno della comunità universitaria all'esterno delle sedi, promuovendo e animando occasioni di socialità e di relazione nei territori di riferimento. Applicando il costrutto delle tecnologie di comunità (Rivoltella, 2017), la Call ha incoraggiato la realizzazione di progetti che, anche grazie a tecnologie e spazi digitali, creassero occasioni per ricostruire comunità. Inoltre, per coinvolgere sia chi aveva già appartenenze o consuetudine al lavoro di gruppi, sia coloro che non avevano particolari legami gruppali (o ne volevano sperimentare di nuovi), agli studenti sono state offerte tre modalità di partecipazione: a) proposta di un'idea da parte di un team completo, composto da 3-8 studenti; b) candidatura di un'idea da parte di uno o più studenti che non avessero ancora composto un team completo; c) offerta di adesione da parte di uno studente che segnalasse e mettesse a disposizione le proprie competenze specifiche e che sarebbe poi stato inserito in uno dei team incompleti, su proposta del gruppo di coordinamento del progetto. Quest'ultimo ha in particolare promosso le squadre miste per genere e corso di studi dei componenti.

Un Comitato appositamente nominato dall'Università, composto da docenti, esperti e giornalisti de *Il Sole24Ore*³, ha ammesso 119 studenti all'Hackathon (II fase)⁴, svoltosi nell'intera giornata del 4 maggio 2021, e in cui i team partecipanti sono stati affiancati da giovani ricercatori dell'Ateneo in qualità di coach (Carnell et al., 2006). A fine giornata, i gruppi hanno dovuto consegnare un pitch per presentare il progetto (Joyce & Paquin, 2016), composto da un'idea creativa, un piano di fattibilità espresso secondo il Business Model Canvas e un breve video di racconto.

² In Internet: URL
https://secondotempo.cattolicanews.it/news-DOCUMENTO%20DI%20CALLFORIDEAS_DEF.pdf.

³ Il Comitato, presieduto dall'allora prorettrice Antonella Sciarrone Alibrandi, era composto per l'Università Cattolica da Mario Cesare Gatti, Domenico Simeone, Pier Cesare Rivoltella, Ivana Pais, Stefano Pasta e da Luca Salvioli per *Il Sole 24 Ore*. Altri docenti dell'Ateneo sono intervenuti, con compiti formativi, durante l'Hackathon del 4 maggio 2021.

⁴ In Internet: URL
<https://secondotempo.cattolicanews.it/news-i-progetti-degli-studenti-per-far-ripartire-la-vita-universitaria>.

Successivamente (III fase), per una settimana e con lo scopo di allargare la partecipazione alla comunità studentesca, si è chiesto a tutti gli studenti dell'Ateneo di selezionare il migliore tra i 25 progetti presentati (2.392 votanti)⁵; i dieci video più votati sono stati quindi sottoposti al giudizio del Comitato tecnico (IV fase - criteri: originalità, realizzabilità, coerenza con l'oggetto della Call, innovazione, sostenibilità), che ha poi annunciato i vincitori il 15 giugno 2021 in un evento pubblico presso la sede di Milano (V fase)⁶. Tra i quattro team vincitori, a due è stata offerta la possibilità di accompagnamento alla realizzazione del loro progetto attraverso il supporto di ConLab, lo spazio di coworking dell'Ateneo⁷; per un'idea progettuale, *Il Sole24Ore* ha offerto la possibilità di collaborare con la sua redazione digitale per la produzione di contenuti per i social del giornale; infine, a un progetto è stata assegnata una menzione speciale.

2. Il caso dell'Hackathon dell'Università Cattolica

2.1 Metodi e strumenti della ricerca

La Call for Ideas è stata pensata anche come una ricerca qualitativa in ottica di follow-up per esplorare la percezione che gli studenti partecipanti hanno avuto di questa esperienza. L'obiettivo posto alla fase di ricerca è quindi stato quello di comprendere come i progetti pensati e presentati possano incidere sia sulla vita della comunità universitaria sia sull'impegno della comunità verso l'esterno promuovendo momenti di socialità, comunicazione e relazione.

In questo senso sono state pensate due domande di ricerca:

- D1. Come gli studenti hanno pensato di promuovere questo senso di comunità?
- D2. Come lo strumento dell'Hackathon ha aiutato gli studenti a costruire senso di comunità e valutare il co-design in modo positivo?

⁵ In Internet: URL <https://secondotempo.cattolicanews.it/news-scopri-i-progetti-degli-studenti-per-riprendere-la-vita-comunitaria-e-vota-il-migliore>; la playlist dei progetti si trova invece a questo indirizzo: https://secondotempo.cattolicanews.it/news-Team_%20Call%20for%20Ideas.pdf.

⁶ In Internet: URL <https://secondotempo.cattolicanews.it/news-call-for-ideas-gli-studenti-rilanciano-la-vita-comunitaria>.

⁷ In Internet: URL <https://www.unicatt.it/uc/conlab>.

Per rispondere alle domande sono stati utilizzati due differenti strumenti di ricerca: il primo è stata una categorizzazione delle proposte presentate, tramite la ripresa del sistema di categorizzazione proposto dall'approccio Grounded Theory (Charmaz, 2006), svolta da parte di ricercatori non implicati nella fase di valutazione dei progetti, mentre il secondo strumento è stato l'erogazione di un questionario di follow-up autocompilato, per valutare le ricadute dell'Hackathon sui suoi partecipanti. Il questionario, anonimo, è stato distribuito tramite link online e inviato ai partecipanti alla mail istituzionale dell'Ateneo. E' stato composto da 24 domande, suddivise in diverse aree:

- demografica, che fornisce un quadro contestuale per comprendere meglio le prospettive dei partecipanti;
- aspettative e le motivazioni che hanno spinto i partecipanti a prendere parte all'Hackathon;
- struttura e all'organizzazione dell'evento per capire come i partecipanti hanno vissuto l'esperienza pratica dell'Hackathon e se hanno trovato utile il supporto e gli strumenti forniti;
- approfondimento e sul coinvolgimento post-evento, in particolare lo sviluppo personale e le competenze acquisite, la sicurezza nello svolgimento delle attività di progettazione partecipativa e le prospettive dei partecipanti sul valore dell'Hackathon e sulle possibili implicazioni future.

Le analisi svolte sono state di tipo descrittivo.

Il campione partecipante alla ricerca è costituito da tutti gli studenti che hanno presentato un progetto per la Call for Ideas: 119 studenti (55,75% femmine, 44,25% maschi), suddivisi in 25 team, composti tra i tre e cinque studenti e provenienti da 10 Facoltà e differenti sedi. Tra i rispondenti al questionario, l'81,2% ha tra i 21 e i 25 anni, sia di lauree triennali che magistrali. Nel 92% la presentazione alla Call for Ideas è avvenuta già in gruppo mentre solo l'8% individualmente e nel 67% aveva un'idea specifica da presentare all'interno dell'Hackathon; il restante 33% non aveva idee iniziali.

2.2 Risultati

2.2.1 Le progettazioni proposte

Consultando i vari gruppi durante la giornata dell'Hackathon in merito all'organizzazione e la gestione del lavoro di gruppo, la maggioranza dei

team ha organizzato il proprio lavoro progettuale confrontandosi e decidendo insieme, partendo dalle idee dei singoli studenti e unendole o facendone emergere una migliore. Inoltre, i team hanno dichiarato che tutti i membri del gruppo più o meno hanno lavorato allo stesso modo e che le decisioni durante la progettazione venivano prese con un confronto tra le diverse idee e una successiva decisione comune, cercando di mantenere sempre scelte democratiche e con l'accordo della maggioranza più alta.

Da questo presupposto, le 25 progettazioni presentate alla Call for Ideas sono state categorizzate e analizzate secondo cinque dimensioni:

- la tipologia della proposta portata dal progetto;
- gli obiettivi che il progetto si poneva;
- il target a cui la proposta era rivolta;
- i servizi forniti dal progetto e le motivazioni a riguardo;
- i canali di diffusione pensati per pubblicizzare il progetto all'interno e all'esterno dell'Ateneo.

Analizzando la tipologia della proposta dei progetti, si è notato che la maggioranza di essi (27,3%) propone la creazione di canali/app per scambio di informazioni/luoghi per aiutare gli studenti a socializzare, conoscersi e aiutarsi a vicenda. Seguono la creazione di una community virtuale (15,2%), la creazione di spazio digitale per internazionalizzazione, tirocini, eventi, lancio lavoro e/o volontariato (12,1%) e la creazione di ambiente fisico aperto per attività di studio, lavoro, svago (12,1%).

Tipologia di proposta

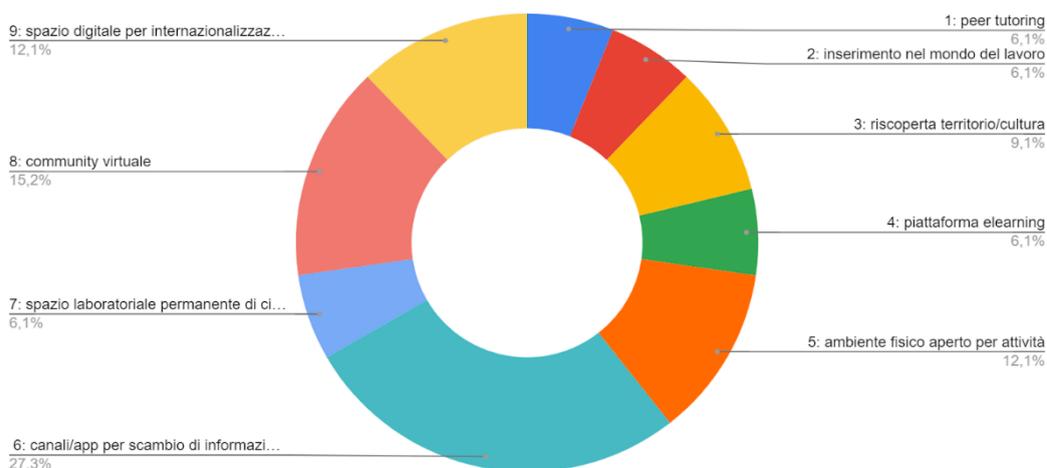


Grafico 1 - Tipologia della proposta dei progetti proposti dagli studenti partecipanti all'Hackathon.

Andando ad osservare gli obiettivi che i progetti presentati si proponevano, si è notato come la creazione di un senso di comunità e di appartenenza all'Ateneo (22,06%) e l'ampliamento e approfondimento della socializzazione tra studenti (20,59%) siano i due obiettivi che raccolgono una buona parte dei progetti. Seguono a questi obiettivi, il rilancio/promozione eventi/servizi/locali/attività vicini all'Ateneo o affini alle varie facoltà (7,35%) e il rilancio turismo e cultura relativo alla città in cui le sedi dell'Ateneo si trovano (Milano, Brescia, Piacenza/Cremona). Infine, alcuni progetti si sono posti l'obiettivo di valorizzare e approfondire la sostenibilità all'interno dell'Ateneo (4,41%), la creazione di spazi di discussione su tematiche di attualità e di interesse degli studenti (4,41%) e la creazione e promozione di attività extracurricolare che potessero dare una visione e una proposta più completa alla preparazione degli studenti, anche in linea con gli interessi personali di ognuno (es. fotografia, cinema, arte) (4,41%).

Obiettivi dei progetti

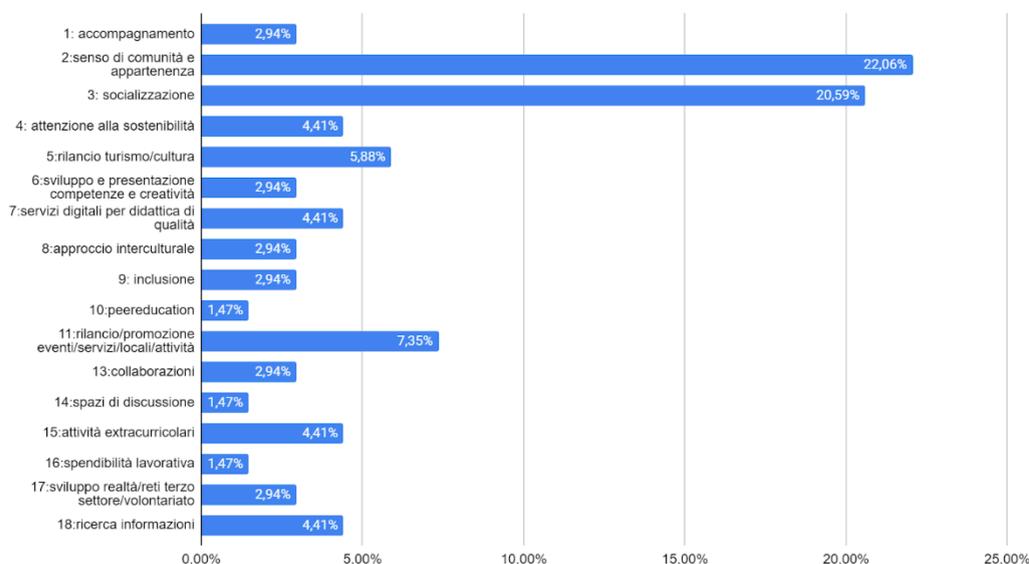


Grafico 2 - Obiettivi dei progetti proposti dagli studenti partecipanti all'Hackathon.

I servizi forniti, quindi, dai progetti sono molteplici: app, siti web e piattaforme per la socializzazione e la creazione di community emergono in modo considerevole (40%), seguiti da aule e luoghi per

attività ricreative e culturali (14,29%) e corsi/lezioni/seminari/formazione su piattaforme online (11,43%).

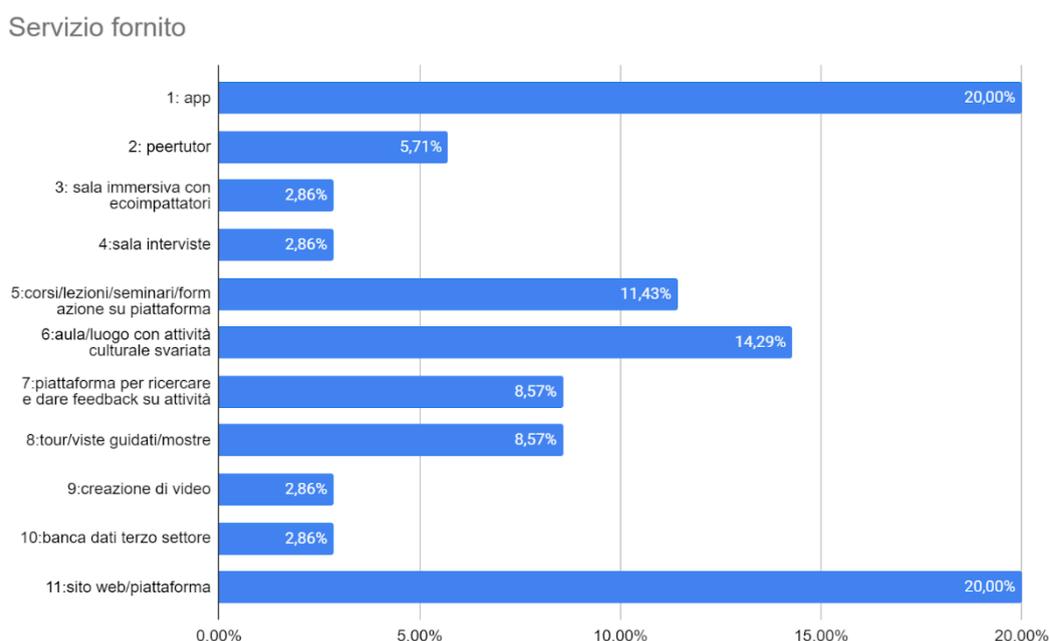


Grafico 3 - Servizi forniti dai progetti proposti dagli studenti partecipanti all'Hackathon.

Il target a cui si rivolgono i progetti sono gli studenti dell'Ateneo stesso (66,6%): in alcuni casi sono specificati studenti in sede e fuori sede e gli studenti Erasmus (42,59%), il 14,81% si riferisce esplicitamente agli studenti laureandi e il 9,26% a studenti di altri Atenei della città. Solo il 7,41% dei progetti è dedicato invece ai docenti e al personale che lavora all'interno dell'Ateneo.

Target a cui è rivolta la proposta

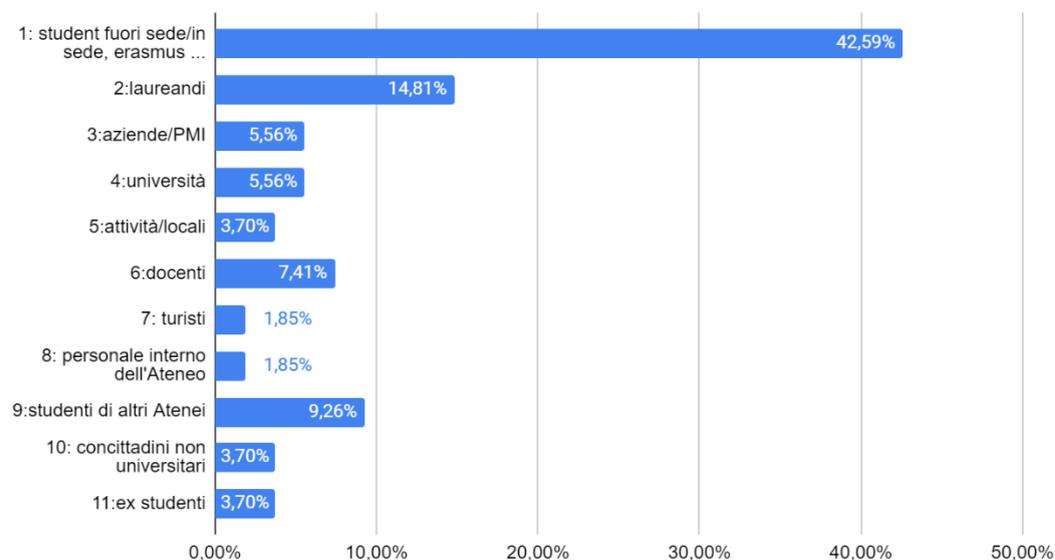


Grafico 4 - Target dei progetti proposti dagli studenti partecipanti all'Hackathon.

Infine, andando a valorizzare come i team hanno progettato di promuovere e valorizzare il proprio progetto, si nota come i Social Network risultano gli strumenti più funzionali e pensati per questo scopo (30,36%), seguiti dai canali istituzionali dell'Ateneo stesso (23,21%) e da mailing list e newsletter create appositamente per il progetto (12,50%).

Canali di comunicazione proposti

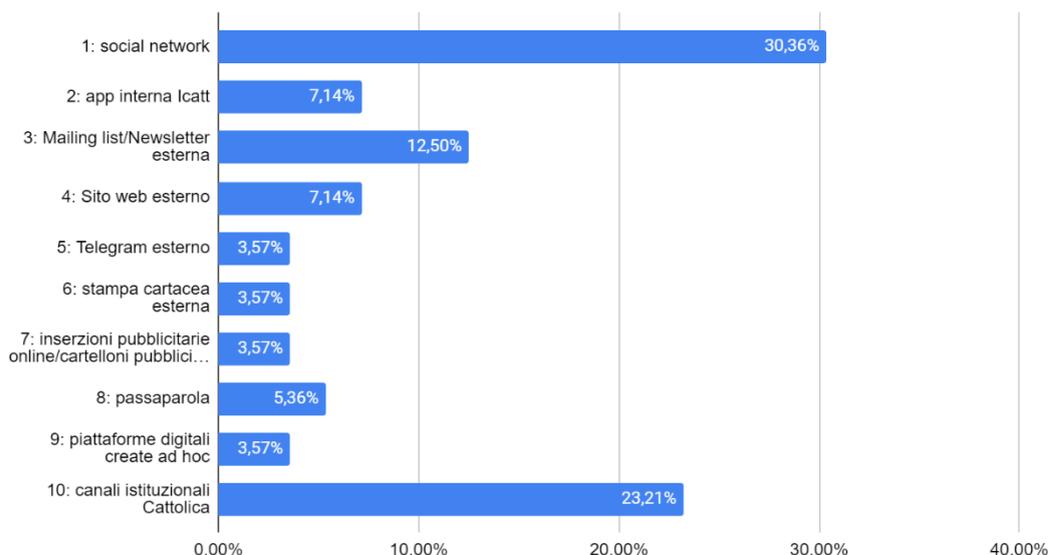


Grafico 5 - Canali di comunicazione dei progetti proposti dagli studenti partecipanti all'Hackathon.

2.2.2 Il questionario

Il presente questionario mira ad esplorare le motivazioni degli studenti per partecipare all'evento, la loro percezione sulla progettazione centrata sullo studente e altre opinioni correlate.

Emerge, infatti, che una delle motivazioni principali che ha spinto gli studenti a partecipare all'evento sia la “voglia di portare il proprio punto di vista sull'Ateneo” (27,08%). Questo risultato suggerisce una forte inclinazione degli studenti verso un ruolo attivo nel proporsi all'interno della cultura accademica. È notevole osservare che il “rilancio della (mia) esperienza universitaria” (25,00%) e la “riscoperta dell'Ateneo dopo il COVID-19” (10,42%) rappresentano altre due motivazioni che possono ritenersi significative.

La principale motivazione che l'ha spinto a partecipare a questo Hackathon è stata:

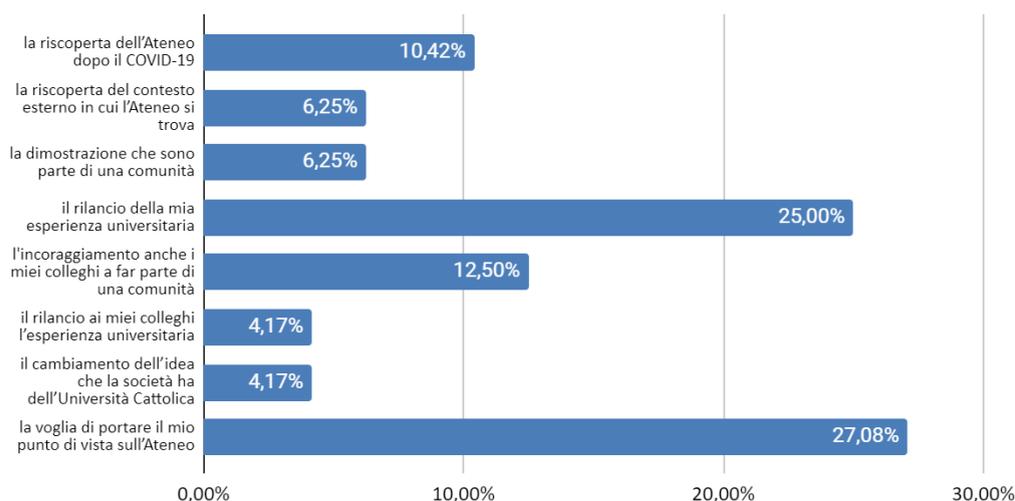


Grafico 6 - Motivazione degli studenti alla partecipazione all'Hackathon.

Il 91,66% degli studenti risponde in modo affermativo alla domanda relativa al carattere progettuale dell'Hackathon riconoscendone la prospettiva personalistica, dichiarando “Sì” per il 52,08% e “Più sì che no” per il 39,58%.

Ritiene che co-progettare un programma centrato sullo studente sia un modo efficace per rispondere ai bisogni della comunità universitaria?

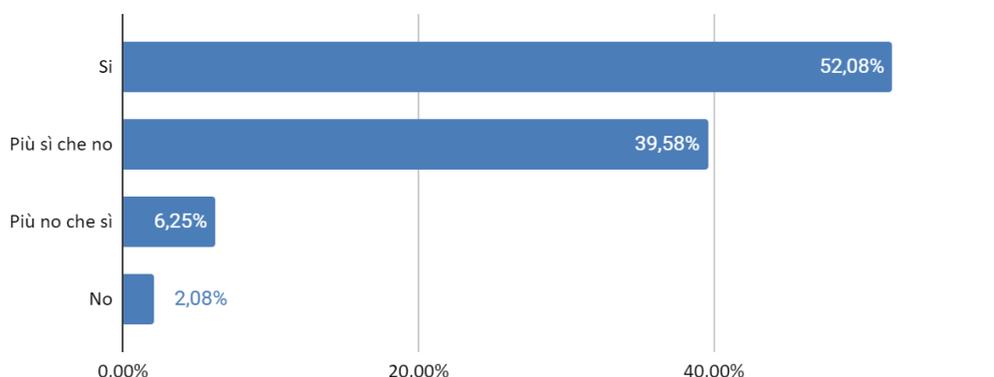


Grafico 7 - Valore percepito della co-progettazione da parte degli studenti partecipanti all'Hackathon.

La predominanza di studenti (62,50%), che ritiene che il principale obiettivo dei gruppi di studenti attivi in processi partecipati debba “essere di supporto per portare in modo più incisivo queste tematiche all'interno dell'Ateneo”, manifesta il desiderio di attivare un cambiamento tangibile all'interno dell'ambiente universitario. Inoltre, l'obiettivo di “essere di supporto allo sviluppo di progetti tra amministrazioni e soggetti diversi” (31,25%) suggerisce una marcata volontà di creare ponti tra gli studenti, il corpo docente e l'amministrazione accademica oggi, così come in futuro.

Quale ritiene debba essere in futuro l'obiettivo principale di comunità e gruppi di studenti che si rendono attivi in processi partecipati all'interno dell'Università?

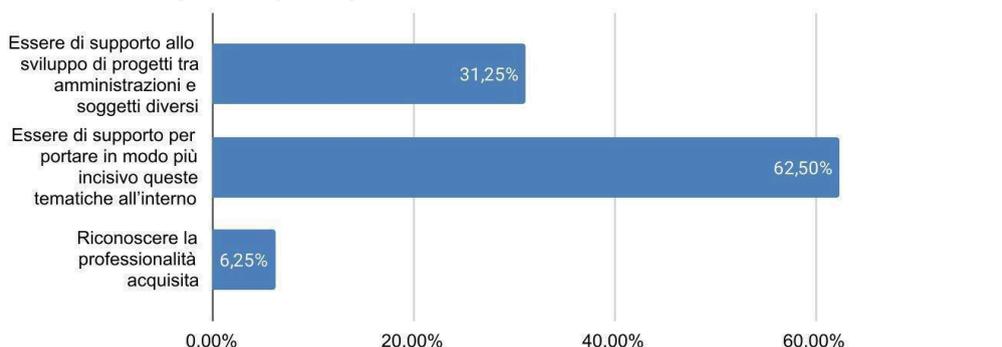


Grafico 8 - Obiettivo percepito dei processi partecipati da parte degli studenti che hanno preso parte all'Hackathon.

L'introduzione del Business Model Canvas all'interno dell'Hackathon è supportata da un forte consenso tra i partecipanti, come indicato dai dati rilevati dal questionario. Il 71,66% degli intervistati si colloca a un livello di accordo compreso tra 4 e 5 sulla scala da 1 (per nulla

d'accordo) a 5 (totalmente d'accordo) rispetto alla facilità di preparazione del Business Model Canvas.

Rispetto al modello di business canvas che è stato creato durante la formazione online del 4 maggio, credo che sia uno strumento...

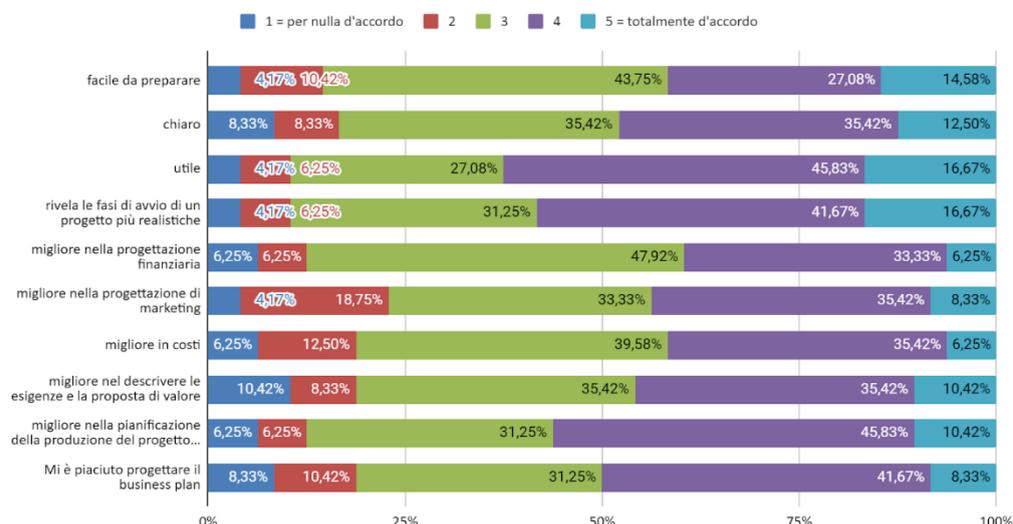


Grafico 9 - Valore percepito dagli studenti partecipanti all'Hackathon rispetto all'utilizzo del Business Model Canvas.

Alla luce dei dati relativi all'evoluzione del livello di competenze specifiche autodichiarate da parte dei partecipanti prima, durante e dopo l'Hackathon, emerge un quadro interessante che merita un'analisi più approfondita. Rispetto ai criteri di autovalutazione per posizionarsi all'interno dei quattro livelli di competenza, è stato specificato di fare riferimento a tre criteri chiave:

- conoscenza e comprensione dei processi partecipativi: comprendere e analizzare i processi partecipativi, considerando i diversi stakeholder coinvolti e valutare criticamente i meccanismi di partecipazione e identificare le migliori pratiche;
- gestione e organizzazione dei processi partecipativi: pianificazione e organizzazione dei processi partecipativi, inclusa la gestione delle risorse umane e materiali e gestione efficace delle dinamiche di gruppo e risolvere conflitti in modo costruttivo;
- implementazione e valutazione dei processi partecipativi: in base alle esigenze specifiche delle parti interessate, sviluppare soluzioni innovative e promuovere l'innovazione e la creatività all'interno del gruppo e anticipare le sfide future e pianificare di conseguenza per garantire il successo dei processi partecipativi.

Come valuterebbe il suo livello di competenze specifiche per la progettazione, organizzazione e gestione di processi partecipativi?

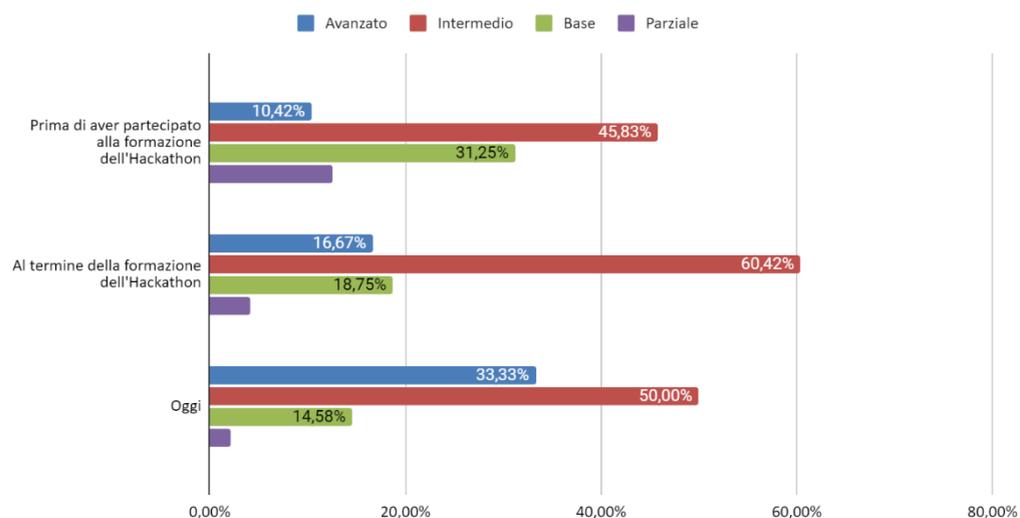


Grafico 10 - Evoluzione percepita del livello di competenze degli studenti partecipanti all'Hackathon.

Prima dell'inizio dell'Hackathon, il 45,83% degli studenti aveva un livello “Intermedio” di competenze specifiche per la progettazione partecipata, mentre il 31,25% si collocava ad un livello “Base”. Un 10,42% dichiarava di inserirsi in un livello “Avanzato”, il che indica che alcuni partecipanti avevano una conoscenza più approfondita in questo settore già prima dell'evento.

Dopo aver partecipato alla formazione durante l'Hackathon, c'è stata una chiara evoluzione nei livelli di competenza. Il 16,67% degli studenti ha dichiarato un livello “Avanzato”, il che rappresenta un aumento rispetto al 10,42% iniziale. Il 60,42% ha raggiunto un livello “Intermedio”, evidenziando un notevole incremento rispetto al 45,83% precedentemente rilevato. Il 18,75% si stabilisce al livello “Base”, indicando un forte riposizionamento di un buon numero di quelli studenti che precedentemente ne facevano parte (31,25%).

Dopo l'Hackathon, la situazione si è ulteriormente sviluppata. Ora, il 33,33% degli studenti ha raggiunto un livello “Avanzato”, il che rappresenta un notevole aumento rispetto al 10,42% iniziale. Il 50,00% è al livello “Intermedio”, che è rimasto sostanzialmente stabile rispetto al termine della formazione. Una lieve decrescita si manifesta anche al livello “Base” popolato dal 14,58%.

3. Conclusioni

Gli studenti partecipanti al progetto non sono rappresentativi della popolazione studentesca universitaria, dal momento che sono stati selezionati su base volontaria e proattiva. Tuttavia, come emerge dai dati presentati sinora, l'Hackathon è stata un'esperienza positiva, poiché ha promosso senso di comunità, capacità di lavoro in gruppo, sviluppo di competenze specifiche e sensazione di essere ascoltati. Possiamo interpretare questa esperienza formativa come un terzo spazio di apprendimento (Potter & McDougall, 2017), in riferimento a “luoghi” collocati tra scuola/università (il secondo spazio) e casa (il primo spazio) e capaci di far emergere il senso teorico dei processi e la consapevolezza delle proprie competenze, a partire dall'operatività laboratoriale, dalla dimensione collettiva e collaborativa, dai consumi sociali e culturali delle persone, in una continua ibridazione non solo della sfera formale con quella informale, ma anche dei ruoli e delle posture educative. Connesso a quest'ultimo punto è, ad esempio, l'alto numero di partecipanti (31,25%; cfr. Grafico 8) che ha apprezzato il ruolo di “ponte” tra soggetti universitari differenti: figure apicali e professori strutturati responsabili dell'ideazione, del coordinamento e del Comitato tecnico, docenti coinvolti per lezioni specifiche, giovani ricercatori o dottorandi con il ruolo di tutor, personale dell'ufficio comunicazione dell'Università Cattolica e giornalisti de Il Sole 24 Ore, studenti partecipanti all'Hackathon e alle votazioni. Le relazioni tra queste differenti figure non sono state sempre su basi paritarie, ma hanno permesso di sperimentare inedite modalità di collaborazione all'interno dell'università, in un setting e una metodologia che hanno allentato alcune rigidità, pur mantenendo il carattere istituzionale della cornice (Konings et al., 2014).

Come indica la riflessione mediaeducativa (Rivoltella, 2020; Marangi & Pasta, 2023), i terzi spazi rendono particolarmente facile l'attività di costruzione di senso con le pratiche mediali. Il digitale, tema su cui si focalizzano alcune domande del questionario, è presente almeno da due punti di vista. Innanzitutto, è parte del processo che rende possibile l'Hackathon, dal momento che le tecnologie digitali sono al contempo strumenti, spazio collaborativo e tessuto connettivo (Rivoltella, 2017); questo è particolarmente vero poiché le attività universitarie dei primi mesi del 2021 erano ancora soggette a restrizioni per la pandemia sanitaria da Covid-19 (le fasi dell'Hackathon avvengono ad esempio in Teams e non in presenza), ma i media digitali avrebbero avuto “normalità d'uso” (Pasta, 2022) anche in una situazione ordinaria, in cui le pratiche e i legami mediati dalla tecnologia non sono sempre sostitutivi di quelli in presenza, ma piuttosto li prolungano e ne ampliano l'impatto. Tale considerazione porta a dire che il processo

dell'Hackathon è stato, citando il noto neologismo di Floridi (2017), “onlife”, caratterizzato dall'ibridazione continua tra online e offline. O, meglio ancora, il processo di cui stiamo parlando è “postdigitale”, in quanto la vita (anche universitaria) è caratterizzata - citando Greenfield (2006) - da un surround digitale, in cui i media sono migrati dentro le nostre vite, sono everywhere ed everywhere, dappertutto e tali per cui ovunque si possano trovare dispositivi (Rivoltella, 2022). Così è normale non distinguere se la progettazione delle idee, la loro realizzazione durante e dopo l'Hackathon, la stesura del Business Model Canvas, le campagne per raccogliere i voti dei pari, siano state svolte online o offline: una prospettiva “postdigitale” (Jandrić et al., 2023) invita a pensare alla vita comunitaria dopo che il digitale l'ha ridefinita in profondità, non indicando dunque la vita dopo il digitale, ma piuttosto tematizzando le conseguenze del digitale on life, nella nostra ottica da applicare al rapporto con l'esperienza di comunità accademica.

Oltre al processo, tuttavia, il digitale è presente nel 54,6% delle proposte (27,3% creazione di canali/app per favorire la socializzazione, 15,2% promozione di una community virtuale, 12,1% proposta di uno spazio digitale per internazionalizzazione, tirocini, eventi, lancio lavoro e/o volontariato; cfr. Grafico 1), come era suggerito anche dalla Call for Ideas. Se si considera che l'iniziativa rilanciava l'università come luogo con cent'anni di presenza nella società dopo un anno di restrizioni e distanziamento sociale per la pandemia, potrebbe sembrare controintuitivo un numero così alto di progettazioni con una componente digitale (Onlife). Tuttavia, si comprende questo dato alla luce della voglia di partecipazione comunitaria, che è il tratto principale del gruppo di studenti partecipanti all'iniziativa e che costituisce l'obiettivo principale del 42,8% dei progetti (22% creazione di un senso di comunità e di appartenenza all'Ateneo, 20,6% socializzazione tra studenti). Gli studenti del 2021 fanno uso delle grammatiche comunicative digitali in loro possesso, ne scoprono delle nuove e le coniugano, appunto, per creare legami secondo quello che gli studi sulla mediamorfosi chiamano “tecnologie di comunità” (Rivoltella, 2017). Questo non è in contraddizione con il bisogno di costruire appartenenza tra i partecipanti all'Hackathon che infatti, nella stragrande maggioranza dei casi (cfr. Grafico 4), si rivolgono all'interno della comunità universitaria e raramente all'esterno, nonostante il duplice sguardo fosse presente nel titolo e nel bando della Call. Utilizzando un costrutto che raramente viene usato per il contesto accademico, l'Hackathon ha promosso e messo in atto un'esperienza di Cittadinanza Onlife (Pasta & Rivoltella, 2022), ossia il ripensamento del digitale in una prospettiva pedagogica attorno all'educazione, allo spirito critico e alla responsabilità e con la consapevolezza del continuo collegamento tra online e offline all'interno dell'attuale ecosistema informativo (Colombo, 2020).

In questa prospettiva l'Hackathon è inteso come un terzo spazio (postdigitale) di apprendimento, che promuove partecipazione (onlife) e produce appartenenza comunitaria (Pasta, 2018), poiché permette - cfr. Grafico 6 - di far emergere la voce degli studenti e il proprio punto di vista. È interessante notare tale istanza partecipativa in un momento in cui il dibattito pubblico sottolinea l'aumento delle ansie prestazionali anche all'università e altre letture parlano con disincanto dei giovani "sdraiati" (Serra, 2013). Dalla generale soddisfazione che emerge dall'esperienza si può dire che "Vivere l'Università dentro e fuori l'Ateneo", sfruttando una metodologia che permette di raccogliere e far ascoltare proposte ed iniziative (Suominen et al., 2018), ha promosso "benessere", poiché è stato capace di incidere sulla vita della comunità universitaria promuovendo momenti di socialità, comunicazione e relazione (Lara et al., 2016).

Riferimenti bibliografici

- Ahmadi, R. (2023). Student voice, culture, and teacher power in curriculum co-design within higher education: An action-based research study. *International Journal for Academic Development*, 28(2), 177-189.
- Arasaratnam-Smith, L. A., & Northcote, M. T. (2017). Community in online higher education: Challenges and opportunities. *This article was originally published as: Arasaratnam-Smith, L. & Northcote, M. (2017). Community in online higher education: Challenges and opportunities. The Electronic Journal of e-Learning*, 15 (2), 188-198. Retrieved from www.ejel.org ISSN: 1479-4403.
- Bovill, C., & Bulley, C. J. (2011). A model of active student participation in curriculum design: exploring desirability and possibility.
- Brown, T. (2008). Design Thinking. *Harvard Business Review*, 6, 84-92.
- Carnell, E., Macdonald, J., & Askew, S. (2006). *Coaching and Mentoring in Higher Education: A Learning-Centred Approach*. Institute of Education-London. 20 Bedford Way, London, WC1H 0AL, UK.
- Charmaz, K. (2006). *Constructing grounded theory: A practical guide through qualitative analysis*. London: Sage.
- Cicognani, E., Pirini, C., Keyes, C., Joshanloo, M., Rostami, R., & Nosratabadi, M. (2008). Social participation, sense of community and social wellbeing: A study on American, Italian and Iranian university students. *Social indicators research*, 89, 97-112.
- Cohen, J., Cook-Sather, A., Lesnick, A., Alter, Z., Awkward, R., Decius, F., ... & Mengesha, L. (2013). Students as leaders and learners: Towards self-authorship and social change on a college campus. *Innovations in Education and Teaching International*, 50(1), 3-13.
- Colombo, F. (2020). *Ecologia dei media. Manifesto per una comunicazione gentile*. Milano: Vita e Pensiero.
- Dollinger, M., D'Angelo, B., Naylor, R., Harvey, A., & Mahat, M. (2021). Participatory design for community-based research: A study on regional student higher education pathways. *The Australian Educational Researcher*, 48(4), 739-755.
- Floridi, L. (2017). *La quarta rivoluzione. Come l'infosfera sta trasformando il mondo*. Milano: Raffaello Cortina.
- Flus, M., & Hurst, A. (2021). Design at Hackathons: new opportunities for design research. *Design Science*, 7, e4.
- Goldberg E. (2018). *La vita creativa del cervello. Le neuroscienze nell'era dell'innovazione*. Tr. it. Adriano Salani Editore S.p.A., Milano, 2019.

- Goncharenko, I. (2021). Conceptual model of the Hackathon ecosystem of technology transfer in an institution of higher education. *Management*, 1(33): 74-84. <https://doi.org/10.30857/2415-3206.2021.1.7>.
- Greenfield, A. (2006). *Everyware: The Dawning Age of Ubiquitous Computing*. Berkeley: New Riders.
- Jahnke, I., Meinke-Kroll, M., Todd, M., & Nolte, A. (2022). Exploring artifact-generated learning with digital technologies: Advancing active learning with co-design in higher education across disciplines. *Technology, Knowledge and Learning*, 1-30.
- Jandrić, P., MacKenzie, A., Knox, J. (Eds.) (2023), *Constructing Postdigital Research. Method and Emancipation*. Cham: Springer, Cham.
- Janssen, F., Westbroek, H., & Van Driel, J. (2014). How to make guided discovery learning practical for student teachers. *Instructional Science*. doi: 10.1007/s11251-013-9296-z
- Joyce, A., & Paquin, R. L. (2016). The triple layered Business Model Canvas: A tool to design more sustainable business models. *Journal of cleaner production*, 135, 1474-1486.
- Könings, K. D., Bovill, C., & Woolner, P. (2017). Towards an interdisciplinary model of practice for participatory building design in education. *European Journal of Education*, 52(3), 306-317.
- Könings, K. D., Brand-Gruwel, S., & van Merriënboer, J. J. G. (2005). Towards more powerful learning environments through combining the perspectives of designers, teachers and students. *British Journal of Educational Psychology*, 75(4), 645-660. doi: 10.1348/000709905X43616.
- Könings, K. D., Seidel, T., & van Merriënboer, J. J. (2014). Participatory design of learning environments: integrating perspectives of students, teachers, and designers. *Instructional Science*, 42, 1-9.
- Lara, M., Lockwood, K. Hackathons as Community-Based Learning: a Case Study. *TechTrends* 60, 486-495 (2016). <https://doi.org/10.1007/s11528-016-0101-0>
- Marangi, M., Pasta, S. (2023). Media Literacy al tempo degli “spettatori”: contrastare la povertà educativa digitale. *Nuova Secondaria*, XLI(2).
- Martens, S. E., Meeuwissen, S. N., Dolmans, D. H., Bovill, C., & Könings, K. D. (2019). Student participation in the design of learning and teaching: Disentangling the terminology and approaches. *Medical teacher*, 41(10), 1203-1205.
- Örnekoğlu-Selçuk, M., Emmanouil, M., Hasirci, D., Grizioti, M., & Van Langenhove, L. (2023). A systematic literature review on co-design education and preparing future designers for their role in co-design. *CoDesign*, 1-16.

- Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2019). *Creare modelli di business. Un manuale pratico ed efficace per ispirare chi deve creare o innovare un modello di business*. Milano: Edizioni LSWR.
- Pasta, S. (2018). *Razzismi 2.0. Analisi socio-educativa dell'odio online*. Brescia: Scholé Morcelliana.
- Pasta, S. (2022), La famiglia *onlife*: tra usi condivisi, DAD e occasioni educative. In Centro Internazionale Studi Famiglia (Ed.), *CISF Family Report. Famiglia&Digitale. Costi e opportunità* (pp. 71-103). Cinisello Balsamo (MI): San Paolo.
- Pasta, S., Rivoltella, P. C. (Eds.) (2022). *Crescere onlife. L'Educazione civica digitale progettata da 74 insegnanti-autori*. Brescia: Scholé Morcelliana.
- Penuel, W. R., Fishman, B. J., Cheng, B. H., & Sabelli, N. (2011). Organizing research and development at the intersection of learning, implementation, and design. *Educational Researcher*, 40, 331-337. doi: 10.3102/0013189X11421826.
- Porras, J., Knutas, A., Ikonen, J., Happonen, A., Khakurel, J., Herala, A. (2019). Code camps and Hackathons in education - literature review and lessons learned. *HICSS 2019*, 7750-7759.
- Potter, J., McDougall, J. (2017). *Digital Media, Culture and Education*. London: Palgrave MacMillan.
- Raponi, N. (2021). *Per una storia dell'Università Cattolica*. Brescia: Morcelliana.
- Rivoltella, P. C. (2017), *Tecnologie di comunità*. Brescia: ELS.
- Rivoltella, P. C. (2020). *Nuovi alfabeti. Educazione e culture nella società post-mediatale*. Brescia: Scholé.
- Rivoltella, P. C. (2022). Educating to Digital Citizenship: conceptual development and a framework proposal. *Journal of e-Learning and Knowledge Society*, XVIII (3), 52-57.
- Rovai, A. P., & Wighting, M. J. (2005). Feelings of alienation and community among higher education students in a virtual classroom. *The Internet and higher education*, 8(2), 97-110.
- Seale, J. (2009). Doing student voice work in higher education: An exploration of the value of participatory methods. *British Educational Research Journal*, 36(6), 995-1015.
- Serra, M. (2013). *Gli sdraiati*. Milano: Feltrinelli.
- Suominen, A. H., Jussila, J., Lundell, T., Mikkola, M., & Aramo-Immonen, H. (2018). Educational Hackathon: Innovation Contest for Innovation Pedagogy. In I. Bitran, S. Conn, K. R. E. Huizingh, O. Kokshagina, M. Torkkeli, & M. Tynhammar (Eds.), *ISPIM 2018 : Proceedings of the ISPIM Innovation Conference : Innovation, The Name of The Game* (pp. 1-17). Lappeenranta

University of Technology; ISPIM. LUT Scientific and Expertise Publications, Reports, 78.

Van Merriënboer, J. J., & Kirschner, P. A. (2017). *Ten steps to complex learning: A systematic approach to four-component instructional design*. NY: Routledge.

Vermetten, Y. J., Vermunt, J. D., & Lodewijks, H. G. (2002). Powerful learning environments? How university students differ in their response to instructional measures. *Learning and Instruction*, 12, 263-284.