Digital Storytelling. Il racconto digitale ed emozionale del territorio.

Associazione Italiana Travel Blogger – AITB

Durante l'ultima edizione della Bit, la Borsa Internazionale del Turismo di Milano, ho avuto il piacere di ascoltare l'intervento di alcuni membri dell'Associazione Italiana Travel Blogger. Una rete che promuove la professionalità, e che per questo si è data un codice etico per dare qualità ai contenuti. Trovandomi in linea con il loro pensiero, ho preso la palla al balzo per sottolineare ancora una volta un concetto che mi sta molto a cuore, ma che purtroppo a molti non fa comodo capire. Mi spiego…

Parliamo di **Digital Storytelling**, il racconto digitale ed emozionale del territorio fatto da persone legate alla comunicazione che gestiscono un blog. Un'attività la cui rilevanza è stata riconosciuta dalle stesse istituzioni locali. L'unico tasto dolente in questo contesto, è che troppi sfruttano questa passione senza riconoscere l'impegno intellettuale, e non solo, nel dedicare tempo ed energie a questa attività. Un pensiero che riscrivo per l'ennesima volta, per rimarcare a chi non comprende, o meglio, ha convenienza a non comprendere, che gestire e dare contenuti ad un blog, oltre ad avere costi, richiede molte energie.

Sentirsi riconoscere l'attività svolta grazie alla spinta della passione e dell'entusiasmo, non significa assolutamente

che chi la esercita ne approfitti. Semplicemente si tratta di un equo compenso che giustifica le spese e il lavoro svolto. Sfruttare la passione altrui è moda assai diffusa. Certo, sarebbe più facile avere alle spalle un editore, ma visti i tempi di scarsa riconoscenza, molti di noi lavorano e scrivono sulle proprie testate, con coerenza responsabilità e indipendenza.

A questo proposito mi riallaccio all'Associazione Italiana Travel Blogger, che ha regolamentato l'attività dei propri associati adottando un codice etico basato sui principi di indipendenza, responsabilità, rispetto, onestà ed accuratezza. Un'autodisciplina tesa a garantire l'attività dei travel blogger, su cui riflettere e da cui prendere spunto per altre categorie di questo settore della comunicazione.

Fatta questa premessa, passo la parola a Monica Nardella, founder del blog di viaggi "Turista di mestiere" e Presidente all'Associazione Italiana Travel Blogger.

> *Cinzia, la decisione di fondare AITB è giunta dopo una lunga riflessione. I travel blogger, quando ho iniziato io nel 2010, erano persone innamorate del viaggio che volevano condividere le proprie esperienze e, perché no, esser d'aiuto ad altri viaggiatori in procinto di partire con consigli e informazioni aggiornate in tempo reale, e, soprattutto, gratuite. Eravamo dei pionieri e non lo sapevamo. Eravamo generosi, entusiasti e sempre con un biglietto in tasca. Poi la rete ci ha scoperti. Attorno ai nostri blog si sono create delle community fidelizzate di viaggiatori desiderosi di dare il proprio contributo o semplicemente di lettori con la voglia di viaggiare restando comodamente seduti su un divano. Sono iniziate le domande, i commenti, i confronti. Ognuno di noi, per assecondare questa passione, sottrae tempo ad altro. A una passeggiata, a un film, a una sana dormita. Ma lo facciamo perché ci piace e perché ci sentiamo (siamo) utili, a tutti: lettori, viaggiatori, territori.*

Ecco, siamo arrivati al nocciolo della questione: il generico "territori" sta per enti, proloco, strutture ricettive, ristoranti, musei. Un circuito enorme che ha inteso perfettamente le potenzialità dei travel blogger, la nostra capacità di creare curiosità, di dare visibilità a una destinazione (con una foto, un articolo o con un live sui social) e di orientare addirittura delle scelte. AITB nasce perché i travel blogger non debbano più sentirsi dei moderni Don Chisciotte alle prese con (alcuni) operatori del turismo pronti a coinvolgerci nella promozione dei propri territori con "pretesa" di professionalità durante tutte le fasi del progetto, ma al contempo convinti che basti invocare la passione per quel che facciamo per ricompensare il nostro lavoro.

Lavoro che inizia nel momento stesso in cui veniamo contattati, ma forse, anzi sicuramente, molto prima. Perché se un Ente, ad esempio, si rivolge proprio noi, non accade per caso. Significa che siamo emersi dal mare magnum di altre pagine. Che siamo ben indicizzati, che il nostro target è definito e risponde alla chiave di ricerca. E questo è successo perché scriviamo bene, perché il nostro blog è accattivante, è navigabile, è responsive. Perché alla base di un blog di successo non c'è più solo la passione. Ci sono tempo, sacrificio, rinunce e, anche, investimento economico per quel dietro le quinte che non si vede ma che sostiene la nostra pagina e quegli strumenti sempre più specialistici con cui realizziamo reportage belli e

coinvolgenti.

AITB nasce dunque per tutelare i travel blogger che sanno di essere dei professionisti e chiedono di esser trattati come tali in ogni fase della collaborazione e ha come obiettivo dichiarato quello di garantire a chiunque si rivolga ai propri associati di interagire con persone che hanno deciso spontaneamente di lavorare sotto l'egida di un codice etico a riprova della propria onestà intellettuale. La strada all'inizio sembrava impervia e piena di insidie ma la risposta dei blogger e quella degli operatori del turismo ci stanno dando ragione e ci stimolano a perseguire gli obiettivi prefissati con entusiasmo e determinazione. Ne vedremo davvero delle belle!

Associazione Italiana Travel Blogger
www.travelbloggeritalia.it