

I cammini illusori

La supplente: “Se non stai attento e non impari, che cosa pensi di saper fare da grande?”

Lo scolaro (nove anni): “Lo Youtuber!”

La supplente non si perse d'animo e spiegò che, avendo fatto anche la giornalista, aveva intenzione di dedicare quei giorni di lavoro in quella classe proprio a chiarire alcuni dei processi narrativi e delle procedure di comunicazione che stanno alla base anche dei video meglio riusciti. Ovviamente non lo disse con quelle parole ma in modo di farsi capire bene dai bambini di quarta elementare (oops... primaria!). E cercando di essere convincente – senza peraltro riuscirci con tutti, almeno in una prima fase.

L'episodio, tutt'altro che inconsueto nella scuola d'oggi, può aiutarci a capire quali difficoltà derivino dalla diffusione capillare delle “reti sociali” (in senso lato).

Anzitutto, l'illusione di un arrivo senza un cammino, senza un percorso che porti con sé impegno e fatica. Tutto ha un'impronta di immediatezza, dato che, in qualche secondo, testi, immagini e filmati fanno il giro del mondo. Per le foto e i filmati, poi, basta avere uno smartphone – o così sembrerebbe, perché se poi invece si desiderano immagini di buona qualità servono gli strumenti adatti e bisogna imparare a usarli bene.

In secondo luogo, dobbiamo constatare la supremazia assoluta di ciò che piace e diverte, di ciò che anche un ragazzino capisce senza sforzo, aiutato da immagini, colori e sfondi suggestivi. Tutto ciò che non colpisce nell'immediato, o che non sollecita la fantasia (oppure, ancor peggio, cerca di impostare un discorso serio) viene subito interrotto per passare ad altro.

C'è poi l'illusione di una amplissima libertà di scelta, ancora più vasta di quella offerta dallo *zapping* tra i canali televisivi digitali e satellitari. In realtà, molte scelte sono pilotate in modo abilmente nascosto dai gestori delle varie reti. Gli utenti sono incoraggiati a “condividere” ciò che vedono: nulla di male in sé, è solo la versione elettronica del vecchio “passaparola”, però gestita in modo che diventi una collaborazione inconsapevole alla diffusione di determinati contenuti, quelli che i gestori mettono in evidenza.

Un possibile – e, di fatto, frequente – effetto collaterale è un processo di aggregazione che può portare a una forma di “branco virtuale” e ha come esito un conformismo acritico, un aderire da pecoroni ai valori (o, più spesso, ai disvalori) di cui il gruppo si fa portavoce.

Sia chiaro che non è necessariamente così: ci sono in rete molti gruppi che promuovono collaborazioni serie e professionalità valide – o, più semplicemente, costituiscono un comodo strumento di comunicazione a più voci per famiglie, classi scolastiche, membri di associazioni e così via.

Paradossalmente, il dilagare delle bufale, delle storie inventate di sana pianta o

distorte ad arte, può aiutare a sviluppare un atteggiamento di cautela e di sospetto nei riguardi di ciò che ci viene comunicato. Ci costringono ad essere un po' più critici e vigili rispetto a quello che ci raccontano. E' tipico che si usi l'inglese (in questo caso, *fake news* invece di “bugie, balle”) come forma di mascheramento. Come nel caso del *gossip*: anche se usiamo la parola inglese, anche se riguarda persone note, sempre di “pettegolezzo” si tratta.

Ma torniamo al nostro scolaro. L'apparente facilità con cui i migliori comunicatori si esprimono, dando un'impressione di naturalezza priva di sforzo, nasconde di solito un lungo lavoro di preparazione. È facile l'analogia con i gesti atletici dei campioni sportivi: attribuirli totalmente a un talento naturale significa ignorare allenamenti, sedute in palestra e tutto il resto. La fatica e il sudore prima del successo.

Navigare, viaggiare e, in inglese, fare surf (*surfing the Web*) sono le metafore più diffuse. Il più delle volte, però, sono verbi di movimento coniugati stando comodamente seduti – e impigliati nella ragnatela. Ma con l'illusione di camminare. E se fossero solo i bambini di nove anni a coltivare certe illusioni, andrebbe anche bene.

Gianfranco Porcelli