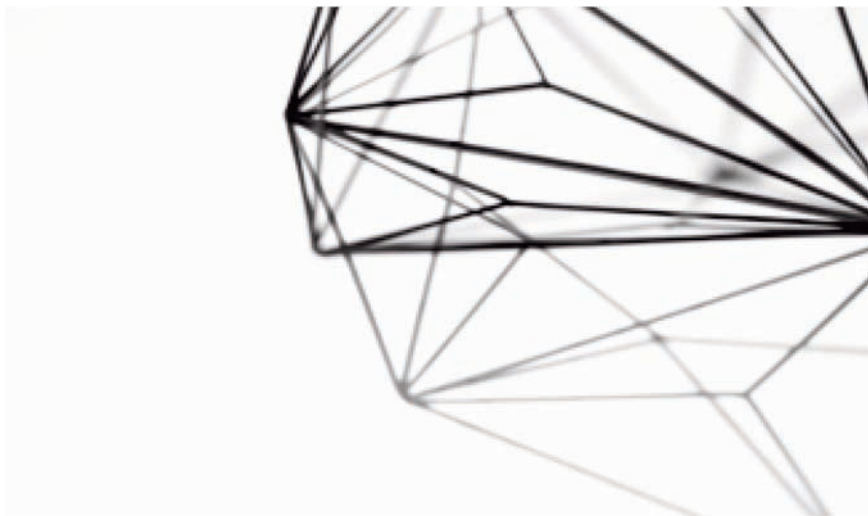


FORMAZIONE E CULTURA NELL'ERA DIGITALE

Intervista a Mario Morcellini di ELISA SPADARO



Dobbiamo ripristinare un equilibrio diverso, che includa stimoli verticali, stimoli orizzontali e peer to peer. Altrimenti la rete stravinca, ma chi ci rimette è la scuola. La cultura e l'autoriflessione aiutano la formazione di senso critico

Emergenza: che lo vogliamo o no, che ci crediamo o no, questa è la parola che meglio contraddistingue la situazione che il nostro Paese, tutto il Mondo, stanno vivendo adesso. Una emergenza che non è solo sanitaria ma che è anche e soprattutto sociale, con risvolti importanti su ogni aspetto della nostra vita.

Ce lo siamo domandati all'inizio e ce stiamo continuando a chiedere: che ruolo hanno giocato i media in questa partita? Qual è stata la loro responsabilità? Qual è il loro ruolo nelle situazioni di emergenza? Lo abbiamo chiesto a Mario Morcellini, Commissario Agcom e consigliere alla comunicazione di Sapienza Università di Roma, esperto di comunicazioni e reti digitali.

Grazie - risponde - per aver posto la parola *emergenza* nell'incipit di questa intervista; è tempestiva e intelligente. Questa precisazione è parte integrante del concetto in quanto la struttura di ogni domanda condiziona ogni risposta e ciò si rivela un

grande problema per la comunicazione di oggi. Se un giornalista fa una domanda demenziale è difficile che la risposta possa essere intelligente. E ci tengo a dirlo in apertura perché non è affatto una banalità: se ci pensiamo bene, in tv la riduzione dei tempi e la fretta dei format favoriscono le domande superficiali, più di quelle intelligenti. Impossibile che questo non abbia riscontri nello stile cognitivo dei pubblici.

Torniamo però al nostro tema, l'emergenza è una situazione molto interessante per gli esseri umani perché dà la possibilità di misurarsi con la forza delle abitudini, che rischiano di diventare altrimenti routine implacabili. Come se gli esseri umani fossero loro stessi le loro abitudini. Lo diventano sempre più in situazioni di paura e dunque di scarsa lucidità nel valutare la possibilità statistica dei rischi nel tempo moderno; ricordo che essa è molto inferiore rispetto ai rischi tipici dei secoli precedenti. Questa è la prima società nella storia degli uomini in cui, anche grazie alla tecnologia, c'è più sicurezza che in passato eppure noi risultiamo molto più insicuri. Considerando che la vera variabile performativa del cambiamento contemporaneo è la comunicazione, è impossibile non collegare la prima causa di tutto ciò ai media, o meglio al cattivo lavoro di alcuni dei suoi professionisti.

Del resto, i media nascono per far com-

il caso coronavirus e lo specchio deformante dei media

pagnia ai pubblici al tempo del cambiamento; è chiaro allora che se i media non aiutano più gli uomini a elaborare il cambiamento significa che accendono i loro animi, contribuiscono all'ipertensione, come se la nostra vita non fosse già di per sé iperstimolata.

L'emergenza presenta un'altra importantissima conseguenza, quella di ricordarci la nostra finitudine. Gli esseri umani si sentono sventatamente simili a un dio (per fortuna con la minuscola); si credono forti, mentre la realtà continuamente ci ricorda che siamo *macchine difettose*. Impossibile non annotare che il digitale li incoraggia in questa convinzione. E allora tutto quello che mette in discussione la nostra sopravvivenza, territorio del nostro corpo e delle connesse rivendicazioni, finisce per diventare inaccettabile. Una straordinaria ingenuità perché è come dimenticare che gli esseri umani sono nati, vissuti e scomparsi per la buona ragione che, essi "sono condannati a morte".

Su questa percezione di forza, occorre chiamare in causa i media, soprattutto quelli che accecano i loro pubblici con notizie gridate e apocalittiche. Quasi che il sole non sorgerà il giorno successivo. Quello che serve agli operatori pubblici dell'emergenza è invece saper miscelare rassicurazione, educazione alla crisi e fatti di cronaca. Non è una professione equilibrata quella che punta alla drammatizzazione e anzi diventa irresponsabile in situazioni di crisi.

In particolare in questa emergenza sanitaria come si stanno comportando i media?

Nella situazione che stiamo vivendo, il comportamento dei media non è stato peggio di altri momenti in cui hanno do-

vuto affrontare emergenze, anzi. Se pensiamo al cattivo lavoro che i media hanno fatto sulla cronaca nera in generale, sui migranti e sul terrorismo, ci sono persino prove che inducono a pensare che questa volta, più che in altre occasioni, abbiano abbastanza presto avviato un lavoro di autoriflessione sul loro ruolo, spinti dagli studiosi e della stessa opinione pubblica. E questa è una nota positiva perché dalla crisi si può uscire se hai un progetto. Altrimenti, fai parte del problema virus. E i giornali italiani sono familiarizzati al virus. Troppo a lungo sono stati generosi propagatori della paura, costruendo un'amplificazione percettiva che è all'origine dell'aumento delle nostre insicurezze. Non è una causa diretta ed esclusiva, ma certamente lo diventa sul piano comparativo col passato: se si costruisce uno stile comunicativo emotivo, ispirato alla messa in scena di storie e necrologie, ne consegue che si finisce per alterare il rapporto tra realtà e rappresentazione. Anche questa volta i media hanno aumentato a dismisura lo spazio della percezione creando una inutile bolla comunicazionale inutile e spesso dannosa. Come hanno fatto del resto per i migranti. E qui, occorre fermarci per segnalare qualcosa che la dice lunga su di noi: sui migranti non c'è stata una risposta pubblica adeguata, perché sono un soggetto senza tutela e non possono replicare alla cattiva informazione. Ecco così che, all'improvviso, quando la paura ci lambisce, allora ci si accorge che i media non funzionano esattamente da elemento che deve concorrere alla rassicurazione. È fondamentale anche ricordare il passaggio storico in cui l'Italia si trovava quando è stata inondata dall'emergenza sanitaria dal Covid-19. Ha rappresentato un colpo per le nostre aspettative e sicurezze quotidiane, ma

ancor più per il nostro sistema sanitario chiaramente più apprezzato nelle situazioni d'emergenza. Come se per dare un giudizio di qualità dovessimo per forza aspettare epidemie come questa.

Un breve passaggio sul sistema politico italiano non possiamo non farlo...

C'è una cosa fondamentale che voglio dire: in momenti di crisi chiunque si metta a dissertare di nuovi governi regala un'altra picconata all'ansia collettiva. Non è un caso che a farlo siano state le stesse persone che hanno fatto del ruolo di picconatore il loro mestiere. In un paese serio pensare che si cambi governo nel pieno della crisi, significa implementare la paura.

Significa togliere ai soggetti, soprattutto in presenza di un sistema informativo non sempre dalla parte delle persone, quell'elemento fiduciario che non è la politica in sé, ma la politica che in quel momento assurge a istituzione. È come se in Italia questa lezione civile della divisione dei poteri non si capisse: la politica è una disputa legittima ma chi sta al governo in questo momento si deve sentire classe dirigente e prendere decisioni unanimi. E deve farlo per il bene del Paese.

Ma non ci sono stati solo i giornali e le televisioni. Prepotenti e prepotentemente ingombranti, i social media hanno invaso di notizie, fake news e anteprime di provvedimenti il mondo di internet, ad oggi utilizzato da più di 4 miliardi di utenti, il 57% degli abitanti del pianeta. Senza contare che sotto i 30 anni, oggi, sono proprio i social media e non i notiziari televisivi nazionali la piattaforma di informazione più diffusa. In che modo la rete ha alimentato quest'ansia collettiva?

In tempi passati il discorso della rassi-

curazione era più facile. Perché storicamente nei momenti di emergenza era quasi certo che i media dessero prove più convincenti. Le differenze in questa occasione e nelle ultime emergenze è proprio l'avvento dell'individualismo comunicativo fondato sulle reti digitali. Questo paradigma sposta la centralità dall'emittente ai soggetti.

Perché, mentre da un lato c'è sempre una responsabilità giornalistica che, anche quando non è all'altezza del compito, comunque offre all'utente un minimo di garanzia di verifica delle fonti e almeno una *proporzione di verità*, quando davanti si ha un sistema comunicativo autocentrato, fintamente centrato sulle scelte del soggetto, è evidente che per reggere alla tentazione deve essere forte culturalmente e in termini di capitale sociale. In altre parole deve essere in grado di fare una selezione, di mettere in ordine i contenuti e saperli disporre in priorità. Sappiamo bene che la differenza tra la comunicazione tradizionale e quella digitale consiste nella presa d'atto che la sequenza logica non la costruisce l'emittente ma il soggetto. Soprattutto i giovani considerano tutto ciò un diritto inviolabile, perché si sentono capaci di costruire il loro palinsesto. Manca però un'altra dimensione, quella di ricordare le pretese della formazione. Quest'ultima, infatti, è più importante entro un rapporto in cui l'orizzontalità della rete non abolisce il bisogno, troppo spesso inespresso, della verticalità dei saperi. Dobbiamo avere il coraggio di dire ai giovani che non è giusto che nell'età della formazione sopravvivano solo comunicazioni tra pari altrimenti la rete si trasforma in una gigantesca bolla in cui i giovani credono di poter dire e ascoltare quello che vogliono. È vero esattamente l'opposto. Molti anni

fa un brillante scrittore ce lo ha insegnato con una frase fulminea: "in perfetta buona fede il ragazzo credeva di avere un sacco di cose da dire mentre aveva un gran bisogno che gli si dicesse qualcosa" (Franco Ferrucci, *Lettera ad un ragazzo sulla felicità*). È anche così che possiamo imparare dalla crisi, cogliendo l'occasione per misurare le criticità e i danni che il digitale provoca alle persone e alle generazioni.

Perché ci fidiamo così tanto della rete?

Il digitale fa scattare una vicinanza tra schermo e persona, una vicinanza fisica ed emozionale in forza di cui il rapporto che si stabilisce tra giovani e digitale sembra devozionale. Nei miei studi la definisco *dedizione*.

Se questo sostantivo ha una sua predittività, ne discende che se abbracci un medium, da quel momento esso farà di te quello che vuole. Comincia lì una camera dell'eco in cui l'unicità del rapporto esclude la possibilità di avere altrettante fonti con cui confrontare le informazioni che ricevi. In un momento di crisi sociale in cui i genitori sono quasi inesistenti e gli adulti si dimettono dal ruolo, è evidente che un medium implacabile che ti illumina quasi otto ore al giorno finisce per esaurire le domande di varietà, ma nascondendo ogni possibile informazione alternativa. Qui emerge quanto la dedizione sia il contrario dell'esplorazione, del sapere verticale e dell'esercizio critico. C'è una bella lezione, non solo per i giovani, ma per quelli che si sentono moderni senza le prove: noi tutti ci fidiamo nel momento in cui abbiamo già rinunciato all'esercizio della critica, perché ci siamo messi nella posizione di rifiutare tutti i messaggi pedagogici ed esortativi, non compatibili con lo stile di intrattenimento dello scambio digitale.

Dobbiamo ripristinare un equilibrio diverso, che includa stimoli verticali provenienti da un senso dell'orientamento di cui gli uomini hanno sempre goduto, con stimoli orizzontali e *peer to peer*. Altrimenti la rete stravince, ma chi ci rimette è la scuola.

Cosa possiamo fare noi realmente per i ragazzi?

Studiare di più. Sono proprio i dati, infatti, che ci raccontano che un 1/3 del totale dei giovani riesce a mettere in equilibrio i saperi della rete, la comunicazione tradizionale e la socializzazione trasmessa. A quel punto i saperi diventano forti perché fondati sulla differenza. E dunque possiamo prendere atto che solo la variabile cultura e l'autoriflessione garantiscono forme di autonomia rispetto alla rete. Proprio quella che era partita con una promessa di democrazia e di parità, senza mantenerla.

Ecco perché occorre lavorare sulla formazione e sull'università. Con la scuola digitale si possono raggiungere due obiettivi rivoluzionari: allineare i linguaggi della cultura tradizionale a quelli abituali per i nuovi utenti. Inoltre, negli esperimenti di scuola digitale sempre più importanti, gli occhi del bambino e del ragazzo guardano il maestro con una intensità superiore a tutti i modelli del passato. Cambia così l'economia dell'attenzione di un soggetto nel momento più delicato della sua vita, quello in cui si apre al mondo.

In conclusione, occorre prendere atto che la società ha sempre avuto bisogno di mediatori. È inaccettabile che sia una mera tecnologia a licenziare la *chance* della formazione, sempre associata alla democrazia. ■