

Il battito del cuore in un **sms**



Tvttb, un concorso
per messaggi
d'amore.
Come cambia
la comunicazione
degli adolescenti
nell'era del cellulare

di Carlo Infante

«**A**nke se mi hai fatto soffrire rimani sempre quel ragazzo ke mi fa battere il cuore quando lo vedo! Tvtb nonostante tutto!». Ha scritto chissà quando, chissà quale Lucia, questo sms approdato su chissà quale telefono cellulare. «Message in the bottle», cantava Sting dei Police. Chissà quanti messaggini d'amore circolano tra le decine di miliardi di sms (23 miliardi, secondo alcune rilevazioni dello scorso anno, solo in

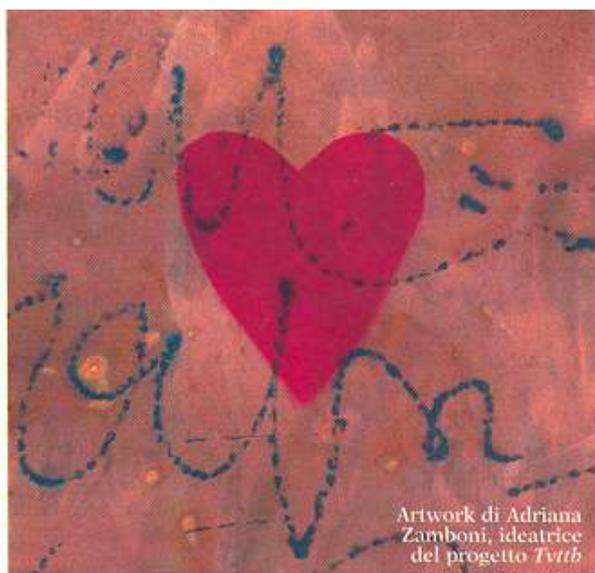
Italia) in transito in quelle "bottigliette" telematiche che portiamo sempre con noi.

Messaggi immediati, digitati come se si stesse parlando, ibridi nel mix tra oralità e scrittura, inediti acronimi e sintetici slang. Mutanti.

E non è un caso che proprio un Osservatorio scrittura mutante, coraggiosamente promosso dal sistema delle biblioteche di Settimo torinese, abbia lanciato un progetto e un concorso per sms d'amore. Un'occasione, quest'ultima, che potranno cogliere solo i giovani tra i 14 e i 18 anni, residenti nella Provincia di Torino (www.trovarsinrete.org). Gli sms possono essere inviati dal 14 dicembre 2006 fino al 10 febbraio 2007. Le premiazioni sono annunciate per San Valentino, Festa degli innamorati, il 14 febbraio, giusto per rincarare la dose ammiccante.

Eppure il progetto ha una sua articolazione, basata su un'attività costante di laboratorio e di incontri per misurarsi con ciò che viene presentato come l'"Educazione sentimentale al tempo del digitale". Nasce così, con l'ideazione di Adriana Zamboni (architetto e performer; tra i fondatori del Laboratorio Teatro Settimo), *Tvtb*: acronimo ormai largamente diffuso negli sms che sta per "Ti voglio tanto tanto bene". Si tratta di un progetto di performing media perché tende ad attivare una modalità ludico-partecipativa attraverso l'uso dei nuovi mezzi interattivi, ovvero un'attività di animazione culturale che vede coniugare metodologie di laboratorio teatrale con quelle proprie dell'arte visiva e del brainstorming sulla base di letture e visioni di repertori diversi, per sfociare in una risoluzione multimediale. Come nel blog.

L'attenzione principale è tesa a rilevare le peculiarità della comunicazione digitale, attraverso sms, mms e chat in particolare, per definire un'evoluzione culturale di questi linguaggi verso una risoluzione che si può definire "digital story-telling", la narrazione in



Artwork di Adriana Zamboni, ideatrice del progetto *Tvtb*

Fraasi brevi, immediate, scritte come se si stesse parlando: «Se cancelli qst sms m ami»

ambiente digitale, un modo di raccontarsi attraverso il diario in progress che i ragazzi realizzeranno durante il laboratorio, pubblicandolo sul blog.

Una prima presentazione del progetto è già avvenuta nell'ambito della Fiera del

Libro di Torino nel maggio scorso, con la partecipazione, tra gli altri, dello scrittore Federico Moccia, che ha spopolato con i suoi ammiccanti romanzi *Ho voglia di te* e *Tre metri sopra il cielo* (entrambi pubblicati da Feltrinelli), e Michela Drusian, ricercatrice presso il dipartimento di Sociologia dell'Università di Padova, autrice di *Acrobati dello specchio magico. L'esperienza degli adolescenti in chat* (Guerini, 2005).

«Si parla di acrobati - ha dichiarato Michela Drusian - perché il discorso si gioca sulle cornici, sui contesti dell'esperienza online e sulla capacità che i giovani hanno di muoversi agevolmente da un contesto all'altro. Come insegna il sociologo Karl Mannheim, i ragazzi sono più leggeri degli adulti perché non hanno la zavorra del senso comune da portarsi dietro». In questa leggerezza c'è il rischio della superficialità ma allo stesso tempo la dinamicità, propria del *multitasking*, la qualità che permette di agire su più piani, con più software (sto scrivendo, mentre consulto la posta, scarico un file e mi collego su skype...).

È un'attitudine che trova il suo migliore allenamento nelle pratiche del gioco, ecco perché la comunicazione on line sconfinava spesso nella dimensione ludica, attraverso cui si reinventano molte relazioni, comprese quelle amorose. E si raggiungono livelli decisamente alti di formalizzazione, come nei diffusissimi role game (tra cui gli straordinari *The Sims* e *Second Life*), dove le pratiche ludiche sperimentano nuove forme di comunicazione sociale.

Scrutando questo fenomeno, Sherry Turkle (*La vita sullo schermo*, Apogeo, 1997), da geniale antropologa del cyberspazio, afferma con straordinaria lucidità che «i giocatori diventano autori non soltanto del testo ma anche di se stessi», attivando cioè quel processo psicologico (tra l'altro già pre-

sente, da sempre, nei giochi infantili) di metamorfosi della propria identità, trasportandola nella rete con funzioni diverse secondo le opportunità.

Il gioco dell'"identità multipla distribuita" (proprio del role game o della chat, attraverso i nickname e gli avatar) può diventare così un procedimento per agire con una nuova consapevolezza: quella di ambientarsi in quel "non-luogo" che è la rete, in cui c'è molto bisogno d'interrelazione umana, ludica e creativa, per poter costruire uno spazio socializzabile. L'obiettivo del laboratorio in corso, fino alla primavera del 2007, è quello di far emergere le qualità delle nuove modalità espressive della comunicazione multimediale, facendo girare la sfera sentimentale. Si cercherà di arrivare alla definizione di un inedito format culturale in cui tradurre l'esperienza del gruppo di studio (nell'analisi di film, libri, spettacoli e web) in un'azione performativa che sappia amplificarsi nell'uso dei media interattivi. Non si pensa certo a tirar fuori un evento teatrale, anche se dalla scena arriva uno degli input più interessanti per i ragazzi: il *R&J links* creato da Gabriele Vacis, con Roberto Tarasco e Lucio Diana, che hanno reinventato il *Romeo e Giulietta* di Shakespeare in un laboratorio sfociato nell'azione formidabile, di un'intensità rara, autentica, agita (non interpretata) da un gruppo di adolescenti (e qualche performer mimetizzato).

Dopo aver raccolto tutte queste sollecitazioni, il punto sostanziale per il progetto Tvttb sarà quello di trovare la misura tra l'azione, la narrazione e la proiezione multimediale del percorso intrapreso.

È una linea di ricerca importante che riguarda proprio l'equilibrio che va inventato nel rapporto tra i corpi e gli schermi. È chiaro quanto i nuovi media stiano condizionando la comunicazione interumana, a partire da quella sentimentale di cui le reti sono pervase e surriscaldate. Ma è molto meno chiaro come riportarli nell'ambito delle attenzioni culturali.

Anche perché non si tratta solo di scrittura ma di azioni vere e proprie, comportamenti indotti da pochi caratteri che inducono delle reazioni particolari, come ci rivela questo sms: «Se cancelli qst sms m ami, se lo salvi m desideri, se lo inoltri m vuoi baciare e se me lo rimandi vuoi fare sesso kn me». Vere e proprie istruzioni per l'uso dell'amore che muta on line. ■

Il progetto prevede anche un laboratorio dove i ragazzi si raccontano attraverso un diario in progress. Come nei blog



Più della metà degli italiani non sa usare il computer

Era il 1995 quando Nicholas Negroponte nel suo *Essere digitali* scriveva: «L'informatica non riguarda più solo il computer, è un modo di vivere». Oggi, a undici anni di distanza, i progressi nel campo della tecnologia e della comunicazione sono sotto gli occhi di tutti e coinvolgono ogni settore della nostra società. Gli esperti l'hanno chiamata "digital revolution", e qualcuno ha sostenuto che si tratti della più grande rivoluzione dai tempi dell'invenzione della parola scritta. L'*homo sapiens* si è dunque trasformato veramente in *homo digitalis*? A giudicare dagli ultimi dati raccolti dall'Eurostat, i cittadini europei questo "salto evolutivo" ancora non lo hanno fatto: il 37 per cento di loro non ha alcun tipo di conoscenza informatica, mentre il 22 per cento ha solo le nozioni di base, come spedire un'e-mail, usare un programma di videoscrittura o prenotare un viaggio on line. L'Italia, con il suo 59 per cento, è seconda solo alla Grecia quanto a percentuale di popolazione senza alcuna competenza informatica, superata anche dall'Estonia, dalla Lettonia e dalla Polonia, e molto lontana dalle percentuali di Norvegia e Danimarca (10 per cento) e Svezia (11 per cento). Se si trattasse solo di non riuscire a spedire una canzone in formato mp3 o una foto passata allo scanner, non sarebbe certo un problema. Ma quello che gli studiosi di e-learning chiamano analfabetismo digitale ha ripercussioni ben più serie sul Paese e sull'economia. Lo studio di Eurostat evidenzia, infatti, che la mancanza di conoscenze informatiche cresce con l'età: ferma al 28 per cento tra i giovani, sale bruscamente al 50 per cento tra le persone tra i 25 e i 54 anni, per raggiungere un picco dell'87 tra gli ultra 55enni. Vale a dire che una larga fetta della classe produttiva e dirigente del Paese non ha alcuna nozione sul funzionamento di un computer e della tecnologia digitale.

Non deve sorprendere dunque l'allarme lanciato dall'Aitech-Assinform, l'associazione delle imprese informatiche italiane, nel suo Rapporto 2006: se l'anno scorso il settore dell'information technology (It) è salito al 5,4 per cento del Pil mondiale, nell'area euro non si è arrivati neppure alla metà (2,1 per cento). In Italia gli investimenti sono addirittura scesi dello 0,6 per cento. Da noi, il primo a recepire l'allarme è stato il Lazio, che ha risposto con il progetto Lazio e-Citizen, rivolto a chi vuole acquisire le competenze informatiche di base per scaricare un modulo da un sito, prenotare una visita medica o richiedere un certificato per via telematica. Attivato presso venti "poli territoriali" (scuole e università), il progetto ha come punto di riferimento il programma europeo e-Citizen ed è rivolto a 1.200 cittadini, con precedenza alle persone over 45, donne e immigrati. Il percorso di avvicinamento ai nuovi media dura una trentina di ore, suddivise in due incontri settimanali di tre ore l'uno, a cui si aggiungono 15 ore di navigazione internet assistita. Alla fine è previsto il rilascio di un certificato che attesta l'acquisizione delle competenze necessarie ad accedere a servizi professionali e on line: dall'informazione ai servizi governativi, dalla sanità ai corsi in Rete. Una volta si diceva: chi non legge la sua scrittura è un asino di natura. Oggi è il caso di rivedere il vecchio detto: chi non digitalizza la sua scrittura, è un asino informatico. E resta indietro.

Paolo Tosatti