

UNA QUESTIONE DI QUANTITA' E DI CONSAPEVOLEZZA

Luciano ARCURI

Università degli Studi di Padova

I paradossi del "troppo"

I buongustai sostengono che il modo migliore per apprezzare un cibo ben confezionato è quello di assaporarlo con saggia lentezza. E' questo il principio che sta alla base dell'ormai consolidato successo gastronomico dell'associazione *slow-food*, che si è collocata in chiave garbatamente polemica sul versante opposto, rispetto alle catene alimentari del *fast-food* che tanto sono familiari tra gli adolescenti di tutto il mondo. Non è un caso se in Italia da qualche tempo è attivo un blog che in maniera allusiva è chiamato *Slow Communication* (<http://www.andreaferrazzi.it/slow-communication>); esso individua una sorta di impegno morale nell'attivare un processo di fruizione mediatica e sottolinea un principio generale da seguire nelle pratiche comunicative, specie quelle che prendono corpo con le più aggiornate piattaforme informatiche: è opportuno un rallentamento nei comportamenti di fruizione, una sorta di dieta informatica, per non perdere il gusto di ciò che si consuma.

E' interessante e relativamente provocatoria questa associazione tra consumi alimentari e consumi mediatici (Gui, 2014). Nel caso del cibo i problemi di scarsa capacità di gestione delle condotte alimentari emergono per due motivi: a. l'eccessiva quantità di alimenti presenti sul mercato a disposizione di tutti i cittadini a prezzi relativamente bassi; b. la cattiva qualità degli alimenti che vengono prodotti facendo ricorso ad ingredienti tanto stuzzicanti quanto non salutari. Il problema si manifesta in maniera preoccupante quando entrano in combinazione la limitata capacità di autocontrollo degli individui alle prese con i cibi e le caratteristiche dell'offerta alimentare industriale. L'industria alimentare produce sempre maggiori quantità di cibo a prezzi sempre più bassi. A livello planetario sono drammaticamente aumentati i consumi di carne, di grassi, di farine raffinate e di zuccheri: tutto questo ha portato ad un aumento dell'obesità, del diabete, delle malattie cardiovascolari.

Alla ricerca dei rimedi, per il momento solo in campo alimentare

L'Organizzazione mondiale della sanità ha iniziato a proporre delle campagne per promuovere una alimentazione sana. I risultati più significativi si sono però prodotti nei segmenti dei consumatori più avanzati culturalmente e socialmente. Il caso degli USA è paradigmatico: le popolazioni autoctone (i cosiddetti nativi americani) sono passate da una dieta basata su proteine animali e vegetali con pochi grassi ad una basata su grassi e zuccheri, e ad un sovra-consumo di alimenti calorici che sovraccaricano l'organismo. L'obesità tende drammaticamente a manifestarsi e a concentrarsi nelle classi più basse della stratificazione sociale.

Secondo Gui (2014) è possibile individuare tendenze analoghe anche nel mondo dell'offerta di comunicazione e nella distribuzione dei consumi mediatici.

Anche se con modalità di fruizione diverse, la televisione continua ad essere lo strumento comunicativo che occupa la maggior quantità di spazio nel tempo libero delle persone. Ma è opportuno ricordare che abbiamo assistito ad un enorme aumento dell'offerta di prodotti televisivi e della loro distribuzione. Si pensi a cosa è capitato in Italia con l'introduzione del digitale terrestre. Come nel caso dei consumi alimentari i pericoli si sono concretizzati in una forte sovra-fruizione e nella maggiore attrattiva dei contenuti "più salati" o "più speziati", ossia dei contenuti sensazionalistici. E coerentemente con i consumi alimentari il consumo televisivo ha interessato in maniera particolare i segmenti socio-economici più bassi.

Alcuni dati di ricerca

Una tendenza interessante emerge dai dati che testimoniano la progressiva diffusione del web: di recente è emerso che la permanenza on-line comincia ad essere maggiore per i segmenti di giovani utenti meno privilegiati.

Negli ultimi anni ci si è soffermati sui dati di frequenza e di intensità d'uso del computer collegato in internet da parte degli adolescenti. I dati di diverse ricerche ci dicono che la relazione non è lineare: al crescere della frequenza d'uso del computer soprattutto per finalità di svago, le performances d'apprendimento (italiano, matematica) crescono fino ad un certo livello per mostrare poi una tendenza al decremento. Insomma gli studenti più bravi non sono quelli che usano in maniera sistematicamente elevata il computer, ma quelli che usano la rete moderatamente, mentre chi non lo usa mai o lo usa in maniera eccessiva ha prestazioni peggiori. Dati con la stessa tendenza emergono anche quando si mettono in relazione performances scolastiche con uso del computer per finalità scolastiche.

In ogni caso la libertà di movimento concessa all'utente della rete è incredibilmente alta. Dentro la rete, egli è in grado di scegliere il percorso di fruizione momento per momento secondo l'attrazione suscitata dalle immagini, dalle rappresentazioni grafiche, dai brevi filmati che sono delle vere e proprie esche. I portali sono disseminati di tali elementi, il cui fascino è misurato dai click che vengono rilevati. Si tratta di una vera e propria industria destinata a catturare l'attenzione.

Se il nostro obiettivo nelle procedure di navigazione è invece quello di dare corpo ad un consumo mirato e opportunamente ritagliato, l'utente ha bisogno di una strategia da seguire, di tenere fede all'obiettivo progettuale senza farsi tentare da altri percorsi.

In cerca di una strategia

La scelta di una strategia è proprio la discriminante che rappresenta la novità nel mondo del web. Quando alcuni anni fa ragionavamo su questi problemi utilizzavamo il concetto di *digital divide* per registrare e sottolineare le differenze tra chi era in grado e possedeva le competenze per accedere a Internet. Attualmente si punta sul concetto di alfabetizzazione digitale, ossia la *digital literacy*, che è una complicata miscela (a) di competenze tecniche destinate a favorire il facile accesso alle diverse piattaforme informatiche, (b) di oculata e consapevole gestione delle informazioni e (c) di visione strategica nell'uso dei nuovi strumenti.

In una indagine condotta da Gui su 3500 studenti di seconda superiore e sulle loro competenze digitali è emerso che la capacità che questi possiedono di valutare le fonti a disposizione, di capire i rischi a cui possono andare incontro, di comprendere la natura dei contenuti online, mostra alcuni limiti non banali. Aree che più frequentemente risultano scoperte hanno a che fare con (a) il riconoscimento critico degli indirizzi web, con (b) la consapevolezza dei meccanismi commerciali che intersecano i percorsi di navigazione, con (c) la valutazione del livello di affidabilità dei contenuti a disposizione nei siti web.

Verso una integrazione

Le fonti più rilevanti che sollecitano l'arricchimento della competenza digitale sono l'auto apprendimento per prove ed errori e la competenza dei pari. I giovani rispetto agli anziani risultano decisamente più abili nelle competenze operative ma appaiono piuttosto deboli nelle competenze che richiedono atteggiamento critico. E questo, a mio avviso, è il terreno in cui deve intervenire il sistema formativo.

Le opportunità comunicative offerte dalle nuove piattaforme manifestano i loro incredibili vantaggi ma corrono il rischio di pagare un costo a cui non sempre sono in grado di sottrarsi e su cui bisogna esercitare un "controllo". Il tempo passato a navigare intercettando una quantità enorme di informazioni non giova necessariamente alla nostra capacità di apprendere né all'efficienza delle nostre abilità cognitive.

I media digitali sono multifunzionali, permettono cioè la gestione di più attività contemporaneamente, e offrono nello stesso ambiente interattivo risorse destinate ad essere impiegate nell'ambiente di lavoro e nei contesti del tempo libero.

Multitasking è il termine su cui ci siamo soffermati già lo scorso anno e che viene impiegato per descrivere le caratteristiche funzionali della nuova realtà tecnica digitale associata alle vivaci competenze operative dei giovani. Un esempio di attività multitasking in cui i giovani sono particolarmente abili consiste nell'esporsi in streaming ad una trasmissione televisiva e nel frattempo attivare e rendere operativa, spesso a commento dei contenuti trasmessi, una rete sociale. Impiegando e monitorando questa strana combinazione di attività un produttore di uno spettacolo televisivo potrebbe disporre in contemporanea di due indici che per tradizione hanno fatto parte di due mondi di rilevazioni tecniche e metodologiche inconciliabili: *i dati auditel* per registrare la frequenza di fruizione di un campione di teleutenti e i dati definibili come *indici di gradimento*, capaci di catturare le più immediate espressioni di accettazione o di rifiuto del messaggio proposto.

Queste interessanti ricadute del multitasking non possono però farci dimenticare i possibili

pericoli presenti in una sua eccessiva utilizzazione. Dati di ricerca ci confermano che le pratiche di multitasking, se impiegate in maniera non governata indeboliscono la capacità di giudizio dei giovani utenti. Ricerche empiriche dimostrano che questa pratica eccessivamente attivata, aumenta i tempi di lettura, abbassa le performaces di comprensione e memorizzazione, favorisce una maggiore distrazione da parte di stimoli irrilevanti.

Per concludere

La scuola deve fare i conti con la nuova realtà che caratterizza la vita quotidiana degli studenti, sulla base delle assunzioni che sottendono il *digital divide* e il *native digital*. Non si tratta solo di dotare le classi scolastiche degli strumenti digitali e di incentivare le modalità tipiche dei nuovi media (ipertestualità, multimedialità) partendo dall'ipotesi che solo in questo modo si potrebbero ottenere risultati incoraggianti in tema di apprendimento scolastico. Le iniziali verifiche empiriche che hanno riguardato una possibile relazione tra il possesso del computer e i punteggi di apprendimento hanno fornito risultati non sempre interpretabili in termini causali.

La migliore combinazione nelle pratiche di consumo comunicativo, anche in ambito scolastico, è quella che deriva da due processi complementari sottesi ad una dimensione orizzontale, la "navigazione" e ad una dimensione verticale, l'"approfondimento". E' opportuno superare l'apparente contraddizione tra l'elaborazione di una gran quantità di frammenti di informazione o, invece, il focalizzarsi sui singoli contenuti. Una intelligente politica formativa dovrà rendere capace l'allievo di proteggere le sue risorse attentive quando queste manifestano la loro utilità e farle invece spaziare quando servono apertura e visione dall'alto, in concomitanza con l'arrivo di tante informazioni nuove.

In realtà si tratta di offrire agli studenti delle competenze per la gestione e il miglioramento del loro spirito critico: solo in questo modo riteniamo che gli insegnanti possano valorizzare il loro ruolo senza dimenticare gli strumenti della didattica tradizionale, integrandoli con ciò che gli attuali strumenti digitali possono offrire.

Per chiudere, ritorniamo alla analogia tra obesità alimentare e obesità mediatica. Queste due pratiche soffrono di una più generale incapacità dell'individuo di gestire convenientemente il consumo in contesti di sovrabbondanza. Abbiamo potuto constatare che il sovra-consumo si presenta soprattutto quando l'utente è posto di fronte a stimoli caratterizzati da basso costo cognitivo e alta attrattiva sensoriale. I consumi più "conditi" vincono. Ma sappiamo anche che le cose che ci invogliano di più sono anche quelle che ci fanno più male.

L'evoluzione dei media ci costringerà a educare i nostri gusti affinché il loro consumo possa effettivamente soddisfarci e garantirci una migliore qualità della vita.

Riferimenti bibliografici

Gui, M. (2014) *A dieta di media. Comunicazione e qualità della vita*, Bologna: Il Mulino.

Gui, M. (a cura di) *Indagine sull'uso dei nuovi media tra gli studenti delle scuole superiori lombarde*. Regione Lombardia.