

<b>Autore:</b>	Stefano Laffi
<b>Titolo originale:</b>	Le parole sono piume
<b>Anno di pubblicazione:</b>	2008
<b>Citazione bibliografica:</b>	Laffi, S., 2008, "Le parole sono piume", in <i>Hamelin</i> , n. 19.
<b>Parole chiave:</b>	

I ricercatori e gli operatori di Codici sostengono la libera circolazione delle idee e dei prodotti intellettuali, consapevoli che il libero accesso consente la diffusione e l'aumento della conoscenza.  
Codici autorizza l'utilizzo dei propri testi a scopi non commerciali e con citazione della fonte. Chiediamo di comunicarci l'eventuale impiego dei materiali scaricati. Grazie

## ***Le parole sono piume***

Di Stefano Laffi, Codici s.c.

### **Il finale**

La tesi è nota. Fra i più giovani la parola è in crisi: si legge poco, si scrive male, a voce alta i ragionamenti vacillano o latitano. È altrettanto nota anche la spiegazione comune: le immagini – ma è da Platone che lo diciamo – se li sono portati via, la tecnologia li impegna in altro, la scuola arranca di fronte al progresso, il mondo del lavoro ha delegittimato l'istruzione, il mercato chiede consumatori e non sapienti.

C'è del vero in tutto questo, ma non è tutto, vale la pena riscrivere questa sceneggiatura senza pregiudizi e vedere se il finale è più aperto.

### **Falsi miti**

Se ci fosse un rilevatore di decibel da collocare in mezzo ad un gruppo di ragazzi e ragazze impegnati in una chiacchiera pomeridiana qualunque, l'ago non starebbe certo fermo e comunque non lo sarebbe più di quanto succedeva anni fa. Se ci fosse un contaparole che misura la frequenza di scrittura su qualunque supporto di un adolescente di oggi – intendendo ancora in questa parte di mondo, ricco e privilegiato – difficilmente il punteggio sarebbe inferiore a quanto rilevabile anni fa, in epoche implicitamente prese a paragone nel lamento sulla decadenza di oggi.

Se consideriamo quindi la parola come unità di misura, la crisi non c'è, non è calato il silenzio, anzi. Il sismografo dei flussi verbali oscilla paurosamente, le parole continuano a scuotere le anime, i ragazzi ci scommettono sempre, ci si dice e ci si scrive di tutto, e tanto. Ma qualcosa è cambiato, inutile nascondere. Perché forse non si scrivono le stesse cose, se ne dicono altre e la scommessa giocata con la parola non è la stessa.

### **La mutazione**

Una scena come tante: ultimo anno delle superiori, ora di laboratorio, in questo caso di inchiesta sociale, chi lo guida detta il proprio indirizzo mail alla classe per lasciare a tutti la possibilità di suggerimenti e osservazioni su quanto fatto insieme. Cosa succede: nessuno usa la biro, tutti scrivono l'indirizzo al cellulare, e dire che siamo in classe, il "kit per scrivere" è a portata di mano. Ma nessuno userà quell'indirizzo per scrivere alcunché, e dire che nei laboratori sono stati scritti diari, oltre che tracce di intervista e trascrizioni delle stesse.

Primo: il riflesso digitale parla chiaro, si scrive in altro modo, su altri supporti, a maggior ragione quando si tratta di appunto. Su questo si sono spese molte analisi, sullo stile abbreviato e sincopato di una scrittura sempre più digitale e istantanea, sulle invenzioni linguistiche e simboliche contenute negli sms, sulla replicabilità infinita dei contenuti... Per ora constatiamo che questo ha certamente contribuito a cambiare le abitudini con la sintassi, a perdere di vista il problema della calligrafia, a togliere aura alla parola per renderla smontabile e "siglabile" a piacere. Ma nulla toglie che prima di abbreviare bisogna imparare a scrivere e che gli stili alternativi di scrittura devono poter evocare per essere efficaci, devono "parlare", altrimenti non c'è condivisione di universi emotivi o razionali.

Secondo: quella scrittura non parla a noi adulti. E qui sta l'inghippo: gran parte di quei flussi verbali non ci sono rivolti, non li vediamo, sono scritti su supporti e in un codice che non sono i nostri. Allora è facile credere all'ipotesi di un silenzio generazionale o di una disaffezione alla parola, oppure diventar preda di un'ossessione interpretativa, o di una caccia alle streghe sulla messaggistica personale. Non dimentichiamoci che il nuovo business delle agenzie di investigazione private sono figli e figlie, ovvero genitori che pagano intercettazioni di sms e pedinamenti per sapere "che cosa combinano" i propri figli.

<b>Autore:</b>	Stefano Laffi
<b>Titolo originale:</b>	Le parole sono piume
<b>Anno di pubblicazione:</b>	2008
<b>Citazione bibliografica:</b>	Laffi, S., 2008, "Le parole sono piume", in <i>Hamelin</i> , n. 19.
<b>Parole chiave:</b>	

Terzo: quel gesto "impegna" in modo diverso, digitare non è incidere come invece la scrittura su carta sembra ricordare. Si può sempre cambiare idea, scriverne un altro o fare altro comunicando all'ultimo momento il risultato di questo slalom fra le opportunità, tenendosi a distanza di sicurezza dalla promessa indelebile, dal giuramento, dalla parola lapidaria.

Ma la volatilità non è solo delle parole, è di questi tempi: il contratto debole ci lega al lavoro come alle relazioni, alla scrittura come agli interessi. Non è difficile leggere in questo la vittoria del mercato, ovvero del consumo, che chiede a tutti – adulti compresi, ma con maggiore accanimento commerciale ai più giovani – di cambiare, di provare, perché ogni giro è uno scontrino battuto, anche se poi la retorica ideologica legittima tutto come *lifelong learning*, necessità del cambiamento continuo, fiera delle opportunità e via dicendo. Scrivere come azione di consumo, quindi, e come tale replicabile a piacere, senza vincoli, senza pretese.

Ma la leggerezza è anche una qualità: forse allora le parole non sono più pietre, da scagliare contro qualcuno o per qualcosa come avveniva in epoche in cui era forte il conflitto generazionale e l'istanza contro culturale, ma piume che volteggiano nell'aria, fittissime, in tempi e per giovani che sentono meno l'urgenza di rivendicare o proclamare, e più quella di stare insieme, in pace.

Se così è, constatiamo ad esempio che la volatilità è prolifica e non sterile: le parole in circolazione abbondano, forse grazie alla minor densità materiale, perché è diventato facilissimo scriverle e diffonderle sui tanti supporti, ed hanno quindi dietro di sé meno attesa, meno fatica, meno concentrazione, minor rischio, perché non sono uno strumento da affilare ma qualcosa per accarezzare, solleticare, far ridere.

Ogni giorno vengono confezionati dai ragazzi innumerevoli messaggi in bottiglia, lanciati in quell'oceano che è l'etere (via sms, messenger, email, blog, forum,...) perché vengano raccolti da ignoti, semiconosciuti, amici, amanti reali o supposti. Riconosciamolo, questo è un gioco nuovo, prima non era così facile, e porta con sé trasformazioni decisive sulle modalità di relazione, perché si è aperto un varco enorme sulle possibilità di aggancio, di contatto, di scambio. L'amore epistolare, l'agenzia matrimoniale o l'incontro al buio per corrispondenza appaiono come prototipi arcaici di un prodotto oggi di massa, per ribadire che la relazione "virtuale" forse è sempre esistita ma le opportunità sono cambiate.

Con le parole-piume ci si solletica, ovvero ci si diverte, si sollecita l'immaginario, si sta insieme, si crea comunità, si mantengono a distanza legami leggeri, si tentano nuove avventure. Ma queste piume sono anche molto colorate: i ragazzi tradiscono una ricerca espressiva molto vivida, credono fermamente nelle parole per suscitare emozioni, e vogliono lasciare traccia. Pensiamo alla pratica del *writing*, a quella scrittura continua sui muri delle città, alle firme sparse sui palazzi, sui treni, sui muri più anonimi, rischiando l'arresto o l'ira degli abitanti. Oppure prendiamo una gara di *freestyle*, ovvero due rapper sedicenni che gareggiano in rima su una base musicale, in una prova di abilità lessicale formidabile, circondati da un pubblico di pari età che applaude ad ogni tornata. È straordinario, mentre la scuola fatica sempre di più ad appassionare alla lettura e alla scrittura, i ragazzi scelgono liberamente di misurarsi sull'invenzione in rima, sulla poesia musicata e arrabbiata, imitando le gesta di una cultura cui non appartengono ma al contempo reinventando una tradizione – che cos'erano in fondo gli stornelli? e quanto canto popolare somiglia di fatto a quel rito? – che non conoscono.

### **Piovono pietre**

Seguiamo un sano principio di metodo: ora allarghiamo lo sguardo, allontaniamo la lente dai gesti e dalle gesta dei ragazzi, per prendere nota di cosa avviene nell'universo verbale circostante. Ci accorgiamo così che la comunicazione pubblica è diventata quasi assordante e che le parole degli adulti si sono moltiplicate: i quotidiani si sono appesantiti, i settimanali hanno superato le 200 pagine, il dibattito televisivo è quotidiano e non più settimanale, il conflitto politico è diventato il genere letterario più subito e più noto al grande pubblico, pur con personaggi e copioni consunti.

Ma il vero problema è la natura ambigua di quelle parole, l'inganno di un genere spacciato per documentaristico e invece finzionale. Impariamo a scuola che l'informazione si impegna nella ricerca della verità, il dibattito vorrebbe dimostrare la cura delle istituzioni e delle persone per le grandi questioni del nostro tempo, la dialettica politica rivendica la passione per il bene pubblico: invece molto spesso l'informazione manipola, allarma e patologizza – gli adolescenti ad esempio – il dibattito verte su questioni futili, la dialettica si rivela copertura di interessi personali, ecc.

<b>Autore:</b>	Stefano Laffi
<b>Titolo originale:</b>	Le parole sono piume
<b>Anno di pubblicazione:</b>	2008
<b>Citazione bibliografica:</b>	Laffi, S., 2008, "Le parole sono piume", in <i>Hamelin</i> , n. 19.
<b>Parole chiave:</b>	

È facile sentirsi ingannati, le parole degli adulti non sono affidabili, perché non raccontano realtà e sentimenti autentici, ma opzioni ideologiche, strategie di gestione del consenso, coperture di comportamenti incoerenti. Si diffonde così la passione per le trasmissioni televisive irriverenti verso le false parole degli adulti, ma ancor più la disaffezione verso quotidiani e tv, a favore di altri media. In un certo senso l'interesse per l'immagine, l'abitudine alle riprese coi videofonini, la scarsa attenzione che mediamente rivolge una classe scolastica alle parole dell'insegnante sono anche figlie di un "regime verbale" appesantito, inquinato dalle pessime azioni seguite alle belle parole, indebolito nella sua autorità, comunque oggi messo alla prova del "non verbale" dei comportamenti, ovvero della coerenza e della passione autentica di chi parla.

Ma la vera novità di questi anni è forse un'altra: in tv o sui giornali non parlano solo le persone, ma anche le merci. Abbiamo dato loro la parola, anzi, abbiamo affidato loro il vero dialogo con bambini e ragazzi: non c'è informazione, riflessione, racconto che nella comunicazione pubblica non sia interrotto dall'incursione delle merci. E nulla come il marketing si è posto il problema di confezionare messaggi perfettamente aderenti all'universo di desideri della popolazione.

Il fatto che il rapporto con la parola si sia formato in una palestra invasa dalla comunicazione commerciale – ovvero da messaggi esclusivamente seduttivi, non avendo la pubblicità più alcuna pretesa informativa – è un elemento decisivo, che per esempio ha declassato nella contemporaneità la forma prescrittiva o quella morale nel dialogo fra le generazioni. E chissà che non sia complice anche della leggerezza costituita dai flussi verbali giovanili. Ma che ad un ragazzo rischi di "parlare" di più una scarpa da ginnastica che la propria insegnante è un dato, oltre che una tragedia del nostro tempo.

### **La nuvoletta**

Ora smettiamo di pedinare le parole dei ragazzi e proviamo con un po' di coraggio, in modo più normativo, a chiederci se manca qualcosa. Questa stagione, di scommessa emotiva sulla parola, di continua manutenzione delle relazioni, di forte desiderio espressivo e di distanza dalle velleità lapidarie del passato rischia l'estinzione di qualche specie che ci è cara?

Già abbiamo capito che la società della comunicazione non favorisce la verità, ma la proliferazione dei messaggi seduttivi, l'uso dei mezzi a fini di protagonismo, la parola come alibi per esserci. Succede anche altro: il dialogo come spettacolo, lo sfogo come pratica legittima di messa in scena, la manifestazione emotiva come apice espressivo. I ragazzi sono cresciuti sotto questo dogma, hanno vissuto il declino della parola come "diaframma riflessivo", l'eclisse dell'attesa e del silenzio, la perdita del dialogo come confronto e mediazione di visioni del mondo, la difficoltà oggettiva di mettere ordine, ricomporre il caos della realtà, cercare cause e senso. Al loro posto l'opinionismo, l'ironia cinica, il sentimento personale esibito, che sono stati in questi anni le pratiche del discorso pubblico cui abbiamo assistito di più, anche perché i formati brevi consentivano solo slogan, dichiarazioni ed emozioni in diretta, mai pensiero.

C'è in definitiva il rischio che i ragazzi si siano ritrovati costretti ad una palestra di massa di *outing* emotivo, affettivo o di semplice opinione. E se questo genera nel migliore dei casi una stagione d'oro di trasparenza interiore – e quindi di tutti i generi che vi sono connessi – pone invece qualche ipoteca sulla buona salute della celebre nuvoletta di "parole silenziose" nel fumetto, quella in cui il personaggio riflette, si domanda, medita cosa fare e solo dopo decide, azione o discorso che sia.

Forse tutto questo è inevitabile di fronte al nuovo prevalere di una cultura orale, cui appartiene in un certo senso anche gran parte della scrittura delle giovani generazioni, quella appunto via sms o messenger. Ma viene da chiedersi se qualcuno non senta la mancanza della scrittura che si intraprende per capire (e non semplicemente per trascrivere) proprio grazie al potere ordinativo della sintassi, o per esporsi in prima persona, dovendo misurare le parole, o addirittura per generare cambiamenti nella realtà, rivendicando diritti. Ecco, scrivere il proprio "manifesto" artistico/espressivo, oppure una lettera di protesta ad un'istituzione, questo sembra oggi un esercizio da fare con un gruppo di ragazzi e ragazze.