

Il presente è una terra straniera

Comunicare è come respirare: lo facciamo tutti, in ogni momento, e se dovessimo smettere di farlo avremmo dei grossi problemi. Comunichiamo con la voce, con il corpo, e sempre di piú – chi lo avrebbe detto trent'anni fa? – per iscritto, attraverso Internet e i social network.

Lasciamo tracce durature che possono finire, potenzialmente, sotto lo sguardo di chiunque. Cosa potrebbe andare storto? Beh, molte cose. Potremmo farci nemica una persona, se va male, o un milione di persone in una volta sola, se va malissimo. Potremmo far precipitare le quotazioni dell'azienda per cui lavoriamo o compromettere per sempre la nostra immagine pubblica, diventando oggetto di intimidazione e molestie. Potremmo renderci ridicoli o essere considerati dei mostri. Potremmo ritrovarci soli, rovinati, dimenticati. Cancellati.

Già: i tempi sono cambiati, e tutto quello che prima sembrava inoffensivo è diventato terribilmente piú serio, tutto quello che prima si faceva con leggerezza richiede una nuova gravità. Ma attenzione, i tempi non cambiano mai in maniera *uniforme*, non è mai esistito e non esiste oggi un solo e unico «spirito del tempo»: cosí ci troviamo in ogni momento a muoverci tra sensibilità differenti, contesti in cui «non si può dire niente» e altri in cui si dice tanto, pure troppo. Vivere in società è diventata una *competenza*. In passato c'erano delle agenzie di socializzazione preposte a insegnare come si sta al mondo: la famiglia e la scuola. Oggi ci vuole un manuale anche per vivere.

Se il respiro è un dono innato, la comunicazione richiede – per usare il lessico del mercato del lavoro – delle *skills* articolate. Come prima cosa bisogna imparare un alfabeto e una lingua, questo diamolo per scontato. Ma dobbiamo anche conoscere i codici culturali: ovvero quel che si può dire e quel che non si può dire in funzione del luogo, del momento, dell'interlocutore. Perlomeno se vogliamo controllare il modo in cui verrà interpretato ciò che diciamo e quindi il modo in cui verremo giudicati noi che parliamo. Insomma: se non vogliamo fare danni.

Con la forza espressiva di chi sa dare corpo alle metafore, Alessandro Baricco ha descritto l'ecosistema ibrido materiale-digitale nel quale siamo andati a vivere, con le sue piattaforme e i suoi meccanismi, come un grande gioco, *The Game*. Ma i giochi non dovrebbero essere una cosa divertente? E come si imparano le regole di questo gioco?

Forse qualcuno ricorda *21 Jump Street*, una commedia americana dei primi anni 2010: è la storia di due poliziotti che devono infiltrarsi in una scuola spacciandosi per studenti. Il primo, interpretato da Channing Tatum, ai tempi della scuola era il classico bullo belloccio, mentre il secondo, Jonah Hill, era insicuro per via del suo corpo poco atletico. Nella nuova scuola le cose vanno diversamente, dal momento che in pochi anni la società è cambiata: i modi da bullo del primo vengono considerati volgari, mentre la sensibilità del secondo è finalmente apprezzata. I ruoli si rovesciano: chi è il bullo, chi è lo sfigato ora? Questione di codici.

Come si acquisiscono questi codici culturali, come si evita di fare la figura dello sfigato di turno? Attraverso le diverse esperienze della vita: dalla famiglia alla scuola, dall'università al mondo del lavoro, leggendo libri e perdendo tempo sui social. Salvo scoprire che di codici culturali ce ne sono tanti quanti i gruppi sociali, e soprattutto che cambiano in conti-

nuazione. Come un percorso a ostacoli, comunicare senza far danni è sempre piú difficile. Una competenza dunque, ma non una competenza tra le tante, bensí la competenza essenziale, quella che determina la posizione sociale di ognuno, che muove i destini dall'alto al basso e viceversa all'interno della grande «classe burocratica» a cui appartiene chiunque lavori dietro un computer o a contatto con la gente. Anche in un Paese come l'Italia, disallineato da certe tendenze internazionali – alcuni dicono «arretrato» –, le regole per sopravvivere nel terziario avanzato sono cambiate rispetto a vent'anni fa.

Comunicare è come respirare ma in ballo non c'è la vita, semmai la *reputazione*. Cioè, a ben pensarci, proprio la vita. Negli ultimi anni le trasformazioni sociali e tecnologiche hanno reso questa attività ancora piú complessa: per un brand internazionale come per chiunque di noi – influencer, professionista, persona comune... – essere capiti male o sottovalutare la sensibilità di una minoranza organizzata, fossero anche i fan di *Star Wars*, può provocare fastidio, dolore, rabbia e condannarci alla morte sociale.

Quel che sembrava corretto pochi anni fa potrebbe essere considerato scorretto oggi. In questo mondo rapidissimo è facile che il presente diventi una terra straniera. Viviamo negli stessi spazi reali o virtuali, ma parliamo tutti lingue differenti. Come si comunica senza fare danni? Qualcuno denuncia la dittatura del politicamente corretto, pensando alle polemiche che occupano i giornali e il Web per una battuta di cattivo gusto o per una campagna pubblicitaria sbagliata, e anche in Italia si è iniziato a parlare di cancel culture. Di tutto questo parleremo nelle pagine che seguono. Ma se non vogliamo fare danni, dobbiamo mettere da parte la convinzione che le indignazioni degli uni e degli altri siano capricci che potremmo permetterci d'ignorare: sono le forme di una guerra di tutti contro tutti per il riconoscimento sociale.

La società cambia piú veloce di noi e dobbiamo farci i conti. Nei tempi crepuscolari in cui viviamo tutto diventa po-

litico, tutto è potenzialmente divisivo. Ma questa oggi è la condizione per stare al mondo, perlomeno nei centri urbani e nelle grandi organizzazioni. Come nel Settecento, esistono regole diverse tra la piazza di paese e la corte del re: da una parte vale tutto e pure di piú, dall'altra una parola sbagliata incide sul cortigiano lo stigma del ridicolo.

Il Web ha reso piú facile la comunicazione. Possiamo raggiungere chiunque in ogni parte del mondo. Questa è una grande opportunità, ma anche un fattore di rischio. In effetti dobbiamo interagire con sensibilità diverse dalle nostre e dinamiche virali implacabili. I codici culturali si erodono, slittano, cambiano, e a un certo punto viene il sospetto che lo facciano apposta per lasciarci indietro. Tante cose possono andare storte nel percorso tra la nostra intenzione comunicativa e il suo risultato.

Se il mondo è cambiato, allora è necessario disporre della mappa del nuovo territorio, con le sue insidie e le trappole da evitare. Questo libro tenta di fornire una cartografia essenziale del presente, con le sue trasformazioni tecnologiche e culturali, portando diversi esempi e casi di studio. Si tratta di capire quel che *facciamo* quando comunichiamo, ma soprattutto *con chi* comunichiamo.

Nelle pagine che seguono nulla o quasi viene dato per scontato. Perché nulla abbiamo appreso senza sforzi e conflitti, e nulla abbiamo appreso completamente e definitivamente. Si tratta di spiegare le sfide comunicative nel mondo degli anni 2020 a un visitatore curioso proveniente dal ventennio precedente o da quello prima. E cos'è ognuno di noi, in ogni momento, se non un visitatore proveniente dal passato, che esplora il presente come un'isola esotica sulla quale le onde del tempo lo hanno fatto naufragare?

Chi legge troverà in appendice una cronologia dei numerosi casi evocati nel libro, principalmente concentrati nel decennio 2013-23. Inoltre sono presenti due glossari, il primo dedicato al lessico della rete e il secondo al lessico dell'inclusione.

Conoscere un po' meglio il presente non ci impedirà di essere travolti dalle trasformazioni che ci attendono nei prossimi anni e che non possiamo in alcun modo anticipare. Anche il futuro è una terra straniera, pure piú esotica del presente. Per questo è importante capire la logica della trasformazione, al fine di sviluppare alcuni accorgimenti generali che ci rendano resilienti agli slittamenti di codice. Partendo dalla necessità per chi comunica, a ogni livello, di essere costantemente aggiornato. In una società che fa pagare sempre piú caro il ticket d'ingresso alla soglia minima di rispettabilità, discriminando le minoranze prima perché sono diverse e poi perché non sono abbastanza moderne, la buona comunicazione è oggi sempre di piú una questione di «capitale culturale», o forse di «capitale morale».

Ho sviluppato altrove le mie opinioni generali sulle trasformazioni in corso e qui mi concentrerò sulle loro conseguenze pratiche. Non ho comunque rinunciato a riportare quelle che mi paiono essere le motivazioni principali di chi promuove i nuovi codici e di chi vi si oppone. Perché soltanto capendo queste logiche, le ragioni e le funzioni dietro certi opachi rituali di purificazione, che talvolta si tramutano in bullismo, isteria e panico morale, è possibile orientarsi nel nuovo mondo che si apre davanti a noi.

Un mondo che è un gioco, un gioco che è un mondo. Un gioco terribilmente serio.

Se perdi sei fuori. *Game over.*

Questo libro nasce dalle riflessioni iniziate nel libro collettaneo *The Game unplugged*, curato da Valentina Rivetti e Sebastiano Iannizzotto come una sorta di risposta al *Game* di Baricco, e poi da un ciclo di lezioni che mi è stato commissionato da Gianluca Briguglia per la Ca' Foscari Challenge School dell'Università di Venezia. Ho inoltre avuto modo di elaborare e discutere alcune di queste idee animando alcuni seminari aziendali presso l'Institut della Scuola Normale di Parigi, su invito di Pierre Cohen-Tanugi e Gilles Gressani.