

Perché le videolettere non decollano ?

Dieci anni fa, mentre ero alla ricerca di idee su come migliorare i brevi percorsi di introduzione ai linguaggi audiovisivi che assieme a Massimo Rossi guidavo all'istituto Pietro Scalcon di Padova, mi capitò di leggere, in un interessante manuale scritto da due media-educator newyorkesi(1), un capitolo dedicato alle videolettere.

Forse perché nella mia pratica di produttore mi ero trovato a realizzare video per rispondere alle più varie esigenze di comunicazione, forse per qualche reminiscenza di quel poco delle idee di Jean Cloutier(2) che la mia scarsa dimestichezza col francese mi aveva permesso a suo tempo di conoscere, mi apparvero subito chiare le potenzialità che la videolettera può avere come strumento di comunicazione in ambito scolastico.

E' evidente infatti che, attraverso un prodotto audiovisivo, un gruppo scolastico (in genere una classe) può scambiare con uno o meglio più gruppi partner, anche e soprattutto di lingue e culture diverse, informazioni sul proprio ambiente di vita, sulle proprie abitudini, aspirazioni, ambiente culturale, in modo molto più efficace che non attraverso uno scambio di e-mail. E' altresì evidente che il percorso di produzione di una videolettera crea una potente sinergia tra l'obiettivo di comunicare con il gruppo partner e quello di acquisire competenze e abilità nella creazione e decodificazione di messaggi audiovisivi.

Nel 1998, con la collaborazione dell'Assessorato all'Educazione del Comune di Padova ho avuto modo di realizzare per 5 classi dei percorsi di introduzione all'uso dei linguaggi audiovisivi centrati sulla realizzazione di una videolettera, e, nell'Ottobre del 2002, avendo nel frattempo condotto qualche altra esperienza di questo tipo, misi in rete il sito www.videoletter.org con l'obiettivo di incoraggiare gli insegnanti ad intraprendere questo genere di esperienza.

Il sito, che ora non è più attivo per problemi di ordine tecnico amministrativo, e che comunque è visibile all'indirizzo: <http://web.archive.org/web/20050207042955/http://www.videoletter.org/>, pur avendo ricevuto in quattro anni una media di 10 visite giornaliere, non ha avuto l'effetto sperato, nel senso che ha dato origine a soli tre progetti dei quali oltretutto non ho più avuto riscontri.

D'altra parte, se oggi effettuiamo una ricerca su Google usando come parole chiave videolettera e scuola ci vengono indicati oltre 200 siti dai quali, dopo una vagliatura abbastanza accurata, si ricava notizia di non più di 6 o 7 videolettere effettivamente realizzate in ambito scolastico dal 1998 ad oggi. Poche, se si pensa che ai vari concorsi di video per le scuole che ci sono in Italia arrivano ogni anno diverse centinaia di prodotti.

Ripetendo la ricerca con i termini inglesi il risultato non è più confortante, anche se si ricava l'impressione (non verificabile, per chi come me non conosce quelle lingue) che nei Paesi dell'estremo oriente questo mezzo di comunicazione sia più utilizzato.

Vorrei cercare di ragionare sulle difficoltà che questo tipo di esperienza incontra e sulle possibili strategie per superarle.

La domanda che mi pongo è : come mai uno strumento così potente e "bello" come la videolettera non viene adeguatamente sfruttato ?

Vi sono senz'altro delle difficoltà di tipo organizzativo, dovute al fatto che una videolettera, per poter rappresentare effettivamente l'inizio di un rapporto di comunicazione tra due classi, deve essere fatta pervenire ai partner al massimo entro il mese di Marzo, ragion per cui tutte le fasi approvazione e finanziamento del progetto da un lato, e di ricerca ed accordo con i partner dall'altro, devono essere completate entro Dicembre. La cosa come si sa non è sempre facile, soprattutto quando si dipende per i finanziamenti da fonti esterne alla scuola (e questo nonostante non sia difficile far comprendere all'ente locale il valore di questo tipo di iniziativa).

Un'altra difficoltà con cui si deve confrontare chi conduce il percorso di produzione della videolettera, sia egli un insegnante con qualche esperienza nella produzione di audiovisivi o un esperto esterno, sta nella mancanza di adeguati modelli di riferimento. In nessuno dei prodotti audiovisivi che siamo normalmente abituati a considerare i produttori si rivolgono direttamente al pubblico per parlare di se stessi. Inoltre in nessuno dei "normali" prodotti audiovisivi il rapporto tra produttore e fruitore è interscambiabile e paritario. Per fare un paragone, potremmo dire che la

videolettera sta agli altri prodotti audiovisivi come una telefonata sta a un intervento davanti ai microfoni di un'assemblea, oppure come una lettera sta ad un libro : anche se gli elementi base del linguaggio (nel nostro caso inquadrature e montaggio) sono gli stessi, i registri della comunicazione sono chiaramente diversi.

Mentre nella maggior parte delle produzioni audiovisive, anche a livello scolastico, agli "attori" si richiede di rappresentare qualcosa, e contemporaneamente di adeguarsi agli schemi comunicativi predominanti per quel particolare mezzo in quel particolare momento storico, nella videolettera i ragazzi dovrebbero semplicemente presentarsi ai loro partner così come sono. La cosa non è affatto semplice, sia a livello di decisione e scrittura dei contenuti da comunicare, sia al momento della registrazione, in quanto è molto difficile liberarsi dai modelli che quotidianamente assorbiamo attraverso la TV nel momento in cui ci troviamo a scrivere una scaletta o a scegliere l'inquadratura migliore, operazioni comunque indispensabili per garantire la congruità e la chiarezza del messaggio.

Sintantoché non si saranno sedimentate prassi comunicative adeguate ad una comunicazione audiovisiva "da pari a pari"(che difficilmente potranno essere progettate a tavolino ma più facilmente scaturiranno dalla pratica), una soluzione efficace potrebbe essere quella di praticare consapevolmente due livelli di comunicazione dichiarando esplicitamente ai partner: "vi mandiamo questo film che abbiamo fatto per voi" magari girando contemporaneamente al "film" (che sia il documentario sul quartiere o sulla scuola, sulla storia della città o sugli sport praticati dai ragazzi non importa) il suo back-stage.

Non credo comunque che si possa imputare alla mancanza di modelli ottimali il fatto che, come quantità di esperienze, ci troviamo praticamente all'anno zero delle videolettere; penso che, oltre alle difficoltà organizzative a cui accennavo prima, la responsabilità si possa più verosimilmente attribuire al bassissimo livello di alfabetizzazione audiovisiva della scuola (non solo italiana) e alla mancanza di una casistica diffusa, per cui semplicemente accade che a poche persone viene ora in mente di utilizzare il video come mezzo di comunicazione tra le classi.

Sono anche convinto, però, che l'inevitabile diffusione della comunicazione audiovisiva personale (videofonini, webcam, gestione e scambio di filmati via computer) arriverà comunque a portare nella scuola l'uso del mezzo audiovisivo nei programmi di scambio con scuole di altri Paesi e località.

E' auspicabile che la comunità dei media educator partecipi attivamente a questo processo, proponendo e, soprattutto, sperimentando modelli e processi produttivi per le videolettere, in modo da far maturare rapidamente quello che sembra poter essere un ottimo strumento per sviluppare la conoscenza e l'amicizia tra giovani di culture e condizioni diverse.

(1)Betsy Newman, Joseph Mara : "Reading, Writing & TV: A Video Handbook for Teachers" Highsmith Co; (November 1995)

(2)Cloutier Jean: "L'ère d'Emerc ou la communication audio-scripto-visuelle à l'heure des self media " Les Presses de l' Université de Montreal, 1975