

Giovani, l'informazione è su TikTok

Il caffè delle mamme - L'app più amata dagli adolescenti è diventata uno dei canali di informazione sull'attualità preferiti dai nostri figli e ora è al centro dell'interesse anche dei mass media tradizionali

/ 28.09.2020
di Simona Ravizza

TikTok lo conosciamo come l'app in cui i teenager ballano, fanno finta di cantare e guardano videocomedy, sulla scia di Musical.ly (inglobata nell'agosto 2018). In questi giorni è d'attualità la guerra che gli ha dichiarato il presidente Usa Donald Trump che accusa il Partito cinese di sfruttare il social, creato dal colosso Internet di Pechino ByteDance, di censura, manipolazione e propaganda, anche grazie alla profilazione dei dati. Quello che a *Il caffè delle mamme* non avremmo mai detto è che TikTok, a oggi 800 milioni di utenti al mese a livello mondiale con la più rapida crescita di user mai vista finora, è uno dei canali privilegiati di informazione dei nostri figli sull'attualità e di sensibilizzazione contro le discriminazioni. La generazione Z (ossia per chi è nato dopo il 1996) lì non cerca solo clip musicali, meme e challenge (le famose sfide con il rilancio di video), ma segue le vicende di cronaca, conosce la politica, e s'appassiona alla causa Lgbt, al Black Lives Matter, fino alla lotta contro il bullismo. La domanda, allora, sorge spontanea: è possibile che noi ci ritroviamo figli più consapevoli e informati grazie anche a una app contro cui battagliamo tutto il tempo a colpi di frasi del tipo: «Se non ti stacchi da lì salti la cena!»?

Per rispondere, dopo essere stata un pomeriggio a guardare insieme a Clotilde, mia figlia 12enne, i video che scarica, ho interpellato la mia amica social media editor Alice Scaglioni (che, anche visti i suoi 25 anni, mi sembra in linea con i teenager) e Mariagrazia Fanchi, docente di Scienze della comunicazione e dello spettacolo dell'Università Cattolica di Milano, una carriera dedicata allo studio dei processi sociali e storici di fruizione dei prodotti mediali, con particolare riguardo ai pubblici giovani. La scoperta è sorprendente. Chi mai avrebbe potuto dire di avere figli più attenti a temi importanti grazie a TikTok? «È l'app più amata dalla Generazione Z e ora anche i mass media tradizionali devono imparare a farci i conti per riuscire a raggiungere i giovanissimi» dice Scaglioni. «Tra i primi a farlo, il team social del "Washington Post", che ha aperto un account TikTok unendo sketch divertenti a pillole di attualità. Una modalità che gioca molto sull'ironia degli americani e che da noi forse non troverebbe spazio. Ma vi sono anche altri esempi, come Bbc Radio 1, il canale della Bbc che racconta le star della musica, le novità del panorama e i grandi successi delle classifiche, o Usa Today, che alterna meme e video divertenti a resoconti della campagna elettorale americana, con cartelli di spiegazione e contestualizzazione del video, o, ancora, ARD con brevi video del Tagesschau. Non è un giornale, ma insiste sulla divulgazione di contenuti, l'account del World Economic Forum, che racconta le sue ricerche e le ultime novità nel mondo in tema di energia pulita, emergenza climatica e coronavirus. Il giornale tecnologico "Wired" poi dispensa consigli legati alle nuove piattaforme, racconta le biografie dei grandi inventori del passato e fa il punto sulle novità in arrivo. In Italia Fanpage è una delle testate più attive su TikTok. Spesso sono video-selfie di

giornalisti della redazione che spiegano in prima persona (e mettendoci il volto, che è una delle cose che i giovanissimi apprezzano di più) una notizia o un fatto di giornata. Dall'omicidio di Paola a Caivano, fino all'esplosione a Beirut. Ma non solo: ci sono anche brevi pillole di rimedio alle fake news, che fanno *debunking* su notizie false che circolano sul web, o ancora istruzioni per l'uso su temi vari, come le regole per il rientro a scuola in sicurezza. Non mancano le interviste, da Boss Doms alla ministra della Pubblica Istruzione Lucia Azzolina, o gli anniversari, come quello recente dell'11 settembre: più il *feed* con le notizie video è vario, più è facile catturare l'attenzione di un pubblico vasto e variegato come quello dei giovanissimi. Recentemente anche Dataroom, il canale di video-inchieste di Milena Gabanelli, è sbarcato su TikTok: anche in questo caso, video-pillole che riprendono l'inchiesta del giorno e la spiegano in 1 minuto».

In attesa che i mass media tradizionali si muovano in modo più massiccio, i giovani si affidano ai video dei loro coetanei che con gli sketch rilanciano - interpretandole - le notizie che più li toccano. Un esempio è Oblioo, oltre 210mila follower e 12,5 milioni di like, che dietro le sue spalle mostra e/o legge notizie d'attualità e le commenta: il candidato politico leghista con la passione del Duce al centro di un'inchiesta di droga e prostituzione lo spinge a ripetere come un mantra: «No, vabbè!»; la preside di un liceo di Roma che vieta le minigonne alle ragazze perché a qualche prof potrebbe cascare l'occhio, gli fa dire: «È ovvio che a scuola non vai vestito come in discoteca, ci sta la critica di portare rispetto del luogo in cui ci si trova, ma dire alle ragazzine così... Cara preside, sono i tuoi prof a essere dei pedofili e dovresti buttare loro fuori dalla scuola»; e ancora denuncia le fake news e posta video che celebrano la prima femminista dell'America Latina Ivana Inés de la Cruz. Gli esempi si possono moltiplicare.

Dal 18 giugno 2020 c'è l'hashtag #imparaontiktok: oggi il tag ufficiale conta già oltre 225 milioni di visualizzazioni ed è tra i più popolari dell'ultimo periodo. Rich Waterworth, TikTok general manager Ue, azzarda: «Vorremmo che le persone arrivassero su TikTok non solo per il divertimento, ma per imparare». La professoressa Fanchi spiega: «L'obiettivo è trasformarlo in un'enciclopedia visiva, con un'operazione simile a Wikipedia. Anche per fornire notizie, il tono usato è ironico, con voce ritmata e sfondo musicale. Con un linguaggio spesso dissacrante, molto vicino ai giovanissimi che sempre di più lo prediligono anche come luogo di informazione. Il rischio che arrivino ai nostri figli informazioni manipolate? Il fatto che sia il primo social di successo con una matrice non occidentale deve sicuramente farci tenere aperti gli occhi, ma dobbiamo anche avere fiducia nei nostri figli che sono più accorti e smaliziati di quanto possiamo immaginarci e sanno riconoscere ciò che è autentico». *A Il caffè delle mamme* non resta che prenderne atto.