

Laboratorio di Spiritualità  
Seminario Filosofico Biennio BQ  
martedì 17 ottobre 2017

## **“Nativi digitali. Contatti virtuali e legami esistenziali”**

Paolo Boschini

video: “Vorrei ma non posto”

[https://www.youtube.com/watch?v=yKT\\_euhimTk](https://www.youtube.com/watch?v=yKT_euhimTk)

### **1. Nativi digitali - istruzioni per la comunicazione**

video: nativi digitali - telefono

<https://www.youtube.com/watch?v=qj9y44E8KDo>

#### **1.1. «A cena devo sempre avere in mano un iPhone»: la corporeità mediatica**

Il sociologo canadese Marshall McLuhan (1911-1980) è stato il primo a focalizzare la riflessione sulle modificazioni dell'apparato cognitivo prodottesi nell'*homo mediaticus* in forza dell'avvento dei mezzi di comunicazione elettronici. Scriveva nel suo libro più famoso, *Gli strumenti del comunicare* (1964):

«Nelle ere della meccanica avevamo operato un'estensione del nostro corpo in senso spaziale. Oggi, dopo oltre un secolo d'impiego tecnologico dell'elettricità, abbiamo esteso il nostro stesso sistema nervoso in un abbraccio globale che, almeno per quanto concerne il nostro pianeta, abolisce tanto il tempo quanto lo spazio. Ci stiamo rapidamente avvicinando alla fase di estensione dell'uomo. Quella cioè in cui attraverso la simulazione tecnologica, il processo creativo verrà collettivamente esteso all'intera collettività umana, proprio come tramite i vari media abbiamo esteso i nostri sensi e i nostri nervi».<sup>1</sup>

---

1 M. McLuhan, *Gli strumenti del comunicare. Mass media e società moderna*, Net, Milano 2002, 9.

Con l'avvento dell'era elettronica *l'homo mediaticus* ha trasformato il proprio sistema nervoso centrale, rendendolo sovrappersonale. Ora gli *output* nervosi e la codificazione degli *input* che provengono dalla sensorialità non è più svolta dal sistema nervoso individuale, che è diventato un accessorio di un sistema globale. Le conseguenze principali di questa globalizzazione del cervello e della mente sono l'abolizione del tempo e dello spazio, perché gli impulsi nervosi e le informazioni psichiche viaggiano alla velocità della luce e grazie alla loro istantaneità e alla rete elettronica mondiale sono totalmente de-localizzate e de-temporalizzate. Un'ulteriore conseguenza è l'estensione, al di fuori dell'individualità, dei due principi regolatori del sistema nervoso umano: il piacere e il comfort.<sup>2</sup>

Il sistema audio-video proietta un'immagine della realtà quotidiana, a cui l'individuo sente di appartenere, e lo induce a vedere la propria realtà di vita attraverso quell'immagine.<sup>3</sup> Il modello di questo processo è Narciso: specchiandosi nell'acqua e non riconoscendo quell'immagine come il riflesso della sua corporeità, egli è il prototipo di questo «servomeccanismo della propria immagine estesa o ripetuta».

Narciso «si era conformato all'estensione di se stesso, divenendo così un circuito chiuso. Il senso di questo mito è che gli esseri umani sono soggetti all'immediato fascino di ogni estensione di sé, riprodotta in materiale diverso da quello di cui sono fatti».<sup>4</sup>

La tecnologia meccanica ha prolungato e rafforzato la nostra corporeità, ma non si è sostituita ai nostri sensi. Viceversa i media elettronici, con un uso su larga scala delle informazioni visuali e linguistiche, hanno radicalmente cambiato le facoltà percettive dell'uomo mediatizzato, perché hanno anzitutto modificato l'immagine che egli ha di se stesso e del proprio corpo. Le informazioni sensoriali ora sono mediate da quelle che ci pervengono dai media elettronici, che sono

---

2 M. McLuhan, *Gli strumenti del comunicare*, 53.

3 È un'esperienza diffusa la particolare attenzione e lo stupore con cui si seguono i programmi televisivi che raccontano i luoghi e i tempi della nostra vita quotidiana. Si pensi alla curiosità con cui seguiamo un programma che racconta la nostra città o che propone i luoghi della nostra giovinezza. Come se la nostra memoria fosse insufficiente e avesse bisogno di una conferma visuale.

4 M. McLuhan, *Gli strumenti del comunicare*, 51.

diventati il nostro sistema nervoso centrale. L'avvento del cervello elettronico ha di fatto inaugurato la capacità di tradurre ogni linguaggio particolare in un codice comune e universalmente comprensibile. Stiamo vivendo una vera e propria pentecoste tecnologica: nella civiltà dell'informazione la babele delle lingue è ormai giunta alla fine.<sup>5</sup>

Questa nuova e differente polarizzazione dei nostri sensi deve essere ammortizzata dal sistema nervoso individuale con una terapia auto-anestetica, che produce nell'individuo uno stato di apatia vigile e che trasferisce le funzioni vitali dalla psiche al corpo, con la conseguenza che i movimenti vengono compiuti secondo il criterio dell'abitudine. La ripetitività è l'attitudine principale dell'uomo audiovedente. La civiltà dei media elettronici induce negli individui una sorta di apatia da sovraesposizione, che obbliga gli operatori della comunicazione mediatica a aumentare progressivamente la scossa elettrica della stimolazione nervosa, fornendo al sistema nervoso individuale immagini e messaggi sempre più shockanti e capaci di penetrare nella pelle mediatica, che è il nuovo involucro di una corporeità sempre più rarefatta. Ma perché questa estensione elettronica del nostro corpo possa compiersi è necessario che l'uomo mediatizzato diventi sempre più recettivo nei confronti della tecnologia. Questo è un risultato prodotto dalla tecnica stessa, che si rivela come una forza poetica incontrastata: è capace di produrre e di autoriprodursi. E la macchina ricambia il corpo umano, che ne diventa il recettore, diventando l'ambiente per l'insediarsi della tecnologia. La tecnologia seduce il corpo, perché si rende docile ai desideri umani e soprattutto realizza l'atavica volontà umana di ricchezza e di dominio.<sup>6</sup>

«Inserendo con i media elettrici i nostri corpi fisici nei nostri sistemi nervosi estesi, istituimo una dinamica mediante la quale tutte le tecnologie precedenti, che sono soltanto estensioni delle mani, dei piedi, dei denti e dei controlli termici del corpo - tutte queste estensioni, comprese le città - saranno tradotte in sistemi d'informazione. La

---

5 M. McLuhan, *Gli strumenti del comunicare*, 89-90: «Il linguaggio fa per l'intelligenza ciò che la ruota fa per i piedi o per il corpo: permette agli uomini di spostarsi da una cosa all'altra con maggiore facilità, maggiore disinvoltura e sempre minore partecipazione. Estende e amplifica l'uomo, ma ne separa anche le facoltà» (*Ibid.*, 89).

6 M. McLuhan, *Gli strumenti del comunicare*, 53-57: «Ricevendo continuamente tecnologie ci poniamo nei loro confronti come altrettanti servomeccanismi. Sul piano fisiologico l'uomo è continuamente modificato dall'uso della tecnologia».

tecnologia elettromagnetica richiede all'uomo una docilità profonda e la quiete della meditazione, come si addice a un organismo che ha ora il cervello fuori del cranio e i nervi fuori della pelle».<sup>7</sup>

I media diventano così il nostro corpo artificiale; essi sono i nostri nuovi sensori. La conseguenza principale di questa estensione del sistema nervoso centrale, che diventa esterno agli individui, consiste nello spossessamento delle volontà e nella perdita effettiva delle libertà e dei diritti individuali.<sup>8</sup>

## **1.2. «L'iPhone ha preso il posto di una parte del corpo»: la nuova pelle psico-tattile**

Derrick de Kerckhove (1944-) è considerato il principale allievo e continuatore di McLuhan. Incarna il modello dell'intellettuale mediatizzato: versatile, multifrenico e globale. La tesi fondamentale di De Kerckhove è: la tecnologia della comunicazione modifica le nostre facoltà percettive. Quello che siamo soliti definire come la naturale psiche umana è in realtà il risultato della modificazione del nostro sistema neuro-cerebrale, avvenuta in virtù dell'utilizzo di queste tecniche, che lo hanno esonerato dallo specializzarsi cognitivamente. La tecnologia mediatica non è rimasta esterna, ma è diventata interna al nostro cervello e al sistema informativo-percettivo che a esso fa capo.

«Stiamo diventando *cyborg*, dal momento che ogni tecnologia estende una delle nostre facoltà e trascende i nostri limiti fisici e siamo in grado di integrare nuovi strumenti nella nostra identità e nel nostro corpo».<sup>9</sup>

Con buona pace di chi ancora crede nell'esistenza del buon selvaggio, non siamo mai stati uomini puramente naturali.<sup>10</sup> Ma la nostra nuova condizione di *cyborg* ci rende «creati e ricreati dalle nostre stesse invenzioni»: non è semplicemente la macchina che ha reso schiavo l'uomo naturale - come

---

7 M. McLuhan, *Gli strumenti del comunicare*, 68.

8 M. McLuhan, *Gli strumenti del comunicare*, 79: «Una volta che abbiamo consegnato i nostri sensi e i nostri sistemi nervosi alle manipolazioni di coloro che cercano di trarre profitti prendendo in affitto i nostri occhi, le nostre orecchie e i nostri nervi, in realtà non abbiamo più diritti».

9 D. De Kerckhove, *La pelle della cultura. Un'indagine sulla nuova realtà elettronica*, Costa & Nolan, Genova 1996, 17.

10 D. De Kerckhove, *La pelle della cultura*, 177.

pensavano i marxisti del XX sec. - ma è la macchina che crea l'uomo, potenziando e modificando la sua sensorialità attraverso la produzione di un «feedback sul nostro sistema nervoso».<sup>11</sup>

Vediamo più nel dettaglio che cosa succede ai nostri sensi, quando incontrano la tecnologia mass-mediale. Il nostro sensorio (cioè le nostre facoltà cognitive complessivamente prese) subisce un'estensione a causa dei suoni e delle immagini televisive e viene proiettato fuori di noi. Condividendo le sue immagini con milioni di altri individui, la nostra mente diventa pubblica: la televisione è il nostro immaginario collettivo, la nostra coscienza sovraperonale. È più che uno strumento di comunicazione. È la nostra pelle artificiale, perché grazie a essa *l'uomo mediatizzato* proietta la sua coscienza fuori di sé e la vede nella sua oggettività riflessa sullo schermo televisivo. E tutti la vedono con lui.

Lo schermo e il messaggio audiovideo che gli dà vita fanno crollare l'intervallo tra lo stimolo e la risposta, eliminando la fisiologica distanza tra *l'input* corporeo e la sua rielaborazione a livello cerebrale. Davanti alla tv o allo smartphone il tempo non scorre più, perché le informazioni che vengono dall'esterno non vengono più integrate nel flusso interiore della coscienza: al suo posto si riscontra una puntiforme successione di istanti, del tutto sganciati gli uni dagli altri. È il sistema audiovideo che fa «zapping sullo spettatore, prima che sia lo spettatore a mettere in azione il telecomando».<sup>12</sup> L'uomo alfabetizzato legge e trasforma lo scorrere della visione in memoria, immaginazione, pensiero: può tornare infinite volte sulle righe di una pagina, dominandole in completa autonomia. Attraverso il reiterato esercizio della lettura e della scrittura, egli ha interiorizzato l'alfabeto, che funziona come se fosse il suo *hardware*. L'uomo mediatizzato è come se regredisse alla fase orale, perché non ha tempo per

---

11 D. DE KERCKHOVE, *La pelle della cultura*, 18.

12 D. DE KERCKHOVE, *La pelle della cultura*, 22-25. Se si mettono a confronti i bambini cresciuti all'aria aperta e quelli invece educati dalla televisione, si nota che questi ultimi leggono in modo anomalo: non usano gli occhi sequenzialmente, ma lanciano rapide occhiate sulla pagina, in modo impressionistico. Di solito non incontrano difficoltà a percepire e comprendere i significati particolari, ma a intendere e memorizzare il significato generale di quello che hanno letto. Il telespettatore perde la facoltà della sintesi, perché questa operazione è operata autonomamente dallo schermo; mentre sviluppa la facoltà dell'analisi. Senza l'aiuto dello schermo elettronico, egli non riesce a comporre i milioni di immagini che produce: riesce a mettere al posto giusto solo pochissimi tasselli di questo *puzzle*.

ripassare con il pensiero sugli stimoli che ha ricevuto.<sup>13</sup> Il suo sistema operativo è e rimane esterno a lui: esso è eterodiretto. Ha perso il controllo dei muscoli dell'occhio e di tutto il corpo, perennemente orientato verso l'apparecchio televisivo. Ha l'impressione di guardare le immagini, ma è lo schermo che, con i suoi fasci luminosi, guarda lui e scannerizza le sue immagini interiori. L'*homo elettronicus* non riesce a leggere la tv o il pc, come invece il suo antenato alfabetizzato riusciva a leggere il libro. Ma è la televisione che legge lui. È il grande occhio per leggere dentro alla sua coscienza, in un momento in cui essa si presenta particolarmente docile e vulnerabile.<sup>14</sup> Nell'eterna lotta tra l'uomo e la macchina, questa volta vince la macchina. Ma nell'ultimo decennio del secolo scorso è avvenuta una rivoluzione epocale.

«Nel momento in cui (i giovani americani) hanno imparato a rispondere allo schermo per mezzo di computer, telecomandi, videoregistratori e videocamere, questi giovani hanno recuperato autonomia sufficiente per poter fare a meno dei riflessi automatici del consumismo e sono rapidamente diventati imprenditori di successo. Gli hippies sono stati sostituiti dagli yuppies».<sup>15</sup>

È nata una nuova modalità cognitiva: l'interfaccia. Quando grazie all'invenzione del *modem* i computer hanno potuto collegarsi tra loro tramite la rete telefonica, essi hanno ereditato e trasformato «la dote più preziosa della televisione: l'accesso simultaneo a grandi numeri di persone in tempo reale». In tal modo la formazione della coscienza collettiva avviene in modo democratico e policentrico, perché «collega gli individui e i loro bisogni specifici in menti

---

13 D. DE KERCKHOVE, *La pelle della cultura*, 114. La televisione ha costruito una «cultura orale elettronica». Come ha dimostrato W. Ong, nella cultura orale la gente sa solo quello che ricorda; ovvero conosce solo le informazioni che sono sedimentate nella memoria pubblica collettiva. La televisione svolge la medesima funzione, con la differenza che ora la memoria è custodita al di fuori di chi ricorda e è resa disponibile attraverso il videoschermo. In entrambi i casi - nella cultura orale delle civiltà arcaiche, come in quella delle civiltà telematiche - «la gente non è molto interessata a nuove idee o concetti, ascolta quello che già conosce».

14 D. DE KERCKHOVE, *La pelle della cultura*, 27-32.

15 D. DE KERCKHOVE, *La pelle della cultura*, 131-132. «La televisione ci ha reso inveterati consumatori, portando il mondo esterno nelle nostre case, dentro di noi. Abbiamo sviluppato una sorta di vorace appetito per le immagini e per le merci. Ma i computer, proiettandosi all'esterno dei nostri sistemi nervosi centrali, dandoci accesso e potere su qualsiasi punto dell'ambiente in qualsiasi momento, per ogni scopo, ci hanno trasformato in produttori» (*Ibid.*, 137).

collettive». *Internet* è un'«autostrada elettronica», in cui il fluire delle informazioni in ambo i sensi di marcia consente di realizzare per la prima volta su scala mondiale la nuova configurazione psichica dell'uomo digitale: è quella che De Kerckhove chiama la «psicologia della convergenza».<sup>16</sup> Al posto del consumatore televisivo (consumatore passivo di immagini e potenziale acquirente di beni di consumo) nasce un nuovo modello di essere umano: il «prosumatore», colui che è al tempo stesso produttore e consumatore di informazioni.<sup>17</sup> Da bene di consumo, l'informazione diventa una risorsa immateriale. A differenza delle risorse materiali - come ad es. i combustibili da minerali fossili - l'uso delle risorse immateriali non le brucia, ma le moltiplica. La conseguenza è che tutti viviamo sempre più circondati da informazioni, che formano la nuova atmosfera del pianeta. Scompare la distinzione tra produttore e consumatore e tutti coloro che hanno accesso alla rete mondiale dell'informazione sono ormai diventati «fari di informazione», che illuminano e attraggono a sé nello stesso tempo. In quanto produttore (non sempre) consapevole di informazioni, gli spazi privati dell'individuo si sono molto assottigliati, fino quasi a scomparire.<sup>18</sup> Smartphone, carta di credito, computer: sono tre strumenti di uso quotidiano grazie a cui continuamente produciamo informazioni sul nostro conto, sui nostri spostamenti, sui nostri gusti, sulle nostre frequentazioni. Commenta lapidariamente De Kerckhove: «Non è il mondo che si sta facendo globale, siamo noi» che ci siamo psichicamente globalizzati. Ancora: «La globalizzazione è in primo luogo una questione di psicologia, non di economia».<sup>19</sup>

La globalizzazione dell'intelligenza e la sua concomitante artificializzazione non vanno nella direzione dell'omologazione: il cybernauta ha maturato un senso profondo dell'alterità e un'inusitata capacità di relazione. Tutto scorre rapidissimo intorno e dentro di lui, anche se egli, collegato alla rete informatica mondiale, sembra restare immobile davanti al suo pc, a dirigere imperturbato la sua

---

16 D. DE KERCKHOVE, *La pelle della cultura*, 63-64: «Internet è una rete di reti che consente una diffusione selezionata molto precisa e affida il controllo alle mani dell'utente. È ancor meno invadente del telefono, perché non è lei a chiamare te, ma sei tu a chiamare lei».

17 D. DE KERCKHOVE, *La pelle della cultura*, 68.

18 D. DE KERCKHOVE, *La pelle della cultura*, 81-82.

19 D. DE KERCKHOVE, *La pelle della cultura*, rispettivamente 91 e 143.

porzione di traffico delle informazioni.<sup>20</sup> Grazie ai nostri dispositivi collegati in rete, possiamo toccare un determinato punto del cyberspazio e agire in modo da ottenere effetti immediatamente verificabili. Il tatto, che è il senso cognitivo più primordiale, ha così la sua rivincita: con la pressione dei polpastrelli sulla tastiera, sul *mouse* o direttamente sullo schermo noi possiamo scambiare informazioni con ogni parte del mondo, possiamo attivare un dispositivo elettronico, sfogliare un libro, passeggiare in un museo e perfino inginocchiarci davanti al SS. Sacramento. La tecnologia ha riattivato il tatto, un senso quasi sopito della nostra psiche, facendolo espandere oltre i confini dello spazio fisico.<sup>21</sup>

È il mondo che si è fatto più piccolo? Oppure è il nostro corpo che si è dilatato enormemente oltre i suoi confini naturali? La mente ha perso il primato che le era stato dato dalla cultura occidentale greco-illuminista? Oppure sta riscoprendo in modalità nuove la sua insopprimibile interconnessione con il corpo?

video: Smartphone e vita quotidiana

<https://www.youtube.com/watch?v=0IGBz6UMQ2Y>

intervallo - video: L'esercito del selfie

<https://www.youtube.com/watch?v=FQkaH5ppFek>

---

20 D. DE KERCKHOVE, *La pelle della cultura*, 137-138.

21 D. DE KERCKHOVE, *La pelle della cultura*, 142-143.



## 2. Il mondo digitale - istruzioni per l'appartenenza

video: Google Glass Explorer

<https://www.youtube.com/watch?v=egjrgU1aEAI>

### 2.1. Realtà virtuale?

La realtà reticolare, in cui vive l'uomo digitale, è comunemente definita «realtà virtuale». Come hanno sostenuto R. Barthes e J. Baudrillard, la produzione e il consumo della realtà si basa sui segni: non c'è separazione tra la realtà e i suoi simboli. In questo senso la realtà in cui vive l'uomo digitale è sempre anche virtuale, perché l'elemento materiale e corporeo non può essere disgiunto dalle immagini di esso. Spesso le immagini (il virtuale) precedono il corporeo (il reale) e rappresentano l'esperienza primaria dell'uomo digitale.<sup>22</sup> Il rovescio della medaglia di questa virtualizzazione del reale è un significativo impigritimento degli individui, che vengono contagiati dalla «sindrome del minimo sforzo». Per quantità di tempo giornaliero oggi il consumo di contenuti mediatici (e soprattutto di immagini) è un'attività seconda solo al lavoro. I mass-media sono

«l'ordito delle nostre vite. Viviamo con i media e per i media».<sup>23</sup>

Si deve però riconoscere che i mass-media non sono onnipotenti e gli individui mediatizzati non possono essere considerati semplicisticamente come le loro vittime inconsapevoli e passive. Come sostiene U. Eco in *Dalla periferia dell'impero*, la cultura mass-mediale interferisce con altri modelli culturali più antichi, che essa non riesce mai totalmente a sradicare dal vissuto (conscio e

---

22 M. CASTELLS, *L'età dell'informazione. Economia, società, cultura. 2. La nascita della società in rete*, EGEA, Milano 2002, 430-431. Ad es., si pensi come la percezione della realtà di molti bambini occidentali sia mediata dalle immagini dei videogiochi con cui si intrattengono fin da piccolissimi.

23 M. CASTELLS, *La nascita della società in rete*, 382-386. Secondo N. POSTMAN, *Divertirsi da morire. Il discorso pubblico nell'era dello spettacolo*, Longanesi, Milano 1986, 87: «L'intrattenimento è la superideologia di ogni discorso in televisione». Secondo il rapporto Nielsen (1991) l'esposizione di un cittadino adulto statunitense ai media in famiglia è di sei ore e quarantatré minuti al giorno, mentre il tempo dedicato alle interazioni personali in famiglia è mediamente di quattordici minuti al giorno.

inconscio) degli individui.<sup>24</sup> In che cosa consiste allora il loro potere pervasivo? Consiste nel creare i *format* dei processi comunicativi e relazionali e di produrre un sostanziale livellamento dei contenuti, che vengono espressi in un testo multisemantico, in cui «informazione e divertimento, istruzione e propaganda, rilassamento e ipnosi sono indistinti».<sup>25</sup> Quindi: i mass-media di ultima generazione non uccidono l'intelligenza umana, ma rischiano di assopire l'immaginazione.

La realtà dell'uomo digitale scorre come un film, con la differenza che gli individui sono gli schermi (inevitabilmente deformanti) su cui si proiettano le immagini dei circuiti mondiali. Più i mass-media odierni si sforzano di assomigliare alla realtà quotidiana, più questa si trasfigura, diventando essa stessa un flusso di immagini che smaterializzano la realtà, i corpi, le relazioni personali e i rapporti economico-sociali. L'uomo digitale non è più un corpo, ma è divenuto un fascio di relazioni radiali e un flusso di immagini. Pur con le sue rivendicazioni identitarie e particolaristiche, esso non è più un individuo, ma è diventato un nodo attraverso cui fluiscono liberamente informazioni e immagini. Se si staccasse dalla rete morirebbe, perché essere in rete è per esso la metafora della vita.

Il modello materialista moderno va in crisi con l'avvento della comunicazione digitale. Oggi la realtà è un flusso continuo di emozione e pensiero che apre a sempre nuove smaterializzazioni del mondo. Secondo il filosofo francese Pierre Lévy (*Il virtuale*, 1995), «virtuale» indica il carattere fluido, immateriale e libero della realtà, a cui gli uomini hanno accesso con il loro sapere problematizzante. Le determinazioni di spazio e di tempo si fanno indefinite. Dove avviene una conversazione telefonica? In quale luogo geografico si trova il testo che ho appena trovato con una ricerca in *Google*? E dove sta il cybernauta che compie queste operazioni? E la comunità di coloro che interagiscono con lui? Si manifestano forme del tutto nuove di relazione e di prossimità. Lo stesso vale per il tempo: l'accelerazione di quello digitale trascina con sé l'abbreviazione di quello analogico. Virtualità non significa irrealtà, ma l'apparire di un'altra, fin qui

---

24 U. Eco, *Dalla periferia dell'impero. Cronache da un nuovo medioevo*, Bompiani, Milano 1997, 90-98.

25 M. CASTELLS, *La nascita della società in rete*, 389.

sconosciuta quotidianità, in cui le differenze diventano mobili e i confini, grazie a cui si definiva la realtà del mondo moderno, si fanno porosi, valicabili. Tutto si mescola; tutto è sempre in movimento, senza soluzione di continuità.<sup>26</sup> Il virtuale è la modalità contemporanea di una reinventata «cultura nomade», che produce un effetto deterritorializzante. Il non-luogo della realtà digitale è un ovunque: quanto più si è deterritorializzati, tanto più si abita il mondo sociale con forza.<sup>27</sup>

In forza del suo carattere problematizzante, il virtuale mette in discussione il concetto classico di identità, che viene costituito «servendosi di definizioni, di determinazioni, di esclusioni, di inclusioni e di terzi esclusi». Al suo posto, s'installa un concetto di identità come «eterogenesi». L'essere se stessi è anche essere l'altro, in una dialettica che trova la sua realizzazione nella reciprocità: duplice personalità, sostituzione.<sup>28</sup> Ma questo processo di sdoppiamento vale anche per la relazione con il mondo: non solo con i propri simili. Nell'albero il falegname vede qualcosa di più del legno; nell'albero vede ciò che con esso può fabbricarvi. Lo stesso faceva Michelangelo nelle cave di Carrara, quando sceglieva i blocchi di marmo per le sue sculture.<sup>29</sup>

Viene però da chiedersi se questo processo di virtualizzazione e la conseguente trasformazione del concetto di identità non fosse già presente negli stadi più arcaici della civiltà: quando un codice di segni ha dato origine al linguaggio, trasformando lo scorrere del tempo e sottraendolo al divenire degli eventi naturali; quando la tecnica ha potenziato e smaterializzato le azioni umane, estendendo a dismisura lo spazio dell'uomo e l'efficacia dei suoi atti; quando

---

26 P. LÉVY, *Il virtuale*, R. Cortina, Milano 1997, 140: «La virtualizzazione è la dinamica stessa del mondo comune, è ciò in virtù del quale noi condividiamo una realtà. (...) Verità e falsità sono inscindibili da enunciati articolati; e ogni enunciato sottintende una domanda. La domanda è accompagnata da una particolare tensione mentale sconosciuta agli animali. Questo vuoto propulsore, questa cavità fertile è l'essenza stessa del virtuale».

27 P. LÉVY, *Il virtuale*, 10-11.

28 P. LÉVY, *Il virtuale*, : «Non bisogna naturalmente confondere l'eterogenesi con il suo contrario prossimo e minaccioso, la sua sorella nemica, l'alienazione, che definirei come reificazione, riduzione all'oggetto, al reale».

29 P. LÉVY, *Il virtuale*, : «La tecnica è interamente fondata su questa capacità di torsione, di sdoppiamento o di eterogenesi del reale. Un'entità reale, assorbita nella sua identità e nella sua funzione, rivela improvvisamente un'altra funzione, un'altra identità, entra a far parte di nuove combinazioni, viene trascinata in un processo di eterogenesi. È la medesima capacità di interpretare o di inventare del senso che è all'opera nel linguaggio e nella tecnica, nell'attività manuale e nella letteratura».

l'aumento della complessità sociale produce la necessità di mediare la violenza tramite l'esercizio di relazioni contrattualizzate. Quindi, la virtualità digitale è per Lévy solo l'ultimo stadio di un processo antico come l'uomo in quanto essere culturale: consiste nell'attuazione di una serie di dispositivi, di cui il primo è il linguaggio, che consentono all'umanità di prendere le distanze dalla situazione data e di vivere la propria libertà come risorsa per rendere più abitabile il mondo.<sup>30</sup>

La virtualizzazione è un processo di eterogenesi, che crea nuovi processi cognitivi, capaci di coordinare i saperi individuali. Ne *L'intelligenza collettiva* (1994) Lévy sostiene che l'effetto principale del processo di virtualizzazione della realtà è la capacità di liberarsi dai limiti dell'intelligenza individuale e sviluppare un pensiero condiviso. Ciò non sarebbe possibile, se la tecnologia della comunicazione, le istituzioni sociali e il sistema culturale non si fossero profondamente globalizzati.<sup>31</sup>

video: Iphone 7 - ballons

<https://www.youtube.com/watch?v=D6I9gRDMgNY>

## 2.2. La dinamica del messaggio digitale

«In ogni comunicazione, dev'esserci rispondenza tra la struttura contestuale del messaggio e qualche strutturazione del ricevente».<sup>32</sup>

La tecnologia digitale potenzia questa dimensione naturale della comunicazione, perché consente di collegare tra loro strutture che altrimenti finirebbero per ignorarsi e per non incontrarsi mai. La comunicazione digitale mette in crisi l'ingenua visione della comunicazione con rapporto tra soggetto e soggetto, come si trattasse della relazione tra due spiriti, liberi e del tutto incorporei. Il messaggio ha invece una propria esistenza indipendente: non deve

---

30 P. LÉVY, *Il virtuale*, . Questa tesi si colloca all'opposto di quella secondo cui il processo di digitalizzazione rinchiude l'individuo moderno in una gabbia nichilista: A. KROKER, M.A. WEINSTEIN, *Data trash. La teoria della classe virtuale*, Apogeo, Milano 1996.

31 P. LÉVY, *L'intelligenza collettiva. Per un'antropologia del cyberspazio*, Feltrinelli, Milano 1996.

32 G. BATESON, *Verso un'ecologia della mente*, Adelphi, Milano 2007, 194.

la propria trasmissibilità al soggetto che lo ha proferito. Lo stesso vale per il ricevente: la sua capacità di decodificare il messaggio e di comprenderlo non dipende dalla sua configurazione spirituale, né dalle sue intenzioni morali. In entrambi i casi - l'emissione e la ricezione - è la struttura che permette la connessione.

Tutte queste considerazioni inducono Murero a chiedersi se, a motivo dell'espansione esponenziale di internet negli ultimi quindici anni e grazie all'azione di nuove tecnologie interattive e multicanali, il mondo occidentale non si stia muovendo verso una «società post-digitale». Questa nuova socialità si baserebbe sull'interazione duale «da molti a molti», grazie a cui la società pervade tutti i pori della vita individuale e incorpora nel digitale tutte le modalità della comunicazione: interpersonale, collettiva, politica, ecc.<sup>33</sup> Certamente, lo spazio e il tempo non sono più barriere insormontabili. Grazie a internet sono diventate frontiere che di continuo possono essere attraversate. La comunicazione interdigitale sta modificando radicalmente i rapporti sociali, estendendo a dismisura gli ambiti dell'interazione, ma anche costruendo nuove strutture sociali, fatte di rimandi continui e di metafore. Parimenti, anche i confini giuridici tra pubblico e privato, come quelli geopolitici tra le nazioni sono diventati più mobili e porosi.<sup>34</sup>

In questa generale trasformazione della struttura sociale moderna, il sistema della comunicazione non è solo un motore di cambiamento, ma ne risulta esso stesso profondamente trasformato. Rispetto all'era della comunicazione analogica in cui dominavano gli apparati di produzione, i nuovi media facilitano l'accesso a contenuti ben più rispondenti alla soggettività degli utenti del sistema mass-mediale.

«Nel rapporto tra emittente e ricevente il tradizionale squilibrio a vantaggio del primo si riduce a favore del secondo».<sup>35</sup>

- 
- 33 M. MURERO, *Comunicazione post-digitale. Teoria interdigitale e mobilità interconnessa*, LibreriaUniversitaria.it, Padova 2014, 21-22.
- 34 T. KENNEDY, «Retorica della presenza» dall'Areopago a internet», in R. ALTOBELLI, S. LEONE (edd.), *La morale riflessa sul monitor*, 147-149.
- 35 M. WOLF, *Gli effetti sociali dei media*, Bompiani, Milano 2001, 188.

Ben prima dell'avvento di internet, il filosofo americano Nelson Goodmann aveva sostenuto l'indipendenza dei mondi costruiti dall'immaginazione, ognuno dei quali ha lo stesso grado di realtà. Nessuno di essi può rivendicare per sé la pretesa di essere il mondo reale o comunque di essere più reale di altri mondi. Internet realizza ciò che Goodmann aveva teorizzato nel suo *Vedere e costruire il mondo* (1978): offre una struttura comune a tutti i mondi esistenti, proprio perché produce «mondi a non finire fabbricati dal nulla con l'uso di simboli». <sup>36</sup> Il mondo è essenzialmente un evento linguistico: è una parola attinta da un mondo di parole preesistenti; è un simbolo preso in prestito da un mondo di simboli. Il pluralismo della realtà è un diverso modo di assemblare tra loro differenti rappresentazioni e espressioni della realtà. Ogni mondo che noi fabbrichiamo non è altro che una nuova «versione» del precedente; ogni nuovo mondo nasce sempre dalla negazione del vecchio. Il processo di costruzione del mondo rende inevitabile che i differenti mondi collidano tra loro: anche se solo immaginati. <sup>37</sup>

L'immaginazione è la facoltà attraverso cui l'intelligenza coglie la dimensione oceanica dell'essere e percepisce la realtà come non circoscrivibile. Nello stesso tempo essa è il principio di pluralizzazione della realtà, ma anche di interconnessione tra le differenti modalità che essa assume. Questi processi di composizione e scomposizione dei simboli, ovvero delle immagini con cui il mondo viene raccontato e si racconta, non avvengono a caso. L'immaginazione ci consente di passare da un mondo all'altro con la stessa rapidità con cui un individuo perfettamente bilingue padroneggia entrambi gli idiomi. <sup>38</sup>

«Il fabbricare mondi, come noi lo conosciamo, è sempre a partire da mondi già a disposizione; il fare è un rifare. [...] Fabbricare mondi

---

36 N. GOODMAN, *Vedere e costruire il mondo*, Laterza, Roma-Bari 2008, 1-6. La metafora degli infiniti mondi possibili ha in Leibniz un significato pluralista, ma non relativista. I mondi possibili corrispondono da un lato alle idee divine di mondo e dall'altro ai mondi che la ragione umana può concepire privi di contraddizione. Perché il mondo possibile, in quanto pensato dall'uomo diventi reale, occorre l'intervento creatore di Dio, l'unico in grado di dare alla perfezione (che è una qualità ideale, cognitiva) il carattere di necessità (che è una dimensione esistenziale, reale). P. BOSCHINI, «Modelli di epistemologia teologica nel pensiero filosofico europeo moderno», in *Rivista di Teologia dell'Evangelizzazione*, 10 (2000) 20, 289-301.

37 N. GOODMAN, *Vedere e costruire il mondo*, 129 e 138.

38 N. GOODMAN, *Vedere e costruire il mondo*, 113-114.

consiste in gran parte, anche se certo non esclusivamente in uno smontare e rimettere insieme, spesso combinati tra loro».<sup>39</sup>

Questo continuo intervento della razionalità umana a scomporre e ricomporre i mondi esistenti dice che il mondo non è il prodotto di una relazione pre-concettuale con l'altro da sé, come pensava la fenomenologia husserliana. La convergenza dei molteplici mondi è governata dall'immaginazione creativa, la quale prevede e governa i processi di assemblaggio tra i differenti simboli, da cui è composta la realtà. Immaginazione, ovvero intelligenza comprendente. Essa costruisce delle repliche del mondo che interpreta e nello stesso tempo crea un pezzo di realtà, in base al principio dell'ermeneutica pragmatica, secondo cui ogni interpretazione della realtà è anche una sua nuova parte: comprendere è anche sempre trasformare.<sup>40</sup>

video: occhiali a realtà aumentata

<https://www.youtube.com/watch?v=BcQJZloc35k>

intervallo - video: Zootropolis

<https://www.youtube.com/watch?v=CvZNB8lygss>

---

39 N. GOODMAN, *Vedere e costruire il mondo*, 7-9.

40 Questa tesi del pensiero comprendente si trova già in E. TROELTSCH, «Che significa «essenza del cristianesimo»?», in Id., *Etica, Religione, Filosofia della storia*, Guida, Napoli 1974, 308-315.

### 3. Conclusione: contatti virtuali e legami esistenziali

video: Generazione Facebook

<https://www.youtube.com/watch?v=hwuu-pXwaWk>

#### 3.1. “Ogni ricordo è più importante dividerlo che viverlo” : quale umanesimo nell’era digitale?

I media dell'era digitale non sono più strumenti per comunicare in un rapporto da uno a uno (come il telefono) o da pochi a molti (come la radio, la tv, il cinema o il giornale a stampa). Sono piuttosto dispositivi che consentono di comunicare in modo integrato, convergente, miniaturizzato, mobile, ubiquitario, multisensoriale e multimediale.<sup>41</sup> Murero definisce come «interdigitale» questo (per ora) ultimo stadio della comunicazione e così lo descrive:

È «il processo dinamico, sincrono o asincrono, che avviene tra due o più agenti interdigitali e che ha per oggetto la produzione e(o) la circolazione e fruizione di un flusso di comunicazione digitalmente preservabile, condivisibile, o modificabile attraverso uno o più media interdigitali connessi a rete nello spazio, mobile o fisso».<sup>42</sup>

La digitalizzazione consente di rendere il messaggio indipendente dal medium: lo rende trasportabile, conservabile, duplicabile, riproducibile in *devices* (dispositivi elettronici) molto differenti tra loro, ma del tutto idonei a comunicare gli uni con gli altri. La trasmissibilità illimitata dei messaggi digitali modifica la struttura della comunicazione sociale, creando una circolazione che assomiglia alla citazione e alla glossa; ma che a differenza di esse, non conosce confini né di spazio, né di tempo. La digitalizzazione produce un pensiero convergente, perché

«permette di riunire e inglobare in un unico mezzo più funzionalità e servizi che normalmente si presentano in una pluralità di media e supporti diversi. Questo costituisce uno dei più grandi vantaggi della digitalizzazione, che oggi ha permesso la nascita di media interdigitali

---

41 M. MURERO, *Comunicazione post-digitale. Teoria interdigitale e mobilità interconnessa*, LibreriaUniversitaria.it, Padova 2014, 18.

42 M. MURERO, *Comunicazione post-digitale*, 19.



“intelligenti” convergenti e multimediali». <sup>43</sup>

Moltissime operazioni della vita quotidiana diventano più facili, perché sono tutte incorporate nello stesso dispositivo: dalla sveglia del mattino all'agenda degli appuntamenti; dalla rubrica telefonica alla guida per hotel e ristoranti; dalla prenotazione di un taxi alla pianificazione di un viaggio. Con un semplice tocco di polpastrello il *device* mobile connesso alla rete internet porta tutte le informazioni necessarie a portata di mano: in modo istantaneo e con procedure di ricerca assolutamente affidabili e semplici. La realtà diventa icona: la macchina fotografica, la sveglia, la mappa per il trekking in montagna, il registratore audio, ecc.; tutto questo non ha più la forma che aveva fino a pochi anni fa; non è più uno strumento distinto. È solo una funzione – identificata con un'icona – di uno strumento multi-funzionale e multi-canale.

Le informazioni per il *personal device* mette a disposizione sono sempre più dettagliate e universali. Esse sono il frutto di un processo infinito e inesauribile di condivisione, che modifica profondamente la struttura della società, perché rende i soggetti sempre più dipendenti dalle reti di comunicazione e dagli strumenti interdigitali. In realtà, tutta la società viene determinata dalle informazioni che ci si scambia nelle procedure interdigitali: secondo il rapporto Nielsen, nel 2012 il 98% degli abitanti degli USA sotto i trent'anni usa le reti e gli strumenti social-media per informarsi e comunicare.<sup>44</sup> Ciò è basato su un fatto evidente: i *devices* inter-digitali condensano più funzioni nello stesso apparecchio consentendo, ad es., di trasformare una normale telefonata in una video-chiamata,<sup>45</sup> con l'effetto di un maggior coinvolgimento sensoriale e emotivo. La nostra vita quotidiana è sempre più alla presenza degli altri, non importa quanto essi siano fisicamente

---

43 M. MURERO, *Comunicazione post-digitale*, 31: «La convergenza *hardware* oggi consiste nell'inglobare diversi media – come la macchina fotografica, la videocamera, il riproduttore di suoni e di video – in un unico *device* come il computer portatile o attraverso un sistema miniaturizzato come lo *smartphone*. La convergenza *software* consiste nel riunire in un'unica piattaforma diversi programmi che normalmente si presentano stand alone. Per esempio, in *Facebook* e nei *social network* usati da centinaia di milioni di persone al mondo è possibile scrivere, chattare privatamente, telefonare, giocare, scaricare diversi programmi e molto altro ancora».

44 M. MURERO, *Comunicazione post-digitale*, 33-34. J. NIELSEN, R. BUDIU, *Usabilità mobile*, Apogeo, Milano 2013.

45 M. MURERO, *Comunicazione post-digitale*, 44.

lontani da noi.

Dove sta allora la novità? Oggi la comunicazione si compie in uno spazio che non è quello delle relazioni sociali, in cui i corpi fisici delle persone sono compresenti, l'uno di fronte all'altro. Non importa se scriviamo o parliamo, se leggiamo o ascoltiamo. Le relazioni sociali si collocano in un altro spazio, in cui l'elemento simbolico e immateriale ha praticamente annullato il linguaggio analogico basato sull'equivalenza tra le parole e le cose.<sup>46</sup> Tuttavia, lo spazio fisico non è stato annullato. Continua a coesistere accanto alla spazio simbolico e immateriale della comunicazione digitale. E gli uomini passano da una modalità spaziale all'altra con la stessa naturalezza con cui l'uomo del secolo scorso usava differenti tecnologie per attraversare lo spazio: dai propri piedi al carro tirato dal cavallo, dal treno all'automobile, dall'aereo all'astronave. Ogni innovazione tecnologica, che velocizza il movimento, ha creato differenti sistemi di spazializzazione del mondo: i grandi santuari del medioevo distavano mesi di cammino, tra pericoli di ogni tipo; oggi si raggiungono in poche ore e in totale sicurezza. Lo stesso vale quando si trasformano i sistemi di comunicazione: duecento anni fa una lettera impiegava settimane a giungere dall'altra parte dell'oceano; oggi meno di cinque secondi. L'era digitale non ha soppresso quella meccanica, anzi l'ha resa più funzionante e fruibile. Gli uomini che la abitano sono esseri anfibi, che si muovono con dimestichezza in ogni tipo di spazio: fisico e digitale.<sup>47</sup>

### **3.2. Il messaggio cristiano: internet come ambiente (superare la distinzione tra emittente e ricevente)**

Nel § 1 di *Chiesa e Internet* (1997) si cita *Communio et Progressio* (1971), il documento-matrice del post-concilio circa i rapporti tra chiesa cattolica e mass-media:

«La Chiesa riconosce in questi strumenti dei “doni di Dio” destinati, secondo il disegno della Provvidenza, a unire gli uomini in vincoli

---

46 D. MASSARO, A. GROTTI, *Il filo di Sofia*, 40-41.

47 D. MASSARO, A. GROTTI, *Il filo di Sofia*, 60. *Ibid.*, 156: «Nessun nuovo sistema di comunicazione ha mai soppiantato il precedente».

fraterni, per renderli collaboratori dei Suoi disegni di salvezza».<sup>48</sup>

La conseguenza è immediata: «la Chiesa si sentirebbe colpevole davanti al suo Signore», se non si servisse anche del sistema mass-mediale mondiale per annunciare il vangelo e per far crescere la comunione tra i discepoli di Cristo.<sup>49</sup> Anche internet aiuta la chiesa cattolica a sviluppare la sua duplice attitudine alla comunicazione: *ad extra*, nell'annuncio del vangelo a chi non lo conosce; *ad intra*, nel rafforzamento dei legami della comunione tra i credenti in Cristo. Questo approccio punta sulle possibilità di implementare l'esistente. È comprensibile che sia retto dalla logica del «si può fare di più e meglio». Questo ritornello sarà ripetuto regolarmente nel magistero universale cattolico in materia. Vent'anni più tardi, nel 1990 a queste affermazioni fa eco Giovanni Paolo II, che nell'enciclica *Redemptoris Missio* sostiene la necessità di mettere i mass-media a servizio dell'evangelizzazione.

Ma notiamo un importante cambiamento di accento. Nel già citato § 37 Giovanni Paolo II insiste soprattutto sul principio del fare meglio:

«Occorre integrare il messaggio stesso in questa “nuova cultura” creata dalla comunicazione moderna».

Siamo in una nuova fase dell'inculturazione della fede: oggi - continua Giovanni Paolo II - la cultura di buona parte dell'umanità è figlia di una «esperienza mediatica».<sup>50</sup> Perciò, il fare meglio a cui oggi la Chiesa, i fedeli e teologi sono chiamati consiste nel compiere una nuova opera di inculturazione della fede, dentro il linguaggio e l'ethos dell'ambiente mass-mediale, di cui internet allora nascente diventerà ben presto la punta più avanzata. Il sistema dei mass-media non è più considerato semplicemente uno strumento utile alla causa del vangelo. È piuttosto il mondo entro cui si svolge la vita quotidiana di miliardi di esseri umani. Quindi per la chiesa cattolica non basta essere più presente e attiva in esso. Bisogna cambiare lo stile e il linguaggio di questa presenza: occorre lavorare sulla qualità, non semplicemente sulla quantità.

Ciò è mosso da una ragione teologica, cioè intrinseca all'essere e alla missione della chiesa: non è dettato da una strategia comunicativa. *La Chiesa e*

---

48 PONTIFICIA COMMISSIONE PER LE COMUNICAZIONI SOCIALI, *Communio et Progressio. Istruzione pastorale*, 1971, 2.

49 PONTIFICIA COMMISSIONE PER LE COMUNICAZIONI SOCIALI, *Communio et Progressio*, 128.

50 GIOVANNI PAOLO II, *Redemptoris Missio. Lettera enciclica*, 1991, 37.

*internet* insiste sul fatto che occorre imprimere anche a internet quella spinta da Babele a Pentecoste, che caratterizza più in generale tutto il percorso della comunicazione umana, specialmente dopo l'avvento della comunicazione di massa. Anche i mass-media partecipano a quel dinamismo del progresso umano orientato verso il regno di Dio, di cui parla *Gaudium et Spes* al § 39.<sup>51</sup> La chiesa cattolica guarda con crescente simpatia e benevolenza a questo sistema, che facilita le relazioni e la comprensione tra gli esseri umani e tra i popoli.<sup>52</sup>

In questo quadro generale si inserisce la necessità prioritaria di capire internet. I toni sono smorzati e le valutazioni prudenti. La rete informazionale mondiale è considerata un aspetto specifico del più vasto sistema della comunicazione mondiale.<sup>53</sup> Un'efficace e sintetica descrizione di internet s'incontra nel documento-appendice *Etica in Internet*, dove se ne evidenzia la radicale novità:

«Internet possiede caratteristiche eccezionali. È infatti caratterizzato da istantaneità e immediatezza, è presente in tutto il mondo, decentrato, interattivo, indefinitamente espandibile per quanto riguarda i contenuti, flessibile, molto adattabile. È egualitario, nel senso che chiunque, con gli strumenti necessari e una modesta abilità tecnica, può essere attivamente presente nel ciberspazio, trasmettere al mondo il proprio messaggio e richiedere ascolto. Permette l'anonimato, il gioco di ruoli e il perdersi in fantasticherie nell'ambito di una comunità. Secondo i gusti dei singoli utenti, si presta in egual misura a una partecipazione attiva e a un assorbimento passivo in un mondo “di stimoli narcisistico e autoreferenziale”». <sup>54</sup>

La forza specifica di internet consiste nel potenziare enormemente la capacità umana di comunicare.<sup>55</sup> La rapida diffusione di internet su scala mondiale tocca perciò anche un altro aspetto centrale della chiesa cattolica: la comunicazione al suo interno,<sup>56</sup> che è un effetto e un segno della comunicazione intratrinitaria tra le persone divine.

---

51 PONTIFICIO CONSIGLIO PER LE COMUNICAZIONI SOCIALI, *La Chiesa e internet*, 2.

52 PONTIFICIO CONSIGLIO PER LE COMUNICAZIONI SOCIALI, *La Chiesa e internet*, 3.

53 PONTIFICIO CONSIGLIO PER LE COMUNICAZIONI SOCIALI, *La Chiesa e internet*, 1.

54 PONTIFICIO CONSIGLIO PER LE COMUNICAZIONI SOCIALI, *Etica in internet*, 2002, 7

([http://www.vatican.va/roman\\_curia/pontifical\\_councils/pccs/documents/rc\\_pc\\_pccs\\_doc\\_20020228\\_ethics-internet\\_it.html](http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_ethics-internet_it.html)).

55 PONTIFICIO CONSIGLIO PER LE COMUNICAZIONI SOCIALI, *La Chiesa e internet*, 4.

56 PONTIFICIO CONSIGLIO PER LE COMUNICAZIONI SOCIALI, *La Chiesa e internet*, 6.

Certo, il Pontificio Consiglio si premura di mettere in luce la grande differenza che, dal punto di vista teologico, sussiste tra facilitare la comunicazione e fondarla, generarla, renderla possibile. E richiama la tesi fondamentale dell'ecclesiologia mediatica espressa - tra gli altri - da Martini nella lettera pastorale *Il lembo del mantello* (1991). Anche davanti alle sbalorditive rivoluzioni tecnologiche nel campo della comunicazione sociale, la chiesa cattolica riafferma il primato della dimensione comunione (gratuita e soprannaturale), pienamente personale di ogni relazione umana e della comunicazione intraecclesiale.<sup>57</sup> Ciò significa riconoscere, seppur in modo ancora implicito, che internet è un ambiente di vita: un ambiente nel senso pieno della parola; incompleto, certo, come tutti gli altri ambienti della nostra realtà quotidiana, perché ha bisogno di intrecciarsi di continuo con altre dimensioni del vivere sociale. E come in ogni ambiente di vita quotidiana, anche in internet la comunicazione non fluisce in modo unilaterale, ma è sempre bi- e poli-direzionale.

Questa tesi ritorna nel *Messaggio* di Benedetto XVI per la Giornata della Comunicazioni sociali 2006, che considera i mass-media come una «rete in grado di facilitare la comunicazione, la comunione e la cooperazione».<sup>58</sup> Dopo le metafore dell'Areopago e del foro, qui si fa uso di due immagini moderne, che esprimono bene un'interazione volta alla ricerca del consenso sulla verità:

«I mezzi della comunicazione sociale sono una "grande tavola rotonda" per il dialogo dell'umanità».<sup>59</sup>

«La nuova arena digitale, il cosiddetto *cyberspace*, permette di incontrarsi e di conoscere i valori e le tradizioni degli altri».<sup>60</sup>

Molto più esplicito in proposito è stato Giovanni Paolo II, che nel *Messaggio* per la 35ª Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali del 2001 si era spinto molto più avanti, applicando anche a internet la tesi già espressa dieci anni prima

---

57 PONTIFICIO CONSIGLIO PER LE COMUNICAZIONI SOCIALI, *La Chiesa e internet*, 3. P. BOSCHINI, «Chiesa cattolica e mass-media: comunicazione della fede o visibilità mediatica?», in *Rivista di Teologia dell'Evangelizzazione*, 11/22 (2007), 495.

58 BENEDETTO XVI, *I media: rete di comunicazione, comunione e cooperazione. Messaggio per la XL Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali*, 2006, 1 ([http://w2.vatican.va/content/benedict-xvi/it/messages/communications/documents/hf\\_ben-xvi\\_mes\\_20060124\\_40th-world-communications-day.html](http://w2.vatican.va/content/benedict-xvi/it/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20060124_40th-world-communications-day.html)).

59 BENEDETTO XVI, *I media: rete di comunicazione, comunione e cooperazione*, 3.

60 BENEDETTO XVI, *Nuove tecnologie, nuove relazioni. Promuovere una cultura di rispetto, di dialogo, di amicizia. Messaggio per la XLIII Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali*, 2009 ([https://w2.vatican.va/content/benedict-xvi/it/messages/communications/documents/hf\\_ben-xvi\\_mes\\_20090124\\_43rd-world-communications-day.html](https://w2.vatican.va/content/benedict-xvi/it/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20090124_43rd-world-communications-day.html)).

in *Redemptoris Missio*: non solo evangelizzare attraverso internet, ma soprattutto evangelizzare internet. Per papa Wojtyła, internet non è un mero strumento, un canale di comunicazione accanto a molti altri; ma è un ambiente di vita quotidiana, retto da regole etiche e da codici comunicativi specifici.

«Oggi proclamare la fede dai tetti significa proclamare la Parola di Gesù nel mondo dinamico delle comunicazioni sociali e attraverso di esso. (...) Il mondo dei mezzi di comunicazione sociale a volte appare come un ambiente ancor più ostile all'evangelizzazione di quello pagano in cui agivano gli apostoli. Tuttavia, proprio come i primi testimoni della Buona Novella non si tirarono indietro di fronte alle avversità, non dovrebbero farlo nemmeno gli attuali seguaci di Cristo. Il grido di san Paolo risuona ancora fra noi: "Guai a me se non predicassi il Vangelo!"». <sup>61</sup>

L'invito a non arrendersi di fronte alle difficoltà dell'evangelizzazione - di quella territoriale, come di quella digitale - si traduce nell'imperativo concreto di superare la distinzione tra emittente e ricevente. Questa istanza era già stata formulata con chiarezza nel 1971 dall'Istruzione pastorale *Communio et Progressio*. Allora, nel tempo della comunicazione unilaterale (stampa, radio, tv, cinema) appariva un'affermazione profetica, che esigeva un duplice, separato lavoro di formazione morale, in chi produce e in chi riceve. <sup>62</sup> Il fatto che oggi, nell'era della comunicazione interattiva, essa debba essere ripetuta con insistenza può essere inteso come un segnale preoccupante: la chiesa cattolica resta strutturalmente ancorata a un modello di comunicazione unilaterale, non solo al proprio interno, ma anche nei confronti della società in cui abita. Nell'era di internet, qualunque comunicazione, a maggior ragione quella del vangelo, non può più prescindere dalla modalità interattiva. Internet dà forma a tutte le relazioni e a ogni forma di comunicazione.

«L'interattività bidirezionale di Internet sta già facendo svanire la vecchia distinzione fra chi comunica e chi riceve la comunicazione, e sta creando una situazione nella quale, almeno potenzialmente, tutti possono fare entrambe le cose. Non si tratta dunque più della comunicazione del passato che fluiva in una sola direzione e dall'alto

---

61 GIOVANNI PAOLO II, «*Predicatelo dai tetti*»: *il Vangelo nell'Era della Comunicazione Globale. Messaggio per la XXXV Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali*, 2001, 1 e 3 ([http://w2.vatican.va/content/john-paul-ii/it/messages/communications/documents/hf\\_jp-ii\\_mes\\_20010124\\_world-communications-day.html](http://w2.vatican.va/content/john-paul-ii/it/messages/communications/documents/hf_jp-ii_mes_20010124_world-communications-day.html)).

62 PONTIFICIA COMMISSIONE PER LE COMUNICAZIONI SOCIALI, *Communio et Progressio*, 15.

verso il basso».<sup>63</sup>

La nuova tecnologia consente di realizzare più facilmente un'istanza di comunione, partecipazione e corresponsabilità che già *Lumen Gentium* aveva affermato come essenziale per la comunicazione nella chiesa, nel mondo e tra chiesa e mondo.<sup>64</sup> Da allora, l'idea della comunicazione come un «flusso bidirezionale» è entrata a far parte a buon diritto del magistero universale della chiesa cattolica.<sup>65</sup>

### **3.3. Per un'antropologia cristiana della comunicazione**

Nei *Messaggi* del pontificato di Benedetto XVI la riflessione magisteriale su internet raggiunge via via uno spessore concettuale e antropologico di rilievo, che supera di gran lunga la visione del già più volte citato documento *La Chiesa e internet*. Il punto di partenza è costituito dal carattere cooperativo della rete, la quale tratteggia così un nuovo profilo della società, all'insegna della condivisione e della corresponsabilità.<sup>66</sup>

«Nel mondo digitale, trasmettere informazioni significa sempre più spesso immetterle in una rete sociale, dove la conoscenza viene condivisa nell'ambito di scambi personali. La chiara distinzione tra il produttore e il consumatore dell'informazione viene relativizzata e la comunicazione vorrebbe essere non solo uno scambio di dati, ma sempre più anche condivisione. Questa dinamica ha contribuito ad una rinnovata valutazione del comunicare, considerato anzitutto come dialogo, scambio, solidarietà e creazione di relazioni positive».<sup>67</sup>

Sviluppando così «il desiderio di connessione e l'istinto di comunicazione», la rete rinnova «la fondamentale e costante propensione degli esseri umani ad andare oltre se stessi per entrare in rapporto con gli altri». Non è più un problema di quantità di informazioni, ma di «la qualità dei contenuti» che la comunicazione digitale mette in circolazione, diventando così un fattore decisivo nel «promuovere una cultura del rispetto, del dialogo, dell'amicizia». Per questo la

63 PONTIFICIO CONSIGLIO PER LE COMUNICAZIONI SOCIALI, *La Chiesa e internet*, 6.

64 CONCILIO VATICANO II, *Lumen Gentium. Costituzione dogmatica*, 1964, 37.

65 PONTIFICIO CONSIGLIO PER LE COMUNICAZIONI SOCIALI, *La Chiesa e internet*, 6, dove viene fornito un breve elenco di testi e contesti dove si può ritrovare questo stile interattivo che oggi accomuna la comunicazione mass-mediale e quella della chiesa.

66 BENEDETTO XVI, *I media: rete di comunicazione, comunione e cooperazione*, 2 e 4.

67 BENEDETTO XVI, *Verità, annuncio e autenticità di vita nell'era digitale*.

tecnologia digitale costituisce «un vero dono per l'umanità». Un dono da condividere con la stessa gratuità con cui è stato ricevuto, mettendolo «al servizio di tutti gli esseri umani e di tutte le comunità, soprattutto di chi è bisognoso e vulnerabile».<sup>68</sup>

«Questa rete è parte integrante della vita umana».<sup>69</sup>

«L'ambiente digitale non è un mondo parallelo o puramente virtuale, ma è parte della realtà quotidiana di molte persone, specialmente dei più giovani. I *network* sociali sono il frutto dell'interazione umana, ma essi, a loro volta, danno forme nuove alle dinamiche della comunicazione che crea rapporti».<sup>70</sup>

Le affermazioni che abbiamo appena letto costituiscono la punta più avanzata della riflessione del magistero universale cattolico su internet. Si supera in un colpo solo la distinzione tra reale e virtuale e tra emittente e ricevente. Si profila una visione nuova della realtà, costruita come un insieme aperto, dinamico e policentrico di relazioni interumane. In questo ambiente di vita non è difficile trovare codici linguistici e strategie comunicative simili a ciò che la chiesa dice e fa quando annuncia il vangelo.

«Nell'ambiente digitale la parola scritta si trova spesso accompagnata da immagini e suoni. Una comunicazione efficace, come le parabole di Gesù, richiede il coinvolgimento dell'immaginazione e della sensibilità affettiva di coloro che vogliamo invitare a un incontro col mistero dell'amore di Dio. Del resto sappiamo che la tradizione cristiana è da sempre ricca di segni e simboli».<sup>71</sup>

È un convincente motivo in più per varcare la soglia e abitare con fiducia anche l'ambiente di internet, così come durante i secoli la chiesa e i cristiani hanno abitato e continuano a abitare l'ambiente della città, del lavoro, della scuola, dello sport, della cultura, della famiglia, dei ragazzi e dei giovani, dei migranti, dei poveri, degli ospedali e dei luoghi di cura, e così via.

---

68 BENEDETTO XVI, *Nuove tecnologie, nuove relazioni. Promuovere una cultura di rispetto, di dialogo, di amicizia.*

69 BENEDETTO XVI, *Verità, annuncio e autenticità di vita nell'era digitale.*

70 BENEDETTO XVI, *Reti Sociali: porte di verità e di fede; nuovi spazi di evangelizzazione.*

71 BENEDETTO XVI, *Reti Sociali: porte di verità e di fede; nuovi spazi di evangelizzazione.*



### 3.5. L'uomo che verrà: uno sguardo a come la comunicazione digitale può cambiare la struttura umana

3.5.1. *Dal mondiale al glocale: pensare interpretando i segni e incrociando gli orizzonti (e sempre con i piedi per terra).*

Questo passaggio dal mondiale preconstituito al locale *under construction* diviene possibile quando si condivide il sapere. Ovvero, quando lo spazio informazionale diventa il luogo in cui i link ipertestuali consentono di «collegare tra di loro parecchi documenti», togliendo ai documenti il loro antico carattere di definitività immodificabile. Nulla è definitivo, né prima né dopo la sua pubblicazione sul web. L'ipertesto trasforma un materiale locale in un contenuto universale, fruibile da ogni nodo della rete mondiale. Il web è uno specchio del mondo reale, in cui tutti interagiscono continuamente con tutti? Oppure è la freccia scoccata verso un mondo surreale, in cui il principio di creatività comanda su quello di realtà?<sup>72</sup>

Infatti, nella realtà sociale esistono confini invalicabili. Nel web invece, grazie all'ipertesto, alla possibilità di linkare qualunque contenuto e di trasportarlo in un contesto differente da quello in cui si è formato, neppure i confini sociali e culturali restano impermeabili: si fanno porosi, attraversabili. «Collegandosi tra gruppi diversi, le persone forniscono anche organizzazione e coerenza al mondo». Gli orizzonti della conoscenza e del sapere si intrecciano di continuo, dando vita a formazioni sempre nuove. Varcare i confini diventa molto più facile. Essere creativi non è più una prerogativa riservata a pochi uomini geniali e anticonformisti.<sup>73</sup>

3.5.2. *Dall'uni- al multi-versale: riconoscere le ragioni e i diritti degli altri*

---

72 T. BERNERS-LEE, *L'architettura del nuovo web*, 144. [http://tecalibri.altervista.org/B/BERNERSLEE-T\\_web.htm#p003](http://tecalibri.altervista.org/B/BERNERSLEE-T_web.htm#p003): «I creativi varcano sempre i confini. (...) Il mio concetto originario di Web universale era quello di uno strumento comunicativo da poltrona che aiutasse la gente nelle cose della vita reale, uno specchio che riflettesse rapporti o conversazioni o arte e anche le interazioni sociali. Ma il modello dello specchio si rivela sempre più errato perché l'interazione avviene soprattutto sul Web. La gente usa il Web per costruire cose che non ha costruito o scritto o disegnato o comunicato altrove».

73 T. BERNERS-LEE, *L'architettura del nuovo web*, 144. [http://tecalibri.altervista.org/B/BERNERSLEE-T\\_web.htm#p003](http://tecalibri.altervista.org/B/BERNERSLEE-T_web.htm#p003) (12 luglio 2015).

Più di quindici anni fa, quando internet era in piena ascesa, J. Rifkin definì questa nuova fase della comunicazione «l'era dell'accesso». Essa è caratterizzata dalla progressiva erosione del concetto di proprietà privata. Al suo posto, sta subentrando l'idea di condivisione. Senza smettere di sentirsi individuo, l'uomo del nuovo secolo si percepirà come il nodo di una rete potenzialmente infinita.<sup>74</sup> Non cambia solo l'autopercezione del sé, ma insieme a essa anche la percezione dello spazio, il quale non è più un'unità orientata e armonica. Internet è un sistema di comunicazione che modifica l'«ambiente di prossimità», trasformando il mondo collettivo in un «immenso mondo virtuale a partecipazione collettiva». Con le loro ripetute operazioni in condivisione, i «multi-partecipanti» trasformano l'universo in multi-verso.<sup>75</sup> Internet è il linguaggio del multi-verso, perché riesce a mescolare tre differenti sistemi di comunicazione, che finora hanno operato ciascuno autonomamente rispetto agli altri: testo, suono, immagine. Non si tratta solo di una rivoluzione tecnologica, ma di una vera e propria rivoluzione del sapere, in cui da qualunque prospettiva lo si guardi il mondo appare come «opera aperta in fieri, luogo locale e globale nel contempo».<sup>76</sup> Internet non è solo il luogo in cui è possibile massimamente scegliere le informazioni e i canali di accesso a esse. È soprattutto il luogo in cui è possibile crearle, istituendo collegamenti tra i differenti canali di comunicazione e i molteplici contenuti che essi propongono. L'uomo digitale non è solo un essere che continuamente interagisce con gli altri. È soprattutto colui che è capace di creare insieme agli altri. La novità del web consiste nel suo elevato potenziale cooperativo: non si è spettatori o fruitori di ciò che altri hanno elaborato, ma si è produttori di sapere sin dal momento in cui si ha accesso a esso.<sup>77</sup>

---

74 J. RIFKIN, *L'era dell'accesso. La rivoluzione della new economy*, Mondadori, Milano 2000, 17.

75 P. LÉVY, D. DE KERCKHOVE, *Due filosofi a confronto. Intelligenza collettiva e intelligenza connettiva: alcune riflessioni*, in <http://www.mediamente.rai.it/home/bibliote/intervis/d/dekerc05.htm#link001> (27 giugno 2015).

76 G. COCCOLINI, «Teologie on line», 42. Si deve invece mettere in discussione la convinzione ivi espressa dall'A., secondo cui internet sarebbe «assolutamente resistente agli attacchi autoritari e verticistici, capace di escogitare sempre nuove possibilità di fuga comunicative, in grado di divincolarsi da qualsiasi verticalità antidemocratica».

77 T. BERNERS-LEE, *L'architettura del nuovo web*, 148. [http://tecalibri.altervista.org/B/BERNERSLEE-T\\_web.htm#p003](http://tecalibri.altervista.org/B/BERNERSLEE-T_web.htm#p003) (12 luglio 2015).

La razionalità che contrassegna questa nuova è l'«intelligenza connettiva»: si può essere se stessi e altre persone, almeno in certe situazioni. Grazie alla connettività del web, l'individualità viene relativizzata. Prima del web ciò che uno era coincideva con ciò che egli sapeva, che egli aveva imparato e era capace di ricordare. Con l'avvento del web, ogni individuo è depositario di un sapere che non ha appreso, perché appartiene alla memoria collettiva: oggi ognuno sa, se e perché è commesso alle rete mondiale. La sua rappresentazione del mondo non è più unitaria, convergente; ma è diventata plurale, divergente, multi-versale. La digitalizzazione delle informazioni risponde a un grande sogno di emancipazione da uno dei limiti più terribili della nostra conoscenza: l'individualità del sapere. Internet dischiude la «volontà di aumentare l'intelligenza dei gruppi, di mettere in sinergia le memoria, le immaginazioni, le competenze». In questa prospettiva, internet è l'ultimo sviluppo di quel complesso sistema di tecnologie - convenzionalmente lo chiamiamo cultura - che moltiplicano l'intelligenza, la memoria, l'immaginazione.<sup>78</sup>

### 3.5.3. Dal virtuale al personale: il valore e il metodo è la partecipazione e non l'autarchia

Vale la pena di ricordare che la nascita di internet è stata il frutto di una precisa scelta di campo: «una conquista umana e culturale di un gruppo di persone che hanno creduto nel *networking*».<sup>79</sup> Le successive tappe dell'evoluzione di internet hanno potenziato la sua indole interattiva e cooperativa, trasformando l'individuo nel «cuore pensante di una *community*» in cui il rafforzamento della sfera personale passa sempre di più attraverso il potenziamento della dimensione pubblica dell'esistenza umana.<sup>80</sup> Non c'è capitale intellettuale che non sia immediatamente una risorsa collettiva.

video: i diritti del nativo digitale

<https://www.youtube.com/watch?v=YWg-d8WPXk0>

---

78 P. LÉVY, D. DE KERCKHOVE, *Due filosofi a confronto*.

79 C. GUBITOSA, *La vera storia di Internet*, Apogeo, Milano 1999, 3.

80 G. COCCOLINI, «Teologie on line», 53.