

La democrazia nel *Digital Age*

Paolo Benanti

I problemi del mondo d'oggi non possono essere risolti facendo ricorso allo stesso tipo di pensiero che li ha creati¹.

1. Una premessa metodologica

Ci sembra necessario premettere alle considerazioni che seguiranno una breve nota metodologica. Per analizzare la società digitale, *Digital Age*, un tema complesso a causa dei profondi cambiamenti operati dal mondo della comunicazione, abbiamo scelto un approccio che potremmo definire di tipo fenomenologico-problematizzante. La fenomenologia è un metodo filosofico che esamina i fenomeni nella maniera in cui gli attori li percepiscono nella loro immediatezza. In altre parole, la fenomenologia è un approccio che considera i fenomeni della vita quotidiana come non scontati, interrogandosi sul modo con cui si guarda e si è nel mondo e sul senso di questo.

L'approccio fenomenologico sostiene che la realtà quotidiana è costruita socialmente a partire da una conoscenza pratica accumulata, condivisa e data per scontata da una collettività. Il suo metodo di ricerca è un'indagine rigorosa, critica, sistematica dei fenomeni. Lo scopo dell'indagine fenomenologica è spiegare la struttura o l'essenza dell'esperienza vissuta di un fenomeno alla ricerca dell'unità di significato che è l'identificazione dell'essenza di quel fenomeno e la sua accurata descrizione attraverso l'esperienza vissuta ogni giorno. Prendono così senso le ragioni ultime di questa scelta: solo attraverso una narrazione del vissuto dei nostri contemporanei nel contesto della *Digital Age* può emergere il senso e il significato che questi contesti *mediano* e significano. Poiché l'analisi fenomenologica procede attraverso una narrazione, la nostra ricerca si svilupperà su diversi piani e a diversi livelli. Essa cercherà di esplorare esperienze individuali e collettive, campi e corsi di azione, situazioni problematiche di difficile interpretazione, consentendo di comprenderne e decostruirne/ricostruirne il significato culturale e sociale. Il lavoro che proponiamo è, dunque, un lavoro ermeneutico, in cui l'interpretazione del ricercatore è sempre personale, parziale e dinamica e si realizza attraverso un costante processo dialogico con i testi e i contesti indagati. Quello che offriamo, più che essere capito come una risposta alle problematiche della *Digital Age* deve essere inteso come un portare alla luce le domande antropologiche fondamentali che a questa soggiacciono.

La lettura che offriamo del contesto della *Digital Age* sarà allora di tipo idiografico, giacché intende conferire un senso e un significato a specifiche azioni compiute da particolari attori in determinati contesti; in questo senso, le pagine che seguono sostanzieranno un dispositivo di descrizione/interpretazione/comprendimento dell'agire individuale e sociale piuttosto che di osservazione/analisi/esplicazione dello stesso; si rivela, quindi, particolarmente utile ed efficace in una prospettiva che sia: fortemente orientata alla individuazione di elementi di contesto e di implicazioni personali, storiche, culturali e sociali; focalizzata sulla fenomenologia dell'agire piuttosto che sull'azione intesa come singola unità di analisi, decontestualizzata e sezionata nelle sue diverse componenti o possibili declinazioni.

¹ Citazione comunemente attribuita ad Albert Einstein, pronunciata, con qualche piccola variante, in due differenti conferenze: una sulla politica del nucleare e l'altra sul teorema di Gödel.

2. Quali cittadini nel Digital Age? Il contesto iper-comunicativo e la dieta *mediale*.

Lo scopo di questa breve presentazione è far emergere come i mezzi di comunicazione, specialmente quelli prodotti dalla cultura digitale e dall'era informatica, influenzino la società e la vita democratica dei nostri contemporanei².

Per far questo bisogna innanzitutto definire cosa si intende con il termine comunicazione. La comunicazione (dal latino *cum* = con, e *munire* = legare, costruire e dal latino *communico* = mettere in comune, far partecipe) nella sua prima definizione è l'insieme dei fenomeni che comportano il trasferimento di informazioni. La comunicazione prevede il fatto stesso del *condividere* (così come specifica la radice latina nel significato di mettere in comune), azione che prevede l'esistenza di alcuni elementi fondamentali (il sistema che trasmette ovvero sia l'emittente, un canale comunicativo, il contenuto, un codice formale, il ricevente e il contesto che determina quanto del processo comunicativo può essere ricevuto).

Alla luce di questa definizione appare evidente come la comunicazione sia un'attività che abbia da sempre accompagnato l'uomo fin dagli albori della storia. Gli uomini che popolavano il nostro pianeta 100.000 anni fa comunicavano attraverso gesti che gradualmente hanno ceduto il posto alla lingua parlata. Man mano che la società diventava più complessa, la memoria collettiva del gruppo non bastava più per tramandare oralmente tutte le cose importanti. Era necessario avere una memoria al di fuori dell'oralità. In questo modo la crescita della 'comunicazione' portò alle 'comunicazioni', allo sviluppo di diversi *media* per conservare e riutilizzare il crescente volume di informazioni³. La necessità di tramandare quello che l'uomo reputava come foriero di senso ha prodotto la nascita di sistemi di trasmissione diversi e variabili a seconda del contesto storico e sociale che, dalle scienze della comunicazione, sono detti collettivamente *media* (dal latino *medium* = mezzo).

Guardando alle trasformazioni recenti della nostra società, possiamo notare come tra la fine del XIX secolo e gli inizi del XX, divenendo poi una caratteristica di tutto il Novecento, si sia assistito alla comparsa delle *società di massa*. Queste inedite forme sociali sono caratterizzate da un significativo ruolo delle masse nello svolgimento della vita politica e sociale, ma anche da una crescente omologazione delle persone, da una perdita di autonomia individuale, da una atomizzazione sociale, da inedite forme di conformismo e dalla comparsa di una facilità di manipolazione ed eterodirezione della coscienza collettiva. La comunicazione in queste forme di società ha assunto un ruolo chiave generando quel fenomeno che prende il nome di *mass media* o mezzi di comunicazione di massa, cioè l'insieme degli strumenti o i veicoli di divulgazione propri dell'industria culturale, come stampa, cinema, radio, televisione, ecc.

Mass media, quindi, è un termine collettivo usato per indicare svariate tecnologie sviluppate in forme istituzionali per la produzione, la diffusione e lo scambio di messaggi o informazioni su vasta scala. Caratteristiche salienti di questa forma di comunicazione sono la possibilità di raggiungere rapidamente o simultaneamente un grandissimo numero di individui in località diverse. Oggi le comunicazioni di massa sono diventate un'industria di primaria importanza e un servizio pubblico, e hanno finito per assolvere molte funzioni nella vita delle società e degli individui. Per comprendere la portata antropologica che questa forma di comunicazione ha prodotto e sta producendo proviamo a ripercorre le tappe salienti del suo sviluppo.

Alla fine del sec. XIX, grazie alla diffusione del telegrafo e del telefono, i messaggi sono iniziati a essere distribuiti molto più velocemente, più facilmente e a maggior distanza di quanto non fosse mai stato possibile nel passato.

Il periodo di passaggio tra la fine dell'Ottocento e l'inizio del Novecento, fino allo scoppio della Prima Guerra Mondiale, si caratterizza per un diffuso senso di ottimismo ed euforia che dilaga nelle

² Sul tema si veda OCCHETTA F., "Nuove forme di democrazia rappresentativa", in *La Civiltà Cattolica* 3903(2013), 213-318.

³ Cf. CROWLEY, D.J, HEYER P., *Communication in History: Technology, Culture, Society*, Pearson, New York (NY), 2010.

grandi capitali europee. Dalla fine dell'Ottocento in poi le invenzioni e progressi della tecnica e della scienza furono senza paragoni con le epoche passate apportando benefici che innalzarono di molto gli standard di vita: l'illuminazione elettrica, la radio, l'automobile, il cinema, la pastorizzazione, il vaccino per la tubercolosi e altre comodità, tutte contribuirono ad un miglioramento delle condizioni di vita e al diffondersi di un senso di ottimismo⁴.

Si è soliti indicare questo periodo con l'espressione *belle époque* (l'epoca bella, i bei tempi) che nasce in parte da una realtà storica e in parte da un sentimento di nostalgia sorto negli anni successivi del Novecento. Questo periodo nonostante il nome fu tutt'altro che felice, se si considera che in questi anni si diffusero il nazionalismo e il razzismo e si preparò il primo conflitto mondiale⁵. La *belle époque* indicava quindi la vita brillante nelle grandi capitali europee, le numerose esperienze artistiche, ma soprattutto lasciava trasparire il desiderio che il nuovo secolo, cioè il Novecento, fosse un'epoca di pace e di benessere⁶.

Nel 1913 l'estensione della rete ferroviaria mondiale aveva raggiunto il milione di chilometri e le automobili cominciavano ad affollare le strade delle città americane ed europee. Il trasporto marittimo fu caratterizzato dalla corsa alla costruzione di sempre più grossi e sfarzosi transatlantici⁷.

L'invenzione della fotografia (1839) con i suoi sviluppi successivi aveva già favorito una nuova conoscenza di popoli, luoghi e cose lontani, mentre la sua percezione pubblica come *medium* di massa cominciò a diffondersi soltanto verso la fine del sec. XIX, quando la tecnica della *lastra a mezzatinta* rese possibile riprodurre le foto sui libri, i giornali e le riviste. Nei primi decenni del sec. XX il fotogiornalismo godeva ormai di una grandissima fama modificando la natura stessa del giornalismo.

All'inizio del Novecento inizia l'esperienza di un nuovo mezzo di comunicazione di massa: il cinema. Le prime sale cinematografiche a basso costo attiravano soprattutto operai e immigranti che, non sapendo parlare l'inglese, si divertivano a guardare le immagini del cinema muto. Le splendide sale degli anni Venti erano invece frequentate da tutte le classi sociali, senza alcuna eccezione. In seguito si svilupparono l'industria cinematografica e lo *star system*: le celebrità dello spettacolo e dello sport diventarono l'incarnazione delle aspirazioni della classe operaia e *media*.

In questo periodo nasce la pubblicità come industria. Il numero di spot pubblicitari crebbe così rapidamente che nel 1934 il governo statunitense decise di varare una legge che poneva un limite alla quantità e ai tipi di pubblicità che potevano essere trasmessi in un dato programma.

Negli anni Venti le trasmissioni radiofoniche accelerarono la transizione verso la *società di massa*. Subito dopo la prima guerra mondiale operavano negli USA diverse stazioni amatoriali che immediatamente attirarono l'attenzione della gente, entusiasta all'idea di poter ascoltare musica e voci attraverso apparecchi di poco costo. Nacquero nei primi anni Venti le prime grandi emittenti radiofoniche che offrivano programmi regolari, il cui ascolto divenne presto un hobby e una fonte di divertimento per molti. La radio divenne un *medium* di massa, seguendo uno sviluppo che negli USA fu affidato esclusivamente all'azione dei privati, mentre l'Europa optava per modelli organizzativi di tipo pubblico. Se la tragedia del Titanic nel 1912 aveva mostrato il grande potenziale della telefonia senza fili, il disastroso incendio del dirigibile Hindenburg nel 1937 e la versione radiofonica di O.Welles (1938) del racconto *La guerra dei mondi* (scritto da H. G. Wells già nel 1898) mostrarono altrettanto chiaramente il potenziale della radio. Susan Douglas riassume le percezioni che circolavano sulla radio agli inizi della sua *età dell'oro*, tra cui l'idea che la radio

⁴ Cf. HOBBSAWM, E.J., *Il trionfo della borghesia 1848-1875*, Laterza, Roma, 2003 e ID., *L'Età degli imperi 1875-1914*, Laterza, Roma, 2005.

⁵ Questa espressione ebbe fortuna perché esprimeva la contrapposizione fra l'epoca precedente e l'epoca successiva alla guerra, cioè tra il periodo della libertà e il periodo della perdita della libertà.

⁶ Cf. HOBBSAWM, E.J., *Il secolo breve 1914-1991*, Biblioteca Universale Rizzoli, Milano, 2007.

⁷ L'affondamento del Titanic, avvenuto nel 1912, fu poi da molti considerato come il sogno infranto della *belle époque*, come il primo segno di quel risveglio infausto dal prometeico sogno di un secolo senza tristezza.

avrebbe potuto permettere la comunicazione con gli extraterrestri e la promozione dell'unità nazionale⁸. Anche la politica e la religione entrarono presto nei palinsesti radiofonici.

Negli anni Trenta si creò un grande interesse attorno ai drammi, alle commedie, ai concerti e agli eventi sportivi trasmessi attraverso la radio. Le famose 'conversazioni accanto al caminetto' del presidente Franklin D. Roosevelt, trasmesse per radio, si rivelarono subito un modo molto efficace di comunicare direttamente con il popolo americano.

Con l'avvento della televisione, il primato della radio come *medium* di massa fu seriamente messo in discussione. La prima trasmissione televisiva commerciale ebbe luogo in Nord America nel 1939, ma è solo dopo la seconda guerra mondiale che la televisione comincia ad affermarsi come *medium* di massa. Gli anni Cinquanta sono gli anni della grande espansione del nuovo *medium*.

La televisione degli anni Cinquanta ebbe un impatto sociale molto forte. Essa riuscì presto a sottrarre l'interesse delle persone dalla radio e dalle sale cinematografiche, anche se i programmi all'epoca subivano spesso interruzioni di segnale e interferenze varie. Gli sviluppi tecnologici successivi, dalla televisione a colori, a quella via cavo e via satellite, hanno definitivamente consacrato la televisione come principale *medium* di massa. La televisione, la vita dei sobborghi e i nuovi stili di consumo emersi negli anni postbellici hanno avuto uno sviluppo simultaneo. I cambiamenti dello spazio domestico e le aspirazioni della nuova classe borghese si riflettevano nei programmi televisivi di quegli anni. Teorici della comunicazione come Gerbner⁹ ritengono che le forme culturali *mediate* dalla televisione assumono un'autorità e un'influenza equivalenti a quelle della scuola, del gruppo dei pari, della famiglia. Gerbner arriva ad affermare che la televisione addirittura le sostituisce del tutto. Essa fornisce ai bambini informazioni e conoscenze su come funziona il mondo e su come orientarsi al suo interno. La televisione diventa, dunque, l'istituzione primaria nella vita emotiva delle giovani generazioni cui offre modelli e stili di vita particolari.

L'evoluzione del computer ha influenzato profondamente tutte le altre tecnologie della comunicazione, facendone proprie – nello stesso tempo – tutte le potenzialità. All'inizio sembrava uno strumento riservato alle grandi organizzazioni e amministrazioni, alla ricerca scientifica e ai comandi militari. Lo sviluppo della tecnologia dei microprocessori a partire dagli anni Settanta, il costante sviluppo di *software* facili da usare e, negli anni Novanta, la rapida espansione della rete hanno invece trasformato il computer in una macchina accessibile a tutti, proprio come un qualsiasi altro elettrodomestico. Per comprendere questo cambiamento bisogna soffermarci sulla caratteristica principale di questa nuova forma di comunicazione: il digitale.

In informatica ed elettronica con digitale ci si riferisce al fatto che tutte le informazioni vengono rappresentate con numeri o che si opera su queste manipolando numeri (il termine deriva dall'inglese *digit*, che significa cifra). Un determinato insieme di informazioni viene rappresentato in forma digitale cioè come sequenza di numeri presi da un insieme di valori discreti, ovvero appartenenti a uno stesso insieme ben definito e circoscritto. Attualmente *digitale* può essere considerato come sinonimo di *numerico*, e si contrappone invece alla forma di rappresentazione dell'informazione detta *analogica*. Ciò che è digitale è contrapposto a ciò che invece è analogico, cioè non numerabile. Digitale è riferito dunque alla matematica del discreto che lavora con un insieme finito di elementi, mentre ciò che è analogico viene modellizzato con la matematica del continuo che tratta un'infinità (numerabile o non numerabile) di elementi. Un oggetto viene digitalizzato, cioè reso digitale, se il suo stato originario (analogico) viene *tradotto* e rappresentato *mediante* un insieme numerabile di elementi. Per esempio una foto, normalmente formata da un infinito numero di punti ognuno dei quali formato di un'infinita gamma di colori, viene digitalizzata, e quindi tradotta in foto digitale, allorché la sua superficie la si rappresenti divisa in un

⁸ Cf. DOUGLAS, S.J., *Inventing American broadcasting, 1899-1922*, Johns Hopkins University Press, Baltimore (MA) 1987.

⁹ Cf. GERBNER, G., *Against the mainstream: the selected works of George Gerbner*, MORGAN M. (ED.), Lang, New York (NY), 2002.

numero discreto di *punti* (in genere piccoli quadrati o rettangoli detti *pixel*) ognuno dei quali formato di un colore rappresentato a sua volta da un numero.

Oggi la comunicazione elettronica, da una parte, contribuisce al depotenziamento dell'istituzione-libro come fonte e strumento di informazione e di cultura; dall'altra – in modi nuovi – ne continua ed espande il servizio (come ad esempio accade con l'*ebook*). Inoltre, se la stampa ha consentito un uso diverso della memoria, il computer oggi esalta ulteriormente questo cambiamento, dotato com'è di una vasta capacità di gestione dei dati.

Proprio perché elabora in forma digitale il linguaggio di tutti gli altri *media*, il computer è diventato il *medium* per eccellenza del XXI secolo. In particolare è uno strumento di scrittura per tutti: giornalisti, scrittori, scienziati, ingegneri, poeti e artisti. Della scrittura ha modificato largamente le tecniche tradizionali, come ha fatto per l'*editing*, la fotocomposizione, la stessa stampa.

Nei primi anni del XX secolo la comunità umana era cablata dal telegrafo e poi dal telefono. Oggi le connessioni a livello globale avvengono tramite computer: in borsa gli scambi di denaro e di merci, il controllo del traffico aereo e ferroviario, ecc. avvengono per via informatica. La stessa via consente a milioni di persone di scambiarsi messaggi senza limiti di tempo e di spazio.

La rivoluzione che hanno portato i computer e l'informatica nel campo scientifico-tecnologico è stata abilmente descritta da Naief Yehya:

con un computer possiamo trasformare quasi tutti i problemi umani in statistiche, grafici, equazioni. La cosa davvero inquietante, però, è che così facendo creiamo l'illusione che questi problemi siano risolvibili con i computer¹⁰.

Chris Anderson, il direttore di *Wired*¹¹, traccia una sintesi di cosa significhi la *rivoluzione digitale*¹² per il mondo scientifico:

«gli scienziati hanno sempre contato su ipotesi ed esperimenti. [...] Di fronte alla disponibilità di enormi quantità di dati questo approccio - ipotesi, modello teorico e test - diventa obsoleto. [...] C'è ora una via migliore. I *petabytes* ci consentono di dire: “la correlazione è sufficiente”. Possiamo smettere di cercare modelli teorici. Possiamo analizzare i dati senza alcuna ipotesi su cosa questi possano mostrare. Possiamo inviare i numeri nel più grande insieme di computer [*cluster*] che il mondo abbia mai visto e lasciare che algoritmi statistici trovino modelli [statistici] dove la scienza non può. [...] Imparare a usare un computer di questa scala può essere sfidante. Ma l'opportunità è grande: la nuova disponibilità di un'enorme quantità di dati, unita con gli strumenti statistici per elaborarli, offre una modalità completamente nuova per capire il mondo. La correlazione soppianta la causalità e le scienze possono avanzare addirittura senza modelli teorici coerenti, teorie unificate o una qualche tipo di spiegazione meccanicistica»¹³.

L'avvento della ricerca digitale, dove tutto viene trasformato in dati numerici porta alla capacità di studiare il mondo secondo nuovi paradigmi gnoseologici: quello che conta è solo la correlazione

¹⁰ YEHYA, N., *Homo cyborg. Il corpo postumano tra realtà e fantascienza*, Eleuthera, Milano, 2005, 15.

¹¹ *Wired* è una rivista mensile statunitense fondata nel 1993 con sede a San Francisco. Nota, nell'ambito degli addetti al settore, come *La Bibbia di Internet*, è stata fondata dall'italo-americano Louis Rossetto, uno dei maggiori esperti di tecnologia e della cosiddetta *rivoluzione digitale*, insieme a Nicholas Negroponte, un informatico statunitense celebre per i suoi studi innovativi nel campo delle interfacce tra l'uomo e il computer. Attualmente è diretta da Chris Anderson che precedentemente ha lavorato per *The Economist*, *Nature* e *Science*. *Wired* (che letteralmente significa *collegato*) tratta tematiche di carattere tecnologico e di come queste influenzino la cultura, l'economia e la politica. Dal febbraio 2009 viene pubblicata anche in Italia. Per quanto riguarda i cyborg *Wired* è una delle fonti più ricche di materiali e riflessioni.

¹² Per *rivoluzione digitale* o *digital revolution* si intende la serie di enormi cambiamenti nel mondo della comunicazione e nell'intera società contemporanea causata dalla possibilità di ridurre ogni tipo di informazione a catene di *bit* e *bytes*.

¹³ ANDERSON, C., “The End of Theory”, in *Wired* 16(2008), 106-107, l'originale è in inglese, la traduzione è nostra. I *petabytes* sono una misura della capacità di memoria di un computer. Un *petabyte* equivale a 2⁵⁰, cioè 1.125.899.906.842.624, *bytes* - un *byte* rappresenta l'unità di misura per il computo delle memorie di massa. Torneremo in maniera approfondita sull'argomento nel corso dei prossimi capitoli.

tra due quantità di dati e non più una teoria coerente che spieghi tale correlazione¹⁴. Praticamente attualmente assistiamo a sviluppi tecnologici (capacità di fare) che non corrispondono a nessuno sviluppo scientifico (capacità di conoscere e spiegare): oggi la correlazione viene usata per predire con sufficiente accuratezza, pur non avendo alcuna teoria scientifica che lo supporti, il rischio di impatto di asteroidi anche sconosciuti in vari luoghi della Terra, i siti istituzionali oggetto di attacchi terroristici, il voto dei singoli cittadini alle elezioni presidenziali USA, l'andamento del mercato azionario nel breve termine.

L'utilizzo dei computers e delle tecnologie informatiche nello sviluppo tecnologico hanno messo in evidenza una sfida linguistica che avviene al confine tra uomo e macchina: nel processo di interrogazione reciproca tra uomo e macchina sorgono proiezioni e scambi, finora impensati, e la macchina si umanizza non meno di quanto l'uomo si macchinizzi¹⁵.

L'effetto della esponenziale digitalizzazione della comunicazione e della società sta portando, a detta di Marc Prensky¹⁶, a una vera e propria trasformazione antropologica: l'avvento dei nativi digitali. *Nativo digitale* (in inglese *digital native*) è una espressione che viene applicata ad una persona che è cresciuta con le tecnologie digitali come i computer, internet, telefoni cellulari e MP3. L'espressione viene utilizzata per indicare un nuovo e inedito gruppo di studenti che sta accedendo al sistema dell'educazione. I nativi digitali nascono parallelamente alla diffusione di massa dei computer a interfaccia grafica nel 1985 e dei sistemi operativi a finestre nel 1996. Il nativo digitale cresce in una società multischermo, e considera le tecnologie come un elemento naturale non provando nessun disagio nel manipolarle e interagire con esse.

Per contro, Prensky, conia l'espressione *immigrato digitale* (*digital immigrant*) per indicare una persona che è cresciuta prima delle tecnologie digitali e le ha adottate in un secondo tempo. Una delle differenziazioni tra questi soggetti è il diverso approccio mentale che hanno verso le nuove tecnologie: ad esempio un nativo digitale parlerà della sua nuova macchina fotografica (senza definirne la tipologia tecnologica) mentre un immigrato digitale parlerà della sua nuova macchina fotografica digitale, in contrapposizione alla macchina fotografica con pellicola chimica utilizzata in precedenza. Un *nativo digitale*, per Prensky, è come plasmato dalla *dieta mediale* a cui è sottoposto: in cinque anni, ad esempio, trascorre 10.000 ore con i *videogames*, scambia almeno 200.000 email, trascorre 10.000 ore al cellulare, passa 20.000 ore davanti alla televisione guardando almeno 500.000 spot pubblicitari dedicando, però, solo 5.000 ore alla lettura. Questa *dieta mediale* produce, secondo Prensky, un nuovo linguaggio, un nuovo modo di organizzare il pensiero che modificherà la struttura cerebrale dei nativi digitali. Multitasking, ipertestualità e interattività sono, per Prensky, solo alcune caratteristiche di quello che appare come un nuovo e inedito stadio dell'evoluzione umana. Inoltre Prensky sostiene che, sia pure in modo irregolare e alla nostra personale velocità, ci muoviamo tutti verso un potenziamento digitale che include le attività cognitive¹⁷. Secondo Prensky gli strumenti digitali già estendono e arricchiscono le nostre capacità cognitive in molti modi. La tecnologia digitale migliora la memoria, per esempio attraverso gli

¹⁴ Per renderci conto di quanto grande sia la quantità di dati che oggi siamo in grado di elaborare basti pensare che i primi computer negli anni Sessanta come l'ENIAC riuscivano a contenere una decina di *bytes*, oggi, *mediamente*, un utente domestico, nel suo computer, ha a disposizione una capacità di 1 *terabytes* (la millesima parte di un *petabyte*), 460 *terabytes* sono tutti i dati climatici digitali della Terra, 530 *terabytes* sono tutti i video contenuti nel sistema di diffusione internet *YouTube* e 1 *petabytes* di dati viene processato ogni 72 minuti dai server di *Google* il popolare motore di ricerca internet (cf. *ibidem*, 106).

¹⁵ Cf. BENANTI, P., *The Cyborg. Corpo e corporeità nell'epoca del postumano*, Cittadella, Assisi, 2012.

¹⁶ Cf. PRENSKY, M., "Digital Natives, Digital Immigrants", in *On the Horizon* 9(5), 1-6, <http://www.scribd.com/doc/9799/Prensky-Digital-Natives-Digital-Immigrants-Part1> (accesso 8.11.2013); IDEM, "Digital Natives, Digital Immigrants, part 2: Do They Really Think Differently?", in *On the Horizon* 9 (6), 1-6. <http://www.twitchspeed.com/site/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part2.htm> (accesso 8.11.2013).

¹⁷ Cf. PRENSKY, M., "H. Sapiens Digital: From Digital Immigrants and Digital Natives to Digital Wisdom", in *Inovvate* 5(3), <http://www.innovateonline.info/index.php?view=article&id=705> (accesso 8.11.2013).

strumenti di acquisizione, archiviazione e restituzione dei dati. La raccolta digitale di dati e gli strumenti di supporto alle decisioni migliorano la capacità di scelta consentendoci di raccogliere più dati e verificare tutte le implicazioni derivanti da quella domanda. Il potenziamento digitale in ambito cognitivo, reso possibile da laptop, *database online*, simulazioni tridimensionali virtuali, strumenti collaborativi online, palmari e da una serie di altri strumenti specifici per diversi contesti, è oggi per Prensky una realtà in molte professioni, anche in campi non tecnici come la giurisprudenza e le discipline umanistiche¹⁸.

3. Alcuni punti su cui portare un discernimento illuminato dalla fede

Seguendo la fenomenologia della comunicazione appare così evidente come la questa, specie nella pervasività sociale e culturale del *Digital Age*, ci cambi, tanto nel modo di comprenderci quanto in quello di comprendere il mondo. Questo risulta particolarmente evidente per le giovani generazioni. Oggi il giovane adulto è un *isola* in un *arcipelago* di relazioni reali, presunte o immaginate e sembra che le nuove generazioni non sempre siano formate e culturalmente attrezzate per affrontare la sfida che la società digitale propone. I *media*, per loro stessa natura, sono elementi che si interpongono tra noi e il reale: ci forniscono versioni selettive del mondo, più che un accesso diretto ad esso combinando insieme diversi linguaggi in un *testo* che viene comunicato e diffuso con caratteristiche che oggi assumono i tratti della globalità e dell'istantaneità.

Ci sembra che si debba parlare con urgenza della necessità di una *media education*. L'*educazione ai media* o *media education*¹⁹ è un'espressione entrata in uso con lo sviluppo tecnologico dei mezzi di comunicazione di massa e si riferisce alla formazione delle capacità di utilizzare opportunamente i mezzi di comunicazione di massa²⁰. L'esito di questa educazione è la cosiddetta *competenza mediale* (*media literacy*) che appare quanto mai urgente specie per le nuove generazioni. La *media literacy* include, secondo l'autorevole parere del pedagogista tedesco Dieter Baacke²¹, diverse dimensioni che possono essere riassunte così: la *capacità critica* dei mezzi di comunicazione di massa²²; la *mediologia*²³; la *capacità di uso*²⁴; la *capacità di creazione*

¹⁸ Prensky preferisce parlare di *potenziamento digitale* piuttosto che di *potenziamento tecnologico* per tre motivi (cf. PRENSKY, M., "H. Sapiens Digital: From Digital Immigrants and Digital Natives to Digital Wisdom", in *Inovvate* 5(3), <http://www.innovateonline.info/index.php?view=article&id=705> (accesso 8.11.2013)). In primo luogo perché oggi quasi tutta la tecnologia è o digitale o supportata da strumenti digitali. In secondo luogo la tecnologia digitale si distingue dalle altre in quanto è programmabile, cioè capace di essere indotta a fare, a livelli sempre più precisi, proprio ciò che si desidera (questa capacità di personalizzazione è il cuore della rivoluzione digitale). In terzo luogo la tecnologia digitale investe sempre più energie in versioni sempre più piccole di microprocessori che costituiscono il nucleo di buona parte della tecnologia capace di potenziare la cognizione. Tale miniaturizzazione, insieme ai costi in continua riduzione, rappresenta l'elemento che renderà la tecnologia digitale disponibile per tutti, seppure a ritmi diversi in luoghi diversi. Il discorso sul potenziamento (*enhancement*) è troppo vasto e complesso per essere ulteriormente discusso in queste pagine; per approfondimenti rimandiamo a BENANTI, P., *The Cyborg. Corpo e corporeità nell'epoca del postumano*, Cittadella, Assisi, 2012.

¹⁹ L'espressione *educazione mediatica* è una locuzione imprecisa, utilizzata da alcune scuole ma non in letteratura (cf. GALLIANI, L., "Appunti per una vera storia dell'educazione ai *media*, con i *media*, attraverso i *media*", *Studium Educationis* 7(3) 2002, 563-576 e FELINI, D., *Pedagogia dei media. Questioni, percorsi e sviluppi*, La Scuola, Brescia 2004)

²⁰ La *media education* non va quindi confusa con l'educazione con i *media*, generalmente indicata con l'espressione *didattica tecnologica* o *tecnologie didattiche*, laddove i mezzi di comunicazione sono considerati semplicemente in prospettiva strumentale.

²¹ Cf. BAACKE, D., *Medienpädagogik*, Niemeyer, Tubinga 1997.

²² L'utente deve divenire in grado di riflettere sui contenuti e di analizzarli criticamente, riconoscendo anche i pericoli delle nuove tecnologie di comunicazione.

²³ La conoscenza dei vari sistemi di comunicazione di massa, della tecnologia delle comunicazioni.

²⁴ Con questa espressione si intende la capacità ricettiva di un utente, quella di poter trarre profitto dai contenuti dei mezzi di comunicazione di massa.

*mediatica*²⁵. La *media education* è una forma di educazione che mira a sviluppare una competenza con i testi dei *media*.

Normalmente si usa descrivere questa competenza come alfabetizzazione. Questo termine ci sembra oggi quanto mai adatto, infatti ci possiamo chiedere se non ci si trovi di fronte a una nuova forma di analfabetismo. L'analfabetismo, *strictu sensu*, è l'incapacità completa di saper leggere e scrivere, dovuta per lo più a un'istruzione o a una pratica insufficiente. In senso più lato, l'analfabetismo indica anche l'ignoranza di argomenti considerati di fondamentale importanza, ad esempio l'analfabetismo informatico o politico. Oggi si usa parlare anche di analfabetismo funzionale, con il quale si designa l'incapacità di un individuo di usare in modo efficiente le abilità di lettura, scrittura e calcolo nelle situazioni della vita quotidiana. Non si tratta quindi di un'incapacità assoluta, in quanto l'individuo possiede comunque una conoscenza di base di lettura e scrittura, che usa però in maniera incompleta e non ottimale. L'UNESCO definisce, a partire dal 1958, l'analfabetismo come *la condizione di una persona che non sa né leggere né scrivere, capendolo, un brano semplice in rapporto con la sua vita giornaliera*. La condizione di abbandono in cui lasciamo le nuove generazioni di *nativi digitali* e l'assenza di formazione per gli *immigrati digitali*, facendo nuovamente ricorso alla terminologia di Prensky, sta di fatto generando un *analfabetismo digitale* in cui i testi che i *media* digitali producono diventano inaccessibili ai più a livello di valutazione oggettiva e valoriale. Questa inedita condizione, in cui non sappiamo più distinguere il valore dell'informazione che, come un fiume in piena, ci sommerge quotidianamente, forse può portare a una condizione di incapacità di autonomia dei cittadini nella società del *Digital Age* in cui i *media* sono la maggiore espressione culturale.

Inoltre da più parti si riconosce come i *media*, specie quelli di natura digitale, siano gli agenti di socializzazione nella società contemporanea arrivando, secondo alcune analisi, a sostituire gli agenti tradizionali quali la famiglia, la Chiesa e la scuola.

Non dobbiamo pensare che queste nostre considerazioni vadano tradotte in una visione che tratteggi una onnipotenza dei *media*, ma semplicemente si riconosce, dall'analisi fenomenologica proposta, come i *media*, specialmente quelli che caratterizzano il *Digital Age*, sono radicati nel tessuto e nelle abitudini quotidiane e forniscono risorse simboliche che oggi ciascuno di noi, coscientemente o meno, impiega per condurre e interpretare le relazioni e definire la sua identità.

Ci troviamo di fronte a un problema etico legato all'identità e all'educazione delle nuove generazioni ma anche di fronte a un problema religioso: nella fede capiamo la vita come una vocazione e la *Relazione* con il Cristo Signore come capace di illuminare tutte le altre relazioni.

Su un piano operativo dobbiamo stimare e comprendere i limiti degli apprendimenti impliciti che il *Digital Age* fornisce quotidianamente. Alcune perplessità nascono anche guardando al fatto che con il facile accesso a internet, alla posta elettronica (e-mail) e ai social network molte forme di interazione personale sono diventate *virtuali*²⁶ soppiantando per intero il bisogno, specie nelle giovani generazioni, di forme di relazione tradizionali. Inoltre, l'esplosione della tecnologia digitale con le sue innumerevoli prestazioni e possibilità di *potenziamento digitale*, per utilizzare un'espressione di Prensky, fa temere i rischi insiti in un divario eccessivo tra digitali *ricchi* e *poveri*, non solo a livello di persone, ma di nazioni. È una situazione gravida di conseguenze sotto il profilo economico, culturale e sociale, che fa appello alla responsabilità dei singoli come degli Stati. Si è

²⁵ Si tratta, quindi, di poter creare, almeno a livello di possibilità, innovazioni e sviluppi nel sistema mediatico.

²⁶ Apparentemente il termine *realtà virtuale* e i suoi derivati, come in questo caso la *relazione virtuale*, sembra racchiudere una contraddizione immediata, presentandosi come una sorta di paradosso o di ossimoro. Questa impressione deriva dalla nostra abitudine a considerare il termine *virtuale* come sinonimo di *non reale*. Occorre invece chiarire e aver ben presente che, quando usiamo il termine *virtuale* in espressioni quali *realtà virtuale*, *spazio virtuale* o *relazione virtuale* non intendiamo negare qualunque forma di realtà ai fenomeni di cui stiamo parlando. Al contrario, intendiamo significare che la realtà specifica di questi fenomeni, pur non essendo una realtà fisica, è strutturata sul modello costituito dalla realtà fisica. Così, ad esempio, uno *spazio virtuale* non è uno spazio fisico, ma è strutturato in modo *simile* allo spazio fisico.

introdotto a tal riguardo il termine *digital divide*. Con *digital divide*, o *divario digitale*, si indica il divario esistente tra chi ha accesso effettivo alle tecnologie dell'informazione (in particolare computer e internet) e chi ne è escluso, in modo parziale o totale²⁷. Oltre a indicare il divario nell'accesso reale alle tecnologie, la definizione include anche disparità nell'acquisizione di risorse o capacità necessarie a partecipare alla società dell'informazione.

Infine ci sembra opportuno sollevare domande su quale sistema di valori la comunicazione offre ai giovani adulti su temi quali: il senso della vita, la corporeità, l'affettività, l'identità di genere, la giustizia e la pace²⁸. Nel secolo scorso Harold Innis ha mostrato con le sue tesi come i *media* non siano mai neutrali²⁹; per loro stessa natura, essi strutturano sia le interazioni tra gli individui sia la forma e la circolazione delle conoscenze; la società può solo modellare e dare indicazioni (entro certi limiti) ai *media* che si vanno via via sviluppando. I *media* e la *Digital Age* vanno dunque governati richiedendo, quindi, una gestione di tipo politico-economico. Per questo tipo di gestione si è soliti parlare di *governance*³⁰, un termine che si riferisce, secondo la definizione fornita dall'*Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD), all'esistenza di un nuovo modo di organizzare e amministrare territori e popolazioni³¹. Per capire fino in fondo la portata di questo processo bisogna ricordare che

il concetto di *governance* è strettamente collegato ad un genitivo, che consente di cogliere le implicazioni di significato e anche di far esplodere le contraddizioni contenute in un termine che si impone per la sua polisemicità e anche aporeticità. Si parla diffusamente e opportunamente di “*governance* dello sviluppo”, legando indissolubilmente i dinamismi della *governance* al tema/problema dello “sviluppo” che è certamente un tema classico del pensiero economico e non solo. La correlazione *governance*-sviluppo libera il concetto di *governance* dalle strettoie semantiche che lo legherebbero esclusivamente alla dimensione economica, per aprirlo a quei fondamenti etico/filosofici e politico/sociologici, che ne danno in conclusione, un significato antropologico, consentendogli di rimettere al centro l'uomo con la sua capacità di significazione, smentendo il fatalismo legato alla classica concezione della “mano invisibile”, dell'origine “naturale” delle leggi dell'economia e alla indefettibile legge del mercato³².

Il legame che si instaura tra *governance* e sviluppo è biunivoco: da un lato apporre il termine sviluppo affianco del termine *governance* indica il rimettere al centro del vivere sociale, come un fine, la persona; contemporaneamente indicare che lo sviluppo necessita di una *governance*

²⁷ I motivi di esclusione comprendono diverse variabili: condizioni economiche, livello d'istruzione, qualità delle infrastrutture, differenze di età o di sesso, appartenenza a diversi gruppi etnici, provenienza geografica. Il divario può essere inteso sia rispetto a un singolo paese tra cittadini dello stesso stato sia a livello globale.

²⁸ Sul tema si veda OCCHETTA F., “Per un giornalismo responsabile”, in *La Civiltà Cattolica* 3882(2012), 531-636.

²⁹ Cf. INNIS, H., *Le tendenze della comunicazione*, Sugarco, Milano 1982 e ID., *Impero e comunicazione*, Meltemi 2001.

³⁰ Il termine anglosassone *governance* è derivato dal francese antico e privo di un sostantivo corrispondente nella lingua italiana negli ultimi venti anni è diventato popolare nel dibattito politico e accademico e tende a sostituire l'uso del termine *government* (cf. ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT, *OECD Economic Glossary. English-France*, OECD, Paris (FR) 2006, 236).

³¹ La stessa definizione del concetto di *governance* ha subito cambiamenti e integrazioni, seppure in generale si può sostenere che economisti, politologi ed esperti di relazioni internazionali, lo hanno usato, innanzitutto, per marcare una distinzione, e una contrapposizione con il *government* inteso quale istituzione, apparato e organizzazione (cf. *ibidem*, 236 e COMMISSIONE DELLE COMUNITÀ EUROPEE, *La governance - Un libro bianco*, in *Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea* 287(2001), 1-29).

³² LACORTE, P., SCARAFI, G., BALDUZZI, R., *La governance dello sviluppo: etica, economia, politica, scienza*, Editrice AVE, Roma 2004, 11 (i corsivi sono nel testo). Su questo tema si veda anche: RIGOBELLO, A., *Dinamiche interne ad un'etica coinvolta nella governabilità dello sviluppo*, in *La governance dello sviluppo: etica, economia, politica, scienza*, Editrice AVE, Roma 2004, 43-48 e VASANELLI, L., *Il governo delle tecnologie per uno sviluppo al servizio dell'uomo*, in *La governance dello sviluppo: etica, economia, politica, scienza*, Editrice AVE, Roma 2004, 167-179.

significa assumere la dimensione etica non come un elemento giustapposto nella gestione e indirizzo dell'*innovazione tecnologica* ma riconoscere che questa porta una serie di domande di senso che si collocano proprio nel cuore di ogni autentico sviluppo. Parlare di *governance* per la *Digital Age* significa, quindi, da un lato non delegare alle istituzioni la gestione dei *media* e dall'altro non assumere, a livello di singoli e di istituzioni, una passività nei confronti della pervasività del digitale e dei contenuti antropologici e valoriali che questo *media* e mutua. La *governance*, così intesa, indica la cura, tanto dei singoli quanto dei gruppi, perché quella forma di progresso costituita dall'*innovazione tecnologica* contribuisca a generare un autentico sviluppo umano, cioè sia indirizzata alla tutela e alla ricerca del bene comune. Quindi un'autentica *governance* della *Digital Age* non si fonderà su considerazioni di ordine morali che si collocano

ai margini dello sviluppo e si [...] [concretizzano] nell'elaborare strumenti correttivi, sia a livello individuale, o comunque privato, sia a livello istituzionale [...] [ma cercherà] l'efficacia, anche dal punto di vista della produzione, di un'azione che coinvolga singoli e gruppi nella complessità di un impegno non solo settoriale, un impegno che non perda di vista la persona nella sua interezza³³.

La *governance* dello sviluppo si presenta, per i significati che questo termine assume, come l'attuazione possibile e la corretta prassi di governo, frutto di quelle analisi etiche sul mondo della comunicazione e del *Digital Age* radicate nella *Dottrina Sociale della Chiesa*, che anima la riflessione ecclesiale nell'ambito dell'azione intramondana del credente. In particolare la *governance* della tecnica-tecnologia diviene, a motivo dell'attenzione alla persona umana che la costituisce, lo strumento con cui garantire che l'*innovazione tecnologica* non arrivi ad assumere forme disumanizzanti e coercitive della libertà dei singoli. La *governance* è lo spazio ove le considerazioni antropologiche ed etiche, in un mutuo scambio e dialogo, devono divenire forze efficaci per plasmare e guidare l'*innovazione digitale*, rendendola autentica fonte di sviluppo umano. Questo spazio di azione politico-economico, che costituisce la *governance* della *Digital Age*, si presenta allora come un appello obbligante alle coscienze: *portare frutti nella carità per la vita del mondo*³⁴ si deve tradurre, quindi, nell'impegno per una *governance* della comunicazione di massa. È evidente, per la natura stessa del tema in questione, che una *governance* sarà efficace solo se si configura come momento di dialogo e confronto tra le diverse competenze fornite dalle scienze empiriche, dalla filosofia, dalla teologia, dalle analisi moral-teologiche e da ogni altra forma di sapere umano coinvolto nei fenomeni descritti³⁵.

In particolare il ruolo della riflessione moral-teologica in questo processo di *governance* sta non tanto nell'individuare direttamente soluzioni tecniche ai vari problemi ma nel rendere presente, nel dibattito, la domanda critica sul senso dell'umano che i *media* e il *Digital Age* trasmettono e rafforzano e sulle modalità che possano garantire uno sviluppo umano autentico³⁶. Inoltre la riflessione moral-teologica, forte di quei principi cardine che animano la *Dottrina Sociale della Chiesa*, cioè i principi del *bene comune*, della *sussidiarietà* e della *solidarietà*, potrà contribuire a realizzare una *governance* che, essendo realmente espressione del bene capito e voluto, sia capace

³³ LACORTE, P., SCARAFI, G., BALDUZZI, R., *La governance dello sviluppo: etica, economia, politica, scienza*, Editrice AVE, Roma 2004, 43.

³⁴ Questo è il compito che il Concilio Vaticano II identifica per la teologia morale: «Si ponga speciale cura nel perfezionare la teologia morale, in modo che la sua esposizione scientifica, più nutrita della dottrina della sacra Scrittura, illustri la grandezza della vocazione dei fedeli in Cristo e il loro obbligo di apportare frutto nella carità per la vita del mondo» (CONCILIO ECUMENICO VATICANO II, *Decreto sulla formazione sacerdotale Optatum totius*, 28 ottobre 1965, n.16).

³⁵ Cf. RIGOBELLO, A., *Dinamiche interne ad un'etica coinvolta nella governabilità dello sviluppo*, 43-48 e S. LATOUCHE, *Altri mondi sono possibili, non un'altra mondializzazione*, in *La governance dello sviluppo: etica, economia, politica, scienza*, Editrice AVE, Roma 2004, 25-42.

³⁶ Sul ruolo della teologia morale in relazione alle altre discipline si veda, GERARDI, R., *Storia della morale. Interpretazioni teologiche dell'esperienza cristiana: periodi e correnti, autori e opere*, Dehoniane, Bologna 2003, 477-503 e ABIGNENTE, D., BASTIANEL, S., *Le vie del bene. Oggettività, storicità, intersoggettività*, Il pozzo di Giacobbe, Trapani 2009, 15-50.

di tutelare la *dignità della persona umana*³⁷.

Ci sembra di poterci congedare da questo tema ricordando come sia assolutamente necessario per i cristiani, assieme agli uomini di buona volontà, abitare la complessità degli spazi, reali e virtuali, che il *Digital Age* offre trasformando la comunicazione e le sue tecnologie in strumenti che aiutino a vivere con sempre maggiore consapevolezza.

³⁷ Cf. RIGOBELLO, A., *Dinamiche interne ad un'etica coinvolta nella governabilità dello sviluppo*, in *La governance dello sviluppo: etica, economia, politica, scienza*, Editrice AVE, Roma 2004, 43-48.