

Alla ricerca della virtù perduta

di Massimiliano Padula

perconnessione, rivoluzione digitale, web 2.0, viralità, dittatura dell'algoritmo. Si tratta di espressioni (ab)usate per indicare una contemporaneità sempre più innervata nella comunicazione. Una comunicazione che sta vivendo (ormai da più di un decennio) il suo momento di maggior appeal supportata da tecnologie estremamente disponibili e – come direbbe Henry Jenkins – *spreadable* ovvero spalpabili e diffondibili attraverso canali sempre meno (considerati) istituzionali e lineari. Emergono in questo scenario numerose pratiche di (social) networking che, nonostante certi proclami apocalittici di nostalgici della premodernità comunicativa, esercitano un impatto molto più grande di qualunque medium cosiddetto tradizionale e a cui le nostre vite si erano passivamente assuefatte.

I giornali e la televisione, ad esempio, non esistono più. Continuano certamente a sopravvivere lo strumento (la carta, l'oggetto) e il contenuto (l'articolo, il testo audiovisivo) ma sbiadisce la classica esperienza tecnologica e con essa simboli, linguaggi, codici e percezioni. Non siamo più *noi e il mezzo* ma *noi siamo il mezzo* che diviene così una mera proiezione delle nostre azioni. La spinta sull'umano e l'abbondano dell'artificiale sono, quindi, le dimensioni centrali e decisive di una contemporaneità mediale (post-medialità, per usare una felice espressione di Ruggero Eugeni) sempre meno istituzionalizzata e per questo capace di generare pro-

cessi come mai prima era successo.

Molti di noi non si rendono conto della quantità produttiva espressa nel quotidiano. Dal primo like al primo post visualizzato su facebook la mattina appena svegli all'ultimo messaggio su whatsapp prima di addormentarci, l'"umanità mediale" si (auto)narra e (auto) rappresenta incessantemente contribuendo a creare uno scenario frammentato nel quale le categorie archetipiche dell'esistenza tendono a rimescolarsi. Tempo, spazio, relazionalità, affettività, consumo, conoscenza (e molte altre) sono risemantizzate perché mutano le pratiche e i formati del nostro quotidiano. Non abbiamo più bisogno di mediazioni perché i territori digitali le abbattono. La memoria diventa più friabile perché la Rete archivia tutto l'esistente.

A PORTATA DI MOUSE

Smettiamo di farci domande perché le risposte sono immediatamente a portata di mano (o di mouse). Facciamo a meno dell'attesa perché i riempitivi temporali sono illimitati. Cambiano radicalmente anche i nostri ruoli comunicativi: da fruitori inattivi (spettatori) diventiamo (spett)attori e (spett)autori insidiando (loro malgrado) la leadership dei cosiddetti comunicatori per professione (giornalisti, autori, registi, scrittori) che da esclusivi rischiano di diventare esclusi. Questa "mediamorfosi" ha il sapore di una centrifuga sociale e culturale senza precedenti. Alcuni la rifiutano, altri la demonizzano,

MEDIAZIONI?
NON NE
ABBIAMO PIÙ
BISOGNO,
I TERRITORI
DIGITALI LE
ABBATTONO.
LA MEMORIA?
DIVENTA
PIÙ FRIABILE
PERCHÉ LA
RETE ARCHIVIA
TUTTO
L'ESISTENTE.
EPPURE CI
SALVEREMO,
PROPAGANDO
IL BENE



Massimiliano Padula

è docente di Scienze sociali e della comunicazione presso la Pontificia Università Lateranense; è presidente del Copercom (Coordinamento delle associazioni per la comunicazione).

altri ancora la patologizzano insistendo sul carattere emergenziale di condotte disturbate come cyberbullismo, le ludopatie o la pedopornografia online. Ma non mancano i tecno-entusiasti, i sostenitori del “tienilo acceso” senza sosta (il dispositivo, non il cervello!), gli ultras del progresso a tutti i costi. E poi ci sono i tecno-fobici, i cultori del post-umano, i complottisti appassionati che attribuiscono alle lobby e multinazionali dell’information technology le sciagure e le derive della società. Insomma, intorno alla comunicazione il dibattito è permanente, a tratti intelligente, altre volte scriteriato.

OPPORTUNITÀ EDUCATIVA

Quello che è certo è che i media, essendo così incarnati nel sistema sociale e in tutti gli ambiti che lo compongono, hanno dato vita a una sorta di *mediologia del senso comune* che sa da un lato ha alimentato il dibattito allargan-

dolo a chiunque ne fosse interessato, dall’altro ha sacrificato un’autentica presa di coscienza di ciò che realmente i media oggi rappresentano. Non soltanto uno strumento da usare o un ambiente da abitare ma un terreno simbolico condiviso in cui si proiettano – scrive Filippo Ceretti – miliardi di vissuti complessi e in cui possono amplificarsi le ambiguità oppure le meraviglie dell’umano. Ma è necessario andare oltre le diagnosi e le belle definizioni. Il secondo passo è intendere i media come una straordinaria opportunità educativa. Non educando le persone a un uso consapevole (chiunque, al di là dell’età e delle competenze tecniche è in grado di adoperare un dispositivo) ma risvegliando virtù dimenticate o regredite a vizi. Quelle virtù («del digitale», direbbe Pier Cesare Rivoltella) che ci distingueranno sempre dalla macchina e che continueranno a rendere l’uomo un grande propagatore (e comunicatore) del bene. 

FAKE NEWS E GIORNALISMO DI PACE

«La verità vi farà liberi»: parola di papa Francesco

La prima fake news della storia è raccontata addirittura nella *Genesi*: è quella prodotta dal «serpente astuto» che «portò alle tragiche conseguenze del peccato, concretizzatesi poi nel primo fratricidio e in altre innumerevoli forme di male contro Dio, il prossimo, la società e il creato». E così come la strategia del diavolo è «la mimesi, una strisciante e pericolosa seduzione che si fa strada nel cuore dell’uomo con argomentazioni false e allettanti», allo stesso modo accade con la disinformazione di media e social, «basata su dati inesistenti o distorti e mirata a ingannare e persino a manipolare il lettore» la cui «diffusione può rispondere a obiettivi voluti, influenzare le scelte politiche e favorire ricavi economici». A metterlo nero su bianco è papa Francesco nel suo Messaggio per la Giornata mondiale delle comunicazioni sociali 2018 *La verità vi farà liberi. Fake news e giornalismo di pace*. Il papa chiede responsabilità non solo agli operatori della comunicazione ma a tutti quanti: non bisogna «diventare involontari attori nel diffondere opinioni faziose e infondate». Per Francesco «il miglior antidoto contro le falsità non sono le strategie, ma le persone: persone che, libere dalla bramosia, sono pronte all’ascolto e attraverso la fatica di un dialogo sincero lasciano emergere la verità; persone che, attratte dal bene, si responsabilizzano nell’uso del linguaggio». Il messaggio integrale è su www.vatican.va.