

Laici oggi

*Collana a cura
del Pontificio Consiglio per i Laici*

www.laici.va

PONTIFICIUM CONSILIUM PRO LAICIS

Annunciare Cristo nell'era digitale



LIBRERIA EDITRICE VATICANA
2015

In copertina: *La pesca miracolosa*, mosaico, XII sec., Duomo di Monreale (Italia)

© Copyright 2015 – Libreria Editrice Vaticana

00120 CITTÀ DEL VATICANO

Tel. 06.698.85003 – Fax 06.698.84716

ISBN 978-88-209-9493-8

www.vatican.va

www.libreriaeditricevaticana.va

PREFAZIONE

“Annunciare Cristo nell’era digitale”: il tema della ventiseiesima Assemblea plenaria del Pontificio Consiglio per i Laici, tenutasi a Roma dal 5 al 7 dicembre 2013, ha inteso cogliere la convergenza di tre sollecitazioni fondamentali del nostro tempo: la rivoluzione digitale, la missione evangelizzatrice della Chiesa e la rinnovata consapevolezza della vocazione e missione dei fedeli laici di essere fermento evangelico nel cuore del mondo.

Il progresso rapidissimo e pervasivo delle nuove tecnologie di comunicazione è sotto gli occhi di tutti. Nuovi modi di comunicare generano nuovi modelli di pensiero e nuovi criteri di comportamento e di relazioni interpersonali. Il fenomeno è globale, ma soprattutto l’impatto sui giovani costituisce la vera sfida dell’attuale transizione generazionale. I dati che ci vengono dai sociologi sono impressionanti. Basti citare la ricerca *EU Kids Online*, condotta sui minori tra i nove e i sedici anni e sui loro genitori.¹ Dallo studio risulta che, nei Paesi dell’Unione Europea, il 60% dei ragazzi rimane quotidianamente al computer dai novanta minuti ad alcune ore. Tra le opportunità vengono segnalate la possibilità di effettuare ricerche scolastiche, che riguarda l’85% dei ragazzi, di giocare (il 75%) o guardare filmati (il 62%). Internet è molto utilizzato per le relazioni: in Europa il 59% dei ragazzi intervistati ha un profilo su un *social network*, anche tra i più piccoli, nonostante i divieti (il limite di *Facebook* è tredici anni). La ricerca evidenzia anche i pericoli: il 41% dei ragazzi ammette di essersi imbattuto in contenuti negativi, il 12% riconosce di esserne rimasto turbato. Si tratta di pornografia, bullismo, molestie sessuali, contatti con sconosciuti, incitamenti all’odio, all’anoressia, all’autolesionismo,

¹ Cfr. S. LIVINGSTONE, L. HADDON, A. GÖRZIG, K. ÓLAFSSON, *EU Kids Online. September 2011*, London 2011.

al consumo di droghe e addirittura al suicidio. La ricerca mostra anche la sproporzione tra i pericoli e le inconsistenti politiche di protezione dei minori, nonché la latitanza dei genitori: il 40% dei genitori di ragazzi che hanno ammesso di vedere pornografia, esclude che ciò possa essere avvenuto, il 73% ritiene che nella rete non vi sia il pericolo di incontri sconsigliabili.

Un dato importante che emerge dallo sviluppo della rete è che il suo impatto non è confinabile ai contenuti, ma influisce sulle leggi del pensiero. L'espressione "nativi digitali" indica correntemente i giovanissimi nati dopo che la rete è divenuta abbastanza sviluppata e accessibile per interferire sullo sviluppo dei processi mentali. Le menti giovanili tendono a integrarsi con la tecnologia e la struttura del pensiero va cambiando: si riducono gli sviluppi logico-deduttivi per far posto a processi associativi di origine percettiva. Sono in declino le capacità di astrazione, di concentrazione e simboliche; aumentano la rapidità di reazione, le capacità spazio-visive e di rappresentazione. Come effetti "collaterali" si registra una certa confusione identitaria, mentre sembra venir meno la molla esistenziale del desiderio, la cui gratificazione nel mondo virtuale risulta molto più veloce e a portata di mano.

Le diverse ricerche dimostrano che i ragazzi ogni giorno trascorrono molte ore navigando su internet e riducendo al contempo rapporti in famiglia e a scuola. Non sorprendono quindi le iniziative educative periodicamente proposte da varie parti, basate su diverse forme di "digiuno digitale" e caratterizzate da slogan del tipo: "Finché sei in tempo esci dalla rete ed entra nella vita, perché la vita non ti passi accanto"; "Disconnettiti da internet e connettiti con la vita".

Le giornate di studio dell'Assemblea plenaria hanno avuto innanzitutto lo scopo di fornire criteri validi per orientarsi in questo ambiente complesso. Il Santo Padre, nell'intervista concessa a "La Civiltà Cattolica", indica il metodo indispensabile di fronte alla "necessaria ambiguità della vita": «La sapienza del discernimento riscatta la necessaria ambiguità della vita e fa trovare i mezzi più opportuni, che

non sempre si identificano con ciò che sembra grande o forte».² Il discernimento in particolare è necessario per evitare i due approcci estremi che dominano oggi il dibattito culturale sul web: da una parte una tendenza a demonizzare la rete, che vede solo minacce e pericoli; dall'altra un atteggiamento di plauso incondizionato che riconosce nella rete esclusivamente vantaggi. Entrambe le posizioni sono sostenute da pubblicazioni, studi e ricerche. Ma dove sta la verità? Il dato certo che emerge dal magistero è che un cristiano non può sfuggire alla sfida di confrontarsi con le novità che il fenomeno comporta.

Un giudizio equilibrato deve tener conto della crisi antropologica in atto, specie in Occidente, che condiziona l'uso della rete e al tempo stesso ne è favorita. Solo così si possono comprendere le derive negative di uno strumento per sé ricco di possibilità. La Chiesa ne è interpellata fortemente, la Chiesa che Paolo VI definiva «esperta di umanità».³ Dice perciò papa Francesco: «C'è bisogno di saper entrare nella nebbia dell'indifferenza senza perdersi; c'è bisogno di scendere anche nella notte più buia senza essere invasi dal buio e smarrirsi; c'è bisogno di ascoltare le illusioni di tanti, senza lasciarsi sedurre; c'è bisogno di accogliere le delusioni, senza cadere nell'amezza; di toccare la disintegrazione altrui, senza lasciarsi sciogliere e scomporsi nella propria identità. Questo è il cammino. Questa è la sfida».⁴

Non dovremmo poi dimenticare che spetta innanzitutto ai fedeli laici affrontare la sfida. Sono essi che vivono al cuore di questo mondo in evoluzione: pensiamo ai genitori che devono sostenere questa nuova situazione molto concretamente nel rapporto con i figli, ma anche alla scuola e a ogni altra istituzione educante. Pensiamo anche all'impatto culturale e sociale dei nuovi media, al pericolo che producano ulteriori forme di emarginazione, ma anche alle immense possibilità che si aprono all'annuncio del Vangelo. Secondo la *Christifideles laici*, i fedeli

² A. SPADARO, *Intervista a papa Francesco*, in: "La Civiltà Cattolica" 3918, 19 settembre 2013, 454.

³ PAOLO VI, Lettera enciclica *Populorum progressio*, n. 13.

⁴ FRANCESCO, *Ai partecipanti alla Plenaria del Pontificio Consiglio delle Comunicazioni Sociali*, in: "L'Osservatore Romano", 22 settembre 2013, 7.

laici «vivono la vita normale nel mondo, studiano, lavorano, stabiliscono rapporti amicali, sociali, professionali, culturali, ecc. Il Concilio considera la loro *condizione* non semplicemente come un dato esteriore e ambientale, bensì come una realtà *destinata a trovare in Gesù Cristo la pienezza del suo significato*. [...] Il “mondo” diventa così l’ambito e il mezzo della vocazione cristiana dei fedeli laici, perché esso stesso è destinato a glorificare Dio Padre in Cristo».⁵ La loro indole secolare non è un dato sociologico, né la loro missione una concessione della gerarchia, ma trae la sua forza dall’incarnazione del Signore e trova piena realizzazione nella vocazione alla santità dei laici in ogni ambito della vita, dalla famiglia, al lavoro, alla cultura, alla politica, fino all’impegno per l’umanizzazione dei nuovi *media*.

Papa Francesco insiste: «È importante leggere la realtà, guardandola in faccia. Le letture ideologiche o parziali non servono, alimentano solamente l’illusione e la disillusione. Leggere la realtà, ma anche vivere questa realtà, senza paure, senza fughe e senza catastrofismi. Ogni crisi, anche quella attuale, è un passaggio, il travaglio di un parto che comporta fatica, difficoltà, sofferenza, ma che porta in sé l’orizzonte della vita, di un rinnovamento, porta la forza della speranza».⁶

È innegabile che lo sviluppo del mondo digitale offra uno strumento e un ambiente nuovo per annunciare Gesù Cristo, per la nuova evangelizzazione. Per questo nel Sinodo dei Vescovi del 2012, convocato per riflettere sul tema “La nuova evangelizzazione per la trasmissione della fede cristiana”, si è a lungo parlato del web, in particolare nel contesto dell’evangelizzazione della cultura.⁷ Di fronte ai “nuovi

⁵ GIOVANNI PAOLO II, Esortazione apostolica *Christifideles laici*, n. 15.

⁶ FRANCESCO, *Discorso al mondo accademico e culturale a Cagliari*, in: “L’Osservatore Romano”, 23-24 settembre 2013, 7.

⁷ «Le nuove tecnologie digitali hanno dato origine a un vero e proprio nuovo spazio sociale, i cui legami sono in grado di influire sulla società e sulla cultura [...]. Queste tecnologie e lo spazio comunicativo da esse generato vanno perciò considerati positivamente, senza pregiudizi, come delle risorse, anche se con uno sguardo critico e un uso sapiente e responsabile» (SINODO DEI VESCOVI, *Instrumentum laboris per la XIII Assemblea Generale Ordinaria*, Città del Vaticano 2012, n. 60). «La Chiesa ha saputo entrare in questi spazi e assumere questi mezzi sin dall’inizio come utili strumenti di annuncio del Vangelo. [...] I

areopaghi”, la Chiesa è ancora una volta provocata ad affrontare una sfida culturale difficile ma ineludibile, come già ai suoi albori fece san Paolo con il suo discorso nell’Areopago di Atene (cfr. *At* 17, 16-34).

Il punto nodale della questione è stato indicato in modo profetico da papa Paolo VI, nell’esortazione apostolica *Evangelii nuntiandi*: «occorre evangelizzare – non in maniera decorativa, a somiglianza di vernice superficiale, ma in modo vitale, in profondità e fino alle radici – la cultura e le culture dell’uomo, nel senso ricco ed esteso che questi termini hanno nella costituzione *Gaudium et Spes* (n. 50), partendo sempre dalla persona e tornando sempre ai rapporti delle persone tra loro e con Dio».⁸

Anche Giovanni Paolo II, in anni ormai lontani, anticipò le problematiche dello sviluppo della comunicazione digitale ancor prima che si verificasse; infatti nella *Redemptoris missio* affermò: «L’impegno nei mass media [...] non ha solo lo scopo di moltiplicare l’annuncio: si tratta di un fatto più profondo, perché l’evangelizzazione stessa della cultura moderna dipende in gran parte dal loro influsso. Non basta, quindi, usarli per diffondere il messaggio cristiano e il magistero della Chiesa, ma occorre integrare il messaggio stesso in questa “nuova cultura” creata dalla comunicazione moderna. È un problema complesso, poiché questa cultura nasce, prima ancora che dai contenuti, dal fatto stesso che esistono nuovi modi di comunicare con nuovi linguaggi, nuove tecniche e nuovi atteggiamenti psicologici».⁹ Non si tratta solo di trasmettere validi contenuti, ma di penetrare in una nuova forma di cultura. Papa Wojtyła ebbe modo di affrontare la questione anche quando la rete aveva ormai iniziato la sua propagazione, nel 2002: «la Chiesa ha dovuto varcare... numerose soglie culturali, ognuna delle

nuovi *media* stanno servendo in modo sempre maggiore alla pastorale evangelizzatrice della Chiesa, [...] si vede la necessità di servirsi di nuovo spazio sociale che si è venuto a creare con i linguaggi e le forme della tradizione cristiana. Si sente il bisogno di un discernimento attento e condiviso per intuire al meglio le potenzialità che esso offre in vista dell’annuncio del Vangelo, ma anche per coglierne in modo corretto i rischi e i pericoli» (*ibid.*, n. 61).

⁸ PAOLO VI, Esortazione apostolica *Evangelii nuntiandi*, n. 20.

⁹ GIOVANNI PAOLO II, Lettera enciclica *Redemptoris missio*, n. 37.

quali ha richiesto energia e immaginazione nuove».¹⁰ Il mondo di internet, il “ciberspazio”, «è una nuova frontiera [...] una commistione di pericoli e promesse [...]. Per la Chiesa il nuovo mondo del ciberspazio esorta alla grande avventura di utilizzare il suo potenziale per annunciare il messaggio evangelico [...] in particolare ai giovani che sempre più ricorrono al ciberspazio quale finestra sul mondo».¹¹ La Chiesa ha la responsabilità di condurli «dal mondo virtuale del ciberspazio al mondo reale della comunità cristiana», dato che «rapporti mediati elettronicamente non potranno mai prendere il posto del contatto umano diretto, richiesto da un’evangelizzazione autentica. Infatti l’evangelizzazione dipende sempre dalla testimonianza personale».¹²

La diffusione di internet ha conosciuto una grande accelerazione durante il pontificato di papa Benedetto XVI, che è intervenuto ripetutamente sulla questione: «Senza timori vogliamo prendere il largo nel mare digitale, affrontando la navigazione aperta con la stessa passione che da duemila anni governa la barca della Chiesa».¹³ È in gioco la possibilità di relazionarsi con l’uomo di oggi: «Le nuove tecnologie non stanno cambiando solo il modo di comunicare, ma la comunicazione in sé stessa, per cui si può affermare che si è di fronte a una vasta trasformazione culturale»;¹⁴ quindi «il senso e la finalizzazione dei media vanno ricercati nel fondamento antropologico».¹⁵ Infatti, ciò da cui la rapida diffusione della comunicazione digitale trae origine è che il «desiderio di comunicazione e amicizia è radicato nella nostra stessa natura di esseri umani e non può essere adeguatamente compreso

¹⁰ ID., *Internet: un nuovo forum per proclamare il Vangelo*, Messaggio per la 26ª Giornata mondiale delle comunicazioni sociali, in: “Insegnamenti” XXV, 1 (2002), 91-92.

¹¹ *Ibid.*, 92.

¹² *Ibid.*, 94.

¹³ BENEDETTO XVI, *Ai partecipanti al Convegno sulla comunicazione sociale promosso dalla CEI*, in: “Insegnamenti” VI, 1 (2010), 558.

¹⁴ ID., *Verità, annuncio e autenticità di vita nell’era digitale*, Messaggio per la 45ª Giornata mondiale delle comunicazioni sociali, in: “Insegnamenti” VII, 1 (2011), 127.

¹⁵ ID., Lettera enciclica *Caritas in veritate*, n. 73.

solo come risposta alle innovazioni tecnologiche».¹⁶ Inoltre, i «cambiamenti fondamentali nei modelli di comunicazione e nei rapporti umani»¹⁷ si verificano nel contesto della profonda crisi antropologica della cultura contemporanea, e «questi cambiamenti sono particolarmente evidenti tra i giovani che sono cresciuti in stretto contatto con queste nuove tecniche di comunicazione».¹⁸ Benedetto XVI infatti riconosce che «la cosiddetta generazione digitale» ha certamente «colto l'enorme potenziale dei nuovi media nel favorire la connessione, la comunicazione e la comprensione tra individui e comunità»,¹⁹ ma rileva pure «alcuni limiti tipici della comunicazione digitale: la parzialità dell'interazione, la tendenza a comunicare solo alcune parti del proprio mondo interiore, il rischio di cadere in una sorta di costruzione dell'immagine di sé, che può indulgere all'autocompiacimento».²⁰ Papa Ratzinger individua altri nodi da sciogliere, come il cosiddetto «*digital divide*. Esso separa gli inclusi dagli esclusi e va ad aggiungersi agli altri divari [...]. Aumentano pure i pericoli di omologazione e di controllo, di relativismo intellettuale e morale».²¹ La missione della Chiesa non può dunque limitarsi a un'istanza di informazione: per Benedetto XVI i cristiani possono e devono curare «sempre la qualità del contatto umano e l'attenzione alle persone e ai loro veri bisogni spirituali; offrendo agli uomini che vivono questo tempo "digitale" i segni necessari per riconoscere il Signore».²² Infatti, «la capacità di utilizzare i nuovi linguaggi è richiesta non tanto per essere al passo coi tempi,

¹⁶ Id., *Nuove tecnologie, nuove relazioni. Promuovere una cultura di rispetto, di dialogo, di amicizia*, Messaggio per la 43ª Giornata mondiale delle comunicazioni sociali, in: "Insegnamenti" V, 1 (2009), 124.

¹⁷ *Ibid.*, 123.

¹⁸ *Ibid.*

¹⁹ *Ibid.*, 124.

²⁰ Id., *Verità, annuncio e autenticità di vita nell'era digitale*, Messaggio per la 45ª Giornata mondiale delle comunicazioni sociali, cit., 128.

²¹ Id., *Ai partecipanti al Convegno sulla comunicazione sociale promosso dalla CEI*, cit., 557-558.

²² Id., *Il sacerdote e la pastorale nel mondo digitale: i nuovi media al servizio della Parola*, Messaggio per la 44ª Giornata mondiale delle comunicazioni sociali, in: "Insegnamenti", VI, 1 (2010), 107.

ma proprio per permettere all'infinita ricchezza del Vangelo di trovare forme di espressione che siano in grado di raggiungere le menti e i cuori di tutti». ²³ Si apre dunque un campo di azione per la nuova evangelizzazione, in cui i giovani sono chiamati a essere protagonisti: «A voi, giovani [...] spetta in particolare il compito della evangelizzazione di questo "continente digitale". Sappiate farvi carico con entusiasmo dell'annuncio del Vangelo ai vostri coetanei!». ²⁴ La presenza nel web deve però preservare l'essenza dell'annuncio: «La verità del Vangelo non è qualcosa che possa essere oggetto di consumo, o di fruizione superficiale, ma è un dono che chiede una libera risposta. Essa, pur proclamata nello spazio virtuale della rete, esige sempre di incarnarsi nel mondo reale». ²⁵ Evangelizzare significa anche umanizzare, aiutare a passare dal virtuale alle relazioni reali, compito impegnativo ma non impossibile: «Molte persone stanno, infatti, scoprendo, proprio grazie a un contatto avvenuto inizialmente *online*, l'importanza dell'incontro diretto, di esperienze di comunità». ²⁶

Da parte sua papa Francesco ha ricordato «l'attenzione della Chiesa alla comunicazione e ai suoi strumenti, importanti anche in una dimensione evangelizzatrice». ²⁷ L'interesse per internet rientra nell'esigenza di «sapersi inserire nel dialogo con gli uomini e le donne di oggi, per comprenderne le attese, i dubbi, le speranze»; ²⁸ è infatti indispensabile «saper dialogare, entrando, con discernimento, anche negli ambiti creati dalle nuove tecnologie, nelle reti sociali, per far emergere

²³ ID., *Reti sociali: porte di verità e di fede; nuovi spazi di evangelizzazione*, Messaggio per la 47ª Giornata mondiale delle comunicazioni sociali, in: "Insegnamenti" IX (2013), 116.

²⁴ ID., *Nuove tecnologie, nuove relazioni. Promuovere una cultura di rispetto, di dialogo, di amicizia*, Messaggio per la 43ª Giornata mondiale delle comunicazioni sociali, cit., 127.

²⁵ ID., *Verità, annuncio e autenticità di vita nell'era digitale*, Messaggio per la 45ª Giornata mondiale delle comunicazioni sociali, cit., 130.

²⁶ ID., *Reti sociali: porte di verità e di fede; nuovi spazi di evangelizzazione*, Messaggio per la 47ª Giornata mondiale delle comunicazioni sociali, cit., 116.

²⁷ FRANCESCO, *Ai partecipanti alla Plenaria del Pontificio Consiglio delle Comunicazioni Sociali*, in: "L'Osservatore Romano", 22 settembre 2013, 7.

²⁸ *Ibid.*

una presenza, una presenza che ascolta, dialoga, incoraggia». ²⁹ Il Papa ricorre a una metafora cara a sant'Ignazio: «c'è un'antica regola dei pellegrini, che sant'Ignazio assume, per questo io la conosco! In una delle sue regole dice che quello che accompagna un pellegrino e che va col pellegrino, deve andare al passo del pellegrino, non più avanti e non ritardare. E questo è quello che voglio dire: una Chiesa che accompagna il cammino e che sappia mettersi in cammino». ³⁰ Mettersi al passo dell'umanità smarrita: una regola basilare per la nuova evangelizzazione! Come i discepoli di Emmaus: «siamo capaci, anche in questo campo, di portare Cristo, o meglio di portare all'incontro di Cristo? Di camminare col pellegrino esistenziale, ma come camminava Gesù con quelli di Emmaus, riscaldando il cuore, facendo trovare loro il Signore? [...] Una sfida! Far riscoprire, anche attraverso i mezzi di comunicazione sociale, oltre che nell'incontro personale, la bellezza di tutto ciò che è alla base del nostro cammino e della nostra vita, la bellezza della fede, la bellezza dell'incontro con Cristo. Anche nel contesto della comunicazione serve una Chiesa che riesca a portare calore, ad accendere il cuore [...]». ³¹ Il Papa richiama ancora una volta all'essenziale: «È importante cari amici, l'attenzione e la presenza della Chiesa nel mondo della comunicazione, per dialogare con l'uomo d'oggi e portarlo all'incontro con Cristo, ma l'incontro con Cristo è un incontro personale. Non si può manipolare», pertanto «il problema di fondo non è l'acquisizione di sofisticate tecnologie [...]. Sia sempre ben chiaro in noi che il Dio in cui crediamo, un Dio appassionato per l'uomo, vuole manifestarsi attraverso i nostri mezzi, anche se sono poveri, perché è lui che opera, è lui che trasforma, è lui che salva la vita dell'uomo». ³²

Anche l'esortazione apostolica *Evangelii gaudium* di papa Francesco ci aiuta ad affrontare nei giusti termini la questione culturale

²⁹ *Ibid.*

³⁰ *Ibid.*

³¹ *Ibid.*

³² *Ibid.*

del rapporto tra l'evangelizzazione e la rete: «Oggi, quando le reti e gli strumenti della comunicazione umana hanno raggiunto sviluppi inauditi, sentiamo la sfida di scoprire e trasmettere la “mistica” di vivere insieme, di mescolarci, di incontrarci, di prenderci in braccio, di appoggiarci, di partecipare a questa marea un po' caotica che può trasformarsi in una vera esperienza di fraternità, in una carovana solidale, in un santo pellegrinaggio. In questo modo, le maggiori possibilità di comunicazione si tradurranno in maggiori possibilità di incontro e di solidarietà tra tutti». ³³ Il Papa legge dunque il rapido diffondersi di internet come la manifestazione del bisogno dell'uomo di relazioni e quindi come occasione di annuncio. Il Santo Padre però addita anche i rischi: «Perché, così come alcuni vorrebbero un Cristo puramente spirituale, senza carne e senza croce, si pretendono anche relazioni interpersonali solo mediate da apparecchi sofisticati, da schermi e sistemi che si possano accendere e spegnere a comando. Nel frattempo, il Vangelo ci invita sempre a correre il rischio dell'incontro con il volto dell'altro, con la sua presenza fisica che interpella, col suo dolore e le sue richieste, con la sua gioia contagiosa in un costante corpo a corpo. L'autentica fede nel Figlio di Dio fatto carne è inseparabile dal dono di sé, dall'appartenenza alla comunità, dal servizio, dalla riconciliazione con la carne degli altri». ³⁴

Il percorso di studio e di riflessione della nostra Assemblea plenaria, per quanto breve, ha voluto tener conto di tutte queste istanze, giovandosi del contributo di esperti di altissimo livello; il presente volume che ne raccoglie gli atti certamente costituirà un utile sussidio per i fedeli laici che vogliono orientarsi di fronte a queste nuove sfide.

Aprè il volume il testo dell'udienza concessa da papa Francesco ai partecipanti e ai relatori della plenaria. Il Santo Padre ci ha confermato e incoraggiato; a proposito della rete tra l'altro ha detto: «è indispensabile essere presenti, sempre con stile evangelico, in quello che per tanti, specie giovani, è diventato una sorta di ambiente di vita, per risvegliare le domande insopprimibili del cuore sul senso dell'esisten-

³³ ID., Esortazione apostolica *Evangelii gaudium*, n. 87.

³⁴ *Ibid.*, n. 88

za, e indicare la via che porta a colui che è la risposta, la Misericordia divina fatta carne, il Signore Gesù». ³⁵

Per quanto riguarda i nostri lavori, Mario Pollo ha approfondito il significato dei mutamenti culturali e antropologici legati alla diffusione di internet: la trasformazione dello spazio-tempo in spazio-velocità, la crisi della progettualità, l'impoverimento relazionale, la nascita delle comunità di destino/sentimento, l'affermazione del "pensiero breve", la crisi dell'immagine. Tonino Cantelmi ha tracciato il quadro psicologico dell'uomo contemporaneo che ha, nelle sue "fragili mani", il potente strumento di internet, un uomo condizionato da esigenze di "velocità", "narcisista", alla ricerca di "sensazioni" e non privo di "ambiguità". Padre Antonio Spadaro ha mostrato come la rete sia diventata un ambiente di vita, un'esperienza che amplifica le possibilità delle relazioni umane e quindi anche le possibilità di dare risposta ai tanti segnali di ricerca di Dio, di creare comunità, di indicare nuove vie di interiorizzazione e di spiritualità. La relazione di mons. Claudio Maria Celli, Presidente del Pontificio Consiglio delle Comunicazioni Sociali, ha allargato lo sguardo alle possibilità offerte alla Chiesa dallo sviluppo del web. Gli interventi più brevi provengono da due tavole rotonde. La prima ha messo in rilievo alcuni pericoli che dobbiamo imparare a conoscere. Vincenzo Comodo ha posto in evidenza il significato e i limiti dei contatti relazionali *online*, Michela Pensavalli ha parlato della sfida educativa posta dai "nativi digitali", Luigi Janiri ha trattato delle dipendenze da internet, in particolare della pornografia, Michele Ribolsi ha approfondito il tema delle distorsioni comportamentali derivanti dall'abuso della rete, Angelo Romeo ha mostrato l'ambiguità della cosiddetta tecno-religiosità. La seconda tavola rotonda ci ha fatto riflettere sulle grandi possibilità del web: Michele Zanzucchi ha trattato dell'informazione, Daniel Arasa ha indicato i mezzi più idonei per migliorare la presenza delle realtà ecclesiali nella rete, Michel Roy, Segretario generale di *Caritas Internationalis*, ha parlato delle nuove

³⁵ *Id.*, *Ai partecipanti alla Plenaria del Pontificio Consiglio per i Laici*, in: "L'Osservatore Romano", 8 dicembre 2013, 7.

forme di solidarietà su internet, padre Jonah Lynch della sua esperienza di educatore all'uso equilibrato delle tecnologie digitali.

Concludo con le parole di Giovanni Paolo II, già illustre Consulatore del Pontificio Consiglio per i Laici, il primo a essere canonizzato: «Non abbiate paura delle nuove tecnologie! Esse sono “tra le cose meravigliose” – “*inter mirifica*” – che Dio ci ha messo a disposizione per scoprire, usare, far conoscere la verità, anche la verità sulla nostra dignità e sul nostro destino di figli suoi, eredi del suo Regno eterno. Non abbiate paura dell'opposizione del mondo! Gesù ci ha assicurato “Io ho vinto il mondo!” (Gv 16, 33). Non abbiate paura nemmeno della vostra debolezza e della vostra inadeguatezza! Il divino Maestro ha detto: “Io sono con voi tutti i giorni, fino alla fine del mondo” (Mt 28, 20). Comunicate il messaggio di speranza, di grazia e di amore di Cristo».³⁶

Card. STANISŁAW RYŁKO
Presidente
del Pontificio Consiglio per i Laici

³⁶ GIOVANNI PAOLO II, Lettera apostolica *Il rapido sviluppo*, n. 14.

Discorso di Sua Santità Francesco ai partecipanti all'Assemblea plenaria ricevuti in udienza

Sala del Concistoro, sabato, 7 dicembre 2013

*Signori Cardinali,
cari fratelli Vescovi e Sacerdoti,
fratelli e sorelle!*

È per me una gioia incontrare il Pontificio Consiglio per i Laici riunito in Assemblea plenaria. Come amava ricordare il beato Giovanni Paolo II, con il Concilio è “scoccata l’ora del laicato”, e ne danno conferma sempre di più gli abbondanti frutti apostolici. Ringrazio il Cardinale per le parole che mi ha rivolto.

Tra le iniziative recenti del Dicastero vorrei ricordare il Congresso Panafricano del settembre 2012, dedicato alla formazione del laicato in Africa; come pure il seminario di studio sul tema «Dio affida l’essere umano alla donna», nel venticinquesimo anniversario della lettera apostolica *Mulieris dignitatem*. E su questo punto dobbiamo approfondire di più. Nella crisi culturale del nostro tempo, la donna viene a trovarsi in prima linea nella battaglia per la salvaguardia dell’umano. E infine ringrazio con voi il Signore per la Giornata Mondiale della Gioventù di Rio de Janeiro: una vera festa della fede. È stata una vera festa. I *cariocas* erano felici e ci hanno fatto felici tutti. Il tema della Giornata: «Andate e fate discepoli tutti i popoli», ha messo in evidenza la dimensione missionaria della vita cristiana, l’esigenza di uscire verso quanti attendono l’acqua viva del Vangelo, verso i più poveri e gli esclusi. Abbiamo toccato con mano come la missione scaturisca dalla gioia contagiosa dell’incontro col Signore, che si trasforma in speranza per tutti.

Per questa Plenaria avete scelto un tema molto attuale: «Annunciare Cristo nell’era digitale». Si tratta di un campo privilegiato per l’azione dei giovani, per i quali la “rete” è, per così dire, connaturale. Internet è una realtà diffusa, complessa e in continua evoluzione, e il suo sviluppo

ripropone la questione sempre attuale del rapporto tra la fede e la cultura. Già durante i primi secoli dell'era cristiana, la Chiesa volle misurarsi con la straordinaria eredità della cultura greca. Di fronte a filosofie di grande profondità e a un metodo educativo di eccezionale valore, intrisi però di elementi pagani, i Padri non si chiusero al confronto, né d'altra parte cedettero al compromesso con alcune idee in contrasto con la fede. Seppero invece riconoscere e assimilare i concetti più elevati, trasformandoli dall'interno alla luce della Parola di Dio. Attuarono quello che chiede san Paolo: «Vagliate ogni cosa e tenete ciò che è buono» (1Ts 5, 21). Anche tra le opportunità e i pericoli della rete, occorre «vagliare ogni cosa», consapevoli che certamente troveremo monete false, illusioni pericolose e trappole da evitare. Ma, guidati dallo Spirito Santo, scopriremo anche preziose opportunità per condurre gli uomini al volto luminoso del Signore.

Tra le possibilità offerte dalla comunicazione digitale, la più importante riguarda l'annuncio del Vangelo. Certo non è sufficiente acquisire competenze tecnologiche, pur importanti. Si tratta anzitutto di incontrare donne e uomini reali, spesso feriti o smarriti, per offrire loro vere ragioni di speranza. L'annuncio richiede relazioni umane autentiche e dirette per sfociare in un incontro personale con il Signore. Pertanto internet non basta, la tecnologia non è sufficiente. Questo però non vuol dire che la presenza della Chiesa nella rete sia inutile; al contrario, è indispensabile essere presenti, sempre con stile evangelico, in quello che per tanti, specie giovani, è diventato una sorta di ambiente di vita, per risvegliare le domande insopprimibili del cuore sul senso dell'esistenza, e indicare la via che porta a colui che è la risposta, la Misericordia divina fatta carne, il Signore Gesù.

Cari amici, la Chiesa è sempre in cammino, alla ricerca di nuove vie per l'annuncio del Vangelo. L'apporto e la testimonianza dei fedeli laici si dimostrano indispensabili ogni giorno di più. Affido pertanto il Pontificio Consiglio per i Laici alla premurosa e materna intercessione della Beata Vergine Maria, mentre di tutto cuore vi benedico. Grazie.

Francesco

RELAZIONI

Il tutto nel clic. Com'è e dove va il mondo virtuale

MARIO POLLO^{*}

Le tecnologie elettroniche, o meglio, post elettroniche, stanno modificando profondamente le culture umane e, di conseguenza, sia l'*habitat* naturale e sociale sia i modi del pensare e del relazionarsi degli uomini tra di loro.

Questa relazione, per i limiti temporali entro cui si svolge, toccherà solo alcune di queste trasformazioni, quelle che appaiono più rilevanti per gli effetti che hanno sul fondamento umano e, quindi, sulla vita delle persone: la trasformazione dello spazio-tempo nello spazio-velocità; la crisi della temporalità noetica e la conseguente crisi della progettualità umana sostituita dalla sceneggiatura attraverso le immagini mediatiche della vita personale; l'alterità/identità virtuale e l'impovertimento relazionale; la deterritorializzazione con la connessa crisi delle comunità territoriali e la nascita delle comunità di destino/sentimento; l'affermazione del pensiero breve, la crisi della lingua, della dialettica e della dialogicità; la crisi dell'immagine.

L'uso ripetuto della parola "crisi", utilizzata in ben quattro delle sei trasformazioni elencate, è fatto rispettando il suo significato più antico e cioè la crisi come ciò che separa un modo d'essere, o una serie di fenomeni, da un altro differente. La crisi indica perciò semplicemente che qualcosa sta cessando di essere in un certo modo perché sta diventando qualcosa di diverso.

La connotazione negativa che il linguaggio comune dà alla parola "crisi" ha alla sua radice l'ansia che l'abbandono di una condizione

^{*} Ordinario di Sociologia e Preside della Facoltà di psicologia della Libera Università Maria Santissima Assunta (LUMSA) di Roma.

nota per entrare in un'altra ignota fa nascere nelle persone che vivono questa esperienza.

LA TRASFORMAZIONE DELLO SPAZIO-TEMPO NELLO SPAZIO-VELOCITÀ

L'uomo per millenni ha abitato esclusivamente lo spazio-tempo ma da alcuni decenni il suo *habitat* è mutato e ciò fa sì che egli viva, in modo anfibio, sia nello spazio-tempo sia nello spazio-velocità.

Per comprendere quest'affermazione è necessario riandare agli studi di Paul Virilio¹ che ha definito "spazio-velocità" lo spazio disegnato dai media elettronici. Com'è noto, questi *media* trasmettono i loro messaggi a una velocità prossima a quella della luce.

Secondo la fisica relativistica, alla velocità della luce il tempo tende a zero, cioè non scorre e rimane fissato nell'istante atemporale simile a quello delle radiazioni elettromagnetiche preesistenti al *big bang*. Questo significa che i media elettronici disegnano uno spazio al cui interno il tempo non scorre, o scorre quasi impercettibilmente, e in cui domina la realtà dell'istantaneo.

L'emersione della "velocità limite" nella comunicazione umana, grazie alle scoperte dell'elettronica, ha fatto sì che non solo si modificasse l'esperienza umana del tempo ma che anche lo spazio smarrisse la sua dimensione costitutiva: la distanza. La comunicazione elettronica, infatti, ha abolito la distanza e, quindi, la faticosità del percorrerla, perché attraverso il computer, il telefono, la televisione e la radio è possibile raggiungere persone e luoghi situati all'altro capo del mondo pressoché istantaneamente e senza alcuno sforzo fisico.

Lo spazio dello spazio-velocità appare quindi come uno spazio paradossale privo della distanza e in cui non è più presente lo scorrere del tempo della storia. Questo spazio è quanto di più lontano esista dallo spazio della natura in cui l'uomo ha sempre abitato, almeno sino all'avvento della società industriale.

¹ J. ARMITAGE (ed.), *Virilio Live: Selected Interviews*, London 2001, 71, 84.

Occorre però dire che l'uomo contemporaneo non abita ancora completamente lo spazio-velocità perché trascorre una parte consistente del suo tempo all'interno del "vecchio" spazio-tempo che, anche se non è più uno spazio-tempo naturale, perché permeato dalla tecnica, non è ancora pienamente uno spazio-velocità. Un'esperienza di questo spazio-tempo si fa quando si attende un autobus o si è in coda in qualche ufficio pubblico.

Questo abitare sia lo spazio-tempo sia lo spazio-velocità rende l'uomo anfibio e differenzia notevolmente chi abita con una certa continuità, durata e intensità lo spazio-velocità da chi lo abita saltuariamente o non lo abita per niente. Occorre però fare attenzione a non identificare gli abitanti dello spazio-velocità esclusivamente con gli utilizzatori di internet, perché anche chi non utilizza questo *medium* di solito guarda per molte ore al giorno la televisione e usa il telefono fisso e/o quello portatile. Non solo. Queste persone, magari per mezzo di mediatori professionali, usano dei terminali connessi in rete per accedere a un'ampia gamma di servizi necessari alla loro vita quotidiana.

Coloro che non abitano per nulla lo spazio-velocità sono oramai una piccola minoranza, un vero e proprio "resto di Israele".

L'esperienza anfibia di abitare contemporaneamente lo spazio-velocità e lo spazio-tempo ha dei profondi riflessi non solo sui modi di vivere ma anche sulla forma e sulla qualità dell'essere.

Tra l'altro lo spazio-velocità offre ai suoi abitanti l'illusione di sottrarsi al dominio del tempo. Infatti, il tempo, che esiste al di là di ogni possibilità di controllo umano, è sostituito da un prodotto dell'ingegno tecnico umano: la velocità, su cui l'uomo esercita un controllo.

Nello spazio-velocità si realizza perciò, illusoriamente, il desiderio umano dell'amortalità attraverso il raggiungimento del limite della velocità, dove il tempo è nullificato. Come si è visto, lo spazio-velocità non è solo il luogo privo di temporalità, ma anche il luogo dove vi è, paradossalmente, uno spazio privo di distanza e, quindi, di estensione. Lo spazio-velocità disegnato dalla tecnica colloca l'uomo in un mondo artificiale in cui non vi sono più relazioni "naturali", perché tutte sono mediate da strumenti tecnici.

LA CRISI DELLA TEMPORALITÀ NOETICA E LA CONSEGUENTE CRISI DELLA PROGETTUALITÀ UMANA SOSTITUITA DALLA SCENEGGIATURA ATTRAVERSO LE IMMAGINI MEDIATICHE DELLA VITA PERSONALE

In questo nuovo mondo la storia è smarrita perché vi è solo un eterno presente in cui ogni istante si aggiunge, su una sorta di lavagna atemporale, agli altri che sono comparsi prima o che compariranno dopo. Ciò, senza che si stabilisca alcun legame che apparenti l'istante che precede con quello che segue e, quindi, senza un qualche nesso causale, tra l'uno e l'altro. Si è qui alla presenza di un tempo che, in assenza di spazio, si fa, paradossalmente, esso stesso spazio. Il tempo spazializzato individuato da Bergson si manifesta qui in tutta la sua evidenza.

In questo tempo, ridotto a spazio, l'essere umano perde la capacità di tessere la propria vita come storia di un soggetto unitario, dotata di un senso che si manifesta nell'intrecciarsi degli eventi che la segnano dalla nascita sino alla morte.

Questa incapacità è quella che, preconizzata dai *médecins philosophe*, fonda la concezione di un essere umano in cui convivono una pluralità di "io" e in cui ognuno di essi non è legato a quelli che temporalmente lo hanno preceduto e che lo seguiranno. Ogni io esiste in una relazione orizzontale, atemporale con gli altri io, che può essere caratterizzata sia dalla cooperazione sia dalla competizione, sia dall'egemonia sia dalla sudditanza.

Con altre parole, si può dire che il tempo spazializzato è la negazione del tempo noetico, del tempo che è sempre stato ritenuto tipico e caratteristico dell'uomo, quello che gli consente di legare i vari presenti della sua vita, attraverso una trama, in una storia e, quindi, di percepirsi come portatore di un unico io, pur con le mutazioni che la vita provoca in esso.

È interessante osservare come l'uomo sia emerso alla nootemporalità quando è divenuto consapevole della propria mortalità, quando cioè è passato, come direbbe Heidegger, dal "si muore" all'"io muo-

io”; mentre, come con l’emergere dell’illusione dell’amortalità, questa temporalità sia andata in crisi sostituita dal tempo spazializzato.

CRISI DELLA PROGETTUALITÀ E DEGLI IMPEGNI DI LUNGA DURATA

Questa trasformazione della temporalità manifesta degli effetti profondi sull’identità delle persone, sulla loro coscienza e sulla possibilità di dare un senso alla propria esistenza.

Non è casuale che oggi il percorso di conquista dell’identità che le nuove generazioni devono percorrere sia frammentato, accidentato e che spesso conduca a quelle forme che sono definite “deboli”. Allo stesso modo, la vita priva del tessuto del progetto e della storia appare sempre di più come un caotico susseguirsi di opportunità a volte positive e a volte negative, piacevoli o spiacevoli, ma in cui comunque il paradigma del consumo si manifesta come dominante. La coscienza della propria responsabilità personale e sociale è indebolita e la persona sembra avere responsabilità, spesso illusoria, solo verso sé stessa e le persone che le sono spazialmente e affettivamente prossime.

Il risultato è una persona che vive senza un’etica che non sia quella dell’utilità personale e dell’adattamento alla realtà sociale e alla sua cultura.

Occorre poi rilevare che tutto il processo di omogeneizzazione del tempo e, quindi, dei modi di vita delle persone è finalizzato all’aumento della produttività del lavoro umano e a migliorare la qualità della vita delle persone. Tuttavia, proprio perché sradica le persone dalla temporalità noetica essa produce esattamente il contrario di ciò che si propone: un abbassamento della qualità della vita delle persone e una perdita della loro capacità di governare e di dare senso alla propria vita.

Questa incapacità delle persone di governare la propria vita lungo l’asse storico del tempo si manifesta in una concezione di vita a-progettuale, di una vita cioè che si costruisce attraverso la capacità di cogliere, con un atteggiamento pragmatico e utilitaristico, le occasioni e le opportunità che la vita quotidiana offre loro, senza la necessità di porsi

domande se queste occasioni sono coerenti o meno con il proprio progetto di vita, in altre parole se sono compatibili con i propri sogni di futuro e con la propria storia, individuale e sociale.

La conseguenza è una persona che non sa assumere impegni a medio e a lungo termine, che non sa sacrificarsi e rinunciare alle gratificazioni che il presente offre in nome della coerenza a un impegno di costruzione di un futuro personale e sociale.

LA SCENEGGIATURA COME SIMULACRO DELLA PROGETTAZIONE DELLA PROPRIA VITA

La progettualità nella vita di molte persone è stata surrogata da un suo simulacro: la sceneggiatura. Questo è accaduto perché l'immaginazione nel mondo post elettronico ha abbandonato i territori tipici in cui ha sempre abitato, come, ad esempio, quelli dell'arte, del mito e del rito, per entrare a far parte del lavoro quotidiano della gente comune in molte società.

Infatti, nella vita sociale attuale, l'immaginazione ha assunto un ruolo inedito che la vede non più come un'opera della fantasia, una forma di evasione, un passatempo per élite colte, ma come forma di azione individuale e sociale.

In questo contesto i media elettronici sono divenuti per le persone delle risorse per la sperimentazione di costruzioni di sé. Infatti, esse «consentono di intrecciare sceneggiature di vite potenziali con il fascino delle star dello schermo e di trame cinematografiche fantastiche, ma consentono anche a quelle vite di agganciarsi alla plausibilità degli spettacoli di informazione, dei documentari, e di altre forme in bianco e nero di tele-mediazione e di testi a stampa. Solo per via della molteplicità delle forme in cui appaiono (cinema, televisione, computer e telefoni) e a causa della rapidità con cui si muovono attraverso le ordinarie attività quotidiane, i media elettronici forniscono risorse per l'immaginazione del sé come un progetto sociale quotidiano».²

² A. APPADURAI, *Modernità in polvere*, Roma 2001, 16-17.

È interessante notare come l'adattamento delle persone immigrate, e la loro stessa decisione di partire, sia spesso profondamente influenzato dall'immaginario mass mediatico.

Questo fa sì che la vita delle persone sia sempre più immersa nella "finzione", nel mondo cioè delle immagini prodotto dai mass media elettronici, e che essa si collochi al bordo tra l'immaginario mediatico, il mondo virtuale disegnato dai mediorami, e la vita quotidiana con le sue richieste, spesso poco compatibili con quelle della sceneggiatura fantasticata. A questo proposito si può osservare che la sceneggiatura è più simile alla fantasticheria che al sogno o alla fantasia autentica. Per comprendere questa distinzione è utile ricordare che nel pensiero dell'Occidente, in particolare in quello filosofico, l'immaginazione è stata spesso ritenuta essere una "maestra di errori". Questo è accaduto perché sovente l'immaginazione è stata scambiata con la fantasticheria, che è obiettivamente la "pazza della casa". Infatti, la fantasticheria non è null'altro che la proiezione dei propri desideri, delle compensazioni delle proprie frustrazioni e insoddisfazioni all'interno di fantasie "consolatorie", in cui i propri desideri sono appagati, le proprie frustrazioni vendicate e le proprie insoddisfazioni soddisfatte.

Il fantasticare introduce l'esperienza della follia perché non aiuta ad affrontare in modo costruttivo ed evolutivo né il proprio mondo interiore né quello esteriore ma conduce la persona in un mondo fantasmatico irreali. La vicinanza tra le immagini con cui le persone tessono le proprie sceneggiature di vita e le fantasticherie è dovuta al fatto che le immagini prodotte e trasmesse dai mediorami, sono molto diverse da quelle che erano incluse nel territorio dell'arte, del mito e del rito, come si vedrà quando si parlerà della crisi dell'immagine.

L'ALTERITÀ/IDENTITÀ VIRTUALE E L'IMPOVERIMENTO RELAZIONALE

L'immersione della vita delle persone nel mondo della finzione creato dai media elettronici sembra aver dilatato enormemente le conoscenze di cui sono in possesso, mentre in realtà ha solo reso astratti

gli oggetti del loro conoscere. Infatti, sempre più oggi si è convinti di conoscere, quando in realtà si è in grado solo di riconoscere.

Solo perché una cosa si è vista, si pensa di conoscerla, come ad esempio accade nei confronti dei personaggi televisivi che la gente crede di conoscere ma che in realtà riconosce solamente, perché vedere non significa necessariamente osservare, comprendere e interpretare.

Questa immersione nel regime della finzione mass mediatica fa sì che si produca un indebolimento della capacità di rapportarsi all'altro, che è sì visto ma che, contemporaneamente, è privato della sua realtà complessa e astratto in un'immagine, in un simulacro.

L'aver sostituito i media alle mediazioni simboliche ha, infatti, prodotto un'interruzione o un rallentamento della dialettica identità/alterità minando la possibilità delle persone di stabilire un contatto reale con l'altro, offrendo in cambio possibilità di un contatto esteso con il simulacro dell'altro. Se l'alterità è simulacro, anche l'identità diviene un simulacro. Perdere il contatto con l'altro significa perdere il contatto con sé stessi.

Questa crisi della capacità di alterità mette in crisi anche l'identità delle persone che, come è noto, si nutre della dialettica identità/alterità. Alcuni studiosi, sulla scia della lezione di Durkheim, osservano nell'indebolimento della dialettica tra alterità e identità un fattore di produzione della violenza.

Questo fenomeno della riduzione dell'altro a simulacro, anche nelle relazioni interpersonali faccia a faccia, è tra i fattori più importanti alla base della preferenza manifestata da molte persone nei confronti delle relazioni virtuali rispetto a quelle fisicamente reali. In questo tipo di relazioni, infatti, le persone possono manifestare più facilmente la propria maschera identitaria appropriata al tipo di relazione. In altre parole possono, da un lato, nascondere meglio le parti di sé che sanno non essere gradite al proprio interlocutore e, dall'altro lato, enfatizzare, o addirittura inventare, una parte di sé che presumono offrire un aspetto più favorevole alla propria immagine.

È questo, ad esempio, il motivo per cui molte persone alla telefonata preferiscono un *sms* o la *mail* o un *post*, o un *tweet*, ecc ... Infatti, in

questo tipo di relazione la metacomunicazione è ridotta ai minimi termini. Com'è noto, nelle relazioni interpersonali la metacomunicazione rappresenta circa i quattro quinti del messaggio che viene comunicato. Non solo, avendo essa le sue radici nella dimensione emotivo-affettiva, è molto meno manipolabile e controllabile dai comunicanti e, quindi, può più facilmente rivelare il loro vissuto emozionale. In altre parole, la ridottissima metacomunicazione presente in questo tipo di relazione evita ai comunicanti la fatica dell'incontro con la diversità, le frustrazioni derivanti dalla percezione della non piena accettazione di sé stessi da parte degli altri, così come lo sforzo dell'accettazione degli aspetti sgraditi, antipatici, dell'altro e, infine, il confronto con l'immagine di sé stessi che gli altri rimandano.

La costruzione di una relazione interpersonale autentica richiede un impegno faticoso e duraturo nel tempo, mentre la costruzione di una relazione virtuale è molto più facile, immediata e coinvolgente solo in modo superficiale.

Non è forse un caso perciò che le “primavere”, cioè le rivoluzioni nate nei *social network*, quando si sono incarnate nel mondo delle relazioni sociali reali siano spesso fallite o profondamente trasformate.

LA DETERRITORIALIZZAZIONE

Come si è prima visto, lo spazio che appartiene allo spazio-velocità è, paradossalmente, privo di distanza ed evoca per qualche verso lo spazio puntiforme, immerso nell'atemporalità, in cui era l'universo prima dell'esplosione originaria. Naturalmente questa similitudine è illusoria, perché lo spazio-velocità è, come già accennato, dematerializzato, privo cioè di quella consistenza materiale che ha sempre caratterizzato lo spazio sperimentato dall'uomo nella sua vita quotidiana. La stessa esperienza del vuoto, tra cui quella dello spazio cosmico, ha sempre evocato nell'uomo, attraverso la sua assenza, la concretezza della materia.

Lo spazio per eccellenza dell'uomo, quello che ha sempre vissuto e sperimentato, è il territorio. Infatti, è in questo spazio che era ed è (?) inscritta la comunità/società in cui egli viveva e vive.

Nella storia umana allo spazio dello spazio-tempo tradizionale hanno sempre corrisposto delle comunità che erano caratterizzate, oltre che dal legame solidale tra i loro membri, anche da quello, altrettanto solidale, con lo spazio fisico in cui erano insediate. Al contrario, allo spazio dello spazio-velocità corrispondono comunità prive di un qualsivoglia legame con lo spazio fisico.

Il passaggio da comunità localizzate in uno spazio fisico a comunità prive di riferimenti a un luogo è stato chiamato da alcuni antropologi "deterritorializzazione".³

I luoghi in cui abitano le persone, soprattutto per quanto riguarda le loro radici simboliche, sembrano essere oggi per molti versi in crisi. Questa crisi è prodotta dall'emersione nello spazio-velocità di alcune disgiunzioni prodotte dagli stessi media elettronici che sono alla base della nascita dello spazio-velocità.

La deterritorializzazione, come prima accennato, è un fenomeno che tende a dissolvere il rapporto biunivoco tra lo spazio fisico e la cultura della società che in esso è insediata. È una rottura della relazione profonda delle persone con il territorio in cui vivono e che è sperimentata in modo particolare dalle grandi masse di persone che emigrano dal loro luogo di origine alla ricerca di lavoro o fuggendo da carestie e guerre.

Questo fenomeno sarebbe il risultato di cinque disgiunzioni tra economia, cultura e politica che si possono osservare, di cinque manifestazioni o panorami dello spazio-velocità denominate: *etnorami*, *mediorami*, *tecnorami*, *finanziorami* e *ideorami*.⁴

L'*etnorama* è il panorama disegnato dal movimento delle persone nel pianeta per motivi di lavoro, di turismo o di emigrazione. In ogni istante nel mondo ci sono centinaia di milioni di persone in movimen-

³ Cfr. *ibid.*

⁴ Cfr. *ibid.*, 52-53.

to e questo fenomeno sembra in grado di influenzare in modo inedito la politica delle nazioni. Questo non significa, come osserva Appadurai, «che non ci siano comunità relativamente stabili e reti di parentela, amicizia, lavoro e tempo libero, così come la nascita, la residenza e altre forme di affiliazione. Ma significa che la trama di queste stabilità è percorsa ovunque dall'ordito del movimento umano, quanto più persone e gruppi affrontano la realtà di doversi muovere o la voglia di volerlo fare».⁵

Oltre alle persone, in movimento nel mondo ci sono anche le immagini mediatiche. Mentre nel passato vi erano le persone in movimento ma non le immagini, oggi, invece, accanto alle persone in movimento vi sono anche le immagini.

Il panorama delle immagini in movimento è il *mediorama*, che è la distribuzione delle capacità dei media elettronici di produrre e diffondere immagini e informazioni.⁶ In altre parole, la televisione, i video, ecc., forniscono agli spettatori di tutto il mondo un insieme variegato di immagini in cui i confini tra ciò che è realtà e ciò che è *fiction* sono estremamente labili, soprattutto per le persone che vivono lontano dalle realtà che sono rappresentate dalle immagini. Queste narrazioni mediatiche «offrono a coloro che li utilizzano o modificano una serie di elementi (come personaggi, trame e forme testuali) con i quali è possibile dar forma a sceneggiature di vite immaginate, vite degli spettatori stessi ma anche vite di altri che vivono altrove. Queste sceneggiature possono essere disaggregate (e di fatto lo sono) in insiemi complessi di metafore per mezzo di cui la gente vive⁷ e aiutano a costruire narrazioni dell'Altro e narrazioni di vite possibili, fantasie che potrebbero diventare premesse al desiderio di acquisizione e movimento».⁸

Il *finanziorama*, invece, è costituito dal movimento dei capitali finanziari che si spostano continuamente e molto velocemente da un

⁵ *Ibid.*, 53.

⁶ Cfr. *ibid.*, 55.

⁷ Cfr. G. LAKOFF, M. JOHNSON, *Metafora e vita quotidiana*, Milano 1998.

⁸ A. APPADURAI, *Modernità in polvere*, cit., 56.

capo all'altro del pianeta, alla ricerca del mercato finanziario che può offrire loro le maggiori opportunità di guadagno momento per momento, anche se si tratta di piccoli scarti percentuali.

L'ideorama, così come il *mediorama*, è formato da concatenazioni di immagini, con la differenza che si tratta di immagini politiche legate a ideologie, contro-ideologie e movimenti politici.

Secondo Appadurai gli ideorami: «si compongono di elementi della versione mondiale dell'Illuminismo che consiste in una serie di idee, termini e immagini, tra cui libertà, benessere, diritti, sovranità, rappresentanza e il termine principe, democrazia».⁹

Queste idee circolano e si insediano in culture sociali con tradizioni radicalmente diverse, perdendo la loro coerenza interna e manifestandosi spesso in rozze traduzioni.

Infine, il *tecnorama* è costituito dal movimento delle tecnologie e non solo per quanto riguarda la loro diffusione e vendita in ogni parte del mondo, ma anche per l'insediamento di centri di produzione delle tecnologie in luoghi in cui sino a quel momento era assente qualsiasi tradizione produttiva o di ricerca in ambito scientifico/tecnologico.

Questo perché «l'iniqua distribuzione della tecnologia, e quindi la peculiarità di questi tecnorami, sono sempre più dovute non a qualche ovvia economia di scala, o al controllo politico o alla razionalità del mercato, ma a relazioni sempre più complesse tra flussi di denaro, possibilità politiche e disponibilità di forza lavoro altamente specializzata e comune».¹⁰

Questi cinque panorami dello spazio-velocità costituiscono i fattori più importanti alla base della rottura del legame delle persone con la loro terra che nel passato era considerata madre. Tra l'altro, questi flussi hanno fatto e fanno sì che nello stesso spazio fisico vivano persone che abitano spazi-velocità diversi, ossia culture diverse e ciò crea una pluralità di identità culturali che insistono nello stesso territorio.

⁹ *Ibid.*

¹⁰ *Ibid.*, 54.

L'esempio più evidente di questo fenomeno è dato dagli immigrati che attraverso i media elettronici possono restare in contatto con la cultura e l'immaginario del proprio Paese: il tassista pakistano che nel suo taxi a New York ascolta la cassetta dell'omelia del *mullah* del suo villaggio natale, speditagli dai suoi parenti rimasti in Pakistan; o, ancora, l'immigrato turco che in Germania ogni sera vede i programmi televisivi del suo Paese di origine. Per non parlare delle possibilità offerte da internet, non solo di contatti in tempo reale con i propri connazionali, ma anche, più semplicemente, di leggere i quotidiani appena editati dei propri Paesi di origine.

Questo fa sì che mentre nel passato era sufficiente una generazione per sviluppare un profondo sentimento di appartenenza al territorio e, quindi, alla cultura del Paese di emigrazione, oggi in molte realtà non siano sufficienti tre generazioni.

Il fenomeno della de-territorializzazione, tuttavia, non riguarda solo gli immigrati ma anche i nativi che non vivono più il territorio come luogo in cui si manifesta la loro cultura e la maternità della terra, ma semplicemente come uno spazio familiare funzionale alle loro attività personali e pubbliche. Non solo, in quello spazio la loro vita segue, oltre a quelli culturali tradizionali, modelli di tipo tecnico-scientifico-universalistico, che sono cioè simili in ogni parte del mondo. Infatti, una delle caratteristiche delle società complesse contemporanee è quella dell'aver reciso parte delle proprie radici storiche culturali e di averle sostituite con alcune derivazioni del modello culturale, definito a suo tempo da Paul Ricoeur "universalismo tecnico-scientifico".

Questa espressione indica quell'insieme culturale generato, da un lato, dall'applicazione alla vita quotidiana dei modelli veicolati dall'industrialismo e prodotti dalla cosiddetta razionalità tecnico-scientifica e, dall'altro lato, dall'espansione dei consumi universali, di beni cioè uguali in ogni parte del mondo, con la conseguente omogeneizzazione degli stili di vita.

Si può dire che i media elettronici, e la televisione in particolare, creando lo spazio-velocità, hanno anche dato un notevole contributo

alla rottura del legame che univa determinati comportamenti, atteggiamenti e stili di vita a specifici spazi fisici e simbolici o territori.

Questo legame era costituito, da un lato, dalle convenzioni situazionali che fissavano per i vari luoghi i comportamenti appropriati e, dall'altro lato, dal fatto che chi stava nello stesso luogo condivideva delle informazioni e dei valori particolari. Informazioni che potevano essere conosciute solo all'interno di quel particolare territorio e non altrove.

Alcuni studiosi hanno rilevato come la televisione, rompendo questo legame tra collocazione fisica e cultura sociale, abbia confuso identità di gruppo che un tempo erano separate. Questo è avvenuto perché gli individui, attraverso i media elettronici, sono sfuggiti, dal punto di vista informativo, ai gruppi ancorati in un territorio definito e nello stesso tempo hanno invaso altri territori cui erano estranei, peraltro senza neppure entrarci.¹¹ Ciò ha profondamente messo in crisi l'identità di gruppo che, com'è noto, si fonda sulla condivisione di sistemi simbolici particolari. Di conseguenza, sia la diffusione agli "estranei" dei contenuti del sistema simbolico legato al proprio territorio, sia il venire a conoscenza dei sistemi simbolici presenti in altri territori ha, di fatto, prodotto un'omogeneizzazione dei territori, che è il primo passo verso la deterritorializzazione.

All'interno della deterritorializzazione è in corso anche una rapida e per ora irreversibile espansione, prodotta sempre dallo sviluppo dello spazio-velocità, di quegli spazi particolari che Marc Augé ha chiamato "nonluoghi". Occorre tenere presente che per quest'antropologo il luogo è uno spazio umanizzato che assolve tre funzioni: identitaria, relazionale e storica. Infatti, i luoghi offrono a chi appartiene a essi un'identità, rendendolo riconoscibile sia a chi è all'interno sia a chi è all'esterno del luogo, lo inseriscono in un sistema di relazioni particolari tipiche di quel luogo e, infine, gli offrono una memoria e una tradizione che lo fanno sentire parte di una storia. Seppur letto da

¹¹ Cfr. J. MEYROWITZ, *Oltre il senso del luogo*, Bologna 1993.

una prospettiva concettuale diversa, il luogo è nient'altro che un modo diverso di declinare, ad esempio, la città.

I “nonluoghi”, sono spazi umanizzati che a differenza dei luoghi non offrono alcuna identità, non inseriscono le persone che sono presenti in essi in sistemi relazionali particolari e in una storia. Concretamente, essi sono tanto le installazioni necessarie per la circolazione accelerata delle persone e dei beni, quanto i mezzi di trasporto stessi, o i grandi centri commerciali o, a livello micro, i bancomat e i distributori automatici di bevande.

La vita delle persone nelle aree urbane si svolge in una sorta di pendolarismo tra lo spazio deterritorializzato e i nonluoghi.

Questo produce un ulteriore indebolimento dell'identità storico-culturale degli individui, un loro inserimento in sistemi relazionali anonimi e massificati, in cui i sistemi simbolici non offrono più chiavi significative e particolari di interpretazione dello spazio e del tempo in cui gli stessi individui abitano.

LA CRISI DELLE COMUNITÀ TERRITORIALI

E LA NASCITA DELLE COMUNITÀ DI DESTINO E DI SENTIMENTO

Da quanto detto sinora appare evidente che nella storia umana il territorio è strettamente intrecciato con la comunità, cioè, con quel gruppo di uomini che, nello stesso spazio-tempo, condividono scopi comuni e i cui progetti di vita individuali sono reciprocamente legati da un vincolo di solidarietà.

In un passato anche recente, comunità e territorio erano, di fatto, due elementi complementari del mondo umano, in cui l'uno non poteva dirsi senza l'altro.

Come si è appena detto definendola, la comunità, nelle sue varie forme e manifestazioni culturali, è sempre stata il luogo in cui le persone potevano inscrivere il proprio progetto personale di vita all'interno di un progetto collettivo e, quindi, condividerlo attraverso i vincoli di solidarietà e altruismo. Oggi, in questa fase storica, si assiste, invece, all'attribuzione all'individuo di una centralità assoluta

che gli assegna, in modo esclusivo, l'onere di tessere l'ordito della sua vita e la responsabilità totale del successo o del fallimento, che cade principalmente sulle sue spalle. In altre parole, è in atto, come sostiene Bauman, la liquefazione dei legami comunitari e ciò fa sì che le comunità assumano sempre di più la funzione di semplici contenitori di progetti individuali.

La liquefazione dei legami comunitari tocca anche quella particolare comunità che è la famiglia, che perde la sua caratteristica di luogo di un progetto condiviso per divenire, in molte situazioni, il luogo della convivenza, all'interno di una relazione d'intimità, di progetti individuali reciprocamente impermeabili.

In queste comunità, nessun membro è disponibile a rinunciare a una parte del proprio progetto personale per sostenere quello dell'altro o la costruzione di un progetto che realizzi il bene comune.

Tuttavia, accanto alla liquefazione dei legami nelle comunità territoriali si sta assistendo, grazie alla rete di comunicazione disegnata dai media elettronici, alla nascita di tipi di comunità che Appadurai definisce "comunità di sentimento" e che sono formate da persone che immaginano e sentono collettivamente. Infatti, «la fruizione collettiva dei mass media, soprattutto film e video, può creare sodalizi di culto e carisma». ¹² Questi sodalizi «sono comunità in sé, ma sempre potenzialmente comunità per sé, in grado di muoversi dall'immaginazione condivisa all'azione collettiva». ¹³

Questo indica chiaramente che alla crisi del territorio definita de-territorializzazione, corrisponde la crisi delle comunità localizzate al suo interno e la nascita di comunità de-territorializzate, in cui il legame di prossimità fisica è sostituito da quello di prossimità virtuale.

Sono comunità che abitano quasi esclusivamente lo spazio-velocità.

L'uomo contemporaneo, divenuto anfibio perché abita contemporaneamente lo spazio-tempo e lo spazio-velocità, può vivere alcuni momenti della sua vita all'interno di comunità tradizionali e altri momenti

¹² A. APPADURAI, *Modernità in polvere*, cit. 22.

¹³ *Ibid.*, 23.

all'interno di comunità di destino o di sentimento. Questi ultimi tipi di comunità sono in grado di esercitare sulle persone che le abitano la stessa, se non maggiore, influenza delle comunità tradizionali. Quelle in cui questa influenza è molto più forte sono definite, non casualmente, comunità di destino.

Tra l'altro, oggi alcune associazioni terroristiche sono configurate come comunità di destino. La più famosa è senz'altro Al Qaeda. Essa, infatti, è una comunità non allocata in un territorio particolare e i legami tra i suoi membri sono prevalentemente costituiti dalla rete di internet, dalla circolazione di video e di altri media.

L'AFFERMAZIONE DEL PENSIERO BREVE, LA CRISI DELLA LINGUA, DELLA DIALETTICA E DELLA DIALOGICITÀ

Le tecnologie post elettroniche hanno reso possibile per ogni essere umano una conoscenza globalizzata, troppo grande per poter essere memorizzata e, quindi, fatta propria dai singoli individui. Per fronteggiare questo compito impossibile, l'uomo ha delegato a questi stessi strumenti tecnici il compito di immagazzinare le conoscenze e di restituirle al momento opportuno. Questa mediazione, che nel passato era svolta in modo certamente meno potente ed efficiente dalla scrittura, influenza profondamente le funzioni cerebrali dell'essere umano e le modifica.

Si deve ricordare a questo proposito che l'essere umano è l'unico mammifero che continua lo sviluppo dei suoi organi interni dopo la nascita, quando è già con gli occhi spalancati sul mondo. In particolare il cervello continua a svilupparsi in modo sequenziale sino ai quindici/sedici anni. E certamente questo sviluppo è influenzato dagli stili di vita e dagli strumenti che la persona utilizza in questo periodo.

Occorre anche tenere a mente che queste tecnologie non si limitano a svolgere una funzione sociale di vestali del sapere, ma costringono a usare chiavi di accesso adeguate al linguaggio della macchina e nello stesso tempo pretendono una sintonia funzionale. Ciò significa un modo di pensare, di organizzare il sapere funzionale alle esigenze

della macchina, che pretende semplificazione, chiarezza, univocità e soprattutto non richiede né astrazioni né concettualizzazioni.

Paradossalmente, abbiamo inventato la logica binaria per far funzionare i computer e ora quella stessa logica nella sua meccanicità ci istruisce e ci governa.

L'uomo contemporaneo pensa di essere più evoluto degli uomini del passato ma nello stesso tempo delega alle nuove tecnologie lo svolgimento di funzioni superiori che un tempo erano un compito esclusivo della sua mente e ciò fa sì che egli, invece di adattare le tecnologie alla sua mente, lasci che le tecnologie cambino la sua mente.

Un altro paradosso prodotto dalle tecnologie riguarda l'inversione di una tendenza che ha accompagnato l'essere umano dall'età preistorica sino ai tempi recenti, quella che ha condotto l'uomo a sviluppare progressivamente la complessità del suo pensiero. Infatti, oggi, si cerca di regredire dalla complessità e di andare verso forme di pensiero semplici perché, di fatto, la macchina restringe il potenziale cognitivo delle persone.

Per comprendere quest'affermazione, è necessario ricordare che la scrittura «impone al cervello una metodologia analitica, lo impegna a misurare e a riflettere sulla sequenzialità e la logica dei concetti. Invece la comunicazione digitale perde di vista il suo obiettivo e diventa un modello usato oltre le sue funzioni originarie, finendo per inibire il pensiero logico. Per ridurlo nella sua complessità, sacrificarlo entro i limiti angusti di una sintesi forzata, dove si perde la potenzialità del discorso. Il pensiero si fa breve, contenuto, impoverito. Prende il posto del pensiero debole: paradigma di un modello cognitivo in cui la mente si adagia per comodità e pigrizia. Ci serviamo di conoscenze immediate, utili, di servizio; apprese disordinatamente e che si dimostrano frammentarie. “Il nostro modo di conoscenza parcellizzato – dice Morin – produce ignoranze globali” ».¹⁴

¹⁴ C. BORDONI, *Ostaggi del pensiero breve*, in: “Corriere della Sera”, 27 gennaio 2013, 4.

Sembra che le tecnologie elettroniche stiano conducendo l'uomo contemporaneo al compimento della profezia di Nietzsche circa l'evoluzione del pensiero e la sua riduzione a strumento pratico.

Un riverbero di questa trasformazione indotta dalle tecnologie si manifesta nella crisi che investe la lingua e in particolare la parola.

LA CRISI DELLA PAROLA

Per comprendere questa crisi è necessario ricordare che un segno linguistico deriva il suo significato tanto dal suo opporsi e distinguersi dagli altri segni del sistema linguistico, quanto dalla sua relazione con l'oggetto mentale e/o fisico cui rimanda. Nelle culture delle società in cui è in atto la polverizzazione della modernità la parola è andata sempre di più autonomizzandosi dall'oggetto per manifestare il suo significato quasi esclusivo in relazione con le altre parole. In conseguenza di ciò la parola si è fatta astratta perdendo la sua "cosalità".

La parola greca *logos* ha prevalso sulla parola ebraica *davar*. Sergio Quinzio interpretava questo fenomeno affermando che in ebraico *davar* oltre che parola significa cosa, mentre in greco *logos* oltre che parola significa pensiero, concetto, idea astratta.

Questo differente modo di intendere e di usare la parola si manifesta nei differenti modelli culturali del mondo greco e di quello ebraico. Infatti, mentre nella tradizione ebraica la parola è lo strumento che l'uomo ha a disposizione per dominare la realtà del mondo storico che abita, e la verità è la fedeltà dell'uomo nella vita quotidiana all'alleanza con Dio e delle parole a ciò per cui in qualche modo stanno; nel mondo greco, invece, la parola rimanda all'essenza della realtà, ai concetti astratti o ideali che la realtà nasconde o maschera e la verità, conseguentemente, consiste nel portare alla luce, nello svelare queste essenze nascoste.

Non è un caso che si assista nella Bibbia a cambiamenti di nome da parte di alcuni personaggi quando essi cambiano il loro ruolo, «perché il nome non soltanto designa, ma partecipa della realtà nominata».¹⁵

Nell'orizzonte ebraico la parola dà immediatamente la cosa che nomina, nell'orizzonte greco, invece, la parola media il rapporto dell'uomo con la cosa. La forza del rapporto tra parola e cosa nominata è evidente nella *Genesi*, dove ogni atto di creazione è preceduto dalle parole: "Dio disse", perché Dio crea con la parola. È significativo poi, nel secondo racconto della creazione in *Genesi*, l'episodio in cui «il Signore Dio plasmò dal suolo ogni sorta di animali selvatici e tutti gli uccelli del cielo e li condusse all'uomo, per vedere come li avrebbe chiamati: in qualunque modo l'uomo avesse chiamato ognuno degli esseri viventi, quello doveva essere il suo nome» (*Gn* 2, 19). Il Signore Dio affida all'uomo il dominio del creato chiedendogli di nominare le cose da lui create. È la parola che dà all'uomo il dominio sulla creazione. Quest'antica concezione del rapporto tra parola e cosa è presente in tempi moderni in alcuni pensatori radicati nell'ebraismo e nella tradizione chassidica. Non è un caso che il fondatore del chassidismo, Israel Ben Eliezer, sia chiamato *Baal Shem Tov*, Maestro del Santo Nome di Dio. Egli deve questo soprannome alla sua capacità di guarire miracolosamente pronunciando o scrivendo le lettere dei nomi di Dio.

All'interno della concezione ebraica del rapporto tra nome e cosa spicca in modo particolare la riflessione di Walter Benjamin per il quale: «L'uomo comunica la propria essenza spirituale nella sua lingua. Ma la lingua dell'uomo parla in parole. L'uomo comunica quindi la sua propria essenza spirituale nominando tutte le altre cose».¹⁶ È il nome che consente all'uomo di conoscere l'essenza delle cose e facendo questo coopera alla creazione divina perché «la creazione di Dio si completa quando le cose ricevono il loro nome dall'uomo».¹⁷ Il nome delle cose per Benjamin non è il prodotto del caso e di una convenzio-

¹⁵ S. QUINZIO, *Radici ebraiche del moderno*, Milano 1990, 48.

¹⁶ W. BENJAMIN, *Sulla lingua in generale e sulla lingua degli uomini*, in: ID., *Angelus Novus. Saggi e frammenti*, Torino 1962, 56.

¹⁷ *Ibid.*, 57.

ne, perché Dio compie la creazione della natura secondo il ritmo: sia (fiat) – fece (creò) – nominò.

«In questo *fiat* e nel “nominò”, all’inizio e alla fine degli atti, appare ogni volta la profonda e chiara relazione dell’atto della creazione alla lingua. Esso ha inizio con l’onnipotenza creatrice della lingua, e alla fine la lingua si incorpora, per così dire, l’oggetto creato, lo nomina. Essa è quindi ciò che crea e ciò che compie, è il verbo, è il nome. In Dio il nome è creatore perché è verbo, e il verbo di Dio è conoscente perché è nome».¹⁸

E più avanti: «Mediante la parola l’uomo è unito con la lingua delle cose. La parola umana è il nome delle cose. Così non può sorgere l’idea, corrispondente alla concezione borghese della lingua, che la parola si rapporti alla cosa casualmente, che essa sia un segno delle cose (o della loro conoscenza) posto mercé una qualche convenzione. La lingua non dà mai puri segni».¹⁹

La concezione di Benjamin è compendiata nella conclusione del suo saggio sulla lingua laddove scrive: «La lingua di un essere è il medio in cui si comunica il suo essere spirituale. Il fiume ininterrotto di questa comunicazione scorre attraverso tutta la natura, dall’infimo esistente fino all’uomo e dall’uomo a Dio. L’uomo si comunica a Dio mediante il nome che dà alla natura e ai suoi simili (nel nome proprio), e alla natura dà il nome secondo la comunicazione che ne riceve, poiché anche l’intera natura è traversata da una lingua muta e senza nome, residuo del verbo creatore di Dio, che si è conservato nell’uomo come nome conoscente e – sopra l’uomo – come sentenza giudicante. La lingua della natura si può paragonare a una parola d’ordine segreta che ogni posto trasmette all’altro nella sua propria lingua, ma il contenuto del motto è la lingua del posto stesso. Ogni lingua superiore è traduzione dell’inferiore, finché si dispiega, nell’ultima chiarezza, la parola di Dio, che è l’unità di questo movimento linguistico».²⁰

¹⁸ *Ibid.*, 61.

¹⁹ *Ibid.*, 63.

²⁰ *Ibid.*, 70.

Un grande amico di Benjamin, Gershom Scholem, sostiene, assumendo il punto di vista della qabbalah, che «il nome di Dio è il “nome essenziale” che è all’origine di ogni linguaggio [...] conferendogli, almeno potenzialmente, un’intelligenza incommensurabile e infinitamente ricca delle cose».²¹ Aggiunge però che a causa della crisi del linguaggio che attraversa l’epoca contemporanea, noi non siamo più in grado di scorgere il segreto che lo abitava quando era «concepito come un assoluto» e l’uomo «credeva in un mistero che nel linguaggio si può intendere».²²

Come si è prima detto, in conseguenza di questa diversa concezione della parola compare nelle due culture, greca e giudaica, anche un diverso modo di intendere la verità. Infatti, nel mondo greco la verità consiste nel portare alla luce, nello svelare le essenze nascoste attraverso il passaggio dall’illusione dell’apparenza alla realtà delle idee, mentre in quello ebraico la verità è semplicemente la fedeltà nella vita quotidiana all’alleanza da parte sia di Dio sia dell’uomo.

Questo spostamento della parola verso l’astratto e il suo mondo – l’immaginario – rompe quell’equilibrio tra *davar* e *logos* che ha caratterizzato dopo l’avvento del cristianesimo la cultura dell’Occidente.

Questa trasformazione profonda della parola, insieme a quella convergente promossa dallo sviluppo delle comunicazioni digitali, ha facilitato lo sradicamento delle persone dalla realtà che occupa una porzione dello spazio-tempo e la loro emigrazione nella iperrealità del mondo immaginario che abita lo spazio-velocità.

Una seconda trasformazione rilevante riguarda la dimensione sintattica della lingua. Essa, infatti, sta perdendo la sua struttura logica lineare consequenziale per assumere quella di una struttura d’insieme.

Ciò è stato prodotto sia dalla sostituzione della logica della lingua con quella tipica della comunicazione visiva, sia dall’avvento del tempo spazializzato. I risultati devastanti di questa trasformazione sono evidenti sia nell’uso della lingua parlata, sia in quello della lingua scritta e

²¹ G. SCHOLEM, *Il Nome di Dio e la teoria qabbalistica del linguaggio*, Milano 1998, citato in: S. QUINZIO, *Radici ebraiche del moderno*, cit., 126.

²² *Ibid.*, 127.

riguardano tanto la sua efficacia comunicativa quanto l'incapacità delle persone che la usano di strutturare gli eventi in una logica temporale di tipo storico. Una logica in cui esiste un nesso, una trama, che lega ciò che accade prima con ciò che accade dopo e, quindi, l'attribuzione a essi di un significato che trascende quello contingente dei singoli eventi e che è prodotto dalla loro sequenza, dal loro intreccio. La logica lineare consequenziale della lingua appartiene alla nootemporalità, mentre quella d'insieme delle immagini appartiene all'atemporalità del tempo spazializzato.

L'effetto pratico di questo è che quando, ad esempio, le persone su cui agisce questa trasformazione logica devono raccontare un'esperienza lo fanno con una sequenza di flash, con una sequenza cioè di micro episodi che vengono raccontati senza rispettare l'ordine temporale in cui sono stati vissuti e senza l'indicazione degli eventuali nessi causali che li legano. Di solito l'ascoltatore fa una certa fatica a comprendere l'esperienza narrata da queste persone, salvo che non registri i loro racconti e poi li trascriva collocando tutti i flash ben separati tra di loro su un grande cartellone. La lettura del cartellone avverrà utilizzando la sintassi dell'immagine, collegando cioè i vari flash in una sorta di mappa concettuale. A questo punto il racconto sarà molto più chiaro perché esso è stato restituito alla sua struttura logica originaria: quella dell'immagine. Infatti, chi racconta in questo modo, di fatto, costruisce un'immagine sonora e non una storia nel senso tradizionale.

Come già detto prima, il risultato di questa trasformazione della sintassi della lingua è la formulazione di discorsi in cui i vari frammenti non si legano tra di loro in una trama, perché stanno semplicemente l'uno accanto all'altro in un insieme atemporale.

In altre parole, ogni frammento del discorso entra in relazione con gli altri solo attraverso una prossimità spaziale e senza perciò dare vita a una storia, quindi senza legarsi agli altri attraverso quei nessi causali che fanno sì che ciò che accade prima, anche se non lo causa, è perlomeno presente in ciò che segue.

Se la prima trasformazione contribuisce a indebolire il legame dell'uomo con le cose e, quindi, con la loro spiritualità, la seconda separa l'uomo dalla storia, intesa come il legame che rende solidali le

vite delle persone che abitano tempi diversi e la stessa vita che ogni persona ha vissuto nell'arco di tempo che congiunge la sua nascita con la sua morte.

LA CRISI DELL'IMMAGINE

Le immagini, differentemente dalle fantasticherie, sono strettamente intrecciate con il simbolo, perché, come ricorda Eliade, il simbolo non funziona su oggetti, ma su immagini e, come rimarca Vidal, noi «cominciamo ad aprire gli spazi dell'esistenza simbolica quando le realtà che ci circondano o quelle che ci abitano cessano di essere oggetti e diventano immagini. Si ha un passaggio dall'oggetto all'immagine, dal momento in cui si accenna l'esperienza simbolica».²³

Il passaggio dall'oggetto all'immagine fa sì che la realtà, una volta trasformata in immagine, divenga più duttile e dinamica, mentre l'oggetto che la origina divenga un principio di unità e di totalità. L'immagine conduce oltre l'oggetto attraverso due movimenti. Il primo è quello che consente alla persona l'unità con sé stessa o, con altro linguaggio, l'essere sé stessa, mentre il secondo è quello che la conduce verso l'appartenenza alla totalità, a essere altro da sé stessa.

Come afferma Vidal questo è possibile perché l'immagine respira: «essa ha un "inspiro", quando ricorda questa unità, e un "espiro" quando rimanda alla totalità. Vivere un'immagine è respirare sia l'universo sia l'uomo. È un al di là della respirazione fisica del nostro corpo, ma un al di là legato dinamicamente. Si ha una correlazione, a condizione che l'immagine viva veramente e che viva come simbolo. Così potremo già, se volete, illustrare e forse capire meglio questo proposito dell'apostolo Paolo: "La creazione attende la rivelazione dei figli di Dio" (*Rm* 8, 19). Questa liberazione inizia nella misura in cui le realtà che ci circondano non sono più oggetti come nella logica razionale. Cominciamo allora a fare correlativamente di questi oggetti delle

²³ J. VIDAL, *Sacro, simbolo e creatività*, Milano 1992, 45.

immagini e a scoprire che queste immagini respirano come respira il corpo umano».²⁴

Non solo. Quando le immagini producono il processo dinamico di unità e di totalità, riescono a risvegliare la coscienza, a collegare il mondo esteriore con quello interiore e, quindi, a liberare la creatività umana.

A questo punto è però necessario precisare che cosa s'intende con la parola "immagine" utilizzando la definizione di Mircea Eliade. Per questo autore l'immagine è una rappresentazione, l'imitazione di un modello esemplare che viene continuamente riattualizzato attraverso l'immaginazione, e cioè attraverso la facoltà di rappresentare le cose non date attualmente alla sensazione. Tra l'altro, Eliade sottolinea come l'aver immaginazione sia segno di ricchezza interiore, perché è il flusso ininterrotto e spontaneo di immagini che consente di vedere il mondo nella sua totalità. Infatti, la missione, il potere delle immagini è quello di mostrare tutto ciò che rimane refrattario al concetto.

«Sul piano etimologico "immaginazione è solidale con *imago*, "rappresentazione, imitazione" e con *imitor*, "imitare, riprodurre"».²⁵

Di solito poi l'immagine non è portatrice di un solo significato, ma di un fascio di significati reciprocamente interdipendenti anche se appartenenti a piani diversi. L'immagine appartiene allo stesso piano conoscitivo del mito, anche se ne differisce profondamente, perché l'uno è discorso e l'altra rappresentazione. Tuttavia l'immagine è anch'essa una forma di pensiero complementare a quello razionale-scientifico.

Un esempio di immagine è costituito da quello della "madre", che ha in sé il ricordo di una esistenza beatifica già vissuta dall'umanità, anche solo come promessa.

L'immagine della madre non è traducibile, ad esempio, in "discorso" perché si rischia di banalizzarla, di degradarla evidenziando solo alcuni aspetti ed escludendone altri. Basta vedere, a questo proposito,

²⁴ *Ibid.*, 47.

²⁵ M. ELIADE, *Immagini e simboli*, Milano 1980, 22.

la fine che ha fatto questa immagine tra le mani di Freud all'interno del cosiddetto complesso edipico.

Come prima detto parlando della sceneggiatura della vita, le immagini prodotte e diffuse dai *mediorami* sono più simili alla fantasmagoria, e sono nient'altro che la consolazione offerta da una fuga dalla realtà verso un mondo o una situazione immaginaria, in cui la persona vive in modo simulato ciò che non può vivere concretamente nella sua vita quotidiana.

Questa fuga offre certamente una consolazione, ma rende la persona ancora più incapace di diventare protagonista del cambiamento della realtà in cui vive.

Mentre l'autentica immaginazione radica le persone nel reale, anzi ne svela l'essenza intima, quella che è originata dai *mediorami* le sradica e dematerializza il loro mondo.

Si è qui in presenza di un vero e proprio paradosso, perché l'immaginazione autentica, attraverso la trasformazione degli oggetti del mondo in immagini, fa entrare la persona in un contatto profondo con la realtà, mentre l'immaginazione mediatica con la rappresentazione di oggetti "reali" conduce la persona in un mondo virtuale, dematerializzato.

Infatti, l'immaginario mediatico sembra aver dilatato enormemente le conoscenze di cui le persone sono in possesso, mentre in realtà ha solo reso astratti gli oggetti del loro conoscere.²⁶

L'immagine come rappresentazione ha decretato la morte dell'immagine autentica e, conseguentemente, dell'immaginazione ridotta spesso a pura rappresentazione. Questo imprigiona sempre di più l'uomo nell'immanenza perché l'immaginazione simbolica è la via che consente all'uomo di cogliere nell'immanente i segni del trascendente, dell'invisibile nel visibile.

Con una battuta si potrebbe affermare che l'immaterialità del virtuale ha scacciato l'uomo dall'immaterialità dello spirituale, che era però aperta alla realtà materiale o spazio-temporale attraverso le ierofanie.

²⁶ Cfr. M. AUGÉ, *Nonluoghi*, Milano 1993.

CONCLUDENDO

In questa relazione ho cercato di evidenziare esclusivamente gli aspetti problematici della rivoluzione digitale post elettronica, dando per scontati tutti i vantaggi e gli aspetti positivi che essa ha generato. Quest'approccio, per qualcuno forse eccessivamente critico, è motivato dalla preoccupazione della difesa dell'umano che alcuni aspetti di questa rivoluzione rischiano di distruggere o snaturare.

Infatti, le tecnologie, come ricordava McLuhan, sono armi a doppio taglio perché manifestano sempre, da un lato, un potenziale evolutivo, liberatorio e, dall'altro lato, un altro regressivo della condizione umana.

Sta a chi si prende cura dell'umano operare per creare gli opportuni antidoti necessari a far sì che ogni progresso tecnologico sia il più possibile esente dagli aspetti regressivi o che comunque questi siano controllati.

Affinché il controllo degli aspetti regressivi della rivoluzione digitale avvenga in modo efficace, è necessario operare sulla cultura sociale e sull'educazione, affinché l'utilizzo di queste tecnologie sia complementare e non sostitutivo delle qualità e dei processi che caratterizzano l'umano.

In altre parole, occorre educare le persone a reimparare a “contare i giorni”, a riscoprire la propria vita come una storia, a percepire il passato e il futuro nel loro presente, a ritessere relazioni comunitarie in cui la cura per la diversità e l'unicità dell'altro diviene cura per la diversità e l'unicità del proprio io, a riappropriarsi della lingua e della fedeltà delle parole alle cose che indicano, a riscoprire le vie alla trascendenza che le immagini e i simboli svelano e, infine, all'esercizio, nella solitudine e nel silenzio, del pensiero complesso.

Tra l'altro, è solo quando il frastuono della comunicazione che proviene dall'esterno cessa che la persona può udire la voce del Signore. L'esperienza di Elia continua a insegnarci molto a questo proposito: «Ci fu un vento impetuoso e gagliardo da spaccare i monti e spezzare le rocce davanti al Signore, ma il Signore non era nel vento. Dopo

il vento, un terremoto, ma il Signore non era nel terremoto. Dopo il terremoto, un fuoco, ma il Signore non era nel fuoco. Dopo il fuoco, il sussurro di una brezza leggera. Come l'udì, Elia si coprì il volto con il mantello, uscì e si fermò all'ingresso della caverna» (1 Re 19, 11-13).

Concludendo, è opportuno ricordare che per consentire all'umano di svelarsi e svilupparsi nella sua pienezza in questo tempo digitale non è sufficiente il solo appropriarsi degli strumenti tecnologici e la realizzazione di un loro uso alternativo, ma è necessario creare i limiti culturali e, quindi, le forme entro cui declinarne l'uso. E queste forme sono prodotte dalla cultura e dalla voce interiore che nutre la coscienza, che altro non è, come ricordava Agostino, che il dialogo dell'anima con sé stessa.

Identikit dell'uomo dell'era digitale: un grande potere in fragili mani

TONINO CANTELMÌ^{1*}

UNA INDISPENSABILE PREMESA

La “società incessante” è sempre attiva, sempre più incapace di staccare la spina. *Inability To Switch Off* (ITSO): così si chiama la sindrome che affligge i *workalcoholic* del terzo millennio, sempre lì a digitare, a *twittare*, a condividere, senza differenze tra giorno e notte, tra feriale e festivo, tra casa e ufficio, come se fosse avviata verso una colossale dipendenza dalla “connessione”.¹

Poco più di dieci anni fa presentai in un congresso di psichiatria a Roma i primi quattro casi italiani di dipendenza da internet.²

Queste osservazioni, arricchite da successivi contributi di molti ricercatori italiani, diedero vita a un vasto percorso di ricerca, che ha avuto come obiettivo l'esplorazione della mente umana proprio mentre iniziava una fatale e ancora imprevedibile mutazione antropologica, quella dei “nativi digitali”,³ gli abitanti del mondo tecnoliquido postmoderno.

* Docente di Psicologia dello Sviluppo e dell'Educazione alla Libera Università Maria Santissima Assunta (LUMSA) di Roma e di Psicopatologia alla Pontificia Università Gregoriana.

¹ Cfr. A. GRASSO, *Essere continuamente connessi, nuova malattia del nostro tempo*, in: “Corriere della Sera”, 5 gennaio 2012.

² Cfr. T. CANTELMÌ et al., *La mente in internet*, Padova 2000.

³ Cfr. T. CANTELMÌ et al., *Avatar*, Roma 2010.

La “società incessante” è caratterizzata, infatti, dall’abbraccio ineludibile tra il mondo liquido,⁴ così come annunciato da Zygmunt Bauman, e la rivoluzione digitale così come proposta da Steve Jobs.

Ecco perché nell’oscurità del postmoderno parliamo di “tecnoliquidità”, quale nuovo paradigma esplicativo dell’espressività fenomenologica della mente tecnoliquida.

La ricerca di emozioni (*sensation seeking*), il narcisismo pervasivo e l’ambiguità sono esaltati dalla tecnologia, definendo così le caratteristiche dell’uomo postmoderno nell’era digitale.

In altri termini, la rivoluzione digitale e la virtualizzazione della realtà intercettano, esaltano e plasmano alcune caratteristiche dell’uomo liquido: il narcisismo, la velocità, l’ambiguità, la ricerca di emozioni e il bisogno di infinite relazioni *light*. La caratteristica fondamentale della socialità tecnoliquida è la tecnomediazione della relazione. Come osserva Maria Laura Rodotà, «leggere le conclusioni del TESS (*Time-Sharing Experiment for the Social Sciences*, un programma che studia e analizza i rapporti sociali) fa sentire un po’ soli. Al netto della caterva di amici di *Facebook*, dei colleghi, di quelli con cui ci si vede a cena, degli amici di amici o dei partners, dei compagni di calcetto o di aperitivo, gli amici veri restano due o tre [...] perché secondo Matthew Brashears della Cornell University» gli amici veri «sono ridotti a due. Nonostante o forse a causa della continua socialità virtuale».⁵

Queste osservazioni confermano che la virtualizzazione della relazione e la sua spiccata tecnomediazione eleggono una nuova forma di relazione: la connessione.

E che dire per esempio del *frictionless sharing*? La “connessione senza attrito” permetterà a *Facebook* di inviare aggiornamenti di stato dell’utente senza il suo permesso: ogni volta che guarderemo un video su *YouTube* o leggeremo notizie su un giornale on-line o scaricheremo

⁴ Cfr. Z. BAUMAN, *Il buio del postmoderno*, Reggio Emilia 2011.

⁵ M.L. RODOTÀ, *Amici di Facebook... da record. Però quelli veri sono (solo) due* (<http://27esimaora.corriere.it/articolo/amici-di-facebook-da-record-pero-quelli-veri-sono-solo-due/>).

una immagine, una canzone o altro, *Facebook* lo comunicherà automaticamente agli altri utenti.⁶

I *social network*, abolendo ogni forma di distinzione tra privato e pubblico, trasformeranno l'amicizia in "condivisione"?

E se il *frictionless sharing* invece comprimerà lo spazio per la provocazione, per la critica, trasformando internet nella peggiore parodia della Silicon Valley, come sostiene Evgeny Morozov?⁷

Ecco, dunque, la nuova relazione: tecnomediata, affidata alla connessione e ricca di "condivisioni *online*".

In fondo, però, abbiamo la sensazione che la fine della società di massa e il transito nella tecnoliquidità postmoderna dovranno fare i conti con l'exasperazione della solitudine esistenziale dell'individuo.

E forse non sarà *Facebook*, né *Twitter* o neanche ogni altra forma di "socializzazione virtuale" a placare l'irriducibile bisogno di "incontro con l'altro" che è proprio dell'uomo e della donna di ogni epoca: il bisogno di "incontro con l'altro" nell'autenticità è così prepotente e vitale che oltrepasserà il mondo tecnoliquido.⁸ E se fosse la spiritualità e il suo recupero ad accompagnare l'uomo postmoderno verso una nuova ultramodernità dell'umano, come sosteneva Bauman?⁹

INTRODUZIONE: LA RETE DELLE RETI E IL SUO IMPIETOSO FASCINO SULLA MENTE UMANA

Il fascino impietoso e seduttivo di internet non sembra lasciar scampo: la rete delle reti è ora demonizzata e assimilata a un invincibile mostro divorante, ora invece esaltata e beatificata per le sue immense potenzialità. No, non c'è dubbio, la rete delle reti rappresenta comunque la vera, straordinaria novità del terzo millennio: presto gran parte

⁶ Cfr. E. MOROZOV, *Pedinati da Facebook*, in: "Corriere della Sera" – Il club de La Lettura, 2 novembre 2011, (<http://lettura.corriere.it/pedinati-da-facebook/>).

⁷ *Ibid.*

⁸ Cfr. M.R. PARSI, T. CANTELM, F. ORLANDO, *L'Immaginario Prigioniero. Come educare i nostri figli a un uso creativo e responsabile delle nuove tecnologie*, Milano 2009.

⁹ Cfr. Z. BAUMAN, *Il buio del postmoderno*, cit.

dell'umanità sarà in rete. Stiamo assistendo dunque a un cambiamento radicale e siamo forse di fronte a un passaggio evolutivo. L'uomo del terzo millennio, in altri termini, sarà diverso: la mente in internet produrrà eventi e cambiamenti che non potremo ignorare.

Tuttavia internet è solo uno dei tanti cambiamenti indotti dalla rivoluzione digitale, la cui tecnologia non può essere semplicemente interpretata come “strumenti”: la rivoluzione digitale è tale perché la tecnologia è divenuta un ambiente da abitare, una estensione della mente umana, un mondo che si intreccia con il mondo reale e che determina vere e proprie ristrutturazioni cognitive, emotive e sociali dell'esperienza, capace di rideterminare la costruzione dell'identità e delle relazioni, nonché il vissuto dell'esperire.

Come per ogni innovazione tecnologica, accanto agli iniziali entusiasmi giustificati dalle enormi potenzialità di questo mezzo, sempre più specialisti si sono interrogati sui rischi psicopatologici connessi all'uso e soprattutto all'abuso della rete. In particolare si è ipotizzata l'esistenza di una forma di dipendenza dalla rete, definita IAD: *Internet Addiction Disorder*. In realtà non dovremmo trascurare il fatto che tutto nacque per un fantastico scherzo planetario: uno psichiatra americano fece girare in rete i criteri diagnostici per la dipendenza da internet, mutuati dal DSM-IV, il manuale diagnostico e statistico dei disturbi mentali. Come spesso succede in rete, la fantasia fu superata dalla realtà, sia pure virtuale: la dipendenza divenne un argomento straordinariamente attuale. Dibattuta, demonizzata, esaltata: la rete non colse la differenza fra realtà e scherzo. Altra beffa clamorosa fu l'invenzione di gruppi *online* di auto-aiuto per “retomani”. La IAD, quella vera e non la beffa, divenne un fenomeno noto al di fuori della rete quando nel 1996 la dottoressa statunitense Kimberly Young, dell'Università di Pittsburg, pubblicò la ricerca “*Internet Addiction: the emergence of a new clinical disorder*”, relativa allo studio di un campione di soggetti dipendenti dalla rete.¹⁰ Da allora a oggi sulla stampa

¹⁰ Cfr. K.S. YOUNG, *Caught in the Net*, New York 1998; trad. it.: *Presi nella rete. Intossicazione e dipendenza da internet*, prefazione di T. Cantelmi, Bologna 2000.

vengono continuamente riportate le vicissitudini dei soggetti affetti da questa nuova patologia. Anche le ricerche che ho presentato in Italia dal 1998 hanno avuto una eco sorprendente sulla stampa, amplificata dalle TV e dalle radio. L'eccessivo clamore dato dai mass media a tale argomento ha giustamente irritato gli utilizzatori di internet, che hanno percepito una sorta di ingiustificato attacco alla rete. Cosicché ho scoperto di essere stato oggetto di discussioni in alcune chat, ora nei *blog*, e di subire insulti e attacchi sui più noti *social network*. Questa reazione, se da un lato è assolutamente comprensibile, dimostra anche che le ricerche sulle cosiddette condotte psicopatologiche *online* hanno un reale interesse. Tuttavia, al di là del sensazionalismo, i problemi psicopatologici internet-correlati sono per alcuni psichiatri e psicologi (sempre più numerosi), tra cui me, affascinanti e nuovi, ma questo non vuol dire affatto che la rete sia un qualcosa di pericoloso e da evitare: più semplicemente ritengo che sia inevitabile studiare l'impatto che un mezzo così straordinario e, direi, così vitale ha sulla mente umana. Fenomeni che per ora sono descritti come psicopatologici potrebbero in realtà essere gli indicatori di una curiosa e a tratti incomprensibile evoluzione dell'uomo del terzo millennio (*homo tecnodigitalicus*).

In effetti le nuove tecnologie mediatiche, oltre a essere uno straordinario motore di cambiamento sociale e di trasformazione culturale, stanno aprendo territori sconfinati di studio e di ricerca per antropologi, sociologi, psicologi e psichiatri.

La rete delle reti, dunque, è l'unica, vera e inarrestabile novità del terzo millennio: come ogni novità porta con sé inevitabili contraddizioni e ineludibili problematiche. L'effetto dell'incontro tra l'uomo e tecnologie così straordinarie è senza dubbio un oggetto di studio interessante: gli psichiatri non hanno saputo resistere al suo fascino. Ecco perché ci incuriosiscono i *net-dipendenti*, i depressi della realtà virtuale, i *cybersex-dipendenti*, i *cybertravestiti*, i prigionieri delle MUD, gli innamorati in *chat* e tanti altri ancora, dai protagonisti delle *flame wars*, le liti furibonde in *chat*, a coloro che non possono smettere di informarsi, affetti come sono da quella strana patologia definita *Information Overload Addiction*.

La ragnatela mondiale cattura, avanza inarrestabile, esalta ed eccita: è lei la straordinaria protagonista dell'epoca della rivoluzione digitale. Che cos'è la rete, se non un immenso e sconfinato labirinto, luogo senza centro, anarchicamente disegnato e ridisegnato, spazio di ricerca al servizio di un'impresa conoscitiva straordinaria, ma anche dimensione dello smarrimento del sé e del percorso, attraverso la perdita del fine e dello scopo?

È dunque in atto una rivoluzione, *la rivoluzione digitale*, che, inaugurando affascinanti universi di conoscenza e di esperienza, ha già da ora modificato il registro delle nostre possibilità mentali e sensoriali, contribuendo a plasmare una nuova cultura e differenti forme e modalità di sentire il rapporto con sé stesso, con l'altro da sé e con il mondo. Proprio perché cariche di fascino, queste possibilità devono indurci a percepire e a riflettere criticamente circa i loro effetti sulla vita psichica e relazionale. Le dinamiche della vita reale si possono rivelare insufficienti e inadeguate a una vita in rete che è davvero tutta da inventare.

La comunicazione virtuale è caratterizzata da ipertestualità, ipermédialità, elevata velocità, sostanziale anonimato, giochi di identità, superamento dei normali vincoli spaziotemporali, parificazione dello status sociale, accesso a relazioni multiple, insorgenza di emozioni imprevedibili, anarchia e libertà di trasgressione: ingredienti straordinari per trasformare il cyberspazio in un'affascinante dimensione del nostro stesso vivere. In rete, dunque, è possibile amare, studiare, comprare, sognare, è possibile, in altre parole, vivere.

Le caratteristiche della comunicazione virtuale possono rendere la rete più agevole della realtà, anzi tanto gradevole da instaurare una sorta di dipendenza. Alcuni studi, che ho condotto con la collaborazione di molti psichiatri e psicologi, indicano che il dieci per cento dei navigatori è esposto a questo rischio: un dato inquietante e a mio parere eccessivo. È necessario studiare questo strano fenomeno dei *net*-dipendenti quando internet non sarà più un evento ma una ineludibile realtà. Alcuni soggetti poi presentano curiose regressioni. Ecco allora l'insorgere di un ritiro autistico, che prelude a fenomeni dissociativi anche gravi: la *trance* dissociativa da videoterminale, patologia rara, almeno per ora, che in Italia ha colpito poche decine di irriducibili navigatori. Fragilità pre-

gresse impietosamente esaltate dalla rete? Forse. Potenza straordinaria della rete stessa? Forse. I prossimi studi definiranno meglio la faccenda. Intanto osserviamo alcune forme di navigazione patologica: *cybersex addiction*, *compulsive online gambling*, *cyber relationship addiction*, *MUD addiction*, *information overload addiction*. E ancora: come interpretare il diffusissimo fenomeno del *cybertravestitismo*? I mondi virtuali consentono la creazione di identità talmente fluide e multiple da trasformare i limiti del concetto stesso di identità. L'esperienza del cyberspazio è la concretizzazione di un altro modo di considerare il sé, non più come unitario, ma multiplo. Esperienza questa non del tutto negativa, visto che può consentire al nostro io di accedere ed elaborare i nostri molti sé. Il concetto di *addiction* non mi sembra che possa esaurire un fenomeno così complesso come le condotte psicopatologiche *online*. Per questo preferisco parlare di *Internet Related Psychopathology* (IRP), nella quale comprendere una costellazione di disturbi e di comportamenti molto lontani dall'essere sistematizzati e definiti. Tuttavia tutti questi segnali indicano qualcosa di nuovo: siamo cioè alle soglie di una mutazione dell'umano, che, forse, più che psicologica e sociale, è antropologica.

Tanti sono ancora gli aspetti da chiarire, tuttavia è prevedibile che in futuro, in considerazione dell'inarrestabile diffusione della rete, fenomeni, per così dire, "psicopatologici" connessi a internet potranno assumere dimensioni più ampie e contorni più definiti. Inoltre presto internet riguarderà non solo giovani-adulti (la maggioranza degli utenti oggi in Italia), ma anche adolescenti e bambini. È perciò ineludibile la necessità di studiare con attenzione l'impatto che una così potente tecnologia ha sulla psiche dell'uomo.

Non possiamo dunque non chiederci "dove stiamo andando?": l'espansione della ragnatela è di per sé inarrestabile e apportatrice di novità straordinarie. Nessuno vorrà rinunciare agli enormi benefici che ne derivano. L'uomo scopre tuttavia nuove e altrettanto potenti gratificazioni, connesse con le caratteristiche stesse della comunicazione virtuale e interattiva propria della rete. Non allarmismi: il popolo della rete ha protestato contro il clamore che stampa, TV e radio hanno dato agli studi condotti da me e dai collaboratori. Mi sono attirato le critiche del popolo di *Facebook* quando ho dichiarato che esso è un luogo per "occidenta-

li viziati e narcisisti”, dove il concetto di “amicizia” viene banalizzato in modo estremo e dove prevale la necessità di esporre in vetrina sé stessi in modo inconcludente e superficiale. Le critiche sono in parte giustificate: i nostri dati sono ancora incerti, mal definiti e nebulosi e la rete è un fenomeno così complesso da apparire indescrivibile. E in definitiva non è detto che i “paradisi telematici” siano più dannosi di quelli “artificiali” dell’oppio: anzi, per certi versi, aprono prospettive affascinanti attraverso le quali è possibile intravedere potenzialità davvero interessanti. La rete delle reti si propone come una sorta di cervello planetario, dai confini incerti e indefinibili e dalle potenzialità straordinarie.

Siamo dunque alle soglie di una fase evolutiva dell’umanità, caratterizzata da tecnologie sempre più umanizzate e da uomini sempre più tecnologizzati. I fenomeni che osserviamo e che per ora percepiamo come psicopatologici potrebbero essere i segni di un cambiamento: l’uomo del terzo millennio, comunque, sarà diverso.

LA TECNOMEDIAZIONE DELLA RELAZIONE NELL’EPOCA DELLA POSTMODERNITÀ LIQUIDA

Molti osservatori hanno evidenziato come l’inizio del terzo millennio sia stato contrassegnato dalla più straordinaria ed epocale crisi della relazione interpersonale. Cosa ha determinato la crisi della relazione interpersonale? In fondo la tecnologia digitale ne è la risposta e forse anche una concausa, come se, in una sorta di causalità circolare, l’esplosione della rivoluzione digitale avesse intercettato una crisi della relazione in parte già esistente e al tempo stesso ne avesse accelerato drammaticamente lo sviluppo. Tuttavia sostengo che alla base della crisi della relazione interpersonale ci siano almeno tre fenomeni, essi stessi amplificati a dismisura dalla inarrestabile rivoluzione digitale.

I tre fenomeni sono i seguenti:

– l’incremento del tema narcisistico nelle società postmoderne (di cui gli innamoramenti in *chat* e le amicizie in *Facebook* sembrano essere i corrispettivi telematici), sostenuto da una civiltà dell’immagine senza precedenti nella storia dell’umanità;

– il fenomeno del *sensation seeking*, caratterizzato da una sorta di ricerca di emozioni, anche estreme, capace di parcellizzare e scomporre l'esperienza interumana facendola coincidere con l'emozione stessa (è come se tutta la relazione interpersonale coincidesse con l'emozione);

– il tema dell'ambiguità, cioè la rinuncia all'identità e al ruolo in favore di una assoluta fluidità dell'identità stessa e dei ruoli, con la conseguente rinuncia alla responsabilità della relazione e alle sue caratteristiche generative.

Il trionfo dell'ambiguità e della fluidità dell'identità impedisce una stabile assunzione di identità (esserci), che a sua volta si riflette nella instabilità della relazione (esserci con), la quale infine mina profondamente le possibilità generative e progettuali della relazione stessa (esserci per).

Questi fenomeni, unitamente al tema della “velocità”, sono alla base della profonda crisi della relazione interpersonale, che sempre più acquista modalità “liquide”, indefinite, instabili e provvisorie. In questo senso la tecnomediazione della relazione (*chat, blog, sms, social network*) offre all'uomo del terzo millennio una risposta formidabile e affascinante: alla relazione si sostituisce la “connessione”, che costituisce la nuova privilegiata forma di relazione interpersonale. È fluida, consente espressioni narcisistiche di sé, esalta l'“emotivismo”, è provvisoria, liquida e senza garanzie di durata, è ambigua e indefinita: la connessione (cioè l'insieme della tecnomediazione della relazione grazie alla tecnologia digitale) è dunque la più straordinaria ed efficace forma di relazione per l'uomo “liquido”.

LA CRISI DELL'IDENTITÀ NELLA SOCIETÀ POSTMODERNA E LA TECNOLOGIA DIGITALE

Esserci, esserci-con, esserci-per: questa è la “progressione magnifica” che permette di partire da un “io” (l'esserci), per passare a un “tu” (l'esserci-con) e infine giungere a un “noi” (l'esserci-per), dimensione ultima e sola che apre alla generatività, alla creatività e all'oblatività. Il punto di partenza della “progressione magnifica” è l'esserci, che in ultima analisi richiama all'identità. Nella “cultura del narcisismo”, per

usare la definizione di Christopher Lash, anche le espressioni più progressiste dell'identità sono contaminate da una straordinaria enfaticizzazione dell'ego, dalla elefantiasi dei bisogni di autoaffermazione e da una sorta di emergenza di uomini e donne "senza qualità", come direbbe Robert Musil. Ma cosa vuol dire "esserci" nella società liquida di cui parla Baumann? Esserci vuol dire rinunciare a una identità stabile, per entrare nell'unica dimensione possibile: quella della liquidità, ovvero della identità mutevole, difforme, dissociata e continuamente ambigua di chi è e al tempo stesso non è. In fondo la tecnologia digitalica consente all'uomo e alla donna del terzo millennio di essere senza vincoli, di tecnomediare la relazione senza essere in relazione, di connettersi e di costruire legami liquidi, mutevoli, cangianti e in ogni istante fragili, privi di sostanza e di verifica, pronti a essere interrotti. Cosicché si è passati dall'uomo-senza-qualità di Musil all'uomo-senza-legami di Baumann in una sorta di continuità-sovrapposizione che viene a definire il nuovo orizzonte del tema identitario. Ed ecco che l'esserci è minato alla sua origine. La crisi dell'identità maschile e femminile, per esempio, ne è l'espressione più evidente. L'identità, cioè l'idea che ognuno di noi ha di sé stesso e il sentirsi che ognuno di noi sente di sé stesso, è dunque in profonda crisi, e il nuovo paradigma è l'ambiguità. La crisi dell'esserci ha una prima conseguenza. Se all'uomo d'oggi è precluso il raggiungimento di una identità stabile, che si articola e si declina nelle varie dimensioni, come in quella psicoaffettiva e sessuale, la conseguenza prima è che l'esserci-con (per esempio la coppia) assume nuove e multiformi manifestazioni. L'esserci-con non è più il reciproco relazionarsi fra identità complementari (maschio-femmina per esempio), sul quale costruire dimensioni progettuali nelle quali si dispiegano legittime attese esistenziali, ma diviene l'occasionale incontro tra bisogni individuali che vanno reciprocamente a soddisfarsi, per un tempo minimo, al di là di impegni reciproci e di progetti che superino l'istante. L'esserci-con è fatalmente legato alla soddisfazione di bisogni individuali che solo occasionalmente e per aspetti parziali corrispondono. In altri termini l'incontro tra due persone è fondamentalmente basato sulla soddisfazione narcisistica, individuale e direi solipsistica di un bisogno che incontra un altro bisogno, altrettanto narcisistico, individuale e solipsistico. Questo incontro si di-

spiega per un tempo limitato alla soddisfazione dei bisogni e l'emergere di nuovi e contrastanti bisogni determina inevitabilmente la rottura del legame e la ricerca di nuovi incontri. La fragilità dell'essere-con dei nostri tempi si evidenzia attraverso la estrema debolezza dei legami affettivi, che manifestano una ampia instabilità e una straordinaria conflittualità. Se l'identità è liquida, anche il legame interpersonale è liquido, cangiante, mutevole, individualista e fragile. L'uomo del terzo millennio sembra rinunciare alla possibilità di un futuro e concentrarsi sull'unica opzione possibile, quella del presente occasionale, del momento, dell'istante.

Fatalmente, il trionfo dell'ambiguità identitaria, la rinuncia al ruolo e alla conseguente responsabilità, il ridursi dell'esserci-con all'istante e al bisogno, tutto questo mina l'esserci-per, cioè la dimensione generativa e oblativa dell'uomo e della donna. Per esempio, se decliniamo tutto ciò nell'ambito psicoaffettivo e psicosessuale, la rinuncia all'esserci (identità sessuale e relativi ruoli) non può non trasmettersi in una inevitabile mutazione critica della dimensione coniugale (esserci-con), che a sua volta precipita in una crisi senza speranze la dimensione genitoriale (esserci-per). Ed infatti la transizione al ruolo genitoriale sembra divenire una sorta di utopia: la rinuncia alla genitorialità o il suo semplice rimandarlo nel tempo sono un fenomeno sociale tipico dei nostri tempi. Perciò identità liquide fanno coppie liquide, che a loro volta fanno genitori liquidi, dove per liquido possiamo intendere molte cose, ma una soprattutto, la debolezza del legame.

La "progressione magnifica", di cui parlavo all'inizio, diviene dunque una progressione "liquida". Ma il punto di partenza è nell'esserci, ovvero nel tema dell'identità. Nell'epoca di *Facebook*, l'identità si virtualizza, come anche le emozioni, l'amore e l'amicizia. La virtualizzazione è la forma massima di ambiguità, perché consente il superamento di vincoli e di confronti, aprendo a dimensioni narcisistiche imperiose e prepotenti. Eppure qualcosa non funziona. Lo avvertiamo dall'incremento del disagio psichico, dal sempre più pressante senso di smarrimento dell'uomo liquido, dalla ricerca affannosa di vie brevi per la felicità, dall'aumento del consumo di alcol e stupefacenti negli stessi opulenti ragazzi della società di *Facebook*, dall'affermarsi di una cupa cultura della morte, dall'inquietante incremento dei suicidi, dal males-

sere diffuso. Qualcosa dunque non funziona: la liquidità dell'identità, con tutte le sue conseguenze, non aumenta il senso di felicità dell'uomo contemporaneo. Alcuni studi sul benessere fanno osservare che la felicità non è correlata con l'incremento delle possibilità di scelta. Questi dati fanno saltare una convinzione che sembrava imbattibile. La felicità dunque non è correlata con l'incremento delle possibili scelte dell'uomo (una visione ovviamente molto legata al capitalismo). Gli stessi studi correlano la felicità con il possedere invece un "criterio" per scegliere. Avere un criterio per scegliere rimanda ad altro: avere un progetto, delle idee, una identità. Ed ecco che il cerchio si chiude: il tema della liquidità è sostanzialmente il tema della rinuncia ad avere criteri (cioè dimensioni di senso). Ma questa rinuncia ha un prezzo: l'infelicità. Ecco perché la "magnifica progressione" mantiene anche oggi, e direi soprattutto oggi, un alto valore, proprio per il suo portato anti-liquidità. Costruire dimensioni identitarie stabili e non ambigue, instaurare relazioni solide e che si dispiegano lungo progetti esistenziali che consentono l'apertura alla generatività e all'oblatività, sono ancora, in ultima analisi, l'unico orizzonte di speranza che si apre per l'uomo del terzo millennio, immerso nel cupo e doloroso paradigma della liquidità.

PREDIGITALI, GENERAZIONE DI MEZZO, NATIVI DIGITALI:
IL SILENZIO DEGLI ADULTI E LA SFIDA EDUCATIVA

Come ho già detto nei paragrafi precedenti, il terzo millennio sembra essere caratterizzato dalla più clamorosa crisi della "relazione interpersonale", alla quale sembra rispondere la tecnologia attraverso tutte le nuove modalità di relazione (*sms, chat, social network, ecc...*). La relazione interpersonale *face-to-face* sembra lasciare il passo a forme di tecnomediazione della stessa, che l'uomo e la donna sembrano gradire di più. Questa tecnomediazione ha rapidamente guadagnato terreno in molte forme di relazione: l'amicizia, l'amore, l'apprendimento, l'informazione e molti altri ambiti dei rapporti interumani sono profondamente sconvolti dall'incursione della tecnologia digitale. La rivoluzione digitale sembra inoltre essere alla base di una sorta di mu-

tazione antropologica: per questo ho definito gli adulti di oggi “generazione-di-mezzo” (affascinati dalla tecnologia e alti utilizzatori della stessa, ma dotati di un sistema mente-cervello predigitale e figli di una generazione pre-digitale oggi in estinzione) e i bambini di oggi “nativi-digitali” (cresciuti cioè in costanti immersioni telematiche attraverso i videogiochi, il cellulare, il computer, l’mp3 e pertanto dotati di nuove organizzazioni cognitive-emotive e forse di un cervello diverso). Dal mio punto di vista siamo alle soglie di una sorta di mutazione antropologica. Chi sono dunque i “nativi digitali”?

In alcuni precedenti lavori ho definito “nativi digitali” quanti nati nel terzo millennio e sottoposti a profonde, pervasive e precoci immersioni nella tecnologia digitale e ho dichiarato che le osservazioni attuali già ci consentono di notare vere e proprie mutazioni del sistema cervello-mente. I nativi digitali imparano subito a manipolare parti di sé nel virtuale attraverso gli *avatar* e i personaggi dei videogiochi, sviluppano ampie abilità visuospatiali grazie a un apprendimento prevalentemente percettivo, viceversa non sviluppano adeguate capacità simboliche (con qualche modificazione di tipo metacognitivo), utilizzano il cervello in modalità *multitasking* (cioè sanno utilizzare più canali sensoriali e più modalità motorie contemporaneamente), sono abilissimi nel rappresentare le emozioni (attraverso la tecnomediazione della relazione), un po’ meno nel viverle (anzi apprendono a scomporre l’esperienza emotiva e a viverla su due binari spesso non paralleli, quello dell’esperienza propria e quello della sua rappresentazione), sono meno abili nella relazione *face-to-face*, ma molto capaci nella relazione tecnomediatata, e, infine, sono in grado di vivere su due registri cognitivi e socio-emotivi, quello reale e quello virtuale. Inoltre non hanno come riferimento la comunità degli adulti, poiché, grazie alla tecnologia, vivono in comunità tecnoreferenziate e prevalentemente virtuali, nelle quali costruiscono autonomamente i percorsi del sapere e della conoscenza.

È in questo contesto che si assiste a un fenomeno straordinario: il silenzio degli adulti e lo smarrimento dei figli, che potremmo definire “figli orfani di maestri”. I “figli orfani di maestri” sono però “nativi digitali”, dunque capaci di costruire comunità tecnoreferenziate di bambini e di adolescenti, dotate di tecnologie e saperi propri, che non

hanno più bisogno di adulti. Ed ecco profilarsi una nuova emergenza: l'emergenza educativa.

Ho definito i genitori di oggi, utilizzando una metafora altrui divenuta ormai famosa, quella della liquidità, "genitori liquidi". Si tratta di genitori che appartengono alla generazione-di-mezzo, capaci di utilizzare la tecnologia digitale e anzi da essa affascinati, che hanno un profilo su *Facebook* come i loro figli, che scimmiettano i figli stessi utilizzando il dialetto tecnologico degli adolescenti e che sono pienamente avvolti dalle dinamiche narcisistiche del contesto attuale. Sono genitori affettuosi, preoccupati per i loro figli, accudenti, ma hanno rinunciato a educare, cioè a trasmettere visioni della vita, narrazioni, assetti valoriali e di significato, riflessioni di senso. In altri termini vogliono bene ai loro figli, sono affettuosi, accudenti ma non educanti. Il rapporto educativo è sempre l'incontro tra due libertà, tuttavia nell'ambito del rapporto genitori-figli esiste uno sbilanciamento, progressivamente riequilibrato, proprio dei due ruoli. Il genitore liquido però subisce il tema dell'ambiguità, della fluidità dei ruoli, del narcisismo e del bisogno di emozioni e la relazione educativa ne risulta sbiadita proprio nella sua essenza. In questo senso il genitore liquido è un genitore silente, che rinuncia a narrare e a narrarsi, rinuncia a trasmettere una visione della vita, a dare criteri di senso per le scelte, limitandosi a offrire una molteplicità di scelte che non possono non determinare un profondo smarrimento nel figlio.

D'altro canto la generazione attuale vive due fenomeni a tenaglia, capaci di spegnere progressivamente la fiducia e la speranza. Il primo fenomeno è il silenziamento del desiderio: il bambino "viziato" è quel bambino i cui desideri sono soddisfatti prima ancora che li possa manifestare, sono cioè prevenuti e pertanto privi di desideri. Il secondo fenomeno è caratterizzato dall'affermarsi di una visione del futuro nella quale il futuro stesso è percepito come una minaccia e non come un'attesa. I due fenomeni sono alla base di un nichilismo psicologico, che si aggira fra i giovani come un fantasma inquietante e che penetra nelle profondità dell'anima. In questo senso potremmo definire questa epoca come l'epoca delle passioni tristi, in cui sta crescendo una generazione orfana di maestri, profondamente segregata dal mondo

degli adulti e, però, capace di riorganizzarsi attraverso comunità tecnoreferenziate, dotate di propri saperi, percorsi, costruzioni della conoscenza e visioni grazie a una tecnologia capace di costruire ragnatele relazionali nuove, liquide, leggere e infinite.

A proposito dell'educazione si parla oggi di "emergenza educativa". Gli adulti da almeno un decennio hanno progressivamente rinunciato a educare. Ma cosa significa educare, se non farsi carico dell'altro attraverso una relazione autentica, piena, autorevole e aperta alla trasmissione di una visione valoriale e densa di significati della vita? In questo senso educare vuol dire riscoprire il valore della relazione e avviene attraverso la riscoperta della narrazione. Narrare sé stessi, la propria vita, la vita della famiglia e della società nella quale viviamo significa trasmettere valori e visioni della vita. Questo richiede agli adulti una capacità innanzitutto di stare con i figli, di essere-per e di essere-con, di entrarci in relazione, di essere significativi e anche affascinanti. Educare vuol dire anche accettare il rischio della libertà dell'altro, che può determinare momenti difficili e conflittuali. Educare vuol dire trasmettere qualcosa che ci è proprio, che è fatto nostro e dunque significa anche mettersi in discussione, perché educare vuol dire essere autorevoli, e quindi competenti, esperti, ma soprattutto coerenti e responsabili. Se dopo il tempo della liquidità, tornerà il tempo della riscoperta del valore del legame e della relazione, questo sarà perché alcuni adulti coraggiosi avranno accettato la sfida dell'educazione, restituendo così all'umanità del terzo millennio la fiducia nella vita e la speranza nel futuro.

LA DEMOCRAZIA AI TEMPI DI TWITTER

Il passaparola elettronico e la sua capacità di influenzare le opinioni trova forse una delle sue più evidenti espressioni in *Twitter*, che rappresenta il *social network* che più realizza il *crowdsourcing*, cioè lo sforzo collettivo di costruire una metodologia di collaborazione tra le persone, con inevitabili ricadute sulla credibilità dell'azione politica dei governi grazie alla possibilità di spostare il potere di influenzamen-

to dalle gerarchie ai cittadini. Questa azione può essere svolta in modo costruttivo e democratico, ma al tempo stesso *Twitter*, e in generale i *new media* possono prestarsi a essere utilizzati come potentissimi strumenti per distruggere, confondere o seminare il caos. Così le *trending topics*, sviluppate dall'incontrollato ping pong dei cinguettii di centoquaranta caratteri, si trasformano in onde *offline* rapide e imprevedibili, che modificano il consenso dei cittadini, in una dialettica dentro-fuori (*online-offline*) infinita e incontrollabile. Tutto ciò avviene nell'epoca della globalizzazione, caratterizzata, tra l'altro, dalla fine dello Stato moderno e dalla separazione tra politica e potere: il potere è spalmato nel pianeta e non è più localizzato in un luogo definito, slittando di livello e sfuggendo al controllo dei cittadini. In questa separazione risiede l'origine della crisi della democrazia: i governi legittimamente votati e democraticamente eletti non hanno il potere di decidere e la globalizzazione non consente scelte locali. Per questo *Twitter* e i *new media* potrebbero rappresentare una delle risposte alla crisi della democrazia nell'epoca postmoderna. In altri termini nell'era della dittatura della globalizzazione, le manifestazioni di piazza e le "rivoluzioni" dell'epoca predigitale appaiono risposte insufficienti e prive di efficacia: se il potere è delocalizzato non ci sono "palazzi del potere" da scardinare e assaltare. E allora, forse, la formazione del consenso e l'influenzamento dell'opinione potrebbero ripartire dal basso e rifondare una democrazia partecipata grazie al ciarliero, rapido, sincopato e planetario cinguettare di *Twitter*.

CHIESA E BYTE: IL RITORNO DEL SACRO

In una recente indagine ho analizzato i numerosi siti cattolici, istituzionali e non, presenti in rete. La Chiesa cattolica si propone dunque in rete con già una evidente efficacia, anche se il popolo *online* sembra per certi versi ignorare questo sforzo. In internet, come è noto, c'è tutto e il contrario di tutto. Cosicché proliferano siti più o meno ambigualmente "religiosi". Se da una parte la Chiesa cattolica ha senz'altro colto l'importanza di una pastorale in rete e non mancano tentativi di

evangelizzare la rete, d'altro canto internet è come un mondo parallelo, dove accadono cose piuttosto strane, che si declinano nel virtuale con modalità narcisistiche, ambigue ed emozionali proprie di una visione antropologica che sembra appartenere all'abitante della società liquida postmoderna. Per esempio in rete c'è una sorta di tentativo di dar vita a forme religiose nuove, più adatte alla tecnomediazione: la ricerca di emozioni, che la rete esalta, può dar corso a varie forme di pseudoreligioni intriganti e inquietanti, senza contare il proliferare degli psicosantoni *online* e di tante altre proposte confusive. Osservando però il popolo dei navigatori, credo che potremmo leggere quelle forme esasperate di abuso della rete come una inconsapevole domanda di senso: è come se l'uomo d'oggi, attraverso forme di ipertecnologia, si interrogasse sul senso profondo della vita. La realtà virtuale costituisce una sorta di sfida e, a modo suo, esprime il perenne bisogno di senso dell'uomo. Tuttavia il senso di onnipotenza che la rete può far provare, può essere un profondo inganno per l'uomo, e la rivoluzione digitale promette, in ultima analisi, di sollevare l'uomo dal peso fastidioso di relazioni interpersonali reali e di consegnargli narcisistiche illusioni di felicità. Osservando quanto avviene nella rete è possibile sostenere che il ritorno del sacro può costituire nel suo complesso una delle risposte possibili alle ansie generate dal "buio" postmoderno. In altri termini il bisogno di stabilità e di sicurezza può essere interpretato dal sacro, attraverso forme di tecnospiritualità liquide, prive di riferimenti temporali e di strutture solide. Questo fenomeno è stato ben espresso dalla diffusione della spiritualità *new age* e dei suoi tecno derivati.

Poiché dunque il rapporto con i tecnomondi oggi disponibili è ineludibile e nessuno potrà fermare la rivoluzione digitale, la domanda sul tappeto per la Chiesa cattolica è: come è possibile abitare i mondi telematici e interagire con i nativi digitali senza scolorire o contaminare in modo fatale l'annuncio del Vangelo? Il rischio è infatti quello di cedere alle modalità narcisistiche, emozionali e ambigue della tecnologia digitale, rinunciando all'autenticità della relazione interpersonale e alla sua feconda generatività.

I GIOVANI POST MODERNI E L'ESTETICA *KITSCH*,
CAMP E *HORRIBILIS* DEL MONDO TECNOLQUIDO

Ma qual è dunque l'estetica del mondo postmoderno tecnolquido? Sostengo che la dimensione estetica prevalente, nella quale sembrerebbero crescere i nativi digitali, sia pervasa da tre elementi: il *kitsch*, il *camp* e il gusto *horribilis*. Nella seconda metà dell'Ottocento, quando i turisti americani volevano acquistare in Europa un quadro a poco prezzo, allora chiedevano uno *sketch*, uno schizzo. Da qui, secondo alcuni, sarebbe nato il termine *kitsch*, per indicare le esperienze estetiche di scarso valore, facili, celebrative, volte alla ricerca di un effetto rapido e appariscente. Il *kitsch* è, in ultima analisi, una sorta di *mass cult* del bello, a tratti anche *trash*, volto a soddisfare narcisistici impulsi pseudoestetici. La dimensione narcisistica, propria del mondo tecnolquido, sembra trovare ampia soddisfazione nella risposta estetica *kitsch*. L'altro fenomeno estetico è quello del *camp*, che consiste nel trasformare il serio in frivolo, giocando sull'ambiguità, sull'esagerazione, sulla raffinata volgarità e sull'eccentrico. L'androgino è certo uno delle più significative immagini della sensibilità *camp*, che intercetta bene il bisogno di ambiguità della postmodernità liquida. E se il mondo tecnolquido fosse anche attratto dalla bruttezza, da un gusto dell'orrido, dell'estetica del *cyberpunk*? Se *cyborg*, *splatter*, morti viventi, orrore, ricerca del diabolico, fossero le manifestazioni di una nuova e celebrativa estetica della bruttezza, volta a soddisfare il bisogno di "emozioni forti" della società postmoderna tecnolquida? Il tema estetico dell'*horribilis* sembra in grado di intercettare invece il fenomeno del *sensation seeking* dell'epoca postmoderna.

Ecco, direi che il *kitsch*, il *camp* e il gusto dell'*horribilis* rappresentano le prevalenti dimensioni estetiche che soddisfano i bisogni dell'uomo postmoderno. È in questo contesto estetico, narcisistico (*kitsch*), ambiguo (*camp*) ed emotivo (*horribilis*) che crescono i bambini e gli adolescenti immersi nella tecnolquidità.

L'ESPERIENZA ESTETICA COME MANIFESTAZIONE DELL'UOMO:
LA BELLEZZA E IL SUPERAMENTO DELLA TECNOLICITÀ

Come è noto, Dostoevskij fa esclamare al protagonista de *L'idiota* la famosa frase: «la bellezza salverà il mondo!». ¹¹ E, aggiungerei, potremmo dire che salverà i nativi digitali. Ma quale bellezza? Quella *kitsch*, *camp* o *horribilis* della tecnoliquidità? È anche vero che nei *Fratelli Karamàzov* Mitja non può fare a meno di osservare che la «bellezza è una cosa spaventosa e terribile... il cuore trova bellezza perfino... nell'ideale di Sodoma». ¹² È qui, nella bellezza terribile e paurosa, misteriosa e indecifrabile, è qui, dice Dmitrij, «che Satana lotterà con Dio e il loro campo di battaglia è il cuore dell'uomo». ¹³

Tuttavia ritengo che l'estetica tecnoliquida esprima in pieno il declino della bellezza, trasformata in spettacolo e consumata secondo modalità tecnocannibaliche, ridotta a un'esperienza autoreferenziale e ornamentale.

In realtà esperire il bello richiede risorse: risorse emotive, cognitive, simboliche e persino spirituali.

E allora quale bellezza salverà il mondo? A quale bellezza dobbiamo educare i nativi digitali?

Come sostiene Claudia Caneva, ciò che è importante recuperare, dinanzi al mutismo spettrale delle forme artistiche tecnoliquide, è la dimensione etica e al tempo stesso enigmatica della bellezza, sia di quella naturale che di quella artistica. ¹⁴ Le grottesche forme del *kitsch*, del *camp* e dell'*horribilis* possono essere superate dalla bellezza considerata come uno dei trascendentali in cui l'essere si esprime. Il compito della proposta spetta a adulti coraggiosi, che siano in grado di recuperare l'immenso patrimonio di bellezza che il creato e l'arte hanno prodotto nei secoli. Ma soprattutto occorre ritrovare il coraggio di proporre alle generazioni digitali la "ricerca" della bellezza e di svelare

¹¹ F.M. DOSTOEVSKIJ, *L'idiota*, parte terza, cap. v.

¹² Id., *I fratelli Karamazov*, parte prima, libro terzo, cap. III.

¹³ *Ibid.*

¹⁴ Cfr. C. CANEVA, *Bellezza e persona*, Roma 2008.

il tesoro simbolico, oltre che percettivo, in essa contenuto. Se alla *digital mind* dei bambini e degli adolescenti sarà concesso di “esperire” il bello, allora anche i nativi digitali potranno “vedere l’invisibile”, come alcuni dissero a proposito dell’opera di Kandinsky e come potremmo dire a proposito di ogni autentica bellezza: cioè, sarà possibile rimandare a un “oltre” capace di restituire l’umanità a ogni forma di *digital mind*.

QUALE SARÀ IL FUTURO PROSSIMO VENTURO?

L’intrecciarsi della rivoluzione digitale con il tema della liquidità appare come un abbraccio fatale tra due fenomeni profondamente complementari, capaci di sostenere una sorta di mutazione antropologica, che ho cercato di descrivere nei paragrafi precedenti e che trova il suo cortocircuito nell’impatto tra il sistema mente-cervello e la tecnologia digitale, disegnando così l’emergere di una generazione che ho definito “nativi digitali”. La tecnomediazione del Vangelo, come modalità semplice di interazione con i nativi digitali, ha in sé un rischio: quello di assimilare alla liquidità l’annuncio evangelico, contaminandolo forse in modo fatale con la visione antropologica narcisistico-emotiva propria della rivoluzione digitale. Ovviamente questo non significa ignorare le enormi potenzialità comunicative della tecnologia digitale, ma piuttosto piegarle alle esigenze di un uso più strumentale che collusivo. Tuttavia rimane necessario individuare su quali pilastri rifondare una possibile trama che consenta di articolare risposte risananti ai bisogni dell’uomo, che i paradisi telematici prossimi venturi non potranno comunque colmare. In più circostanze, sollecitato a dare risposte a questo interrogativo, ho sostenuto che occorre puntare su tre processi irrinunciabili:

– la necessità di ricostruire percorsi narrativi dell’identità, che consiste nel dare la possibilità di elaborare trame narrative nelle quali connettere i tanti frammenti identitari dell’uomo liquido: questo significa che dopo l’impatto emotivo di ogni risposta-proposta occorre

recuperare la fascinazione della narrazione di sé, del proprio gruppo e del mondo, come modalità propria per la costruzione dell'identità;

– la necessità di recuperare il gusto del bello: la tecnologia manifesta tutto e utilizza la percezione in modo esaustivo, il bello rimanda sempre a qualcos'altro e utilizza la percezione in modo simbolico e metaforico;

– la necessità, questa sì assoluta e irrinunciabile, di accogliere l'altro nell'ambito di relazioni interpersonali sane e risananti, riscoprendo la potenzialità terapeutica della relazione umana.

Su questi tre punti a mio parere vanno ricostruiti mondi, anche telematici, oltre che reali, che declinino queste necessità nei luoghi, nel tempo e nell'organizzazione sociale.¹⁵

¹⁵ Per approfondire: T. CANTELM, *Tecnoliquidità*, Cinisello Balsamo 2013; T. CANTELM, R. BARCHIESI, *Amori difficili*, Cinisello Balsamo 2006; T. CANTELM, V. CARPINO, *Il tradimento on line*, Milano 2005; T. CANTELM, L. GIARDINA GRIFO, *La mente virtuale*, Cinisello Balsamo 2003; T. CANTELM, F. ORLANDO, *Narciso siamo noi*, Cinisello Balsamo 2005; T. CANTELM, F. ORLANDO, *Psicologia del trading on line*, Torino 2002; T. CANTELM, S. PUTTI, M. TALLI, *@Psychotherapy*, Roma 2001; U. ECO, *Storia della bellezza*, Milano 2006.

L'evangelizzazione e la rete. Opportunità e illusioni

ANTONIO SPADARO, S.I.^{16*}

I. LA RETE È UN AMBIENTE E UNA ESPERIENZA

Internet è una realtà che ormai fa parte della vita quotidiana. Se fino a qualche tempo fa la rete era legata all'immagine di qualcosa di "freddo", di tecnico, che richiedeva competenze specifiche, oggi è un luogo da frequentare per stare in contatto con gli amici che abitano lontano, per leggere le notizie, per comprare un libro o prenotare un viaggio, per condividere interessi e idee. E questo anche in mobilità, grazie a quelli che una volta si chiamavano "cellulari" e che oggi sono veri e propri computer da tasca.

Internet non è una opzione: è un dato di fatto. L'evangelizzazione non può non considerare questa realtà. Perché?

Per rispondere a questa domanda è necessario rispondere prima a un'altra: che cos'è internet? Internet non è come la rete idrica, o quella del gas. Non è un insieme di cavi, fili, modem e computer. Sarebbe errato identificare la "realtà" e l'esperienza di internet con l'infrastruttura tecnologica che la rende possibile. Sarebbe come dire, per fare un esempio, che il "focolare domestico" (*home*) si possa ridurre all'edificio abitativo (*house*) di una famiglia.

Internet è innanzitutto una esperienza. Finché si ragionerà in termini strumentali non si capirà nulla della rete e del suo significato. La

* Direttore della rivista "La Civiltà Cattolica" e docente presso la Facoltà di Teologia della Pontificia Università Gregoriana dove insegna *Cyberteologia*. È consultore dei Pontifici Consigli della Cultura e delle Comunicazioni Sociali.

rete “è” una esperienza, cioè l’esperienza che quei cavi rendono possibile, così come le pareti domestiche rendono possibile l’esperienza del “sentirsi a casa”. Internet dunque è uno spazio di esperienza che sempre di più sta diventando parte integrante, in maniera fluida, della vita quotidiana: un nuovo contesto esistenziale.

La rete non esiste. Noi siamo colpiti dalla tecnologia, ma finché resteremo colpiti dalla tecnica, dal “macchinoso”, non ne capiremo il suo significato antropologico.

La vita stessa è una rete che si esprime fisicamente e anche digitalmente.

«L’ambiente digitale – ha detto Benedetto XVI – non è un mondo parallelo o puramente virtuale, ma è parte della realtà quotidiana di molte persone, specialmente dei più giovani».¹ Quindi la mediazione tecnologica non è affatto pura alienazione. Del resto la nostra relazione è sempre mediata. Pensiamo all’uso che facciamo del telefono.

Non basta il contatto fisico per rendere il nostro rapporto autentico. Viviamo spesso rapporti fisici e falsi. Se abbiamo bisogno di spegnere il cellulare per riscoprire i rapporti non significa che siamo equilibrati ma che non sappiamo vivere le sfide del nostro tempo.

Benedetto XVI, nel 2013, scrive: «Lo sviluppo delle reti sociali richiede impegno: le persone sono coinvolte nel costruire relazioni e trovare amicizia, nel cercare risposte alle loro domande, nel divertirsi, ma anche nell’essere stimolati intellettualmente e nel condividere competenze e conoscenze. I *network* diventano così, sempre di più, parte del tessuto stesso della società in quanto uniscono le persone sulla base di questi bisogni fondamentali. Le reti sociali sono dunque alimentate da aspirazioni radicate nel cuore dell’uomo».²

¹ BENEDETTO XVI, *Reti sociali: porte di verità e di fede; nuovi spazi di evangelizzazione*, Messaggio per la 47ª Giornata mondiale delle comunicazioni sociali, in: “Insegnamenti” IX (2013), 116.

² *Ibid.*, 115.

Noi invece stiamo formando schizofrenici, perché diciamo che facciamo credere ai ragazzi che ciò che vivono in rete è falso (e quindi possono fare quello che vogliono). Li deresponsabilizziamo.

Dobbiamo distinguere i problemi dalle sfide! Soprattutto se guardiamo alle patologie da tecnologie, è come se volessimo capire l'umanità passeggiando per un manicomio.

Quindi la rete è un tessuto connettivo delle esperienze umane. Non uno strumento. Le tecnologie della comunicazione stanno dunque creando un ambiente digitale nel quale l'uomo impara a informarsi, a conoscere il mondo, a stringere e mantenere in vita le relazioni, contribuendo a definire anche un modo di abitare il mondo e di organizzarlo, guidando e ispirando i comportamenti individuali, familiari, sociali.

La *Gaudium et spes* aveva già parlato di un preciso impatto delle tecnologie sul *modus cogitandi* dell'uomo.³

E Giovanni Paolo II nella lettera apostolica *Il rapido sviluppo*, individuava come territorio di impatto dei processi mediatici «la formazione della personalità e della coscienza, l'interpretazione e la strutturazione dei legami affettivi, l'articolazione delle fasi educative e formative, l'elaborazione e la diffusione di fenomeni culturali, lo sviluppo della vita sociale, politica ed economica».⁴

II. IL SIGNIFICATO SPIRITUALE DELLA TECNOLOGIA DIGITALE

La “tecnologia”, dunque, non è un insieme di oggetti moderni e all'avanguardia. Essa è parte dell'agire con il quale l'uomo esercita la propria capacità di conoscenza, di libertà e di responsabilità.

Le “macchine” stanno assumendo sempre di più un valore che tocca le dimensioni dell'uomo più elevate: pensare, esprimersi, comunicare, capire il mondo.

³ Cfr. CONCILIO ECUMENICO VATICANO II, Costituzione sulla Chiesa nel mondo contemporaneo *Gaudium et spes*, n. 5.

⁴ GIOVANNI PAOLO II, Lettera apostolica *Il rapido sviluppo*, n. 2.

Il cristiano, quindi, è chiamato a comprendere la natura profonda, la vocazione stessa delle tecnologie digitali in relazione alla vita dello spirito. Ovviamente la tecnica è ambigua perché la libertà dell'uomo può essere spesa anche per il male, ma proprio questa possibilità mette in luce la sua natura legata alla vita spirituale.

Un momento cruciale della comprensione spirituale delle nuove tecnologie fu la promulgazione della *Inter mirifica*, il 4 dicembre 1963. Il testo esordisce affermando che la Chiesa accoglie e segue con speciale cura quelle meravigliose invenzioni tecniche che hanno aperto nuove vie per comunicare perché più direttamente riguardano lo spirito dell'uomo.⁵

Meno di un anno dopo Paolo VI, in un suo discorso, aveva usato parole di una bellezza sconcertante, a mio avviso. Vi cito le sue parole sintetizzandole un po'. «La scienza e la tecnica [...] ci fanno intravedere nuovi misteri [...] il cervello meccanico viene in aiuto del cervello spirituale». E proseguiva il Pontefice: «non è cotesto sforzo di infondere in strumenti meccanici il riflesso di funzioni spirituali, che è nobilitato e innalzato a un servizio, che tocca il sacro?». ⁷ Quindi lo sforzo dell'uomo consiste nell'infondere il «riflesso di funzioni spirituali» agli «strumenti meccanici». È questa la definizione potremmo dire “teologica” della tecnologia, la sua “vocazione”. È grazie alla tecnologia che la materia può offrire «allo spirito stesso un sublime ossequio». ⁸

Paolo VI sente dunque salire dall'*homo technologicus* il gemito di aspirazione a un grado superiore di spiritualità. L'uomo tecnologico è dunque lo stesso uomo spirituale. La tecnologia diventa uno dei modi ordinari che l'uomo ha a disposizione per esprimere la sua naturale spiritualità. Anzi, «se usate saggiamente», ha scritto Benedetto XVI, le nuove tecnologie «possono contribuire a soddisfare il desiderio di sen-

⁵ Cfr. CONCILIO ECUMENICO VATICANO II, Decreto sugli strumenti della comunicazione sociale *Inter mirifica*, n. 1.

⁶ Paolo VI, *Discorso al personale del Centro automazione analisi linguistica dell'Aloysianum*, 19 giugno 1964, in: “Insegnamenti” II (1964), 399.

⁷ *Ibid.*

⁸ *Ibid.*

so, di verità e di unità che rimane l'aspirazione più profonda dell'essere umano».⁹

Questo valore umano è quanto mai parte della nostra esperienza perché ormai noi, in un certo modo "siamo" in rete, parte della nostra vita è là. Ci rendiamo conto ormai che noi esistiamo anche in rete. Una parte della nostra vita è digitale. Dunque anche una parte della nostra vita di fede è digitale, vive nell'ambiente digitale.

Un mio studente africano della Pontificia Università Gregoriana una volta mi disse: Io amo il mio computer perché *dentro* il mio computer ci sono tutti i miei amici.

Finché si dirà che bisogna uscire dalle relazioni in rete per vivere relazioni reali si confermerà la schizofrenia di una generazione che vive l'ambiente digitale come un ambiente puramente ludico in cui si mette in gioco un secondo sé, un'identità doppia che vive di banalità effimera, come in una bolla priva di realismo fisico, di contatto reale con il mondo e con gli altri.

III. LA FEDE NELL'AMBIENTE DIGITALE

Ecco, dunque: proprio su questo valore spirituale dell'ambiente digitale si fonda la possibilità dell'annuncio della fede in esso.

In un tempo in cui la tecnologia tende a diventare il tessuto connettivo di molte esperienze umane quali le relazioni e la conoscenza, è necessario chiedersi: può la rete essere una dimensione nella quale vivere il Vangelo? E ancora: se la tecnologia e, in particolare, la rivoluzione digitale ha un impatto sul modo di pensare la realtà, ciò non finirà per riguardare anche, in qualche modo, la fede? Non avrà un impatto sul modo di pensare la fede? Come?

La cultura del *cyberspazio* pone nuove sfide alla nostra capacità di formulare e ascoltare un linguaggio simbolico che parli della possibilità e dei segni della trascendenza nella nostra vita.

Vorrei qui esporre brevemente quattro sfide importanti.

⁹ BENEDETTO XVI, *Verità, annuncio e autenticità di vita nell'era digitale*, Messaggio per la 45ª Giornata mondiale delle comunicazioni sociali, in: "Insegnamenti" VII, 1 (2011), 128.

1. Capacità di cercare e trovare Dio

Una volta l'uomo era saldamente attratto dal mondo religioso come da una fonte di senso fondamentale. Come l'ago di una bussola, lui sapeva di essere radicalmente attratto verso una direzione precisa, unica e naturale: il Nord.

Poi l'uomo, specialmente con la Seconda Guerra Mondiale, ha cominciato a usare il radar che va alla ricerca del suo *target*. E così anche l'uomo ha cominciato ad andare alla ricerca di Dio.

E oggi? Vale ancora questa immagine?

L'immagine che oggi è più presente è quella dell'uomo che si sente smarrito se il suo cellulare non ha campo o se il suo *device* tecnologico (computer, tablet o smartphone) non può accedere a qualche forma di connessione di rete. Se una volta il radar era alla ricerca di un segnale, oggi invece siamo noi a cercare un canale di accesso attraverso il quale i dati possano passare. L'estrema conseguenza è la logica introdotta dal sistema *push*. L'uomo oggi più che cercare segnali, è abituato a cercare di essere sempre nella possibilità di riceverli, senza però necessariamente cercarli.

L'uomo da bussola prima e radar poi si sta trasformando, dunque, in un *decoder*, cioè un sistema di accesso e di decodificazione delle domande di senso sulla base delle molteplici risposte che lo raggiungono, senza che lui si preoccupi di andarle a cercare.

Viviamo bombardati dai messaggi, subiamo una sovrainformazione, la cosiddetta *information overload*. Il problema oggi non è reperire il messaggio di senso ma decodificarlo, cioè riconoscerlo per me importante, significativo sulla base delle molteplici risposte che io ricevo.

Allora è importante oggi non tanto dare risposte. Tutti danno risposte! Oggi è importante riconoscere le domande importanti, quelle fondamentali. E così fare in modo che la nostra vita resti aperta, che Dio ci possa ancora parlare.

L'annuncio cristiano oggi corre il rischio di presentare un messaggio accanto agli altri, una risposta tra le tante. Più che presentare il Vangelo come il libro che contiene tutte le risposte, bisognerebbe imparare a presentarlo come il libro che contiene tutte le domande giuste.

La grande parola da riscoprire, allora, è una vecchia conoscenza del vocabolario cristiano: il discernimento. Il discernimento spirituale significa riconoscere tra le tante risposte che oggi riceviamo quali sono le domande importanti, quelle vere e fondamentali. È un lavoro complesso, che richiede una grande preparazione e una grande sensibilità spirituale.

2. Capacità di fare “comunità”

La vera novità dell'ambiente digitale è la sua natura di *social network*, cioè il fatto che permette di far emergere non solo le relazioni tra me e te, ma le mie relazioni e le tue relazioni. Cioè, in rete emergono non solo le persone e i contenuti, ma emergono le relazioni. Comunicare dunque non significa più trasmettere, ma condividere.

Benedetto XVI ha posto una domanda importante e impegnativa: «È vero, abbiamo moltiplicato le possibilità di comunicare, di avere informazioni, di trasmettere notizie, ma possiamo dire che è cresciuta la capacità di capirci o forse, paradossalmente, ci capiamo sempre meno?». ¹⁰

Essere connessi non significa automaticamente essere in relazione. La connessione di per sé non basta a fare della rete un luogo di condivisione pienamente umana.

Ecco allora la nostra vocazione al tempo della connessione relazionale: la vocazione a vivere la rete da luogo di “connessione” a luogo di “comunione”. Il rischio di questi tempi è di confondere i due termini: la connessione non produce automaticamente una comunione.

Ma per la comunione che i cattolici sperimentano nella Chiesa non basta una comunicazione bella, buona, sana. Non basta: la comunione non è frutto dei nostri sforzi. La Chiesa non è frutto di un “consenso”, cioè un “prodotto” della comunicazione. Se fosse così, sarebbe a forte rischio la comprensione della Chiesa come “corpo mistico”, che sembra diluirsi in una sorta di piattaforma di connessioni.

¹⁰ BENEDETTO XVI, *Omelia nella solennità di Pentecoste*, 27 maggio 2012, in: “Insegnamenti” VIII, 1 (2012), 644.

Se le relazioni in rete dipendono dalla presenza e dall'efficace funzionamento degli strumenti di comunicazione, la comunione ecclesiale invece è radicalmente un "dono" dello Spirito. È questo dono che trasforma la connessione in comunione.

L'annuncio della fede nell'ambiente digitale si trova a confrontarsi a questo livello con una sfida notevole. La rete sta diventando una "bolla filtrata": i *social networks* e i motori di ricerca conservano i dati dei nostri contatti e delle nostre richieste e dunque ci consegnano i contatti e i dati che più ci somigliano, lasciando fuori l'"altro", ciò che è diverso da noi.

3. Capacità di testimoniare la fede

Comunque è un fatto che la società digitale non è più pensabile e comprensibile solamente attraverso i contenuti. Non ci sono innanzitutto le cose, ma le "persone". Ci sono soprattutto le relazioni: lo scambio dei contenuti che avviene all'interno delle relazioni tra persone. La base relazionale della conoscenza in rete è radicale.

La moltiplicazione sconfinata dei dati offerti induce a una sorta di relativismo agnostico dei contenuti dal quale ci si salva per connessione relazionale: io ascolto una cosa perché la dici *tu*, per "sequela" (*followers*), per "amicizia" (*friends*).

Si capisce bene dunque quanto sia importante la categoria e la prassi della testimonianza. È questo un aspetto determinante. Oggi l'uomo della rete si fida delle opinioni in forma di testimonianza. Pensiamo alle librerie digitali o agli *store* musicali. Ma gli esempi si possono moltiplicare: si tratta sempre e comunque di quegli *user generated content* che hanno fatto la "fortuna" e il significato dei *social network*. Queste hanno più il taglio delle testimonianze che delle classiche recensioni: spesso fanno appello al personale processo di lettura e alle reazioni che ha suscitato. La "testimonianza" è da considerare dunque, all'interno della logica delle reti partecipative, un "contenuto generato dall'utente".

La logica delle reti sociali ci fa comprendere meglio di prima che il contenuto condiviso è sempre strettamente legato alla persona che

lo offre. Non c'è, infatti, in queste reti nessuna informazione "neutra": l'uomo è sempre coinvolto direttamente in ciò che comunica.

In questo senso il cristiano che vive immerso nelle reti sociali è chiamato a un'autenticità di vita molto impegnativa: essa tocca direttamente il valore della sua capacità di comunicazione. Infatti, ha scritto papa Benedetto XVI, «quando le persone si scambiano informazioni, stanno già condividendo sé stesse, la loro visione del mondo, le loro speranze, i loro ideali».¹¹

Ha scritto l'allora cardinale Jorge Mario Bergoglio: «Contrariamente all'apparente neutralità dei media, solo chi comunica mettendo in gioco la propria etica e facendosi testimone diretto della verità può rappresentare un punto di riferimento grazie al quale approssimarsi bene alla realtà. Il suo coinvolgimento personale è la radice stessa della sua affidabilità come comunicatore».¹²

La fede quindi non solo si "trasmette", ma soprattutto può essere suscitata nell'incontro personale, nelle relazioni autentiche. Evangelizzare non significa affatto fare "propaganda" del Vangelo. La Chiesa in rete è chiamata dunque non a una "emittenza" di contenuti religiosi, ma a una "condivisione" del Vangelo in una società complessa.

4. Capacità di interiorizzazione

La vita spirituale dell'uomo contemporaneo è certamente toccata dal mondo in cui le persone scoprono e vivono le dinamiche proprie della rete, che sono interattive e immersive. L'uomo che ha una certa abitudine all'esperienza di internet infatti appare più pronto all'interazione che all'interiorizzazione.

E generalmente "interiorità" è sinonimo di profondità, mentre "interattività" è spesso sinonimo di superficialità. Saremo condanna-

¹¹ BENEDETTO XVI, *Verità, annuncio e autenticità di vita nell'era digitale*, Messaggio per la 45ª Giornata mondiale delle comunicazioni sociali, cit., 129.

¹² J.M. BERGOGLIO/PAPA FRANCESCO, *È l'amore che apre gli occhi*, Milano 2013, 117-118.

ti alla superficialità? È possibile coniugare profondità e interattività? La sfida è di grande portata.

Sostanzialmente possiamo constatare che l'uomo di oggi, abituato all'interattività, interiorizza le esperienze se è in grado di tessere con esse una relazione viva e non puramente passiva, recettiva. L'uomo di oggi ritiene valide le esperienze nelle quali è richiesta la sua "partecipazione" e il suo coinvolgimento.

Oggi la profondità si coniuga con una immersione in una vera e propria "realtà virtuale".

Nel web inteso come luogo antropologico non ci sono "profondità" da esplorare ma "nodi" da navigare e connettere tra di loro in maniera fitta. Ciò che appare "superficiale" è solamente il procedere in modo, magari inatteso e non previsto, da un nodo all'altro. La spiritualità dell'uomo contemporaneo è molto sensibile a queste esperienze... «la superficie al posto della profondità, la velocità al posto della riflessione, le sequenze al posto dell'analisi, il *surf* al posto dell'approfondimento, la comunicazione al posto dell'espressione, il *multitasking* al posto della specializzazione».¹³

Quale sarà dunque la spiritualità di quelle persone il cui *modus cogitandi* è in fase di "mutazione" a causa del loro abitare nell'ambiente digitale? Una via per evitare questa perdita consiste nell'evitare di opporre troppo velocemente profondità a interazione, superficialità a interiorizzazione.

Parafrasando *At* 17, 28, potremmo dire che in rete «viviamo, ci muoviamo ed esistiamo». La rete non è certo priva di ambiguità e utopie. In ogni caso la società fondata sulle reti di connessione comincia a porre sfide davvero significative sia alla pastorale sia alla comprensione stessa della fede cristiana, a partire dal suo linguaggio di espressione. Le sfide sono esigenti. Il nostro compito lo è altrettanto.

¹³ A. BARICCO, *I barbari. Saggio sulla mutazione*, Milano 2006, 178.

Presenza cristiana nella rete. Situazione attuale e prospettive per il futuro

CLAUDIO M. CELLI^{14*}

LA PROMETTENTE PROFEZIA DEL CONCILIO VATICANO II

Il rapporto tra la Chiesa e gli strumenti della comunicazione inizia da lontano. Nel ventesimo secolo, già dagli anni Trenta, per considerare solo quest'ultimo periodo, appaiono importanti documenti ecclesiali sulla comunicazione. La *Vigilanti cura* di Pio XI, del 1936, e la *Miranda prorsus* di Pio XII, nel 1957, si riferivano soprattutto al cinema, che in quegli anni poneva numerosi interrogativi, ma fanno comunque da prologo al decreto conciliare *Inter mirifica*. L'atteggiamento della Chiesa, con le dovute cautele, si apriva alla positività, riconoscendo opportunità e potenzialità dei mezzi di comunicazione per la crescita dell'uomo, ma anche i possibili rischi.

Inter mirifica è al centro di questo percorso, tra storia e cambiamento, visto il contesto nel quale il decreto è maturato. È la prima volta che si affronta il tema della comunicazione e la Chiesa si concentra su un argomento che in precedenza aveva faticato a trovare un riconoscimento ufficiale. La Chiesa si trova di fronte a molteplici problematiche, tra cui quelle emergenti dai nuovi mezzi di comunicazione che, giorno dopo giorno, diventano sempre più presenti nella vita delle persone, cambiandone usi e costumi. Sente il bisogno di « capire » tali mezzi, per entrare a far parte di un'epoca in cui la stampa, la radio, il

* Presidente del Pontificio Consiglio delle Comunicazioni Sociali.

cinema e la televisione aumentano il loro impatto nella vita quotidiana di ogni uomo.

Il decreto conciliare *Inter mirifica*, promulgato il 4 dicembre 1963, rileva che i mezzi di comunicazione sono «tra le meravigliose invenzioni tecniche che l'ingegno umano è riuscito, con l'aiuto di Dio, a trarre dalle forze e della natura creata...».¹ Per apprezzarne la novità di allora e l'attualità odierna, è essenziale la testimonianza del gesuita padre Baragli,² al quale si deve un ricco e approfondito studio del decreto.

Nel 1960, durante la fase preparatoria, furono presentati gli argomenti da discutere al Concilio; dei novemila e trecentoquarantotto proposti solo diciotto facevano riferimento alla comunicazione. Per espressa volontà di papa Giovanni XXIII, il tema dei media è stato inserito nell'agenda del Concilio, con la creazione di una sala stampa e con la costituzione di un'équipe per la redazione della prima bozza dell'*Inter mirifica*.

Inter mirifica apre la serie dei documenti emanati dal Concilio Vaticano II, e a distanza di cinquant'anni rappresenta una tappa fondamentale nel rapporto tra la Chiesa e la comunicazione, pur con alcune debolezze che il successivo magistero cercherà di colmare. È la prima volta, infatti, che un Concilio ecumenico discute di comunicazioni sociali.

«Andate in tutto il mondo e predicate il Vangelo a ogni creatura» (Mc 16, 15). In questa frase la Chiesa riflette sé stessa, la sua missione evangelizzatrice e il dovere della predicazione è la base dogmatica dell'*Inter mirifica*. Alla luce di tale immutata esigenza, gli strumenti della comunicazione sociale sono tra le cose meravigliose, e il decreto riprende l'esordio della *Miranda prorsus* per esprimere il concetto di ammirazione. Al tempo del Concilio i prodotti della tecnologia per-

¹ CONCILIO ECUMENICO VATICANO II, Decreto sugli strumenti di comunicazione sociale *Inter mirifica*, n. 1.

² Il gesuita padre Enrico Baragli ha raccolto in un'opera monumentale i testi che documentano questo difficile rapporto tra Chiesa e comunicazione sociale (cfr. *Comunicazione, comunione e Chiesa*, Roma 1973). Cfr. E. BARAGLI, *Inter mirifica. Introduzione. Storia. Discussione. Commento. Documentazione*, Studio Romano della Comunicazione Sociale, Roma 1969.

mettevano al mondo di far vivere in tempo reale gli avvenimenti. Oggi radio, televisione, carta stampata sono stati affiancati, in qualche caso superati, da altre cose meravigliose, computer, internet, cellulari e siamo di fronte a una rivoluzione che all'epoca dell'*Inter mirifica* era solo all'inizio, ma che allora, come attualmente, con modalità diverse, incidereva profondamente sulle mentalità e gli stili di vita.

Un anno dopo la sua promulgazione, padre René Laurentin definiva il testo dell'*Inter mirifica* banale, moralizzante, gretto e poco aperto al ruolo dei laici.³ Il decreto profetico insomma scontentò un po' tutti: i «progressisti» perché ancora segnato da un linguaggio censorio e da un'antropologia ingenua; i «tradizionalisti», per la mancanza di esplicite condanne e un'apertura giudicata eccessiva a strumenti potenzialmente tanto pericolosi per la morale e l'integrità della fede cattolica. Il risultato fu compromissorio e vide la riduzione dello schema originale del documento di oltre due terzi del testo e l'approvazione finale con il più alto numero di *non placet* registrato in sede di votazione finale (mille novecentosessanta voti favorevoli e centosessantaquattro voti contrari).

Si apriva però un nuovo cammino che trovava il suo punto di riferimento nel decreto che, con la sua dimensione profetica, riconosceva il valore di queste meraviglie, frutto del genio umano, dono di Dio all'uomo, pur considerandone i rischi e i pericoli. Un sottile filo conduttore lega il magistero di Pio XII e la sua consapevolezza del ruolo evangelizzatore della comunicazione all'appello di papa Giovanni Paolo II: «non abbiate paura delle nuove tecnologie! Esse sono tra le cose meravigliose – *inter mirifica* ...».⁴ In mezzo c'è il merito epocale di *Inter mirifica*: avere accolto la dimensione kerygmatica e salvifica dei mass media, per continuare a diffondere la Buona Novella.

Paolo VI, in chiusura della seconda sessione del Concilio nel 1963, affermava: «Un altro frutto, e di non poco peso, del nostro Concilio è il decreto sui cosiddetti strumenti di comunicazione sociale, che aper-

³ Cfr. R. LAURENTIN, *L'enjeu du Concile. Bilan de la deuxième session*, Paris 1964, 165.

⁴ GIOVANNI PAOLO II, Lettera apostolica *Il rapido sviluppo*, 24 gennaio 2005, n. 14.

tamente attesta che la Chiesa gode della capacità di collegare la vita esteriore a quella interiore, l'azione alla contemplazione, l'apostolato alla preghiera».⁵

DALLA FOCALIZZAZIONE STRUMENTALE ALL'IMPEGNO CULTURALE

Sarà lo stesso Paolo VI, con la *Evangelii nuntiandi* del 1975, a toccare il tema dei mezzi di comunicazione sociale: «Tuttavia l'uso degli strumenti di comunicazione sociale per l'evangelizzazione presenta una sfida: il messaggio evangelico dovrebbe, per il loro tramite, giungere a folle di uomini, ma con la capacità di penetrare nella coscienza di ciascuno, di depositarsi nel cuore di ciascuno come se questi fosse l'unico, con tutto ciò che egli ha di più singolare e personale, e di ottenere a proprio favore un'adesione, un impegno del tutto personale».⁶ La visione è ancora strumentale e cambierà solo con Giovanni Paolo II. Ma è fondamentale vedere come la *Evangelii nuntiandi* riconosce che spetta ai pastori della Chiesa, con saggezza e audacia, diffondere il messaggio del Vangelo affinché si incarni nelle varie culture.

Il cammino non è certo facile. Nell'esortazione apostolica *Christifideles laici*, del 1988, la comunicazione sociale è definita «nuova frontiera della missione della Chiesa».⁷ Ma è con la lettera enciclica *Redemptoris missio*, del 1990, che pur non abbandonando la visione strumentale, si inizia a percepire una valenza culturale: «Il primo anello del tempo moderno è il mondo della comunicazione, che sta unificando l'umanità rendendola – come si suol dire – un “villaggio globale” [...]. Non basta usarli [i media] per diffondere il messaggio cristiano e il magistero della Chiesa, ma occorre integrare il messaggio stesso in questa “nuova cultura” creata dalla comunicazione moderna».⁸

⁵ PAOLO VI, *Allocuzione alla solenne chiusura della seconda sessione del Concilio*, 4 dicembre 1963, n. 15.

⁶ Id., *Esortazione apostolica Evangelii nuntiandi*, n. 45.

⁷ GIOVANNI PAOLO II, *Esortazione apostolica Christifideles laici*, n. 44.

⁸ Id., *Lettera enciclica Redemptoris missio*, n. 37.

Con Giovanni Paolo II la comunicazione ha a disposizione internet e si percepisce che le nuove tecnologie stanno creando una cultura vera e propria, cambiando la vita dell'uomo e interferendo in essa. Questo oggi è un dato appurato dal magistero pontificio. Ormai parliamo di cultura digitale, ma la domanda è: la Chiesa, in che misura è in grado di entrare in dialogo con la cultura digitale?

Le considerazioni sul campo tecnologico-sociale hanno contribuito al cambio di paradigma nella concettualizzazione dei media. All'inizio, negli anni Sessanta, sono stati pensati come mezzi (McLuhan, 1967), poi sono diventati ambienti (Meyrowitz, 1993). Con l'avvento dei media digitali, abbiamo un nuovo cambiamento di prospettiva e il magistero parla di abitanti in questa realtà, per cui l'ambiente è la rete e i media si possono pensare oggi come tessuto connettivo (Siemens, 2004), sistema nervoso della nostra cultura attraverso il quale comunichiamo, produciamo contenuti culturali, costruiamo ed esprimiamo le nostre identità, trasmettiamo valori, ci relazioniamo.

A questo proposito ricordo che oltre un miliardo e duecento milioni di persone abitano una delle grandi reti sociali, *Facebook*, che è così uno dei "paesi" più grandi del mondo, senza frontiere nazionali. Molti di loro non entreranno mai in una chiesa, ma anche a loro abbiamo il dovere di annunciare il Vangelo, pertanto la Chiesa e i suoi pastori devono essere in quest'ambiente, devono evangelizzare in internet, non attraverso internet, perché è nell'ambiente della rete che sono chiamato a essere chi sono, discepolo del Signore Gesù.

«I media non sono più uno schermo che si guarda, una radio che si ascolta. Sono un'atmosfera, un ambiente nel quale si è immersi, che ci avvolge e ci penetra da ogni lato. Noi stiamo in questo mondo di suoni, di immagini, di colori, di impulsi e di vibrazioni come un primitivo era immerso nella foresta, come un pesce nell'acqua. È il nostro ambiente, i media sono un nuovo modo di essere vivi».⁹ Sono parole

⁹ C.M. MARTINI, *Il lembo del mantello. Lettera pastorale per l'anno 1991-92*, Milano 1991, 34.

scritte dal cardinale Martini nel lontano 1991. La rivoluzione era iniziata. Il cambiamento della nostra cultura era già in atto. E lo è ancora oggi.

Papa Benedetto XVI, nel suo messaggio per la 42^a Giornata mondiale delle comunicazioni sociali, affermava: «Le nuove tecnologie non stanno cambiando solo il modo di comunicare, ma la comunicazione in sé stessa, per cui si può affermare che si è di fronte a una vasta trasformazione culturale. Con tale modo di diffondere informazioni e conoscenze, sta nascendo un nuovo modo di apprendere e di pensare, con inedite opportunità di stabilire relazioni e di costruire comunione».¹⁰

Papa Francesco ha ribadito in seguito il concetto di una comunicazione a dimensione umana: «Il grande continente digitale non è semplicemente tecnologia, ma è formato da uomini e donne reali che portano con sé [...] le proprie ansie, la ricerca del vero, del bello e del buono».¹¹

Nel marzo 2009, alla fine della sua relazione sulle linee guida per affrontare le sfide comunicative nella Chiesa odierna, Valentin A. Presern raccontava una storia di Eduardo Galeano: «C'era una volta un mago dell'arpa... Nelle pianure della Colombia non c'era festa senza di lui. Perché la festa fosse festa, Mesé Figueredo doveva star lì, con le sue dita ballerine che rallegravano l'aria e agitavano le gambe. Una notte, in un sentiero sperduto, lo aggredirono i ladroni. Andava, Mesé Figueredo, a un matrimonio, a dorso di mulo: su una mula lui, sull'altra l'arpa, quando dei ladroni lo assalirono e lo picchiarono di santa ragione.

Il giorno seguente qualcuno lo trovò. Abbandonato in mezzo alla strada, come uno straccio, sporco di fango e di sangue: più morto che vivo. Nonostante la situazione in cui si trovava, disse con un filo di voce: "si sono portati via le mule!". E aggiunse: "si sono portati via

¹⁰ BENEDETTO XVI, *Verità, annuncio e autenticità di vita nell'era digitale*, Messaggio per la 45^a Giornata mondiale delle comunicazioni sociali, in: "Insegnamenti" VII, 1 (2011), 127.

¹¹ FRANCESCO, *Discorso ai partecipanti all'assemblea plenaria del Pontificio Consiglio delle Comunicazioni Sociali ricevuti in udienza*, 21 settembre 2013, in: "L'Osservatore Romano", 22 settembre 2013, 7.

anche l'arpa!..” Poi, riprese fiato e sorrise: “...ma non si sono portati via la musica!”¹²

Nelle sue conclusioni, Presern affermava: «Se ai discepoli di Gesù e a tutta la Chiesa, popolo di Dio, manca “la musica” (il Regno), anche se possiedono “l'arpa” (i media, i linguaggi, le tecnologie) e “i muli” (le strutture politiche, economiche, culturali), rimangono “bronzo che rimbomba” e “cimbalo che strepita” (1Cor 13, 1). La Chiesa non è attaccata ai muli e nemmeno all'arpa: invece non può vivere senza la musica».¹³

Parlando della comunicazione, la domanda è: che musica portiamo nel cuore? La gente non vuole vedere se abbiamo tecnologie sofisticate, ma se abbiamo la musica nel cuore ed è questa che dobbiamo comunicare.

Questa moderna parabola ricorda le domande di papa Francesco durante l'incontro con il Comitato di coordinamento del Consiglio Episcopale Latino Americano (CELAM) a Rio de Janeiro: domande sul «rinnovamento interno della Chiesa», sul «dialogo con il mondo attuale». «Gli scenari e areopaghi sono i più svariati» e «Dio sta in tutte le parti: bisogna saperlo scoprire per poterlo annunciare nell'idioma di ogni cultura; e ogni realtà, ogni lingua, ha un ritmo diverso».¹⁴ Questo discorso di papa Francesco, insieme a quello rivolto ai vescovi brasiliani, costituiscono una piccola enciclica di ecclesiologia, e descrivono cosa pensa il Santo Padre della Chiesa di oggi. Del resto la comunicazione presuppone l'ecclesiologia e questo è il senso profondo del cambiamento.

In occasione del discorso alla plenaria del Pontificio Consiglio delle Comunicazioni Sociali, papa Francesco ha sottolineato l'importanza

¹² F. LEVER, F. PASQUALETTI, V. PRESERN, *Dai loro frutti li riconoscerete. Comunicazione, coerenza, azione*, Roma 2011, 62-63.

¹³ *Ibid.*

¹⁴ FRANCESCO, *Discorso ai vescovi responsabili del Consiglio episcopale latinoamericano (CELAM) in occasione della riunione generale di coordinamento*, Rio de Janeiro, 28 luglio 2013, in: “L'Osservatore Romano”, 29-30 luglio 2013, 10.

di «sapersi inserire nel dialogo con gli uomini e le donne di oggi».¹⁵ Il contesto in cui oggi viviamo è sempre più multiculturale. «La convivenza della Chiesa, nella sua ferma adesione al carattere perenne della verità, con il rispetto per altre “verità”, o con la verità degli altri, è un apprendistato che la Chiesa stessa sta facendo. In questo rispetto dialogante si possono aprire nuove porte alla trasmissione della verità».¹⁶ Si tratta pertanto di instaurare un dialogo rispettoso e, «costatata la diversità culturale, bisogna far sì che le persone non solo accettino l’esistenza della cultura dell’altro, ma aspirino anche a venire arricchite da essa e a offrirle ciò che si possiede di bene, di vero e di bello»,¹⁷ come ha sottolineato Benedetto XVI. L’altro non va semplicemente tollerato.

È sempre Benedetto XVI a ribadire l’importanza della verità, per tutti, perché «una pastorale nel mondo digitale è chiamata a tener conto anche di quanti non credono, sono sfiduciati e hanno nel cuore desideri di assoluto e di verità non caduche, dal momento che i nuovi mezzi consentono di entrare in contatto con credenti di ogni religione, con non credenti e persone di ogni cultura».¹⁸

Per noi, Chiesa, diventa importante, allora, saper dialogare negli ambiti creati dalle nuove tecnologie, come ci ricorda papa Francesco, per riuscire a instaurare un dialogo che sappia incoraggiare e aiutare uomini e donne a cercare la verità, sostenendoli nel loro cammino di ricerca. Benedetto XVI ricordava come «anche nel mondo digitale deve emergere che l’attenzione amorevole di Dio in Cristo per noi non è una cosa del passato e neppure una teoria erudita, ma una realtà del tutto concreta e attuale».¹⁹ Nell’annuncio della Buona Novella, non dobbiamo, infatti, dimenticare che nell’enorme quantità di messaggi

¹⁵ ID., *Discorso ai partecipanti all’assemblea plenaria del Pontificio Consiglio delle Comunicazioni Sociali ricevuti in udienza*, cit.

¹⁶ BENEDETTO XVI, *Incontro con il mondo della cultura*, Lisbona, 12 maggio 2010, in: “L’Osservatore Romano”, 13 maggio 2010, 5.

¹⁷ *Ibid.*

¹⁸ ID., *Il sacerdote e la pastorale nel mondo digitale: i nuovi media al servizio della Parola*, Messaggio per la 44ª Giornata mondiale delle comunicazioni sociali, in: “Insegnamenti” VI, 1 (2010), 108.

¹⁹ *Ibid.*

a cui siamo sottoposti ogni giorno, può essere difficile riuscire a discernere cosa è importante. Per questo la Chiesa deve essere presente anche nel web e Benedetto XVI sottolinea come «la capacità di utilizzare i nuovi linguaggi è richiesta non tanto per essere al passo coi tempi, ma proprio per permettere all'infinita ricchezza del Vangelo di trovare forme di espressione che siano in grado di raggiungere le menti e i cuori di tutti».²⁰

Giovanni Paolo II, ne *Il rapido sviluppo*, anticipava l'esigenza per la Chiesa di farsi presente nel mondo digitale: «la Chiesa non è chiamata soltanto a usare i media per diffondere il Vangelo, ma oggi, più che mai, a integrare il messaggio salvifico della “nuova cultura” che i potenti strumenti della comunicazione creano e amplificano».²¹ Nel 2005 e ancora oggi, annunciare il Vangelo non significa semplicemente fare delle citazioni, ma integrare il messaggio salvifico nella nuova cultura. Penso in modo particolare ai laici che hanno nel cuore Cristo perché, come ha detto Benedetto XVI, «comunicare il Vangelo attraverso i nuovi media significa non solo inserire contenuti dichiaratamente religiosi sulle piattaforme dei diversi mezzi, ma anche testimoniare con coerenza, nel proprio profilo digitale e nel modo di comunicare, scelte, preferenze, giudizi che siano profondamente coerenti con il Vangelo, anche quando di esso non si parla in forma esplicita».²²

Benedetto XVI ha ricordato: «sentitevi impegnati a introdurre nella cultura di questo nuovo ambiente comunicativo e informativo i valori su cui poggia la vostra vita! Nei primi tempi della Chiesa, gli apostoli e i loro discepoli hanno portato la Buona Novella di Gesù nel mondo greco-romano: come allora l'evangelizzazione, per essere fruttuosa, richiese l'attenta comprensione della cultura e dei costumi di quei popoli pagani nell'intento di toccarne le menti e i cuori, così ora l'annuncio di Cristo nel mondo delle nuove tecnolo-

²⁰ ID., *Reti sociali: porte di verità e di fede; nuovi spazi di evangelizzazione*, Messaggio per la 47a Giornata mondiale delle comunicazioni sociali, in: “Insegnamenti” IX (2013), 116.

²¹ GIOVANNI PAOLO II, Lettera apostolica *Il rapido sviluppo*, 24 gennaio 2005, n. 2.

²² BENEDETTO XVI, *Verità, annuncio e autenticità di vita nell'era digitale*, cit., 129.

gie suppone una loro approfondita conoscenza per un conseguente adeguato utilizzo».²³

Il monito dell'esortazione apostolica *Evangelii nuntiandi*, nel 1975, pur se in un panorama completamente diverso, ricorda come sia importante "vivere il tempo", servendosi di tutti i mezzi a disposizione per continuare a evangelizzare, perché «la Chiesa si sentirebbe colpevole di fronte al suo Signore se non adoperasse questi potenti mezzi, che l'intelligenza umana rende ogni giorno più perfezionati; servendosi di essi la Chiesa "predica sui tetti" il messaggio di cui è depositaria; in loro essa trova una versione moderna ed efficace del pulpito. Grazie ad essi riesce a parlare alle moltitudini».²⁴

A distanza di tanti anni, ma soprattutto di fronte agli sviluppi tecnologici che hanno dato vita a questa nuova cultura senza più confini geografici, dobbiamo chiederci se nel mutato contesto comunicativo siamo capaci di portare all'incontro con Cristo e per questo serve una Chiesa che riesca a portare calore, ad accendere il cuore. Papa Francesco ha indicato la strada, il bisogno di mantenere quello che lui chiama il passo del pellegrino, né avanti né indietro, ma a fianco, perché è così che deve camminare la Chiesa, a fianco dell'umanità.

«Il Dio in cui crediamo [...] vuole manifestarsi attraverso i nostri mezzi, anche se sono poveri, perché è lui che opera, è lui che trasforma, è lui che salva la vita dell'uomo».²⁵ Dunque, il senso della Chiesa è nell'annuncio del Vangelo, come Francesco torna a ripetere nella *Evangelii gaudium*, al punto che la missione «è qualcosa che non posso sradicare dal mio essere [...] Io sono una missione su questa terra, e per questo mi trovo in questo mondo».²⁶

²³ BENEDETTO XVI, *Nuove tecnologie, nuove relazioni. Promuovere una cultura di rispetto, di dialogo, di amicizia*, Messaggio per la 43ª Giornata mondiale delle comunicazioni sociali, in: "Insegnamenti" V, 1 (2009), 127.

²⁴ PAOLO VI, Esortazione apostolica *Evangelii nuntiandi*, n. 45.

²⁵ FRANCESCO, *Discorso ai partecipanti all'assemblea plenaria del Pontificio Consiglio delle Comunicazioni Sociali ricevuti in udienza*, cit.

²⁶ ID., Esortazione apostolica *Evangelii gaudium*, n. 273.

L'AUTENTICITÀ DELLA COMUNICAZIONE

La passione per la comunicazione appartiene al nostro DNA, come esseri umani e cristiani, inviati dal Signore. A tale proposito vorrei citare la necessaria conversione pastorale espressa nel film *Centochiodi*, di Ermanno Olmi, in cui si privilegia l'autenticità dell'incontro personale. Il film è una «critica ai *modus operandi* di una cultura giunta ormai troppo lontana dai lidi dell'animo umano»,²⁷ con il desiderio di rifondare la spiritualità dal basso, dalla materialità del vivere, dall'esperienza, quasi come a dire: la verità non è nei libri ma nella vita e nell'incontro con gli altri. Non basta "riaffermare", "custodire". Il messaggio non dipende tanto dall'emittente quanto anche dal destinatario, che non va considerato come un bersaglio, ma come un soggetto interlocutore coinvolto nel processo di dare e ricevere. Alla fine comunichiamo ciò che siamo, al punto che spesso nei processi comunicativi il "non verbale" conta molto di più; la nostra testimonianza e la nostra coerenza sono fondamentali.

Scrivendo il cardinale Martini nel 1990: «Ecco, vorrei che tutti voi approfittaste di questa mia esperienza (non nuova, ma che ogni volta mi costa come se fosse la prima): comunicare è difficile, richiede un va e vieni dialogico, interlocutori pazienti, benevoli e attivi». ²⁸ Come Chiesa, siamo una rete di comunità connesse tra di loro, prima che rete tecnologica. In un mondo più complesso e complicato siamo chiamati a condividere risorse, competenze ed esperienze. La comunicazione va compresa come risposta «alla chiamata di Dio – una chiamata che è impressa nella nostra natura di esseri creati a immagine e somiglianza di Dio, il Dio della comunicazione e della comunione». Il nostro desiderio è «riflesso della nostra partecipazione al comunicativo e

²⁷ S. CELLI, *Centochiodi*, recensione (www.occhisulcinema.it/Rec-Centochiodi.htm).

²⁸ C.M. MARTINI, *Effatà! Apriti!* Lettera pastorale per l'anno 1990-91, Milano 1990, 5. Il cardinale Martini ha consacrato due celebri lettere pastorali alla comunicazione: *Il lembo del mantello* e *Effatà! Apriti!*

unificante amore di Dio, che vuol fare dell'intera umanità un'unica famiglia». ²⁹

L'IMPORTANZA DELLA TESTIMONIANZA E DELLA COERENZA

Dio parla attraverso gli avvenimenti quotidiani e papa Francesco ci spinge verso una mistica che dona spessore all'attualità, imparando a sentire, a vedere Dio che non si stanca mai di operare in ogni momento della nostra vita, della storia. Sentire, percepire, riconoscere il Mistero divino ogni istante, imparare a rinascere con Cristo sempre presente, innamorarsi dell'Infinito attraverso l'istante fugace in ogni cosa! Così il Papa ci interroga: come sono le nostre omelie? «Via queste omelie interminabili, noiose, delle quali non si capisce niente». ³⁰

L'icona di Emmaus è un modello di comunicazione coraggiosa, proposto da papa Francesco ai vescovi brasiliani, ma valido anche per noi in Europa. «Serve una Chiesa che non abbia paura di entrare nella loro notte. Serve una Chiesa capace di incontrarli nella loro strada. Serve una Chiesa in grado di inserirsi nella loro conversazione. Serve una Chiesa che sappia dialogare con quei discepoli, i quali, scappando da Gerusalemme, vagano senza meta, da soli, con il proprio disincanto, con la delusione di un cristianesimo ritenuto ormai terreno sterile, infecondo, incapace di generare senso». ³¹

Una Chiesa che vuole vivere nel tempo presente è chiamata ad avere una comunicazione che dialoga con le persone del nostro tempo. «La problematica non è principalmente tecnologica. Ci dobbiamo domandare: siamo capaci, anche in questo campo, di portare Cristo, o

²⁹ BENEDETTO XVI, *Nuove tecnologie, nuove relazioni. Promuovere una cultura di rispetto, di dialogo, di amicizia*, Messaggio per la 43ª Giornata mondiale delle comunicazioni sociali, cit., 124.

³⁰ FRANCESCO, *Discorso all'incontro con il clero, le persone di vita consacrata e i membri dei consigli pastorali della diocesi di Assisi*, 4 ottobre 2013, in: "L'Osservatore Romano", 6 ottobre 2013, 6.

³¹ ID., *Discorso all'Episcopato del Brasile a Rio de Janeiro*, 27 luglio 2013, in: "L'Osservatore Romano", 29-30 luglio 2013, 6.

meglio di portare all'incontro di Cristo? Di camminare col pellegrino esistenziale, ma come camminava Gesù con quelli di Emmaus, riscaldando il cuore, facendo trovare loro il Signore?».³² Papa Francesco ci indica il passo del pellegrino, né davanti né indietro, ma accanto e non a caso ha parlato della Chiesa come di un ospedale da campo in tempo di guerra, capace di essere vicino all'uomo ferito che fa fatica a vivere, a trovare il senso vero dell'esistenza.

L'incarnazione è il criterio che guida la pastorale della comunicazione, capace di trasformare ogni strategia in azione, sia nel campo della formazione sia dell'informazione, *ad intra* e *ad extra*. Non è tanto una questione di possedere mezzi o gestire strutture, quanto organizzare gruppi di lavoro impegnati a elaborare messaggi.

L'URGENZA DELLA COORDINAZIONE DELLA COMUNICAZIONE

Il decreto conciliare raccomandava di organizzare uffici di comunicazioni sociali per unire gli intenti e le forze.³³ Le sfide organizzative sono state poi ampiamente elaborate nel documento *Communio et progressio*, nel 1971, e riproposte attraverso il piano pastorale dell'*Aetatis novae*, nel 1992, i cui principi fondamentali restano validi, secondo le priorità locali. Questa istruzione pastorale segnala inoltre la responsabilità dei vescovi nel creare un piano pastorale per la comunicazione, spiegando che esso deve contemplare due fasi: investigazione e programmazione.³⁴ Il problema non è solo un ufficio, ma è percepire che la comunicazione attraversa tutta la pastorale della Chiesa.

Non sembra che nella Chiesa manchino strategie e possibilità di pianificazione. Sembra però che finora le parole di *Aetatis novae* non

³² ID., *Discorso ai partecipanti all'assemblea plenaria del Pontificio Consiglio delle Comunicazioni Sociali ricevuti in udienza*, cit.

³³ Cfr. CONCILIO ECUMENICO VATICANO II, Decreto sugli strumenti di comunicazione sociale *Inter mirifica*, n. 21.

³⁴ Cfr. J.M. LA PORTE, *Inculturare il Vangelo nella cultura della comunicazione*. Sussidio didattico presentato al Seminario internazionale sul carisma paolino, Roma, 16 giugno – 3 luglio 2008 (http://www.paulus.net/seminariosulcarisma/interventi/LaPorte_IT.pdf).

abbiano raggiunto le attese: una vera conversione pastorale. «Il lavoro dei media cattolici non è soltanto un'attività supplementare che si aggiunge a tutte quelle della Chiesa: le comunicazioni sociali hanno, infatti, un ruolo da giocare in tutti gli aspetti della missione della Chiesa. Così non ci si deve accontentare di avere un piano pastorale per la comunicazione, ma è necessario che la comunicazione sia parte integrante di ogni piano pastorale perché essa di fatto ha un contributo da dare a ogni altro apostolato, ministero o programma». ³⁵ Sono parole del 1992 ma non le abbiamo pienamente realizzate, perché incombe ancora la visione strumentale.

“Comunicazione al servizio di un'autentica cultura dell'incontro” è il tema della 48ª Giornata mondiale delle comunicazioni sociali, il 1º giugno 2014.

Forse, per una comunicazione più dialogica e relazionale nella Chiesa, dovremmo interrogarci sulle parole di mons. Rino Fisichella, presidente del Pontificio Consiglio per la Nuova Evangelizzazione: «Ci siamo rinchiusi in noi stessi, mostriamo un'autosufficienza che impedisce di accostarci come una comunità viva e feconda che genera vocazioni, tanto abbiamo burocratizzato la vita di fede e sacramentale». ³⁶ Bisogna rinnovarsi a livello personale e comunitario, con maggiore coerenza tra *ars orandi*, *ars credendi* e arte di comunicare, vivere, raccontare e testimoniare.

Alla luce di tutto questo, mi viene in mente una visione della Chiesa che ha una profonda simpatia per l'uomo, che sa avvicinarsi a lui, andandogli incontro in quelle situazioni di profonda solitudine nelle quali ha bisogno di trovare qualcuno che gli scaldi il cuore e, dovendo pensare alla comunicazione nella Chiesa, la vedo in questa prospettiva.

³⁵ PONTIFICIO CONSIGLIO DELLE COMUNICAZIONI SOCIALI, Istruzione pastorale *Aetatis novae*, n. 17 (http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_22021992_aetatis_it.html).

³⁶ In: http://www.vatican.va/news_services/press/sinodo/documents/bollettino_25_xiii-ordinaria-2012/01_italiano/b07_01.html#INTERVENTI_IN_AULA_%28CONTINUAZIONE%29.

CONCLUSIONI: SULLA STRADA DELLA PROMESSA DELL'*INTER MIRIFICA*,
NELLA CULTURA ODIERNA, PER TESTIMONIARE LA NOSTRA FEDE
CON SEMPLICITÀ

Una comunicazione semplice non significa semplicistica, come il Santo Padre stesso suggerisce nel suo discorso ai vescovi del Brasile: «Un'altra lezione che la Chiesa deve ricordare sempre è che non può allontanarsi dalla semplicità, altrimenti disimpara il linguaggio del Mistero e non solo resta fuori dalla porta del Mistero, ma non riesce neppure a entrare in coloro che dalla Chiesa pretendono quello che non possono darsi da sé, cioè Dio stesso. A volte, perdiamo coloro che non ci capiscono perché abbiamo disimparato la semplicità, importando dal di fuori anche una razionalità aliena alla nostra gente. Senza la grammatica della semplicità, la Chiesa si priva delle condizioni che rendono possibile "pescare" Dio nelle acque profonde del suo Mistero».³⁷

³⁷ FRANCESCO, *Discorso all'Episcopato del Brasile a Rio de Janeiro*, 27 luglio 2013, cit.

TAVOLE ROTONDE

I. L'altra faccia di internet

Dalla relazione alla connessione: antropologia dei *social network*

VINCENZO COMODO *

Il tema che mi è stato assegnato è ricchissimo di dimensioni analitiche e di aspetti meritevoli di grande attenzione. Tenendo conto della vastità dell'argomento e dell'esiguità del tempo di cui dispongo, sono costretto a compiere un notevole sforzo di sintesi, esponendomi seriamente al rischio di non trattare degli aspetti altrettanto meritevoli di opportuna considerazione.

Alla luce di questa premessa, concentrerò questo mio intervento in tre punti essenziali. Il primo riguarderà il significato dell'*essere social* e l'autenticità delle relazioni *online*; il secondo, il perché essere in un *social network*; il terzo tratterà il senso dell'amicizia e i principali lati oscuri dei *social network sites* (SNS).¹

1. BEING SOCIAL

Voglio partire con un'affermazione perentoria: "Io sono *social*". Lo dico perché lo sono per davvero: ho la coscienza di esserlo. E, come me, lo dicono e possono dirlo milioni di navigatori dello sconfinato oceano di internet. Soprattutto tra i più giovani (tra di loro è un'espressione particolarmente in voga); anche se molti lo dicono senza avere una completa conoscenza del significato di questa affermazione.

* Docente di Sociologia della Comunicazione a Roma presso l'Istituto di teologia della vita consacrata "Claretianum", della Pontificia Università Lateranense.

¹ La sigla SNS indica l'insieme dei *social network*. «Seguendo l'interpretazione più accreditata e condivisa dalla comunità scientifica che si occupa di studiare le tecnologie del web sociale, il termine corretto da utilizzare è *social network sites* (SNS) o siti di *social network*» (D. BENNATO, *Sociologia dei media digitali*, Roma-Bari 2011, 93).

Ma perché io sono *social*? Lo sono perché invio *tweet*, gestisco *blog*, faccio videocchiamate via *Skype*, sono membro di varie *communities*, apporto il mio contributo su un *wiki*, commento *post* in qualche *forum*, aggiorno il mio profilo su *Facebook*, *chatto* e utilizzo le applicazioni di altri SNS in cui sono presente.

Per evitare, però, che si sia data un'interpretazione troppo operazionistica, chiariamo una cosa: essere *social* non vuol dire semplicemente compiere questo genere di pratiche, ma vivere in pienezza la realtà del *web 2.0*; avere la coscienza di esistere nei suoi spazi di socializzazione e di condivisione; essere consapevoli che la propria vita sociale viene trascorsa anche nel cosiddetto mondo virtuale; sentire come i flussi della cultura, delle esperienze, delle relazioni vissute in digitale incidono nella formazione della propria persona e nella ridefinizione continua delle proprie cerchie amicali, dei rapporti interpersonali, dei comportamenti individuali e collettivi. Soprattutto nei SNS che, tra i *social media* – chiedo scusa per la ridondanza – sono quelli più *social*. In altri termini, sono i luoghi con il potenziale di socializzazione più alto. Essi, infatti, costituiscono il territorio più fecondo in cui far nascere e coltivare relazioni tra cybernauti. Non esclusivamente circoscritte nello spazio della rete, ma altresì fortemente “collegate” con il cosiddetto mondo reale.

In virtù di questo collegamento sempre più solido, la contrapposizione tra le relazioni interpersonali vissute nel mondo reale e in quello virtuale – in maniera particolare, dei SNS – tende di gran lunga a ridursi. Fino ad annullarsi, per molti autori. Questo perché la distinzione tra mondo reale (espressione con cui alcuni continuano a identificare tutto ciò che avviene al di qua del monitor) e mondo virtuale (espressione con cui, invece, continuano a far riferimento a tutto ciò che accade nel web) è di fatto anacronistica. Fino a qualche tempo fa, è servita, più che altro, a distinguere la realtà nascente di internet. Ma oggi resta solo un ricordo. Anche se nella comunità scientifica non vi è pieno accordo su ciò, va detto che è ben nutrito il gruppo dei mediologi che ritengono che «tutti gli spazi, sia quelli *offline* che quelli *online*, sono

reali».² Anche Benedetto XVI è di questo avviso.³ Quindi, va riconosciuto che ha preso piede l'idea del *continuum* tra rete e quotidiano.

Ciò che cambia, invece, è la qualità della relazione vissuta nei SNS. Più o meno profonda. Nomade o stabile. Fondata sulla verità o sulla bugia. Edificante o pericolosa. Con eventuali sviluppi “esterni”, nell'incontro *face to face*.

A ogni buon conto, è bene memorizzare che quelle nate nei SNS costituiscono delle relazioni a tutti gli effetti. Pertanto, non vanno classificate come superficiali,⁴ né possono essere sminuite, in quanto sorte in un ambiente non fisico. E se proprio si vuole individuare un criterio di differenziazione questo va colto unicamente nei contesti sociali in cui sorgono ed eventualmente si sviluppano; e non nella loro natura.

2. L'IDENTITÀ ONLINE TRA VERITÀ E MENZOGNA

Essere social è molto più di quello che può essere considerato un semplice slogan: è un *modus vivendi*, è una dimensione dell'esistenza umana. Tuttavia, per esserlo, bisogna crear-si un'identità *online*, fatta di più profili. Condizione indispensabile, questa, per essere presenti negli assortiti luoghi del web. Ogni cybernauta, perciò, deve compiere una sorta di autopoiesi. In altre parole, mediante la registrazione, deve plasmarsi:⁵ non impastando fango in cui soffiare il proprio alito di vita, ma inserendo dati negli appositi *form*, in combinazioni di *bit*, da invia-

² Cfr. C. GIACCARDI, *Abitare la rete. Il web come luogo antropologico*, in: C. GIACCARDI (ed.), *Abitanti della rete. Giovani, relazioni e affetti nell'epoca digitale*, Milano 2010, 10.

³ «L'ambiente digitale non è un mondo parallelo o puramente virtuale, ma è parte della realtà quotidiana di molte persone, specialmente dei più giovani» (BENEDETTO XVI, *Reti sociali: porte di verità e di fede; nuovi spazi di evangelizzazione*, Messaggio per la 47ª Giornata mondiale delle comunicazioni sociali, in: “Insegnamenti” IX [2013], 116).

⁴ Cfr. G. BOCCIA ARTIERI, *Supernetwork. Quando le vite sono connesse*, in L. MAZZOLI (ed.), *Network effect. Quando la rete diventa pop*, Torino 2009, 39.

⁵ L'utente deve decidere “chi” essere, ossia se presentarsi con la propria identità, contenente i suoi dati veri, oppure con un'identità alterata. Questa “operazione” di scelta identitaria è definita *self empowerment*.

re a chi certificherà la nascita e concederà il diritto di cittadinanza in un ambiente digitale. Che sia *Skype*, *Myspace*, *Google+* o qualsiasi altro.

Dopo aver affermato che le relazioni nei SNS sono autentiche, è bene chiedersi se anche le identità dei cybernauti lo siano. Ponendo questo interrogativo, si vuole indicare il bisogno di far luce sulla veridicità dei profili. Questo perché non sempre corrispondono al vero. Non va affatto scartata – anzi, va presa seriamente in considerazione – la possibilità che essi contengano informazioni false o addirittura “appartengano” a degli utenti immaginari, frutto di propositi non certamente nobili (e da qui la prudenza di agire sotto copertura) oppure di esigenze personali derivate dal bisogno di essere e sentirsi un’altra persona, vincente e positiva, che trova nelle cyber-relazioni una ghiotta occasione di riscatto sociale.

Altrettanto, non va accantonata la possibilità che una persona abbia molteplici identità, includendo tra queste quella effettivamente vera. Dando vita, così, a un gioco delle parti che, in apparenza, esalta il protagonista.

Dinanzi a queste possibilità, vanno fatte un paio di osservazioni.

La prima: si è attenuata l’idea di intendere l’identità in rete – e, dunque, l’essere nei SNS – come una via di fuga dal mondo *offline*, per sconfiggere l’isolamento. Nell’ambito dei primi studi sulla relazionalità in internet, quest’idea era notevolmente condivisa dagli addetti ai lavori. Peraltro, era supportata da numerosi lavori scientifici. Al riguardo, però, va fatta una sottolineatura: il fatto che si sia attenuata non vuol dire che sia scomparsa. Anzi, è una “pratica” che va sempre tenuta in evidenza e valutata con maggiore attenzione, tenendo conto dell’aumento esponenziale degli utenti, delle relazioni *online* e degli spazi di socializzazione. I SNS, innanzitutto.

La seconda: proprio grazie al successo dei SNS, si registra una certa tendenza a creare profili autentici.⁶ Ma a cosa è dovuta questa tendenza? Prima di tutto, alla segnalazione delle amicizie o dei contatti da parte degli utenti. Essa, infatti, riduce di molto la possibilità di inseri-

⁶ Cfr. M. CENTORRINO, A. ROMEO, *Sociologia dei digital media*, Milano 2013, 115.

re, nelle rispettive liste, profili appartenenti a individui “falsi”. Poi, è dovuta alla garanzia data dalla conoscenza diretta di molti dei propri contatti. E, inoltre, alle logiche della visibilità e della condivisione, che concedono meno spazio alla falsificazione identitaria.

Per carità, siamo realisti: ammettiamo che i falsi d'autore si trovano e si troveranno sempre anche nell'universo digitale. E senza che siano autori di livello eccelso.

Fatte queste osservazioni, si può ribadire che le relazioni che si sviluppano nei SNS sono sempre vere; mentre lo stesso non si può dire dei profili. Dunque, dire identità *online* non sempre vuol dire identità reale, cioè vera. È bene ricordarlo. I *fakes* sono sempre in agguato. Nelle loro mescolanze di generi, di condizioni, di *status*: uomini che si presentano donne (*gender swapping*), adulti che si presentano adolescenti, poveri che si presentano ricchi, lupi che si travestono da agnelli.

3. PERCHÉ ESSERE IN UN *SOCIAL NETWORK*?

È ragionevole, però, non perdere di vista le motivazioni che attraggono o che spingono a essere presenti nei SNS. La loro profonda radicazione nel tessuto socio-culturale e relazionale potrebbe indurre a considerare questo fenomeno come ordinario. Questo perché, ormai, essi fanno parte del nostro vivere. *L'esser-ci* è normale. Almeno, per chi ci è già. È prudente, allora, sottrarsi a un'interpretazione acritica e, di conseguenza, al pericolo di essere facile preda dell'ovvietà. Pertanto, mossi da un'apparente banalità, è più che opportuno domandarsi: perché si va in un *social network*? Che cosa si ottiene? Chi vi è presente?

Nell'affrontare queste domande, focalizzeremo l'osservazione su *Facebook*. Non soltanto perché è il *social network* più popolato⁷ – e, quindi, in possesso del requisito di maggiore rappresentatività –, ma anche per le opzioni offerte, ossia una serie di applicazioni supple-

⁷ Il numero degli utenti attivi è di 1,19 miliardi. Il dato è aggiornato al 31 ottobre 2013.

mentari, molte delle quali hanno ottenuto un successo enorme e inimmaginabile.

Per quanto riguarda la prima, le ragioni sono diverse. Generalmente, si entra per gestire la propria cerchia amicale; per ristabilire i legami con gli amici di un tempo; per curiosare nei profili di persone già conosciute (*social searching*); per inaugurare conoscenze ed eventualmente sviluppare collaborazioni professionali, amicizie (*social browsing*); per condividere interessi; per trovare la propria anima gemella; per trovare sesso (libero, extraconiugale, a pagamento, reale o virtuale); per giocare (chi non ha ricevuto l'invito a giocare a *Farmville*, a *Candy Crush Saga* oppure al biscotto della fortuna); per fare informazione; per sensibilizzare la pubblica opinione su determinate questioni, rivendicando diritti e richiamando ai doveri; per fuggire da una condizione di emarginazione; per truffare; per esibizionismo.

Per quel che concerne la seconda domanda, quella relativa alle gratificazioni, spiccano: il passare il tempo, il dare/ricevere affetto (l'espressione dell'affetto verso gli amici), l'essere visti alla moda (l'uso di *Facebook* per mostrarsi *à la page*), la condivisione dei problemi, la sociabilità (incontrare nuove persone superando timidezze e altre limitazioni), l'informazione sociale (conoscere cosa stanno facendo gli altri).⁸

Circa la terza, è d'uopo fare una sottolineatura su un aspetto di grandissimo rilievo: l'esorbitante forza mediatica e la popolarità di *Facebook* ha fatto sì che si rinnovassero i circuiti relazionali. Che si ampliassero maggiormente fino a creare i presupposti per entrare in contatto con chiunque.⁹ Abbattendo barriere comunicative e colmando

⁸ Cfr. A. QUAN-HAASE, A.L. YOUNG, *Uses and Gratifications of Social Media: A Comparison of Facebook and Instant Messaging*, in: "Bulletin of Science, Technology & Society", 30, 5, 2010, 355.

⁹ L'avvento dei SNS ha creato nuove condizioni per verificare la teoria dei sei gradi di separazione. All'origine di essa, v'è l'ipotesi elaborata dallo scrittore ungherese Frigyes Karinthy ed esposta nel libro *Catene*, pubblicato nel 1929. Essa è caratterizzata dal fatto che chiunque può entrare in contatto con una persona sconosciuta, attraverso una catena di conoscenze formata da non più di cinque anelli. A verificare questa ipotesi fu Stanley Milgram, un sociologo statunitense, nel 1967. Come la verificò? Scelse casualmente un campione di individui abitanti nel Midwest e chiese loro di far arrivare un pacchetto ad una per-

distanze sociali, le persone comuni possono interfacciarsi anche con i personaggi famosi. Inoltre, ha fatto anche sì che si generassero nuovi soggetti con cui tessere relazioni. Soggetti non biologici, con un corpo e un'anima, ma soggetti che sono espressione di realtà organizzate, con una determinata *mission*. Le relazioni, infatti, si stringono non soltanto tra persone umane, ma anche tra queste e organizzazioni di vario genere, aventi finalità assortite: politiche, commerciali, religiose, associative e quant'altro. È un elemento di novità, questo, che sprona a riflettere su questa ulteriore categoria relazionale.

4. CONTATTI O AMICI?

Nella tessitura delle relazioni *online*, però, non possono passare inosservate le espressioni linguistiche che la regolano e, in particolare, due vocaboli che classificano le relazioni stesse: contatti e amicizia. “Aggiungi agli amici”, “Invia una richiesta di amicizia” sono esortazioni che compaiono sulla pagina del profilo. È curioso notare che, una volta accettata, l'amicizia viene inserita nella lista dei contatti. Al ter-

sona che viveva nel Massachussets. Egli comunicò solamente il nome del destinatario, il suo impiego e la zona in cui risiedeva, ma non l'indirizzo preciso. Inoltre, ad essi fu chiesto di mandare il proprio pacchetto ad una persona di propria conoscenza che avesse il maggior numero di possibilità di conoscere il destinatario finale. Quella persona, poi, avrebbe fatto la stessa cosa con un'altra, fino a che il pacchetto non fosse stato consegnato personalmente al destinatario. L'ipotesi venne verificata. Si constatò, infatti, che per consegnare il pacchetto occorsero, in media, dai cinque ai sette passaggi. Fu così che Milgram definì la “teoria del piccolo mondo”, meglio nota come “teoria dei sei gradi di separazione”. Con la diffusione di internet, questa teoria è stata rilanciata. Sono state fatte ulteriori verifiche mediante la posta elettronica e su *msn Messenger*, ottenendo altre conferme. Ovviamente, *Facebook* non poteva non costituire territorio di sperimentazione, tant'è che sono stati condotti alcuni studi (ad esempio, quello portato avanti da alcuni ricercatori dell'Università degli Studi di Milano e alcuni informatici di *Facebook*) i quali, addirittura, hanno dimostrato che i gradi di separazione sono scesi a 3,74. In considerazione di questi dati, si riesce a comprendere più chiaramente il messaggio di benvenuto presente sulla pagina di accesso del più popolato tra i SNS: “*Facebook helps you connect and share with the people in your life*”. Per approfondimenti, si rimanda a J. UGANDER, B. KARRER, L. BACKSTROM, C. MARLOW, *The Anatomy of the Facebook Social Graph* (<http://arxiv.org/abs/1111.4503>) e L. BACKSTROM, P. BOLDI, M. ROSA, J. UGANDER, S. VIGNA, *Four Degrees of Separation* (<http://arxiv.org/abs/1111.4570>).

mine di questa operazione, è bene chiedersi: “chi è stato inserito è un amico o un contatto?”. O anche: “che senso ha etichettare un amico come un contatto e viceversa?”.

A ben vedere, questo paradosso terminologico è anche un paradosso semantico. Che rimanda al valore della relazione. Infatti, non tutte ne hanno uno duraturo e sincero. Pensiamo, ad esempio, a quelle *effimere*, vissute singolarmente o in gruppo. Addirittura, possono esaurirsi in pochi minuti; durare solo il tempo di scambiarsi qualche messaggio in *chat*. Esse sono una tipica manifestazione del nomadismo relazionale. Pensiamo altresì a quelle *accessorie*, avviate per rendere più numerosa la propria lista dei contatti e apparire agli occhi altrui come circondati di “amici”; con cui, molte volte, non ci si è scambiati alcun messaggio o che, magari quando li incontri per strada, ti ignorano. Allora, sarebbe opportuno accedere al vero significato di queste parole, per comprendere in pienezza il valore dell’amicizia, senza limitarsi a stimare quello che tecnicamente è definito *capitale sociale*.¹⁰

Magari, in proposito, può dare una mano Aristotele, tramite le categorie dell’amicizia illustrate nell’*Etica nicomachea*.¹¹ In quest’opera, egli sostiene che l’amicizia può essere basata sull’utile, sul piacere e sulla virtù. Tutte forme, queste, presenti nei SNS. E può essere d’aiuto anche il perfetto Comunicatore,¹² Gesù Cristo, che ebbe a dire ai suoi apostoli: “Vi ho chiamato amici”¹³ e non “Vi ho chiamato contatti”.

¹⁰ L’espressione *capitale sociale* assume diversi significati, a seconda degli ambiti scientifici a cui si riferisce. Pensiamo, ad esempio, a quello che assume nel campo della finanza, del diritto commerciale. In linea di massima, però, si riferisce a tutte le risorse e ai vantaggi che si riescono ad accumulare grazie ai rapporti tra le persone, all’interno di una rete sociale, nell’ambito di una comunità (cfr. G. RIVA, *I social network*, Bologna 2010, 109). Evidentemente, il concetto è stato riproposto prima sul web – in generale – e poi nei SNS – in particolare.

¹¹ Cfr. ARISTOTELE, *Etica nicomachea*, Torino 2000, 735-782. Per una visione più ampia della tematica, si vedano i capitoli VIII e IX.

¹² Cfr. PONTIFICIA COMMISSIONE PER LE COMUNICAZIONI SOCIALI, Istruzione pastorale *Communio et progressio*, n. 11, 23 marzo 1971.

¹³ Cfr. *Gv* 15, 15.

5. I LATI OSCURI DEI SNS

Purtroppo, anche i SNS possiedono i loro lati oscuri. E come possono arricchire la persona umana, così possono impoverirla. Un utente, infatti, può trarre benefici da essi, ma, nel contempo, può ricevere danni di vario genere ed entità. Ad esempio, a livello di autopercezione, sul piano dell'immagine sociale, in termini culturali e religiosi, dal punto di vista relazionale *tout court*, fondamentalmente.

Come internet, i SNS sono risorsa e pericolo per l'uomo. Ora, fatta questa affermazione, più che indirizzare le attenzioni verso i loro aspetti positivi, sarebbe prudente canalizzarle verso quelli negativi. Ma non perché si abbia di queste piazze digitali una visione apocalittica (anzi: è l'esatto contrario), ma perché si mettano subito in rilievo quali sono i principali pericoli in cui ci si può imbattere o che possono derivare da un utilizzo scorretto e immorale. Quali sono, allora, questi pericoli?

Prima di tutto, quello di sviluppare delle forme specifiche di cyberdipendenza.¹⁴ Ve ne sono diverse. Pensiamo, ad esempio, al persistente bisogno di interfacciarsi con chi è *online*. Non soltanto con quelli che sono già presenti nelle proprie liste di amici, ma anche con quelli che potrebbero essere inseriti. Trovandosi in una tale situazione, si verrebbe attratti irresistibilmente dalle esigenze di gestire i rapporti già creati e di estendere la rete amicale. L'ovvia conseguenza è quella di allontanarsi dai rapporti interpersonali di tipo primario e di chiudersi in un circuito relazionale digitalizzato. Basato sulla quantità più che sulla qualità. Senza accorgersi di essere finiti o ancor più sprofondati in una condizione di isolamento sociale, sedotti dall'illusione di essere in compagnia e di essere presi seriamente in considerazione. Di essere – come sostiene Sherry Turkle – “insieme, ma soli”.¹⁵ In casi del genere, si vivrebbe in funzione del sentirsi qualcuno per qualche altro

¹⁴ Cfr. V. COMODO, *Cons@crati on line. Rotte per la navigazione dei religiosi in internet*, Milano 2006, 48-54.

¹⁵ Cfr. S. TURKLE, *Insieme ma soli. Perché ci aspettiamo sempre più dalla tecnologia e sempre meno dagli altri*, Torino 2012.

o per molti altri; del riscuotere apprezzamenti per tutto ciò che viene “postato”. Si vivrebbe, quindi, in funzione del “mi piace”.

Tra queste forme di cyberdipendenza, è da includere anche il bisogno di primeggiare nelle piattaforme ludiche; e quello di conquistare o rubare cuori in chat.

Mi preme, inoltre, far notare come queste forme di cyberdipendenza espandano i loro effetti deleteri anche sull’istituzione della famiglia. Cresce a dismisura il numero delle cause di separazione provocato da un utilizzo improprio dei SNS; e, molte volte, si allentano i rapporti all’interno del nucleo familiare tra coniugi e tra genitori e figli. Un *trend*, questo, da non prendere assolutamente sottogamba. Anche in considerazione dei sempre più violenti attacchi sferrati alla cellula fondamentale della società: la famiglia.

Altro pericolo è quello di subire attacchi a titolo personale. Quelli maggiormente scagliati sono: il bullismo, la diffamazione, l’oltraggio, lo *stalking*. In che modo? Pubblicamente, sporcando le bacheche del bersaglio di turno, postando commenti offensivi oppure immagini e filmati, manipolati o confezionati all’uopo avente lui come “soggetto”. Ma anche privatamente, attraverso le conversazioni in *chat* o i messaggi inviati *offline*. Purtroppo, i SNS costituiscono delle basi mediatiche molto accomodanti, per lanciare campagne persecutorie e denigratorie. E, sfortunatamente, si sono “viste” delle pagine vergognose che calpestano il valore e la dignità della vita umana. Si pensi – tra i tanti esempi proponibili – a quelle del pestaggio di un ragazzo Down, in un istituto superiore di Torino.¹⁶ E, drammaticamente, si sono avute pure delle vittime. Si pensi a quei giovani che non hanno sopportato l’onta della vergogna e il peso della diffamazione, dopo la pubblicazione di materiali visivi e audio-visivi che ritraggono loro in atteggiamenti intimi. Hanno deciso di liberarsi da questo giogo imboccando la via

¹⁶ L’episodio è avvenuto presso l’Istituto Steiner di Torino, nel maggio del 2006. Alcuni compagni di classe del diversamente abile hanno registrato la scena del pestaggio con un telefonino. Poi, hanno pubblicato il video su *YouTube*.

del suicidio. Ricordiamo uno dei casi più eclatanti: quello di Amanda Todd, una quindicenne di Vancouver.¹⁷

Non si compia l'errore di pensare che sussistano delle classi di utenti escluse da questo genere di trattamento. Questo – va precisato – non è un fenomeno che può “colpire” unicamente adolescenti e giovani, ma tutti. Egualmente – va posto in risalto – non riguarda l'universo maschile, ma anche quello femminile.

Un ulteriore pericolo è quello dell'adescamento. Nella sconfinata liquidità della rete, i SNS sono dei mari molto pescosi per la numerosissima flotta di malintenzionati. Lanciano le loro canne ai cui ami pongono le esche del facile guadagno, dello stile di vita vincente, della spiritualità alternativa, della guarigione miracolosa, dell'incontro sessuale, dell'offerta commerciale imperdibile, della raccolta fondi a scopi umanitari. E aspettano che qualcuno abbocchi. Purtroppo, non si tratta solo di qualcuno. Il loro numero, infatti, seppur indefinibile, è assolutamente alto. Tra costoro, va ri-detto, vi sono cybernauti di tutte le età.

La salute, il sesso, il lavoro, la religione, il danaro, il successo, il divertimento, le relazioni interpersonali: sono queste le principali espressioni e dimensioni dell'esistenza su cui ciarlatani e mercanti del corpo e dell'anima rivolgono i propri interessi per rifilare l'inganno. Inganno che può consumarsi in rete, ma anche al di fuori di essa.

La maggior parte di queste – ribadiamo – riguardano la sfera della sessualità, “proposta” nelle sue versioni disordinate e immorali (pedofilia, rapporti extra-coniugali, sesso a pagamento, ecc.). Ma, anche se in misura minore, riguardano pure la dimensione religiosa, nelle guise della suddetta spiritualità alternativa che può essere l'anticamera

¹⁷ Amanda Todd aveva annunciato il suo suicidio in un video, caricato su *YouTube*, dal titolo “*My Story: Struggling, Bullying, Suicide and Self Harm*”, in cui si vede lei che con una serie di bigliettini racconta la sua esperienza di vittima del cyber-bullismo. Una foto di Amanda a seno nudo era stata diffusa via web da un uomo conosciuto in internet. Inizialmente, l'uomo aveva minacciato di pubblicare le compromettenti foto su *Facebook*, qualora non gli avesse esibito le sue nudità. Cosa poi realmente accaduta e che, dopo aver subito altre gravissime offese su *Facebook* e persino percosse, ha spinto Amanda a suicidarsi, il 10 ottobre del 2012.

o l'accesso occulto alla magia, all'esoterismo, al satanismo. Purtroppo, nei SNS, i gruppi di questo genere pullulano e sono particolarmente attivi, sia nelle attività di proselitismo, sia nel professare apertamente il culto demoniaco.

Ovviamente – e per fortuna –, nei SNS non si vivono unicamente relazioni viziate, ma anche virtuose, che, come le prime, possono svilupparsi anche all'esterno del web, in ambienti sani e edificanti.

6. CONCLUSIONI

Pur nella loro sinteticità, le questioni trattate in questo contributo pongono innanzi a un dato di fatto: i SNS si sono “auto installati” nella storia dell'umanità. Hanno creato una connessione con ogni spazio e tempo relazionale dell'uomo, conquistando, così, i luoghi e i momenti della socializzazione. E, in senso più ampio, della comunicazione. Sarà impossibile disinstallare i loro *driver* antropologici dal nostro “sistema” sociale, essendo un fenomeno irreversibile. Fenomeno che, per le generazioni a venire, non sarà nemmeno classificato come tale, in quanto l'*esser-ci* sarà sentito come una dimensione naturale del proprio esistere.

Questo processo di naturalizzazione tecno-relazionale pienamente in corso, tuttavia, obbliga a prevedere i suoi sviluppi futuri e, soprattutto, le ricadute sul piano dei rapporti interpersonali di tipo primario; così come impone di intuire le successive conseguenze nefaste. Ma, soprattutto, richiede di focalizzare le proprie attenzioni sulla questione antropologica che qui si ripropone nelle forme dell'interattività, e sulle ripercussioni che possono aversi anche sul piano delle questioni bioetiche.

A tal proposito, è doverosa la definizione di politiche di *media education* finalizzate all'usare correttamente i SNS e – come indica papa Francesco – a ristabilire la connessione della fede con la verità.¹⁸ Una

¹⁸ Cfr. FRANCESCO, Lettera enciclica *Lumen fidei*, n. 25.

misura preventiva, questa, atta a scongiurare gli effetti nocivi che possono aversi nel costruire la propria vita sociale e spirituale e, inoltre, nel difendere e valorizzare il dono della vita umana. Ma è anche una misura formativa volta a riconoscere gli aspetti positivi presenti in questi luoghi digitali, tra cui la possibilità di proseguire, sotto la guida dello Spirito Santo, la proclamazione dell'unica e sola Verità: quella di Cristo.¹⁹ Non solo nell'ambiente *offline*,²⁰ ma pure nell'arcipelago dei SNS.

¹⁹ Cfr. V. COMODO, *Strategie per la promozione del carisma attraverso i media*, in: J.M. ALDAY (ed.), *Nuovi media e vita consacrata*, Milano 2011, 103-111.

²⁰ Cfr. V. COMODO, G.F. POLI, *Cliccate e vi sarà @perto. Spunti per la missione della Chiesa in internet*, Cantalupa 2002², 97-105.

Nativi digitali ed emergenza educativa

MICHELA PENSAVALLI^{*}

Vorrei aprire la mia breve relazione con il racconto di una storia. In un villaggio lontano, molto tempo fa viveva uno stolto così privo di senno da essere chiamato il Golem. Quando si alzava al mattino, gli riusciva talmente difficile ritrovare gli abiti deposti la sera precedente, che a ogni nuovo tramonto, al solo pensiero, si rifiutava di dormire. Finalmente, una sera in cui si sentiva stanchissimo, si fece coraggio. Impugnò matita e foglietto e, spogliandosi, annotò meticolosamente dove posava ogni capo del proprio vestiario. Al mattino si alzò pieno d'entusiasmo tenendo la lista stretta tra le mani. Il berretto? Sì. È proprio lì dove dovrebbe essere. E soddisfatto s'infilò il cappello dritto sulla testa. Vediamo, i pantaloni? Sì, fantastico. Anche loro nel posto giusto! E li indossò prima ancora d'averlo pensato. Proseguì così di seguito, fino a quando non fu vestito di tutto punto. Ma aveva ancora la sensazione che mancasse qualcosa d'essenziale. Sbirciò il foglietto, ma la lista era finita. All'improvviso fu colto da un'ansia profonda, perché capì: "Sì, ma io dove sono? Dove mi sono poggiato?". Invano si cercò e ricercò per tutta la stanza, senza riuscire in alcun modo a trovarsi.

Così, sempre più spesso, accade anche a noi.

Come il protagonista di questa storia viviamo in un mondo che per funzionare ha bisogno di supporti esterni, non solo mnemonici, ma anche relazionali e culturali. Abitiamo il tempo della tecnoliquidità: un'epoca in cui per relazionarsi è d'obbligo la connessione, perché techno-mediamo gran parte dei rapporti umani tenendoci in contatto

^{*} Psicologa e psicoterapeuta, docente di Psicologia dei gruppi all'Ateneo Pontificio "Regina Apostolorum" di Roma e ricercatrice presso l'Istituto di Terapia Cognitivo Interpersonale (ITCI).

perlopiù in modo virtuale (*sms, chat e mail*) perfino con i nostri amici più cari o con la famiglia.

Se è vero che abbiamo ogni cosa a disposizione e basta fare *clic*, dove siamo finiti noi? Cosa resta della relazione? Sono domande importanti su cui si è soffermata a lungo anche la riflessione del pensatore austriaco Martin Buber, convinto che non si possa fare pedagogia se non partendo dai problemi specifici e dai cambiamenti che ogni nuova generazione deve affrontare.

Noi genitori e educatori ci troviamo a essere una sorta di generazione di mezzo, immigrati del mondo digitale in cui i giovani si muovono con la rapida naturalezza degli indigeni, per cui finiamo a volte per chiederci: “Cosa possiamo dirgli di credibile? Ma soprattutto: cosa possiamo dargli? Come possiamo aiutare la generazione dei *nativi digitali* o *mobile born* a trovare le proprie risposte? Quali sono i loro assetti cognitivi o i loro stili comportamentali? Come dobbiamo attrezzarci per essere accattivanti e convincenti con chi ha un’esperienza innata di mondo così virtualizzato e tecnomediato?”.

Confrontarsi con il tema dell’emergenza educativa e delle difficoltà delle agenzie educative, significa necessariamente riflettere sui paradossi della postmodernità globalizzata e tecnoliquida. Teoricamente abbiamo numerosissimi strumenti a disposizione per gestire al meglio il mandato intergenerazionale: test di personalità, test psicoattitudinali, strumenti psicopedagogici di vario tipo. Non solo. Tutto quello che sappiamo possiamo dividerlo con altri attraverso il web, creando reti di vario tipo. Se abbiamo qualche dubbio, sarà semplicissimo trovare almeno una decina di forum che ci rendano edotti su qualsiasi argomento, anche il più bizzarro.

Eppure vorrei farvi riflettere su un dato interessante, che a qualcuno potrebbe apparire curioso, perché capovolge i ruoli finora consolidati di trasmissione del sapere. Il Movimento Italiano Genitori segnala un cambiamento di grande importanza nel contesto domestico: i bambini e i ragazzi di oggi se hanno un dubbio o una curiosità scelgono *in primis* l’autorità mediatica e virtuale: si rivolgono a maestro *Google* prima ancora che a mamma e papà. Se una domanda gli frulla in testa,

o hanno bisogno di avere un chiarimento, anziché chiedere ai propri genitori, digitano. Le loro principali fonti sono *Google* e *Wikipedia*.

Ed ecco che torna la domanda. Dove siamo finiti noi? Dove possiamo ritrovarci in questo momento? E loro, dove sono? In realtà, assistiamo a un'evoluzione della società che ci rende tutti, soprattutto i ragazzi, spersonalizzati. Questo è il loro vissuto, questo è ciò che essi stessi raccontano in interviste e laboratori che abbiamo svolto in tutta Italia o in colloqui clinici individuali. Tendono a definire sé stessi come persone precarie. Vivono una precarietà lavorativa che si trasforma rapidamente anche in una dimensione di precarietà psicologica. Assumono identità indefinite, liquide. Sono perennemente incerti. È una generazione in cui si affievolisce sempre di più il senso di appartenenza alla *polis*, per cui costruiscono e fanno poco per condividere nella comunità *offline*, mentre si adoperano e vivono moltissimo nelle comunità tecno-referenziate *online*. Ed ecco che l'esperienza relazionale si modifica. È un processo descritto in modo molto incisivo da una metafora di Bauman, quella dei pattinatori sul ghiaccio: come lame metalliche e veloci le nostre relazioni non fanno in tempo a essere superate che già sono altrove e la freddezza non è data tanto dalla mancanza di passione, quanto dalla nostalgia di una linea che non può che procedere incessantemente sul proprio binario, senza potersi mai fermare, a meno di correre il rischio di perdere l'equilibrio.

Così, la “velocizzazione” e la “rapidizzazione” con cui i *social network* e la virtualità hanno contrassegnato le nostre vite, rendono difficile un approccio calmo e costante, in grado di integrare il futuro nel proprio sguardo, o di fare programmi, soprattutto nelle relazioni. Per questo, come i pattinatori, velocizziamo le nostre azioni e ci disabituiamo a rimanere nelle relazioni a lungo termine.

Il professor Cantelmi – il primo in Italia nel 1998 a introdurre il concetto e avviare gli studi sul disturbo di dipendenza da internet – ha spiegato molto bene la correlazione dell'incidenza del fenomeno con la tecnoliquidità, ovvero con il fatto di trovarsi a vivere nel tempo in cui la rivoluzione tecno-digitale si è incontrata con la cultura della liquidità dei legami. Gli stessi educatori dei nativi digitali non sono privi di

contraddizioni o difficoltà che derivano da questo contesto storico-culturale. Sono genitori che molto spesso vivono a loro volta legami liquidi, che formano coppie liquide, che possiedono identità liquide, sono in sostanza i primi a essere incerti nella vita. Frequentemente vengono descritti dai ragazzi come una generazione muta, incapace di parole che risuonino, depressa, triste, che ha rinunciato o non è stata in grado di educare. Questo è ancora una volta una trascrizione del vissuto dei ragazzi. E questo porta alla *trappola del settarismo urbano*.

Quindi, l'emergenza educativa e la crisi del nesso antropologico esistenziale sono aspetti strettamente connessi alla diffusione di un'identità labile e liquida e a un rapporto con l'altro sempre più rapido e tecno-mediato. La relazione che così entra in crisi è contemporaneamente quella con sé stessi (con la grave perdita della capacità auto-riflessiva), quella con gli altri e quella con il mondo valoriale. Si tratta di un mondo di valori che pur non smaterializzandosi, finisce per non avere più maniglie, più appigli per poterlo fare proprio. Per cui è come se non esistesse più. Sono ancora una volta i giovani a ripetere con maggiore frequenza il detto: "Non esistono più i valori di una volta". Ma se così fosse, saremmo capaci noi di creare per loro una nuova etica? Ci stiamo adoperando in questa direzione, quella di rendere visibili al loro sguardo, al loro sistema percettivo, degli elementi che permangono al di là del fluire incessante? Il disorientamento esistenziale dei ragazzi è veramente forte. Raccontano di sentire come anche per loro il mondo, come già per Zarathustra, vada restringendosi...

Di fronte alle domande serie della vita infatti, non può aiutarli la possibilità di un accesso a fonti potenzialmente illimitate di informazioni. Al contrario. Purtroppo, però, spesso percepiscono come insufficiente anche il sostegno dell'autorità genitoriale e delle agenzie educative. Ma c'è molto da fare in questo senso.

Sul versante didattico invece, si riscontra una disabitudine all'elaborazione dei problemi. La scuola sta acquisendo una metodologia didattica anglosassone, che non concede il tempo dell'assimilazione lenta dei contenuti, favorendo lo sviluppo di un'intelligenza convergente: quella tipica dei quiz a scelta multipla che si utilizzano nelle

nostre università, in cui vi è un'ipotesi, un problema e la soluzione viene suggerita attraverso le risposte multiple. Il dado su cui riflettere è già tratto in partenza. La soluzione è già fornita. Basta solo riconoscerla tra le varie opzioni. Non è il singolo che, in maniera divergente, si esercita ad arrivare creativamente e non passivamente alle soluzioni.

Questo porta inevitabilmente a interrogarsi sulle metodologie didattiche da proporre ai giovani. Perché la scuola è perdente, rispetto alla virtualità, rispetto a internet? *In primis* perché internet fa leva prevalentemente su canali emotivi. Pensiamo, ad esempio, ai videogiochi e alle esperienze immersive che fanno vivere ai ragazzi. Entrare in un videogioco, significa entrare in una realtà assolutamente verosimile. Con il mio *avatar*, vivo un'estensione della mia identità. Questi giovani vivono ciò che l'*avatar* è in quel dato momento, in quel contesto meraviglioso. E hanno poi difficoltà a staccare la spina perché molto spesso, il mondo virtuale è più affascinante, più colorato, più entusiasmante, di quello reale, che in confronto finisce per apparire sbiadito. A scuola, i canali che vengono utilizzati sono invece canali prevalentemente cognitivi.

Partendo dall'osservazione di questo quadro, possiamo concludere cercando di enucleare alcuni temi da ritrovare e sottolineare per trovarci e lasciarci trovare come educatori.

VINCERE IL MUTISMO, ENTUSIASMARE E CONVOCARE
PER RIAPPROPRIARSI DELLA *POLIS*

Innumerevoli ricerche, ci informano che i ragazzi si istruiscono ormai attraverso internet. Se non sanno una cosa, non aprono più l'enciclopedia ma usano *Wikipedia*, che è un'enciclopedia libera, costantemente aggiornata, ma modificabile da chiunque, il che almeno in parte mina l'affidabilità delle informazioni. Quindi potremo sempre aiutarli a valutare le fonti, a riconoscerle e a confrontarle. La generazione di mezzo deve diventare assolutamente capace di vincere il mutismo, cercando di dare ai ragazzi un orientamento all'istruzione tanto quanto quello all'educazione. Per educare bisogna entusiasma-

re. Siamo sempre di più un popolo di persone che trasmettono poco l'emotività, poco l'entusiasmo e poco il coraggio di affrontare la vita e di andare avanti. Il coraggio verso il futuro è un passaggio importante, ambizioso per noi, ma necessario: solo riappropriandocene potremo proporre e condividere un'utopia che non sia solo qualcosa di astratto ma di desiderabile e motivante, che mostri valori da rivalutare, reinterpretare, ritrovare. C'è bisogno di una teleologia pedagogica, per cui cominciamo a raccontarci tra di noi quali siano i fini delle politiche pedagogiche che stiamo portando avanti, considerando come centrali anche le piccole cose, ponendo il progetto educativo di una coppia di genitori insieme al progetto di un'agenzia educativa. Dobbiamo stabilire dove vogliamo arrivare e quali mezzi possiamo utilizzare per raggiungere questo fine, aiutando i ragazzi nella crescita emotiva. Dobbiamo abbandonare l'educazione *fast*, veloce, quella sdoganata dai *social network*, forum e *blog*.

Sant'Agostino diceva «*non intratur in veritatem nisi per caritatem*»:¹ non si entra nella verità, nel sapere, se non attraverso i canali emotivi, se non attraverso l'amore. Quanti insegnanti, quanti genitori riescono davvero a trasmettere ai ragazzi quello che il professor Galimberti chiama il "nucleo caldo"? Il nucleo caldo si basa sull'aspetto fiduciario, sul dare loro delle responsabilità, sul convocarli nella vita. Siamo una generazione che ha smesso di convocare i giovani. Siamo una società che rischia di rinunciare a quella che è la propria forza più grande: intellettuale, sessuale, cognitiva. Bisogna sospendere le aspettative che poi costringono i ragazzi a inseguire una politica di comportamento teso al narcisismo, al dover essere sempre perfetti, migliori di tutti gli altri, almeno in apparenza. I *social network* lo evidenziano benissimo. Chi metterebbe *online* una fotografia brutta, con un'espressione triste? Sul *social network*, abbiamo espressioni fantastiche dell'identità, costruite a tavolino. È tutto teso alla perfezione. L'iperattività di internet deve assolutamente essere bilanciata dalla calma, dalla pazienza, dal coraggio, e dalla costanza *in primis* dei genitori e poi di

¹ AGOSTINO DI IPPONA, *Contra Faustum*, 41, 32, 18; PL 42, 507.

chi ha un ruolo educativo. Quindi, dobbiamo rafforzare la dimensione fiduciaria personale che è il primo punto importante, il “nucleo caldo” di cui i ragazzi hanno davvero bisogno oggi. “Voglio che tu sia quello che sei”, diceva sant’Agostino. Occorre accettare i giovani così come sono, perché rafforzati da un confronto emotivo solido e da proposte culturali convincenti, possano rispondere alla loro convocazione con sicurezza e creatività.

Occorre infine proporre politiche educative e sociali che favoriscano la coesione anche fuori dal web. È necessario progettare e predisporre centri aggreganti che incrementino il senso di appartenenza. Bisogna andare verso un’antropologia dialogica e comunitaria che includa urbanisticamente, spiritualmente, pedagogicamente nell’istruzione tutti coloro che siano esclusi dalla *polis*.

In conclusione, citando una metafora del professor Giuseppe Milan, pedagogista e sociologo, bisogna aiutare le future generazioni ad essere persone “glocali”, favorendo l’incontro tra globalizzazione e virtualità senza rinunciare in maniera furba e accattivante a fargli sperimentare la bellezza di tutto ciò che si può trovare *offline*, nella realtà e nelle persone che gli sono fisicamente accanto.

Impigliati nella rete. Pornografia e altre dipendenze

LUIGI JANIRI^{2*}

Rimanere impigliati nella rete è una buona metafora per la dipendenza da internet che, come tutte le dipendenze, è considerabile come una sindrome bio-psico-sociale, in cui la componente neurobiologica, pur certa (basti pensare ai sintomi di astinenza), è tuttora materia di ricerca, la componente psicologica si declina nel *craving* e nella perdita del controllo, quella sociale nelle conseguenze a carico degli interessi, dei legami e più in generale del funzionamento psico-sociale a causa dell'eccessiva dedizione all'oggetto di dipendenza.

Anche sulla questione della dipendenza, poi, bisognerebbe fare un'attenta riflessione, poiché internet può rappresentare un mezzo facilitante lo sviluppo di diverse forme di *addiction* (gioco d'azzardo patologico, *shopping* compulsivo, dipendenze relazionali e sessuali, abuso di sostanze psicoattive e dopanti, ecc.). Esiste allora una tipologia di dipendenza dalla rete autonoma e differenziata dalle altre tipologie? La *MUD's Addiction* e la *Information Overload Addiction*, ad esempio, sono le patologie peculiari dell'uso di internet, visto che non si possono a prima vista ricondurre ad altri oggetti di dipendenza? O piuttosto si tratta di comportamenti che si aprono ad altre realtà psicopatologiche, come le turbe identitarie, la dissociazione, le ossessioni?

Questa zona di transizione, che segnala il passaggio alla psicopatologia classica, finisce per muoversi dal nucleo strutturale dell'*addiction* (il *craving*, l'astinenza o la perdita del controllo), e dirigersi verso

* Psichiatra, direttore della Scuola di specializzazione in Psichiatria dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Roma e docente di Psichiatria presso la Libera Università Maria Santissima Assunta (LUMSA) di Roma.

la sponda dei meccanismi di difesa e di funzionamento, dei processi mentali e delle organizzazioni psichiche in senso più lato. Il rapporto del soggetto con l'oggetto del suo desiderio lascia il posto al rapporto del soggetto con il mondo, con gli altri, con la realtà: la via del largo. Un percorso, quindi, che non si limita all'indagine del disturbo o del fenomeno morboso, ma pretende legittimamente di fondare una sua propria psicologia, nel tentativo di comprendere come una mutata condizione umana, solo apparentemente determinata da fattori esterni (tecnologie del computer, *software* applicativi), conduca a profondi cambiamenti esistenziali o della realtà interna dell'individuo.

Per i suddetti motivi sono state classificate diverse tipologie di comportamenti compulsivi *online*: *Cybersexual addiction*, *Cyber-relational addiction*, *Net compulsions*, *Gaming online*, *Web surfing*, ecc., tutte caratterizzate da un uso patologico di internet specifico o generalizzato. Le *online sexual activities* possono essere definite quelle pratiche collegate al mondo della sessualità che hanno la peculiarità di essere praticate *online*.

Tra queste, il cybersesso è quella situazione in cui due o più persone praticano attività *online* per ottenere piacere o gratificazione tramite le moderne tecnologie di comunicazione di cui internet dispone, oppure un individuo fruisce in modo solitario di materiale porno *online* (*cyberporn* e relativa masturbazione compulsiva). Gli internauti del cybersesso condividono o attuano fantasie sessuali tramite la simulazione del sesso reale scambiandosi *e-mail* dai contenuti erotici, *chattando*, vedendosi per intero o parzialmente tramite *webcam* o scambiandosi filmati pornografici. I consumatori di cybersesso possono essere ricreativi, senza importanti problemi relazionali o sessuali, oppure problematici, quando manifestano un uso compulsivo, con un rapporto difficile con la sessualità prima o dopo l'avvento di internet.

I fattori di internet e del cybersesso che potenzialmente attirano gli internauti sono: l'accessibilità, l'illusione del controllo, l'economicità, l'eccitazione attraverso la molteplicità di stimoli presenti in rete, la disinibizione (contrapposta all'inibizione sociale), l'anonimato, il coinvolgimento anche contemporaneo di più persone, la potente interattività, la possibilità di una fuga veloce e comoda da una realtà oppressiva

o da problematiche di vario tipo. Internet dà la possibilità di mettere una distanza tra sé e gli altri e quindi anche tra il proprio corpo e quello degli altri, consentendo comportamenti che sono lontani dall'essere realizzati *in vivo*, e dunque ritenuti sicuri.

Le capacità quasi illimitate di internet tendono a saturare l'immaginario di un individuo coartandone il repertorio di fantasia. Si evidenzia la possibilità di isolamento dal resto del mondo creando una propria realtà virtuale dove ognuno può dettare le regole e dove è possibile mettere in atto qualsiasi fantasia senza il rischio di essere rifiutati o giudicati negativamente. Ciò introduce il concetto di normalizzazione paradossale: mentre il soggetto si isola, internet gli offre la chance di non sentirsi solo e unico, bensì di trovare altre persone che hanno le medesime fantasie sessuali comprese quelle che solitamente vengono bollate come socialmente riprovevoli. Tra le altre proprietà del mezzo web sono state sottolineate in letteratura quelle relative agli effetti intossicanti del cybersesso, accostabili a quelli provati con l'uso di sostanze, e alla capacità di internet di "impigliare" o "intrappolare" gli individui in una dedizione esclusiva all'oggetto, presupposto ineludibile della dipendenza.

Il parametro distintivo relazionale consente di definire la porno-dipendenza come una modalità asociale e passiva, caratterizzata esclusivamente dal binomio uomo-computer, mentre la dipendenza da sesso *online* può essere definita come una modalità sociale attiva in cui è presente un coinvolgimento relazionale virtuale: un'altra persona collegata tramite la macchina. Nel primo caso è possibile ipotizzare un contesto autistico, in cui l'altro, mancando l'interazione, non esiste se non come prodotto delle nostre fantasie. Nel secondo, nonostante l'altro venga vissuto come "qualcosa" più che come "qualcuno", il contesto è interattivo e prevede comunque un approccio e un coinvolgimento relazionali, solitamente orientati verso forme di strumentalizzazione perversa dell'altro.

L'identikit del consumatore di sesso *online* descrive il profilo di un maschio trentacinquenne, acculturato, eterosessuale e con una relazione *offline* stabile, che passa più di undici ore alla settimana trattenendosi nei siti per adulti o nelle *chat* erotiche. Molti di questi

utenti hanno subito abusi sessuali anche infantili e presentano sintomi depressivi. Nella psicopatologia dei fruitori di sesso *online* viene coinvolto lo stesso processo dissociativo che viene messo in atto per la regolazione delle emozioni, solitamente usato per non sentirle, fenomeno che conduce alla depersonalizzazione e a sintomi associati quali: disconnessione del pensiero, delle emozioni e del comportamento e perdita del senso del tempo e dell'identità. Il porno-dipendente tramite le applicazioni della rete si sente potente, soddisfatto e soprattutto non frustrato, poiché esaudisce il proprio bisogno di conquistare e controllare una donna come fosse un oggetto. Nel mondo virtuale, rispetto a quello reale, risulta più facile vivere relazioni feticizzanti attraverso dinamiche perverse basate sul gioco e sull'esercizio del potere sull'altro. Il piacere sembra essere soprattutto quello di portare lentamente qualcuno a fare ciò che si vuole e la componente di fantasia si intensifica fino al raggiungimento di uno stato alterato di coscienza. Il DSM-V definisce questo disturbo in base all'aspetto-chiave del "disagio connesso a un quadro di ripetute relazioni sessuali con una successione di partner vissute dal soggetto come cose da usare".

Le altre modalità compulsive e di dipendenza che si realizzano tramite internet sembrano coinvolgere specifici *pattern* psicopatologici e fondarsi su peculiari *background* di personalità. Il gioco d'azzardo patologico, spesso agito mediante l'attivazione di meccanismi impulsivi (infatti nella precedente edizione del DSM era categorizzato tra i disturbi del controllo degli impulsi), si realizza in particolare ricorrendo al poker *online* e ai casinò virtuali. Il *compulsive buying*, che diviene talvolta una vera e propria frenesia da *Amazon* e altri sistemi di acquisto fino all'esaurimento di più carte di credito, sembra riconoscere uno specifico retroterra nelle carenze affettive infantili. Più traumatica, invece, appare la storia dei dipendenti affettivi, che ricercano relazioni "protette" *online*, allo scopo illusorio di controllare i rapporti e dunque la minaccia di separazioni e abbandoni, simili in ciò ai pazienti *borderline*. Nel *gaming online* si realizzano comportamenti indicativi di un disturbo ossessivo-compulsivo.

Internet genera mostri? Arene virtuali e violenze reali

MICHELE RIBOLSI*

Martin Heidegger ne *L'Abbandono* aveva già intravisto non solo il rischio di una trasformazione del mondo in un dominio della tecnica, ma della incapacità dell'uomo di far fronte a questo mutamento, una sorta di vera e propria "impreparazione" a padroneggiare questi radicali cambiamenti. La società moderna ha a lungo coltivato l'illusione che la tecnica sia "uno strumento neutro" di cui potersi servire. Più recentemente numerosi autori hanno messo in guardia da questa illusione, mostrando come la tecnica in quanto tale sia in grado di modificare, plasmare il contesto nel quale viviamo. Persino la nostra capacità di provare emozioni, la nostra memoria, i nostri desideri sono sempre più veicolati dallo strumento tecnologico. Al fine di definire questo connubio, questo intreccio sempre più inestricabile tra la postmodernità e la tecnologia, il famoso sociologo contemporaneo Zygmunt Bauman ha coniato il termine di "società tecnoliquida". Questo tipo di società ha delle caratteristiche fondamentali che la contraddistinguono: la promessa dell'onnipotenza, la velocità, il narcisismo digitale, la ricerca di emozioni forti. La nostra società è ormai una società tecnoliquida nella misura in cui i legami sociali tradizionali (familiari, lavorativi, "di classe", ecc.) sono sempre più polverizzati e frammentati e gli imperativi del "divenire convulso", garantito dalle promesse illusorie della tecnologia, acquisiscono un carattere sempre più fondamentale. Anche il sapere ormai è digitale e si può ricercare/consumare in rete. È un sapere per definizione mutevole e soggetto a

* Psichiatra presso la Casa di cura Sant'Alessandro di Roma e ricercatore presso l'Università degli Studi di Roma Tor Vergata.

continua modifica, non ha le caratteristiche di un sapere consolidato. La società tecnologica ha talmente modificato radicalmente i nostri assetti sociali che oggi le nuove generazioni, immerse come sono nella postmodernità tecnoliquida, sono in tutti i sensi dei nativi digitali, ovvero nativi cresciuti e educati all'interno di un contesto in cui la comunicazione tecnologica non è un'alternativa, è la regola. I migranti digitali hanno dovuto cercare un adattamento, talora difficile, alla rivoluzione digitale, i nativi digitali hanno imparato direttamente la comunicazione tecnologica come strumento linguistico primario. Una delle caratteristiche della società tecnoliquida è il *narcisismo digitale*. Se nel mito di Ovidio, Narciso rimane incantato a rimirare la sua immagine nello specchio d'acqua fino a rimanerne "intrappolato" e lasciarsi morire struggendosi di dolore per l'impossibilità di raggiungere il suo oggetto d'amore, oggi, in una modalità per molti aspetti analoga, i nativi digitali, ormai sempre più disinteressati alla società reale e ai legami che in essa si costruiscono, cercano di apparire e di esibirsi sul web con propri scritti, foto, video e messaggi. I *social networks* sono divenuti così il nuovo specchio nel quale cercare il proprio *alter ego* o la propria immagine riflessa.

La società tecnoliquida riguarda innanzitutto il mondo degli adolescenti. I dati ISTAT del 2011 riguardo l'utilizzo di internet da parte degli adolescenti mostrano un quadro sostanzialmente impressionante. La grande maggioranza degli adolescenti si connette a internet per motivi ludici, una percentuale minore riguarda invece coloro che utilizzano la rete per motivi "culturali". Il Rapporto Eurispes/Telefono azzurro 2010 denota invece quanto sia diffuso l'utilizzo dei *social networks*, e in particolare delle *chat*, veri e propri luoghi di incontri virtuali.

Le prestigiose riviste *New England Journal of Medicine* e *Nature* hanno recentemente dedicato un editoriale al tema dei videogiochi, e alla loro influenza sul comportamento. Gli autori hanno segnalato come l'utilizzo di videogiochi violenti non solo contribuisce a modificare i costumi e le culture (o sub-culture) sociali, ma può essere direttamente responsabile, in quanto fattore di rischio, del possibile manifestarsi di comportamenti anti-sociali in senso propriamente

psicopatologico. Gli autori di questo articolo non hanno dubbi sulle modificazioni sia percettive che cognitive nel cervello degli adolescenti indotte da una esposizione prolungata a videogiochi con immagini violente. Al riguardo, è bene ricordare come durante l'infanzia e la prima parte dell'adolescenza si sviluppi gran parte dell'intera riserva delle connessioni sinaptiche di cui il nostro cervello disporrà durante l'intero arco della vita. Ciò fa sì che questi anni fondamentali siano particolarmente "plastici", nel bene e nel male, a tutti gli stimoli che giungono dall'ambiente esterno.

Dunque, siamo ormai alle soglie di una frontiera del tutto nuova e finora inesplorata della psicopatologia: la "psico-tecno-patologia", ovvero un campo clinico all'interno del quale tradizionali manifestazioni di sviluppo psicopatologico acquisiscono nuove forme e traiettorie in seguito al connubio con la tecnologia. Un esempio di psico-tecno-patologia è rappresentato dal fenomeno degli *hikikomori*. Il governo del Giappone utilizza il termine *hikikomori* per coloro che si rifiutano di lasciare le proprie abitazioni e lì si isolano navigando spesso su internet per un periodo superiore ai sei mesi. Il termine fu coniato dallo psichiatra Tamaki Saitō, quando cominciò a rendersi conto della similarità sintomatologica di un numero sempre crescente di adolescenti che mostravano letargia, incomunicabilità e isolamento totale.

Alcuni ricercatori hanno definito gli adolescenti nei Paesi sviluppati come "*trapped in the net*" – intrappolati nella rete – denunciando l'*internet addiction* non solo come un nuovo disturbo psicopatologico, ma come una possibile epidemia del ventunesimo secolo. Ad oggi, secondo stime della letteratura, i tassi di prevalenza della dipendenza da internet raggiungono il quattro-quindici per cento degli adolescenti. L'*internet addiction* si manifesta in modo estremamente frequente in comorbidità con altre condizioni psichiatriche. In particolare, depressione, uso di sostanze e ADHD costituiscono più della metà delle comorbidità psichiatriche. Un numero rilevante di pazienti con *internet addiction* presenta inoltre una sintomatologia di tipo ossessivo-compulsivo o di ansia sociale. Numerosi studi recenti hanno inoltre rilevato come l'impulsività sia uno dei correlati dimensionali psicopatologici

più determinanti nello sviluppo di psico-tecno-patologie. In particolare, è stato osservato come il *gambling* (gioco d'azzardo patologico), che negli adolescenti viene messo in atto prevalentemente sul web, sia direttamente proporzionale alle misure di impulsività presenti in questa fascia di popolazione.

Alcuni autori hanno cercato di affrontare il problema dell'*internet addiction* in una modalità più complessa. Sia la psicopatologia dello sviluppo che la ricerca in ambito psicoterapico hanno evidenziato come negli adolescenti lo sviluppo del sé sia incompleto, spesso sia graduale, talvolta proceda con delle interruzioni che in parte possono essere spiegate in funzione del contesto familiare e sociale. Dunque, la domanda da porsi è: l'*internet addiction* è una conseguenza di questo *mancato sviluppo del sé*, o è piuttosto il tentativo di esplorare, tramite il virtuale, una possibile identità ancora tutta da costruire?

Al riguardo esistono due possibilità: la prima è che gli adolescenti, proprio a causa di questo difetto di sviluppo del sé, di questa difficoltà a costruire una propria identità "reale", trascorrono del tempo all'interno della rete senza una meta ben precisa, in balia di una qualsiasi suggestione ludica o di intrattenimento. La seconda possibilità, al contrario, è che gli adolescenti utilizzino internet per ricercare una propria identità, anche se virtuale, che passi attraverso la grande massa di informazioni e conoscenze che è possibile reperire nella rete. In un articolo apparso sull'*American Journal of Psychiatry*, Glen O. Gabbard, tra i più rinomati psicoanalisti americani contemporanei, ha riportato il caso di un ragazzo di diciotto anni, appena diplomatosi, che passa dodici-sedici ore al giorno su internet. Per questo, non dorme e non ha mai avuto una fidanzata. Per ovvie ragioni di spazio, non possiamo riportare l'intero articolo, nel quale viene fornita una ampia descrizione del caso, del contesto familiare e sociale del paziente, della sua storia infantile e scolastica, delle sue modalità di porsi in relazione all'altro. È interessante tuttavia la conclusione di Gabbard, il quale evidenzia la possibilità che lo spazio virtuale si costituisca come un sostituto dello spazio analitico transizionale, nel quale integrare, in una forma protetta dagli urti del reale, parti scisse di sé che necessitino

di essere integrate. In sintesi, lo spazio virtuale acquisisce un valore terapeutico nella misura in cui consente una integrazione dell'“io” e la possibilità di esplorare una nuova identità di sé che riscatti i vissuti di inadeguatezza del paziente nella vita reale.

Per concludere, alcuni quesiti: Le “nuove tecnologie” aiutano a sviluppare la mente o finiscono per appiattirla? Favoriscono la psico(tecno)patologia o al contrario possono renderci più evoluti? Favoriscono la comunicazione e l'informazione oppure inducono una cultura acritica con una eccedenza di nozioni?

Una fede irretita. La tecno-religiosità

ANGELO ROMEO^{1*}

INTRODUZIONE

Il rapporto tra fede e tecnologia è divenuto centrale negli ultimi anni nel dibattito culturale e coinvolge a pieno titolo discipline di varia matrice. Le scienze sociali dal canto loro, hanno cercato in questi ultimi dieci anni di proporre e inserire, attraverso una ricerca empirica – che sfrutta tanto metodologie quantitative, quanto qualitative –, piccoli tasselli che si vanno a inserire in un puzzle sull'identità della rete, per usare un termine caro a Bauman, un profilo più chiaro anche se in continua evoluzione. Il web è divenuto spazio frequentato e utilizzato dai religiosi di diverso ordine e grado, che ne hanno colto alcune potenzialità utilizzabili nella loro missione e attività professionale, ma anche nei loro rapporti relazionali e amicali di ogni giorno. Ma è anche il luogo d'incontro di chi quella fede la vive da laico, inserito in gruppi ecclesiali o in maniera individuale.

Un'analisi che si proponga di studiare il rapporto tra fede e tecnologia, deve tener conto tanto del religioso, quanto del fedele laico; due fedi che nella tecnologia si incontrano, traendone opportunità di confronto oltre che di approfondimento.

Siamo passati da una fede che nel web appariva solo “in vetrina”, come erano i primi siti e molti ancora oggi esistenti come promozione

¹ Docente di Teorie dei nuovi media presso la Pontificia Università Gregoriana e di Sociologia dei processi culturali all'Istituto Europeo di Design di Roma.

e comunicazione di attività cattoliche, a una fede e una religiosità che nel web appare sempre più esperita e vissuta.

Il *social network* negli ultimi tempi ne hanno evidenziato questa caratteristica partecipativa che nel web prima si limitava a essere condivisa solo tramite messaggi privati di posta elettronica ecc. Oggi l'integrazione in molti portali di *social network*, ha rivisitato il ruolo della tecnologia e di conseguenza il suo rapporto con la religiosità. La rete diventa il luogo dell'incontro, di quella relazione su cui tanti studiosi si sono cimentati soprattutto nei territori digitali. Questo rapporto fede/tecnologia chiama in causa alcune questioni utili che necessitano di un'analisi che tenga conto già di per sé di alcune precisazioni legate anche al termine stesso "irretito".

Per chi inizia ad affacciarsi sul mondo digitale, è ormai nota l'analisi etimologica del termine rete.

Se leggiamo solo alcune definizioni proposte dal *Dizionario della Lingua Italiana De Mauro*, ci accorgiamo di quanto differenti siano i loro significati: «rete da caccia/pesca; inganno, insidia, trappola; recingere con rete; rete di sicurezza, rete da letto; insieme di persone o enti che lavorano sotto la coordinazione di un unico centro o di un'unica persona; membrana estratta da bovini o suini; insieme delle linee di trasporto (rete aerea, ferroviaria...); insieme di apparecchiature di trasmissione, ritrasmissione e ricezione di informazioni a distanza collegate con cavi elettrici, fibre ottiche, onde elettromagnetiche».¹

Se poi andiamo ad analizzare l'origine latina del termine *rete-retis*, da cui anche "reticolo", vediamo che richiama al significato della rete utilizzata da cacciatori e pescatori. Per poi giungere a un altro riferimento, quello cristiano, come leggiamo nel Vangelo di Matteo: «Il regno dei cieli è simile a una rete gettata nel mare che raccoglie ogni genere di pesci. Quando è piena, i pescatori la tirano a riva, si mettono a sedere, raccolgono i pesci buoni nei canestri e buttano via i cattivi» (Mt 13, 42).

¹ Cfr. *Dizionario della Lingua Italiana De Mauro*, Torino 2000, 2125-26.

Quello che è possibile rilevare fin da queste due riflessioni, la prima etimologica, la seconda evangelica, è che il concetto di rete nella sua tradizione ha sempre assunto il significato di cercare e raccogliere qualcosa in un determinato spazio. Il termine *reticulum* e talvolta *reticulus*, entrò a far parte del dizionario di diverse discipline, come biologia, astronomia, ecc., assumendo uno specifico significato. Leggere il concetto di fede irretita, significa pertanto far ricorso tanto al suo significato originario, quanto al contributo che la rete stessa apporta a chi attraverso di essa cerca di trovare talvolta un nuovo spazio di condivisione di contenuti, di mettere in discussione esperienze legate alla fede, di entrare a far parte di un gruppo in cui poter condividere esperienze di fede. La fede irretita quindi si presta a essere guardata come una medaglia a doppia faccia, da un lato il mondo dei sacerdoti, delle suore, della Chiesa nella sua universalità, dall'altro il mondo dei fedeli laici, che sempre più spesso vedono nella rete la possibilità di creare ponti con il quotidiano e con la Chiesa stessa.

DIGITALE E VITA QUOTIDIANA

È ormai noto, come rilevano molti studiosi, che «la comunità virtuale sarebbe nella sua definizione più rigorosa, un fascio di relazioni stabili nel tempo che prendono vita *online* e in cui il soggetto decide di inserirsi, spinto da una condivisione di interessi, di obiettivi o semplicemente dal piacere della pura socialità che essa è in grado di dispiegare. Tali relazioni sarebbero primarie, calde, emotivamente investite, e tali da permettere ai membri il proprio riconoscimento in un “noi collettivo”». ² La rete diventa quindi uno spazio che fa da collante tra l'individualismo e la società, ³ che si presenta agli individui come un'organizzazione complessa, dove la comunicazione alla maniera di

² S. TOSONI, *Oltre la comunità virtuale*, in: “Comunicazioni sociali”, 29, 2007, 3 (anno di pubblicazione: 2008), 337.

³ Per un approfondimento cfr. A. ROMEO, (a cura di) *Tonache cross mediali. Preti, suore e frati nei mass media*, Cantalupa 2011.

McQuail organizza per gradi la vita collettiva in maniera piramidale, garantendo lo sviluppo di una comunicazione personale e interpersonale e dove i mezzi di comunicazione, tradizionali e “nuovi”, hanno il compito da un lato di trasmettere messaggi, fruiti da un pubblico, dall’altro partecipano alla vita collettiva, integrandosi a pieno titolo nella vita personale di ogni soggetto. Ciò avviene in maniera più evidente con i *digital media*, dove prevalgono da un lato l’effetto virale della comunicazione web, dall’altro un *embedding*, ossia l’imposizione e la presenza nella vita di ognuno con un accesso che è più semplice rispetto ai media tradizionali.

Ecco che la rete diventa tanto luogo d’incontro, di relazione, di scambio tra i suoi frequentatori, quanto nuovo “mezzo” che si integra con i media tradizionali nella diffusione di contenuti di fede. È il caso di dirlo: la rete, anche per il rapporto con la fede, vive ciò che Bolter e Grusin definirono *remediation*, cioè la rimediazione di *format* e di contenuti già sperimentati, ma che si rivestono di due note in più: condivisione più estesa e accesso al mezzo, che con la rete è più semplificato. Pensiamo, solo per fare un esempio, alla possibilità di entrare in contatto con i diversi utenti attraverso un *social media*, rispetto a quanto avveniva attraverso i media tradizionali: gruppi religiosi, comunità, ecc.

È opportuno segnalare quanto evidenzia Mark Poster, quando a proposito dello sviluppo della rete, afferma: «Internet supera i limiti dei modelli della stampa e del sistema radiotelevisivo in quanto: 1) permette le conversazioni da molti a molti; 2) rende simultaneamente possibile la ricezione, l’elaborazione e la redistribuzione di oggetti culturali; 3) comporta la dislocazione comunicativa rispetto ai confini nazionali e alle relazioni spaziali territorializzate tipiche della modernità; 4) fornisce un contatto globale istantaneo e, infine, 5) immette il soggetto moderno/tardo moderno in una rete interconnessa».⁴

L’analisi proposta dallo studioso richiama una chiara differenza tra la rete, e di conseguenza la sua frequentazione e accesso, e i media

⁴ Cit. in: M. CENTORRINO, A. ROMEO, *Sociologia dei digital media*, Milano 2012, 45.

tradizionali, anche se va precisato che l'avvento della rete non ha ridotto o eliminato, come si ipotizzava alla sua nascita, il ruolo svolto dai media tradizionali, ma ne ha fatto anelli di una catena. La fede risente tanto del ruolo svolto dalle tecnologie di nuova generazione, quanto degli ormai definiti *old media*.

Se ci fermiamo ad analizzare direttamente i diversi *social network*, come *Facebook*, *Flickr*, *Twitter*, *Instagram*, è possibile constatare un'elevata presenza di istituzioni, comunità, individui di varia provenienza culturale e geografica. Considerevole è la presenza di cattolici, siano essi singoli religiosi, comunità parrocchiali, associazioni, gruppi di preghiera, che nascono nel reale e che poi si incontrano sui *social network* per condividere contenuti, discussioni e immagini. Anche se talvolta non mancano toni accesi e la creazione di fanatismi in rete, a cui è bene fare attenzione e su cui vigilare, in uno spazio come il web in cui a volte tutto sembra libero e consentito.

RETE, FEDE E TECNOLOGIA

In rete i numeri di consacrati e di fedeli laici aumentano sempre di più, ciò pertanto comporta una classificazione⁵ di tipologie di membri cattolici presenti sui più comuni *social network* e nel web in generale. Si tratta di: 1) sacerdoti e suore; 2) parrocchie, basiliche, santuari; 3) gruppi di preghiera, movimenti giovanili; 4) fedeli laici a titolo personale.

A caratterizzare la presenza di fedi e religiosità diverse, contribuisce l'idea di gruppo, che nella sua accezione classica, è definito dalle scienze sociali come insieme di membri che, in termine numerico superiore a uno, si uniscono per condividere determinati obiettivi. In rete cercano di riproporre le dinamiche tipiche dell'incontro reale: ascolto, condivisione, scambio. L'incontro reale in genere è il secondo

⁵ Cfr. A. ROMEO, *op. cit.*

passaggio di chi la fede la vive nel quotidiano ma anche attraverso i comuni mezzi che sfruttano il *web 2.0*.

Se nel passato la rete era talvolta considerata come luogo d'isolamento – i primi studi erano infatti protesi a considerare la dicotomia *online/offline*, vedendo nella rete un semplice luogo destinato a essere un contenitore solamente informativo – con il passar del tempo le sue potenzialità, prima significative per ridurre molte barriere geografiche, poi per incrementare la nascita di nuove espressioni di socialità e condivisione, iniziarono a farla considerare non più come un semplice passatempo e nemmeno come luogo di passaggio per molti cybernauti. Quest'aspetto spinse molti teorici a chiedersi cosa divenisse l'identità in rete. In una prima fase, autori come Sherry Turkle e Howard Rheingold vedevano nell'identità assunta dai frequentatori, non una veste anonima sinonimo di falsità, come spesso si sottolinea in molte circostanze, quanto piuttosto un'opportunità per chi in rete riusciva a trovare maggiore consapevolezza della sua persona, scrollandosi di dosso atteggiamenti pregiudiziali e stereotipi che talvolta il confronto *face to face* comporta. L'analisi proposta da questi studiosi ormai più di dieci anni fa, troverà approfondimenti e sviluppi soprattutto in un momento in cui la rete diverrà "spazio abitato" anche per produrre cultura, per aprire un dibattito su questioni sociali e religiose di ampia portata. Rileggiamo questi mutamenti sociali e le prime teorie formulate alla luce di come la fede viene oggi vissuta attraverso le nuove tecnologie.

Cos'è cambiato tanto nel modo di comunicare la fede rispetto ai media tradizionali e come viene vissuta la fede nella rete?

Marino Livolsi nell'analizzare la differenza tra media tradizionali e media digitali, sottolinea che: «contrariamente a quanto avviene per i media tradizionali, che propongono un palinsesto fisso e limitate opzioni di scelta (si può al limite cambiare emittente), nel caso dei *new media* la scelta è talmente ampia e i percorsi talmente personalizzabili che alcuni osservatori identificano nella diffusione delle tecnologie digitali la fine delle comunicazioni di massa e l'affermarsi di *personal media*, cioè di strategie di utilizzo di prodotti mediali dettate unica-

mente dai singoli».⁶ Queste trasformazioni e di conseguenza nuove vedute, possono, nel caso della fede, contribuire a creare nuovi spazi relazionali, dove la rete può non diventare semplicemente un luogo “falsato,” ma un contesto del dialogo in cui il minimo comune denominatore è il manifestare una propria identità e contribuire a far crescere una comunità. Una delle caratteristiche della rete in qualsiasi sua angolazione è la presenza, non in termini numerici e temporali, quanto contenutistici.

Più volte, nel corso del suo pontificato, Benedetto XVI, nell’aprirsi all’uso della rete, ne ha evidenziato la funzione positiva a patto che il cristiano contribuisca con la sua presenza a rendere vivo il dialogo, inviando messaggi che esprimano la sua identità di membro di una comunità. Sulla stessa linea papa Francesco con i suoi numerosi *tweet*. E chi non ricorda la foto del Papa insieme a un gruppo di giovani che si fotografa con uno smartphone, che ha fatto il giro dei vari *social media* e che testimonia l’attenzione verso le potenzialità di un mezzo, che può unire e far condividere fedi e solidarietà? La tecno-religiosità consente alla persona tanto di sfruttare a pieno titolo le sue modalità comunicative tradizionali, quanto di poter costruire in rete un dibattito che non escluda il confronto in presenza, ma che riesca a coniugare realtà distanti, ma su iniziative comuni e similari. La tecno-religiosità rilegge le coordinate spazio e tempo, inserite in un dibattito molto più ampio. Meyrowitz ha rilevato che le nuove tecnologie hanno contribuito a eliminare l’esistenza dello spazio fisico, trasformando le relazioni sociali e spaziali dell’individuo.

La rete diventa quindi non una “moda” passeggera anche per la Chiesa, ma, insieme alla tecnologia, strumento operativo a tutti gli effetti, che può essere, al servizio degli utenti, un modo per avvicinarsi ai temi della Chiesa con più semplicità, malgrado i dubbi e le preoccupazioni che gli strumenti del comunicare possono creare nell’utilizzo.

Un ultimo riferimento alla nostra analisi merita il cambiamento vissuto dalle categorie spazio e tempo in rapporto alla fede. Se è vero,

⁶ Cit. in: M. CENTORRINO, A. ROMEO, *op.cit.*, 49.

come sottolinea Casalegno, che «in un certo senso, il cyberspazio ci libera dal nostro corpo, e ce ne fa grazia, perché ci permette di crescere in architetture immaginarie»,⁷ è ormai abbastanza diffusa la possibilità di vedere un sacerdote *online* che, come nella vita reale, celebra la Messa nei giorni festivi o feriali attraverso una *webcam* ed il servizio di *streaming*.

Queste opportunità non offrono semplicemente la Messa *online* fine a sé stessa, ma consentono anche di partecipare a funzioni diverse, come veglie di preghiera e ascolto di giovani, che attraverso il web possono trovare nel sacerdote in rete una figura che, al passo con i tempi, riesce a offrire quell'aiuto spirituale per chi ne ha bisogno. «È il caso di Punto Giovane (www.puntogiovane.net), un portale dove è possibile accedere a una varietà di celebrazioni che seguono un calendario specifico e uno spazio in cui i giovani possono lasciare attraverso una bacheca le preghiere dei fedeli che saranno lette durante la Messa *online*. Da questo punto di vista, quindi, la celebrazione *online* non rimane una semplice “trasmissione” da seguire, ma anche un modo per poter partecipare anche se non in presenza. A testimonianza di questa partecipazione si inserisce anche la possibilità per i giovani e gli altri frequentatori del portale di partecipare alle discussioni e alla *chat* che, anche con orari predefiniti dagli operatori, si pone come un servizio di punto d'ascolto giovanile».⁸

Aggiungiamo anche l'uso di applicazioni per iPhone e Android come *iBreviary*, *Evangelizo* e *La Bibbia*, che consentono la fruizione dei testi sacri sui dispositivi elettronici di nuova generazione. Che tipo di religiosità, anzi tecno-religiosità emerge quindi con la rilettura delle coordinate spazio-tempo nell'epoca del *web 2.0*? Emerge l'idea di un religioso nel web che non si ferma a una mera e fredda presenza, ma propone una ricerca continua di come quest'ambiente possa divenire,

⁷ F. CASALEGNO, *Le cybersocialità. Nuovi media e nuove estetiche comunitarie*, Milano 2007, 59.

⁸ A. ROMEO, (a cura di), *Tonache cross mediali. Preti, suore e frati nei mass media*, cit., 147.

per la figura religiosa, un contesto utile alla crescita personale. Con questa partecipazione diviene possibile trasmettere un messaggio attraverso una scelta, che, pur consapevole dei rischi, riesce a cogliere nella rete l'opportunità di creare un ponte con la comunità e con la vita ecclesiale, aprendosi a un confronto che non si esaurisca nella frequentazione di forum, *social network* o siti vetrina, ma prosegue con continuità e divenga occasione di formazione.

L'obiettivo, soprattutto per gli educatori, è proprio la formazione e l'educazione a questa nuova realtà che merita attenzione, tanto nei contenuti, quanto nelle modalità di trasmissione, verso uno spazio del dialogo com'è divenuta la rete che esiste e che non si può ignorare. Ciò impone anche un'attenzione diversa da parte della famiglia, che come istituzione di socializzazione primaria, deve guidare i figli nella scelta dei contenuti mediali, recuperando quel dialogo talvolta "assente" e sostituito dal computer. È necessario riscoprire, quindi, lo stare insieme anche attraverso le potenzialità della tecnologia e del web.⁹

⁹ Per approfondire: P. AROLDI, B. SCIFO (a cura di), *Internet e l'esperienza religiosa in rete*, Milano 2002; Z. BAUMAN, *Intervista sull'identità*, Roma-Bari 2003; P. CANESTRARI, A. ROMEO (a cura di), *Second Life. Oltre la realtà il virtuale*, Milano 2008; T. CANTELMINI, *Tecnoliquidità. La psicologia ai tempi di internet: la mente tecnoliquida*, Milano 2013; V. COMODO, *Cliccate e vi sarà @perto. Spunti per la missione della Chiesa in internet*, Cantalupa 2002; P. LEVY, *Il virtuale*, Milano 1995; M. MORCELLINI, *Comunicazione e media*, Milano 2013; E. PACE, *La comunicazione invisibile. La religione in internet*, Milano 2013; A. ROMEO, P. CANESTRARI (a cura di), *Dall'uomo all'avatar e ritorno. Realtà e dimensioni emergenti*, vol. I e II, Verona 2010; H. RHEINGOLD, *Smart mobs*, Milano 2002; H. RHEINGOLD, *Perché la rete ci rende intelligenti*, Milano 2013; A. ROMEO, *Lo spazio abitato. Scenario e tecniche della comunicazione in rete*, Milano 2010; A. ROMEO, *Società, relazioni e nuove tecnologie*, Milano 2011; S. TURKLE, *La vita sullo schermo. Nuove identità e relazioni sociali nell'epoca di internet*, Milano 1997; S. TURKLE, *Insieme ma soli*, Torino 2012; D.E. VIGANÒ, *Dizionario della comunicazione*, Roma 2009; D.E. VIGANÒ, *La musa impara a digitare. Uomo, media e società*, Roma 2009; D.E. VIGANÒ, *Il Vaticano II e la comunicazione*, Milano 2013.

II. Tesori nella rete

Informazione e comunicazione

MICHELE ZANZUCCHI *

MARSHALL McLUHAN PROFETA DIMENTICATO

Poco più di cento anni fa nasceva in Canada Marshall McLuhan, colui che avrebbe intuito con cinquant'anni di anticipo la rivoluzione digitale e lo sviluppo del mondo dei mass media, internet e iPhone compresi. Mi sembra utile riprendere allora un breve passaggio de *Gli strumenti del comunicare*, una delle sue opere fondamentali, edito in conclusione del capitolo "I media come traduttori": «avendo esteso o tradotto il nostro sistema nervoso centrale nella tecnologia elettromagnetica basta un solo passo per trasferire anche la nostra coscienza nel mondo del cervello elettronico. Allora potremo almeno programmare la coscienza in modo che non possa essere intorpidita o distratta dalle illusioni narcisistiche del mondo del divertimento che assillano l'umanità quando si incontra con se stessa estesa nei suoi trucchi». ¹

Parole che mi sembrano essere oltremodo profetiche, perché suggerivano – trent'anni prima del trionfo di internet e degli iPhone – l'insuggeribile, cioè il fatto che i media rischiavano di prendere il posto della coscienza di tanti uomini, riempiendola d'effimero. Riprendeva inoltre Pascal e la sua critica al *divertissement*, con le sue derive narcisistiche che purtroppo sperimentiamo ogni giorno, ma notando come la coscienza umana avrebbe potuto opporvisi.²

* Giornalista e direttore della rivista "Città nuova".

¹ M. McLuhan, *Gli strumenti del comunicare*, Milano 1974, 68.

² Cfr. M. Zanzucchi, *Media tra tentazioni e speranze*, in: "Nuova Umanità", n° 153-154, maggio-agosto 2004.

Un'evoluzione impressionante nella sua rapidità. Tutti i nuovi mass media sono ormai da tempo "multimedia", cioè la somma di vari media. Sul mercato, poi, oggi vengono presentati degli strumenti che possono essere definiti "intermedia", cioè mass media che interagiscono tra di loro, anche nello stesso apparecchio, e che non si limitano a sommare le proprie capacità. S'annunciano, infine, degli strumenti che potrebbero essere definiti "transmedia", cioè mass media che muteranno le loro funzioni nella reciproca interazione, in base alle esigenze degli utenti. Col risultato di una comunicazione massmediatica che non solo valorizzerà il singolo utente, ma che dovrebbe favorire le relazioni tra i singoli, la loro interazione, la loro vita sociale. La carta? Resterà, accanto agli altri media, silente, accanto ai media della parola e soprattutto dell'immagine, della luce.

La storia sociale dei media – appassionante epopea degli ultimi due secoli – insegna che, salvo rare eccezioni, i media inventati via via dal progresso tecnologico non soppiantano quelli esistenti, ma si affiancano a essi, creando nuovi bacini di utenti. Se il glorioso telegrafo funge da eccezione alla regola – effettivamente è ormai un oggetto da museo sostituito quasi *in toto* dagli strumenti digitali –, la radio al contrario sta vivendo una sua seconda (o terza) giovinezza, addirittura più fulgida della prima, avendo ricevuto un nuovo impulso proprio da quel nuovo mass media che agisce col supporto di altri mass media, cioè la rete internet, che ha affossato definitivamente il telegrafo, dopo il primo attacco del fax: le *web radio* stanno in effetti conoscendo un boom straordinario di ascolti e di gradimento. Sono scenari che d'altronde evolvono con una rapidità inimmaginabile fino a qualche anno addietro, tanto che viene da condividere il pensiero di due grandi storici dell'evoluzione dei mass media, Asa Briggs e Peter Burke, i quali affermano che «per il futuro dei nuovi mass media non esiste un ordine del giorno già fissato».³

³ A. BRIGGS, P. BURKE, *Storia sociale dei media. Da Gutenberg a internet*, Bologna 2007, 397.

Le ragioni della crisi della carta, e a più forte ragione dell'informazione professionale, sono varie, e ogni osservatore propone le sue valutazioni: ad esempio per Diego Contreras essa sarebbe dovuta da una parte all'informazione trattata «come qualsiasi prodotto di consumo» e dall'altra alla crescita di internet, per cui «il pubblico tra i 18 e i 34 anni si informa attraverso canali alternativi alla stampa tradizionale, come le reti sociali, i *blogs*, i siti e i portali “aggregatori” di informazione». ⁴ Siamo all'epoca del giornalismo diffuso, il *citizen journalism*.

A sopravvivere sono i mass media che riescono a federarsi, a trovare sinergie insospettabili fino a poco tempo addietro. In particolare col web, questo «mass media dei mass media», ⁵ come lo definisce Manuel Castells, uno dei massimi guru della rivoluzione digitale, che è anche un nuovo, straordinario supporto alle più varie forme di comunicazione scritta, sonora e visuale. C'è di più: ben presto – i futurologi ne sono certi –, internet e simili entreranno di prepotenza anche nelle comunicazioni che useranno i due sensi di riserva, il gusto e l'olfatto, oltre agli altri tre – udito, vista e tatto – che offrono da sempre il loro servizio ai mass media. Il web, quindi, sarebbe un passo in avanti rivoluzionario nella concezione stessa di *medium*. Ormai non è concepibile per un gruppo editoriale lanciare un giornale o una rivista cartacea che non abbiano anche siti internet multimediali ad essi collegati. Per gli informatori cattolici, ancorati pervicacemente alla carta, c'è da riflettere.

MULTIMEDIA E INTERMEDIA

In società che hanno assunto progressivamente un carattere composito, sintetizzabile nel prefisso “multi” – multietnica, multirazziale, multiculturale, multireligiosa e multipolare – l'introduzione di un “*medium* che somma vari *media*”, cioè il “multimedia”, è qualcosa di

⁴ D. CONTRERAS, *Non la carta e la rete ma lo specchio è il problema della stampa*, in: “L'Osservatore Romano”, 23 aprile 2009, 4. Diego Contreras è docente alla Pontificia Università della Santa Croce, Roma.

⁵ M. CASTELLS, *Galassia internet*, Milano 2001, 180.

logicamente ovvio. Ed è altrettanto ovvio che un certo senso di smarrimento colga tutti coloro che sono stati abituati alle identità chiare e limpide: la radio è la radio, il giornale è il giornale e basta...

Le società composite, quelle “multi”, o se si preferisce “liquide”, come ormai da anni va predicando quel vate della sociologia che è diventato Zygmunt Bauman,⁶ incutono timore. Ecco allora la paura liquida, ecco le relazioni liquide, ecco la stessa vita liquefatta nella società “multi”. Tutto ciò è valido, per tanti, anche nel campo dei mass media, tanto più che nell’epoca dei multimedia, si paventa l’introduzione di «un’intelligenza diversa da quella tradizionale»,⁷ come dice il prof. Gamaleri. Cosa ci resta di solido, allora? Il “multi” non basta, anche se i suoi sviluppi vanno attentamente monitorati.⁸

Un altro prefisso può forse sintetizzare le potenzialità inesprese delle nostre società composite: “inter”. Viene già usato abitualmente nel caso delle culture che si relazionano, delle religioni che dialogano e delle etnie che convivono; molto meno ciò accade nel campo dei mezzi di comunicazione di massa. È raro udire parlare di “intermedia” – si parla piuttosto di «interattività» dei mass media⁹ –, quasi si fosse di fronte a una pista non praticabile, o praticabile con difficoltà. Le sfide di oggi debbono essere, invece, affrontate guardando anche al ramificato e invadente mondo multimediale, che è una enorme chance intermediale.

Ciò vuol dire che i mass media, anche i più diversi, interagiscono tra loro? Questa non è più una possibilità, ma una realtà: ad esempio, il ragazzo che vede le partite alla TV sul suo computer portatile è già un utilizzatore e un promotore dell’interazione massmediatica. I mass media, o piuttosto la tecnologia che li sostiene, sono già concepiti per

⁶ Cfr. ad esempio Z. BAUMAN, *Paura liquida*, Bari 2006.

⁷ G. GAMALERI, *Lo scenario dei media. Radio, televisione, tecnologie avanzate*, Roma 2006, 176. Gamaleri è professore di Sociologia della comunicazione all’Università degli Studi Roma Tre.

⁸ Cfr. A. BRIGGS, P. BURKE, *op. cit.*, 375ss.

⁹ Cfr. G. BETTETINI, S. GARASSINI, B. GASPARINI, N. VITTADINI, *I nuovi strumenti del comunicare*, Milano 2001, 187.

lavorare congiuntamente con altri media: i telefonini possiedono, ad esempio, sempre più forniture standardizzate di piattaforme e passerelle che permettono di dialogare col computer, con la radio, con i lettori *mp3* e via dicendo.

Ciò vuol dire, inoltre, che questi mass media sono integrabili o addirittura intercambiabili. Un obiettivo a cui si sta arrivando grazie alla miniaturizzazione: in un piccolo marchingegno avremo a disposizione tutto il mondo della connettività, espressione di quell'era dell'accesso,¹⁰ come direbbe il futurologo Jeremy Rifkin, che ci permetterà di essere al centro di un flusso ininterrotto di contatti e notizie, di bisogni e consumi.

Ma l'era dell'intermedialità è soprattutto quella in cui i mass media acquisiscono il più alto grado di pregnanza semantica: se il *medium* è il mediatore, se i mass media diventano veri mediatori, anche tuttofare, ecco che hanno raggiunto il loro scopo. Ma il mediatore è anche colui che s'eclissa perché i due o più terminali della comunicazione negoziano tra loro, trovino un accordo, raggiungano un livello superiore d'intesa. Al limite, il mediatore è colui che permette di arrivare al culmine della relazione, cioè alla piena condivisione di mezzi e obiettivi pur nel mantenimento delle diversità. Gli intermedia sarebbero allora tutti quegli strumenti e tutte quelle procedure capaci di avvicinare a una relazionalità più coesa, più socialmente utile, più realmente interattiva. Ma per farlo debbono in qualche modo eclissarsi, cioè acquisire un alto grado di alterità, offrire "gratuitamente" i loro servizi per una crescita del tasso di interconnessione – di "armonia sociale" direbbero i grandissimi della pedagogia, da Confucio a Buddha a Gesù – presente in ogni comunità.

Gli intermedia, inoltre, hanno o potrebbero assumere una funzione particolare: quella di rifondare il rapporto tra comunicazione massmediatica e comunicazione interpersonale. L'impetuoso avanzare della tecnologia ha portato dapprima le élite e poi le masse ad avere tra le mani degli strumenti che hanno trasmesso l'illusione di creare

¹⁰ Cfr. J. RIFKIN, *L'era dell'accesso. La rivoluzione della new economy*, Milano 2000.

relazioni su tutte le dimensioni spazio-temporali, facendo economia dello sforzo del contatto reale.

IL DIVORZIO NELLA COMUNICAZIONE

Le attuali derive verso la stupidità di tanta produzione mediatica paiono in effetti diretta conseguenza di questo divorzio avvenuto consensualmente – dopo una lunghissima separazione – tra comunicazione interpersonale e comunicazione e informazione mediatica. Allorché la prima ha cessato di fungere da modello per la seconda, i media hanno via via preso il sopravvento sull'utilizzatore, in mano alla politica e all'economia. Bisogna ora recuperare questo rapporto, che non può certo essere ristabilito, come taluni pretendono, con mezzucci quali il televoto dei *reality* di turno. *Reality* che, più rinascono dalle proprie ceneri, più diventano virtualità assolute, pura *fiction*. Il fatto stesso che per questi sottoprodotti massmediatici, che schiacciano le dimensioni spirituali e culturali della persona, si sia trovato questo infelice nome di *reality* la dice lunga sulla necessità di recuperare, da parte dei mass media, un contatto con la “più vera realtà”.

Vivere e lavorare nel mondo dei mass media è per tanti, troppi operatori e informatori, una vera trappola, perché quello della comunicazione di massa è un mondo che tende all'autosufficienza e all'autoreferenzialità, chiudendosi, vuoi o non vuoi, in un narcisistico auto-compiacimento.

Guy Debord con la sua “società dello spettacolo”¹¹ – la cui elaborazione concettuale data addirittura al 1967 – aveva preconizzato che il narcisismo sarebbe diventato assoluta legge mediatica. Guarda caso, il mito di Narciso comporta la negazione dell'altro, cosa che i media generalisti attuali tendono a fare coi loro fruitori. Ebbene, gli intermedia e i loro operatori si trovano all'esatto opposto di questo narcisismo mediatico, perché per vivere hanno bisogno di una chiara vocazione

¹¹ Cfr. G. DEBORD, *La société du spectacle*, Paris 1992.

alla considerazione dell'altro. Gli intermedia e la loro prospettiva universale devono assumere questa deriva narcisista per traghettarla verso un ampio cambiamento di prospettiva: perché nel campo massmediatico l'universale è l'opposto non del particolare, ma del narcisistico, cioè dell'autoreferenziale.

Questa deriva è nata proprio dall'aver sganciato i processi di comunicazione tipici del rapporto interpersonale – che non possono mai fare astrazione dall'esistenza dell'altro – da quelli mediatici, in cui invece la produzione – l'*input*, l'ideazione – può tranquillamente fare a meno dell'altro, del fruitore, dell'utente, se non ridotto a numero, a individuo quantificabile, a consumatore e basta. I mass media autoreferenziali hanno creato dei sistemi di sopravvivenza – e di finanziamento – basati solo sull'offerta e sul consumo indotto. In fondo questo è puro narcisismo, non dell'individuo ma di un gruppo sociale particolare, di una lobby particolare, in cui nei fatti non c'è più comunicazione.

NUOVI MARCHINGEGNI

In questo contraddittorio contesto, la carta conosce una grave crisi, mai conosciuta prima, da Gutenberg in qua. Una crisi già da tempo incipiente per via della comunicazione digitale, ma che il crollo delle borse mondiali ha accelerato in modo assolutamente imprevedibile, soprattutto nelle dimensioni. Come mai la radio e la televisione – pur mezzi potentissimi – non erano riusciti a mettere in crisi se non parzialmente il mondo della comunicazione cartacea, come ora stanno invece facendo il web e l'economia legata alla rivoluzione digitale? Le ragioni non sono poche. C'è ad esempio da considerare il fatto che il web ha a tal punto moltiplicato l'offerta di "oggetti" (*news*, libri, video, audio...) da togliere tempo all'uso di altri mass media. C'è inoltre il fatto che il progresso tecnologico, di cui il web è una delle espressioni, sta producendo supporti digitali miniaturizzati di una tale potenza – le "tavolette digitali" quali

l'iPad della Apple, l'*e-book*¹², il *vook* di Inman Bradley,¹³ l'*e-ink* proposto da Esquire¹⁴ e tanti altri strumenti ancora che tendono a sostituire i libri tradizionali – che si è disposti in qualche modo a rinunciare al contatto tattile con la carta per avere benefici indubbi per l'informazione e la conoscenza personali. Inoltre il web, lo ripeto, è riuscito in qualche modo a conciliare comunicazione personale e comunicazione mediatica: è indubbio, infatti, che internet abbia contenuti massmediali – i milioni e milioni di accessi alle versioni *online* dei principali quotidiani lo confermano –, ma il metodo di usarlo è personale.

Internet s'avvicina allora alla dimensione personale e non solo di massa dei mezzi di comunicazione. Ma non siamo ancora arrivati, di per sé, a un effettivo e generalizzato recupero della dimensione interpersonale. Scrive ad esempio con un certo pessimismo, ma pure con sano realismo, Gianni Riotta: «La verità non ci rende liberi, ci rende schiavi. La verità è moltiplicata all'infinito nel caleidoscopio dei siti internet, deformata dallo specchio astuto degli specialisti di propaganda. In fondo a questo percorso ci saranno sulla terra sei miliardi di *blog*, ognuno scritto e letto solo dal proprio autore». ¹⁵ Internet non è ancora la soluzione, ma una via verso la soluzione di questo dilemma interno alla comunicazione.

È forse la comunicazione interpersonale, infatti, che dovrebbe guidare di nuovo i principali modelli comunicativi, quelli che dovrebbero condurre a loro volta i media. Su internet la comunicazione è personale e di massa nel contempo, ma anche interpersonale. In modi che però quasi sempre non corrispondono alle relazioni che avvengono nella realtà, nella "realtà-reale". Per carità, ciò già accade, come viene permesso dai sempre più noti *social network*. Ma le relazioni strette su internet sono reali e non anch'esse consumistiche?

¹² Cfr. ad esempio S. BARTEZZAGHI, *Così l'e-book cambia il nostro modo di leggere*, in: "La Repubblica", 24 aprile 2009.

¹³ Cfr. "New York Times", 18 aprile 2009.

¹⁴ Cfr. "La Repubblica", 9 settembre 2008.

¹⁵ G. RIOTTA, *La rete cancella l'opinione pubblica*, in: "Corriere della sera", 19 gennaio 2009. Gianni Riotta è stato direttore del "Corriere della sera" e de "Il Sole-24 ore".

Intermedia vuol dire inoltre che dovrebbe instaurarsi una relazione diversa tra i media stessi. Spesso, infatti, i multimedia sono studiati per funzionare “sfruttando” il lavoro di un altro *medium*, in una spirale che considera l'altro *medium* sempre e solo come un *quantum*. Invece, gli intermedia dovrebbero lavorare assieme agli altri media, anch'essi in relazione di “collaborazione”. In un convegno tenutosi a New York, i guru della TV statunitense – tra di loro Rishi Malhorta di HBO e Jack Wakshlag del colosso Turner-CNN – hanno evidenziato come i programmi TV oggi debbano essere concepiti per «essere seguiti su tre schermi: PC, cellulare e TV casalinga».¹⁶

Le relazioni che nascono da questi intermedia dovrebbero sfuggire al modello che considera la comunicazione solo un'azione asettica, limitata all'interazione tra un emettitore e un recettore, anche multipli. Interazioni del genere rischiano di tradire la vocazione stessa del *medium*, cioè l'apertura di interazioni a loro volta aperte, quelle che possono portare alla crescita collettiva della comunità. Perché una comunità che non cresce è destinata all'isolamento degli individui e quindi alla progressiva scomparsa della comunità stessa, in una spirale in qualche modo nichilista.

EDITORI DI CONTENUTI

Viene però da chiedersi in che modo i nostri figli e i figli dei nostri figli – soprattutto loro – potranno fare a meno della carta, dell'emozione che si prova nel leggere le prime parole d'un libro, o nell'accarezzarne (sì, proprio così) la copertina, quasi a ritenere che col tatto si possa dare rilievo all'immagine solitamente a due dimensioni. È possibile mai ipotizzare, come fa Robert Darnton, che «Google avrà il monopolio del patrimonio librario americano (e poi universale)»,¹⁷ tutto in rete? Certo i

¹⁶ Cfr. “Corriere della sera”, 30 gennaio 2009.

¹⁷ R. DARNOTON, *Google and the Future of Books*, “The New York Review of Books”, February 12, 2009, vol. 56, n. 2. Darnton, professore di storia, è direttore della biblioteca universitaria di Harvard.

nostri figli potranno andare a scuola senza quegli zaini mastodontici che provocano la scoliosi: ma leggendo da quegli schermi asettici riusciranno a memorizzare ancora quanto leggono e ripetono?

Un mondo in effetti sta cambiando. Anche i tipografi, che senza carta morirebbero, stanno dandosi da fare per risollevarne le sorti della categoria. Tra le tante iniziative volte a contenere i costi della stampa, va segnalata quella delle macchine da stampa di ultima generazione estremamente flessibili, in cui il costo di “messa in macchina”, il più elevato tra tutti i costi di produzione, viene drasticamente ridotto. Anche qui la rivoluzione numerica viene in soccorso: la stampa digitale – quella per intenderci che facciamo con le nostre stampanti laser domestiche – si somma con la stampa tradizionale a inchiostro per arrivare a produrre libri e riviste, e qualsiasi altra cosa, a costi proporzionalmente crescenti. Si possono così stampare libri a tiratura anche ridottissima senza costi insopportabili per l’editore e per l’acquirente. Così, se per vedere stampata la prima copia di un libro di duecento pagine bisognava versare circa tremila euro (per mille copie complessive, la tiratura minima), la prima e unica copia in stampa digitale potrebbe ben presto costare tre euro (e due copie sei, dieci copie trenta, cento copie trecento, mille copie di nuovo tremila). L’editoria, soprattutto la piccola editoria dedita alla saggistica, potrebbe così trovare nuovi spazi di diffusione a costi minori.

Naturalmente gli scenari sono ancora estremamente mutabili e ognuno vuol dire la sua, mentre la passione dei bibliofili viene fuori quasi con rabbia. Jean-Claude Carrière e Umberto Eco, a quattro mani, hanno dato alle stampe (ovviamente) un libro significativamente intitolato *Non sperate di liberarvi dei libri*.¹⁸ Mentre Susan Sontag affermava: «Solo i libri di carta ci salveranno dalla dittatura del moderno».¹⁹ Mentre Roger Chartier fustiga l’ipertesto: «La riproduzione telematica minaccia di sommergerci sotto un’alluvione di testi inutili».²⁰

¹⁸ Cfr. J.-C. CARRIÈRE, U. ECO, *Non sperate di liberarvi dei libri*, Milano 2009.

¹⁹ S. SONTAG, *Nello stesso tempo*, Milano 2009, 114.

²⁰ R. CHARTIER, *La vertigine dell’ipertesto*, in: “Il Giornale”, 27 gennaio 2006.

Una parola chiave nel futuro della comunicazione mediatica e dell'informazione è: supporto. In fondo gli editori sono costretti dalla rivoluzione digitale a diventare sempre più editori di contenuti (*contents publisher*), più che editori di libri (*book publisher*) o di riviste (*magazine publisher*) o di programmi radio (*radio publisher*), e via dicendo. In sostanza l'editore produce dei contenuti che poi pubblica sui supporti più convenienti, più adeguati e più immediatamente disponibili. Diceva recentemente il direttore generale della Rizzoli: «La nuova frontiera del giornalismo è raccontare storie su tutti i media».²¹ Se ho tra le mani, ad esempio, un reportage composto da elementi di scrittura, fotografia, suono e filmati, posso decidere di pubblicarlo su una rivista, quindi leggerlo su una web radio, renderlo disponibile al pubblico corredato di video, musica e foto sul mio sito, comporre un documentario per una tv satellitare, e magari concludere il tutto con la pubblicazione di un libro. I multimedia ci permettono ormai di sbizzarrirci nell'uso dei più vari supporti. Tra l'altro, le tecnologie digitali hanno modificato anche l'inoscidabile e spavaldo mondo televisivo, oltre a quello radiofonico: se una qualità video adeguata col sistema analogico esigeva telecamere a nastro Betacam da centomila euro e più, ora la stessa qualità in digitale può essere ottenuta con piccole telecamere da mille euro o anche meno, per giunta senza la complicazione del nastro. E un ottimo registratore audio digitale costa oggi cento euro, mentre un Nagra, il glorioso registratore analogico a nastro delle radio di mezzo mondo, costava almeno venti milioni di lire! Oggi i reporter più furbi girano il mondo con una micro-telecamera, un registratore digitale che sta nel taschino della giacca, una macchina fotografica digitale leggera e potente, un computer che pesa ottocento grammi... In uno zainetto ci ficcano tutto quanto prima dovevano trasportare con un pulmino! Per non parlare degli smartphone che possono già sintetizzare tutti questi strumenti (più il telefono e l'accesso a internet) in cento grammi. Non è lontano il tempo in cui i

²¹ M. PRATELLESI, *La nuova frontiera del giornalismo: «Raccontare storie su tutti i media»*, «Corriere della sera», 5 giugno 2008, 25.

reporter professionisti potranno girare il mondo solo con questo strumento in tasca.

Ma proprio questa rivoluzione tecnologica, sia detto per inciso, paradossalmente ridà valore alla persona che utilizza questi strumenti digitalizzati. Cioè il reporter. Eric Alterman non ha dubbi: «Alla fine i giornalisti migliori sopravvivranno e faranno fortuna», nonostante «la crisi profonda dei giornali e del giornalismo dovuta ai nuovi strumenti di comunicazione».²² Se infatti con questi mezzi la quantità del prodotto è assicurata, non altrettanto si può dire della qualità. E se la quantità sarà sempre più inghiottita nel buco nero dei miliardi di oggetti inseriti nel web e s'accumulerà in depositi virtuali in pratica consultabili a fatica, la qualità continuerà a emergere, forse addirittura più di quanto non avvenga quest'oggi. E ciò accadrà in una diffusione da bocca a orecchio (anche se digitali, anche se via web): quel che vale lo abbiamo da sempre consigliato ad amici e conoscenti. Continueremo a farlo.

Quando si accusano web e multimedia di abbrutire le nuove generazioni, di impedire loro di apprendere, fornendo loro una conoscenza poco approfondita, si hanno delle ragioni, perché i modi di funzionare proposti dai nuovi media, intuitivi e molto poco da scrivania, non più basati sulla nozione ma sulle relazioni tra le nozioni (e qui bisognerebbe aprire lo straordinario capitolo dell'ipertesto, degli "oggetti", cioè testi, foto, filmati o altro ancora, aperti con un semplice clic su una parola o un'icona evidenziata sulla schermata del computer o dello smartphone), non hanno ancora fatto le loro prove pedagogiche. Eppure le loro potenzialità sono immense: se ad esempio non è più obbligatorio imparare a memoria i nomi di tutti gli affluenti di destra e di sinistra del Po, i nostri figli possono già sapere con qualche semplice clic dove nasce la Dora Baltea e dove sfocia la Dora Riparia, sapranno capire la portata del Ticino e i problemi idrologici del Tanaro e via dicendo.

²² E. ALTERMAN, *Salviamo le notizie, non i quotidiani*, "Internazionale", n. 785, 6-12 marzo 2009. Eric Alterman è professore al Brooklyn College e alla CUNY Graduate School of Journalism.

Risulta di nuovo fondamentale avere qualcosa da comunicare, e non solo possedere straordinari strumenti di comunicazione. Haruki Muratami confessava recentemente di non aver nulla da dire, di non aver mai avvertito la necessità di comunicare al mondo qualcosa.²³ Ma intanto fa di questo suo bizzarro credo un contenuto, un messaggio (per vendere di più).

TRANSMEDIA

Torniamo ai nostri multimedia e intermedia. Ne abbiamo capito le potenzialità, così come i rischi. Il prefisso “inter” è quello che permette di stabilire delle relazioni, di aprire nuovi orizzonti, di instaurare la logica della moltiplicazione delle conoscenze attraverso il superamento della propria identità, del proprio “orticello culturale”, cioè della somma di conoscenze che ciascuno di noi può aver accumulato a costo di tanti e costosi sforzi. E ciò vale anche per i media più innovativi, che oltre alle multifunzionalità sempre più spinte, sono in qualche modo obbligati a creare passerelle di senso, di significato.

Siamo quindi giunti al punto fermo che l’“inter” è più del “multi”, anche in campo massmediatico. Ma ciò non mi sembra essere sufficiente per rispondere alle esigenze aperte dalla straordinaria rivoluzione digitale e dall’ancor più epocale cambiamento che si sta operando sull’intero pianeta per via della mondializzazione. Entra in gioco, allora, un altro prefisso: “trans”, che indica l’identità affiancata ad altre identità (“multi”) che, avendo compreso la necessità di una relazione continua (“inter”), approda all’assunzione in sé dell’identità altrui (“trans”). E fa ciò avendo non solo superato la frontiera identitaria, ma avendo deciso di giocare la propria stessa identità facendo in qualche modo spazio a quella altrui. Così la società transetnica è quella che, superato il semplice affiancamento delle etnie (società multietnica), il loro confronto e il negoziato per una reale e positiva coabitazione (società interetnica), approda a coscienti o incoscienti valori comuni, non disgiunti da un inevitabile

²³ Cfr. *Il Venerdì di Repubblica*, 14 aprile 2009. Haruki Muratami è un noto autore di bestseller giapponesi.

meticciato ben inteso.²⁴ Allo stesso modo si può parlare delle culture, persino delle religioni, seppur con non poche precauzioni. E dei nostri mass media? Se ne può parlare, eccome, anche se di transmedia se ne scrive ancora molto poco.

I transmedia sono – o piuttosto saranno – quei media, quegli strumenti di comunicazione sociale, di comunicazione di massa al servizio delle società che avranno superato lo stadio, pur lodevole, dell’“inter”. Società che non solo valorizzeranno la singola persona e le relazioni tra le persone (una pallida idea di queste prospettive si possono cogliere nell’uso dei *social network*), ma che favoriranno anche una sorta di compenetrazione delle culture, delle etnie, delle religioni. Società in cui l’identità si riconoscerà e si rafforzerà nell’incontro stesso – e non tanto e non solo nello scontro – col diverso da sé, con l’altro, con lo straniero, con chi è radicalmente un’altra cosa da quel che io sono. I media non sono solo strumenti tecnici atti a stabilire relazioni tra gli uomini (i livelli “multi” e “inter”) ma anche a facilitare l’incontro e la “compenetrazione” (il livello del “trans”) tra di essi.

Da qualche anno è in atto un’accesa disputa tra coloro che ritengono i media digitali neutri nei confronti della natura dell’uomo e chi invece ritiene che essi abbiano una qualche influenza sull’essere stesso dell’uomo, sul suo “essere al mondo”, sulla sua profondità esistenziale.²⁵ È un discorso aperto. Siamo in ogni caso in terreni praticati finora in modo molto limitato, anche se probabilmente in futuro non sarà così.

L’informazione, allora, sarà uno strumento, un servizio che farà transitare le *news* secondo il bisogno dell’utilizzatore.

LA CARTA NON SCOMPARIRÀ

Torniamo allora alla domanda iniziale: la carta scomparirà? Può darsi. Personalmente non lo credo. Certo, nella storia delle civiltà si è passati dai cocci di terracotta alle tavolette di bronzo, poi al papiro,

²⁴ Cfr. P. GOMARASCA, *Meticciato: convivenza o confusione?*, Venezia 2009.

²⁵ Cfr. ad esempio il volume collettivo curato da A. FABRIS, *Etica del virtuale*, Milano 2007.

alla pergamena e alla carta, per giungere infine alla scrittura digitale. Oggi – mi si dirà – le tavolette degli ittiti non s’usano più, così come i papiri degli esseni, anche se i computer a tavoletta *touch pad* cosa sono se non le tavolette degli ittiti modernizzate? E la vena ecologica spinge a riprendere l’idea di carta vegetale riciclata e riciclabile. Ma i tempi lunghi della Storia (con la esse maiuscola) non sono quelli brevi della storia (con la minuscola).

Quel che in ogni caso rimane è la parola-che-lascia-traccia, è il segno che ormai non è più solo alfabetico, ma visivo, uditivo, pluridimensionale. Forse Roland Barthes parlerebbe di «metalinguaggi». ²⁶ Scompaia pure la carta, allora, ma la parola-che-lascia-traccia resterà, in un modo o nell’altro, magari con supporti nemmeno immaginabili, come “la scrittura nell’aria” di cui qualche futurista parla già da ora, ipotizzando ologrammi leggibili nell’aria. La parola è una delle due entità originarie della comunicazione cosciente, quella che ha superato lo stadio della semplice gestualità, l’altra essendo il silenzio. Ed è proprio sul silenzio che la parola s’esprime e diventa feconda. I transmedia agiranno proprio nella logica silenzio-parola, logica kenotica.

La parola troverà nelle reti della comunicazione massmediatica (modellata sui modelli di comunicazione interpersonale) il suo futuro, declinata in mille modi diversi, ed esprimendosi su una tecnica che diventerà silenziosa. Cosicché dal connubio tra una tecnica silenziosa e una presenza dei comunicanti non più schiacciati dal mezzo uscirà ogni sorta di creazione. Che illuminerà.

Tutto ciò vale in primo luogo per l’informazione.

²⁶ Cfr. R. BARTHES, *Elementi di semiologia*, Torino 2002, 75ss.

Siti istituzionali

DANIEL ARASA *

Scorrendo il programma e, precisamente quello delle tavole rotonde, ho notato, con gratitudine, che mi è toccata quella sugli aspetti positivi della rete, in quanto stamattina si è toccato il problema della pornografia e della violenza, i mostri; mentre oggi pomeriggio si toccano gli aspetti educativi, la solidarietà e i tesori che si possono trovare in rete. Per cui, un terreno più tranquillo e meno accidentato.

Sicuramente la mia non è una critica in quanto considero, in piena sintonia con gli organizzatori, che è sommamente importante avere una visione realista della rete e, conseguentemente essere coscienti che esistono pericoli e sfide per la singola persona, che per i cristiani e per la comunicazione nella Chiesa.

Allo stesso tempo, sono dell'idea che non sarebbe una visione del tutto realista se non si tenesse in conto, come sottolinea spesso papa Francesco, che «la gioia del Vangelo riempie il cuore e la vita intera di coloro che s'incontrano con Gesù».¹ Per questo motivo, egli stesso, invita ogni cristiano, già dal primo paragrafo della sua recente esortazione apostolica, a una nuova tappa evangelizzatrice segnata da tale gioia.

Suppongo che nella fase preparatoria di questa assemblea plenaria non si conoscesse ancora il titolo di tale documento. Visto ora, in retrospettiva, forse il titolo sarebbe potuto essere: “Annunciare *con gioia* Cristo nell'era digitale”.

Faccio ora due premesse alla mia esposizione.

* Professore associato di Struttura dell'informazione e comunicazione digitale presso la Facoltà di Comunicazione istituzionale della Pontificia Università della Santa Croce, Roma.

¹ FRANCESCO, Esortazione apostolica *Evangelii gaudium*, n. 1.

Ogni organizzazione, movimento, istituzione avrà esigenze e disporrà di mezzi diversi. Cercherò di suggerire alcune idee utili a tutti, fermo restando che ognuno dovrà applicarle alla propria realtà.

Non farò proposte di carattere tecnico poiché, oltre al fatto che sono presenti in sala persone più competenti di me in materia, non penso sia questa la sede adeguata per farlo.

Per aiutare l'attenzione, menziono già fin d'ora i punti essenziali del mio intervento. Se ben affrontati, essi determinano, a mio parere, la potenzialità e l'efficacia dei siti web delle diverse istituzioni ecclesiali, e sono allo stesso tempo criteri per migliorarne i contenuti, la diffusione e la fruibilità. Tali punti sono: missione, coerenza, accessibilità, servizio.

MISSIONE

La missione è la ragione d'essere di una organizzazione, ciò che definisce cosa essa sia, a cosa si dedichi e, conseguentemente, ciò che la distingue dagli altri.

È chiaro che tutte le istituzioni ecclesiali hanno come missione fondamentale annunciare Cristo, e ciascuna ha un compito specifico o un ambito proprio o una caratteristica particolare che la definisce. Per questo motivo è essenziale che i responsabili si chiedano, e sappiano bene, qual è la propria missione, poiché sarà proprio quella a guidare e a determinare tutte le attività di comunicazione, cominciando appunto dalla pagina web.

Qual è la missione della mia istituzione?

Si riesce a sintetizzarla in modo chiaro, conciso in un motto, una frase o uno slogan?

Questo è l'unico modo per evitare la dispersione nella comunicazione e pertanto il suo indebolimento o, peggio ancora, la contraddizione fra i messaggi proposti, le attività dell'istituzione e i valori che essa promuove.

Si può imparare molto dall'ambito commerciale per vedere come si presenta la missione. Basti pensare a motti come *Open happiness*

(“stappa la felicità”) della Coca Cola; *Think different* della Apple; *Just do it* della Nike; *Impossible is nothing* dell’Adidas; *Keep walking* della Johnny Walker...

Insieme allo slogan serve avere un racconto, una storia che incarni la realtà del chi siamo, cosa facciamo e del perché lo facciamo.

COERENZA

La missione poggia su alcuni valori, e ciò che denominiamo “identità istituzionale” è l’insieme di tali valori. Per cui, il sito web di una istituzione deve corrispondere all’identità stessa dell’istituzione che presenta o rappresenta. Di fatto la comunicazione digitale (il *website* in questo caso) non è solo la “vetrina” dell’istituzione, ma la stessa istituzione o, almeno, una parte di essa. È particolarmente importante, per questo motivo, che ci sia coerenza fra l’identità *offline* e quella *online* dell’istituzione. Come già detto in precedenza, non ci può essere contraddizione tra la missione di una istituzione (ecclesiale o meno) e le sue attività da un lato, e i suoi mezzi o canali di comunicazione dall’altro, soprattutto la sua pagina web istituzionale.

L’immagine è il riflesso esterno dell’identità, il modo in cui l’istituzione si presenta all’esterno. Tale immagine darà una percezione e avrà una reputazione che dipenderà dal pubblico. È compito dei comunicatori istituzionali, in modo speciale attraverso il web, di integrare queste tre componenti: identità, immagine e percezione.

Per favorire una visione corretta dell’istituzione, un valore che la pagina web deve sempre cercare di rispettare è la trasparenza. Tale valore implica la fiducia e, di conseguenza, la credibilità.

La credibilità è inoltre legata all’istituzione di appartenenza. I valori dell’istituzione del Vaticano godono, al di là delle critiche momentanee, di grande prestigio, mentre non ne godono alcune delle sue attività comunicative. Un esempio, tra gli altri, sono le critiche (a volte ingiuste) alla Sala Stampa, o la dispersione delle sue azioni di comunicazione.

ACCESSIBILITÀ

Non è sufficiente aver chiaro chi siamo e agire di conseguenza; gli altri devono sapere, dobbiamo condividere, ed è questo che intendo dire quando parlo di accessibilità.

In primo luogo, c'è un'accessibilità linguistica. In quale lingua è impostata la pagina web? Ogni istituzione ha il suo pubblico e questo vale anche per i movimenti, associazioni, ecc. In America Latina si scriverà in spagnolo, mentre i web di organizzazioni residenti in Italia o in Francia avranno la pagina web in italiano o francese. Però la rete è comune, per cui la necessità di includere la lingua franca di internet, cioè l'inglese, è un criterio che favorisce l'accessibilità, la diffusione e l'uso dei siti web.

Un secondo elemento ancora più evidente, quando si parla di accessibilità, è la dimensione tecnologica. Non mi dilungo su questo punto. Basti dire che la compatibilità delle tecnologie che uso nel mio web sarà determinante per l'accesso del mio pubblico. Attualmente, un ambito di particolare importanza è pensare di disegnare pagine "mobili", cioè che si adattino alla mobilità degli utenti che oggi consultano la rete da un Galaxy Samsung, un iPad e da altri dispositivi mobili, e alla creazione di applicazioni per il settore "mobile" in generale.

Infine, accessibilità significa anche, soprattutto oggi, immediatezza. Tutti abbiamo poco tempo. Le persone non vanno nei siti web, e meno ancora in quello del Pontificio Consiglio per i Laici, quando non sanno cosa fare. Gli utenti verranno nel nostro sito web se abbiamo qualcosa da offrire che altri non hanno o se glielo offriamo più facilmente, con più semplicità e con più organizzazione. Una domanda da porsi potrebbe essere: "Possono i miei utenti trovare nel mio sito, per esempio, l'ultimo documento del Papa più rapidamente e facilmente che non in altri siti?".

Non ho detto nulla volutamente riguardo alle reti sociali poiché è un tema non facile quando parliamo di istituzioni ecclesiali. Qui sarebbe utile menzionare il fatto che le pagine istituzionali sono diventate *landing page*, o pagine d'appoggio, alle diverse applicazioni

di *Twitter, Facebook, YouTube, Flickr* o *Pinterest* usate dalla maggior parte dei nostri utenti.

SERVIZIO

Pur avendo lasciato questo punto per ultimo, penso che esso sia il più importante quando riferito a pagine istituzionali. La rete, come tutti i mezzi di comunicazione, non è un fine, ma un mezzo al servizio dell'istituzione e, pertanto, della persona. Ciò implica molte dimensioni.

Una prima dimensione consiste nel considerare se il contenuto del nostro sito risponde alle reali necessità dei nostri utenti: è utile l'informazione? Certamente non tutto interessa tutti, però, sarebbe preoccupante se tutto o molto non interessasse ad alcuna persona.

Un secondo aspetto riguarda il pensare se ci sia una vera attenzione all'utente. Molte volte, purtroppo, tante pagine web offrono numeri di telefono o indirizzi di posta elettronica a cui nessuno mai risponde.

C'è un terzo aspetto molto chiaro nell'ambito ecclesiale ed è che l'evangelizzazione non è possibile senza i sacramenti, senza la vita di comunità, senza la proclamazione diretta della Parola. Pertanto, pur essendo molto utile ed efficace "virtualizzare" (digitalizzare) ogni processo possibile nell'istituzione (formazione, informazione, gestione, promozione, ecc.) quanto resta al centro di ogni sforzo istituzionale è che tutto cooperi a facilitare il contatto personale.

* * *

In conclusione: visione, coerenza, accessibilità e servizio. Li riassumo in quattro concetti brevi:

1) *Dedizione*: non basta considerare la comunicazione *online* come un'attività collaterale alla quale dedicare qualche ora da affidare a un giovane entusiasta (e volontario).

2) Ancora più importante, la questione della formazione: una formazione che combini criteri fondamentali e tecnologia. In altre parole, una formazione che sappia preparare persone con un cuore e una testa

cristiani, sapendo ciò che la Chiesa è e quanto propone, e viverlo; altrimenti diventa difficile trasmetterlo; e, al tempo stesso, una formazione che offra una preparazione professionale in questioni tecniche che dia la possibilità di mettere in pratica i nostri obiettivi di comunicazione e fare analisi (valutazione) dell'ingente quantità di dati che la tecnologia ci mette a disposizione (*Google Analytics...*).

3) E siccome formazione significa anche investimento, non posso dimenticare di dire che bisogna dedicare tempo, persone e, di conseguenza, denaro a tale formazione. In ogni istituzione bisognerebbe chiedersi: “Stiamo dedicando qualche risorsa finanziaria alla formazione professionale delle persone che gestiscono la comunicazione digitale dell'istituzione? Abbiamo pensato di mandare qualcuno a formarsi nella comunicazione e, più specificamente, in comunicazione istituzionale *offline* e *online*?”.

4) Concludo ripetendo quanto dicevo all'inizio: gioia. Dobbiamo fare una comunicazione gioiosa. Quest'affermazione richiederebbe un po' di tempo per essere spiegata. Mi limito a segnalare due elementi che, pur non essendo gli unici, sono particolarmente importanti: le foto e i colori.

Costa tanto all'istituzione, nei limiti concessi, usare colori gradevoli che facilitino la lettura e mostrare persone sorridenti nelle foto?

Tecno-solidarietà: gruppi di auto aiuto e generosità digitale

MICHEL ROY¹*

LA CARITAS NELL'ERA DELL'E-SOLIDARITY

ENTE centrale della Chiesa nella Santa Sede, con personalità giuridica pubblica, la *Caritas Internationalis* è anche una confederazione di centosessantaquattro organizzazioni cattoliche che lavorano per lo sviluppo umano integrale e per la giustizia sociale come parte della missione della Chiesa. La *Caritas* è consapevole che non è sufficiente offrire semplicemente la carità ai poveri e accompagnarli nel loro cammino verso una maggiore dignità, ma occorre anche porsi la domanda del perché sono poveri e che cosa possiamo fare insieme per cambiare la situazione. Quindi il sostegno e l'educazione costituiscono elementi importanti dell'opera della famiglia della *Caritas*.

Internet ha avuto un enorme impatto sul modo in cui viviamo quasi ogni aspetto della vita fin dai primi anni Novanta. La politica, i media e l'interazione della comunità si sono trasferiti *online*. Gli attori della società civile, come la *Caritas Internationalis* e le sue organizzazioni membro, hanno cercato di utilizzare il nuovo potenziale di internet per comunicare con i propri sostenitori, per mobilitarli e organizzarli.

I membri della *Caritas* utilizzano internet per rendere possibile la comunicazione interna, per aiutare a spiegare la propria missione e i propri valori a un pubblico più vasto attraverso i loro siti web, per

* Segretario Generale di *Caritas Internationalis*.

raccogliere fondi e per trattare con governi, imprese e altri soggetti in posizioni di potere.

Caritas Internationalis mira a sviluppare le abilità dei suoi membri *online*, a migliorare i loro servizi, fornendo ai membri nazionali una maggiore quantità di informazioni, per poter facilitare delle comunicazioni veloci e più economiche, soprattutto nelle emergenze.

UNO SCENARIO MUTEVOLE

I mass media e i mezzi di comunicazione cattolici sono stati tradizionalmente degli importanti strumenti per le organizzazioni membro della *Caritas* in quanto permettono a essa di raggiungere un largo pubblico. Questo è fondamentale sia per la raccolta dei fondi che per il sostegno della causa. Tuttavia, sono sempre stati i giornalisti a decidere su quale storia fare un servizio.

Internet ha cambiato questa dinamica e ha reso le organizzazioni della società civile come la *Caritas* molto meno dipendenti dai mezzi di comunicazione. La rete ci ha dato il potere di raggiungere chi vogliamo e di essere in grado di fornire a un ampio pubblico le informazioni che vogliamo, e ai nostri sostenitori di interagire con noi molto più facilmente.

Il *social networking*, o *web 2.0*, ha avuto un impatto enorme, sia per la gestione delle informazioni e delle identità, che per il miglioramento delle relazioni con i sostenitori e le parti interessate. Le persone possono partecipare attivamente all'opera della *Caritas* e riprodurre i nostri contenuti o commentarli, favorendo un effetto moltiplicatore.

Con il termine *social networking* intendiamo *blog*, piattaforme di condivisione di contenuti come *Facebook* e *Pinterest*, servizi di messaggistica di *micro-blogging* come *Twitter*, siti per la condivisione di foto e video come *YouTube*, *Vimeo*, *Flickr* e *Instagram*, e siti di raccolta fondi come per esempio *Kickstarter*.

Questi servizi permettono alle persone di connettersi più facilmente e gestire le informazioni più velocemente, in modo più divertente. Segnalando e condividendo le informazioni, il messaggio va più

lontano e crea un senso di appartenenza. Tali strumenti possono essere interconnessi e in questo modo la *Caritas* può inviare un *tweet* con delle informazioni e indirizzare così gli utenti al suo sito o dove vengono visualizzati film e foto.

Ma internet e il *web 2.0* portano con sé anche delle sfide.

Alla *Caritas* stiamo cercando di costruire un mondo in cui tutti possano far sentire la propria voce. Il divario digitale significa che chi non ha un computer, come accade in molte parti del mondo in via di sviluppo, o le persone prive di competenze tecniche, come gli anziani o i poveri, sono escluse.

Mettere in pratica *offline* quanto si esegue *online* è spesso difficile. Dire “mi piace” su *Facebook* è facile, ma poi, questo, si traduce in una maggiore azione, come per esempio il volontariato? Il dibattito può anche essere superficiale *online* o portare alla polarizzazione.

Le organizzazioni membro della *Caritas* sono anche state vittima di attacchi da parte di individui o piccoli gruppi di persone che inventano o ripetono falsità attraverso il web. Queste diffamazioni possono essere molto dannose, fino a richiedere che tali organizzazioni dedichino tempo e denaro per ribattere ciò che spesso diventa disinformazione.

UNDICI PUNTI DA CONSIDERARE

1. Le più grandi sfide per la *Caritas* e le altre organizzazioni sono: come attrarre le persone sul proprio sito/*social network*, come ottenere il loro interesse e coinvolgerli una volta che sono lì, come spingerli a intraprendere una qualche forma di azione.

2. La presenza delle organizzazioni membro della *Caritas* nei *social network* varia a seconda degli organici, del budget e delle competenze su internet.

3. La *Caritas Internationalis* si basa fortemente su piattaforme di condivisione di contenuti come *Flickr*, *YouTube* e *Wordpress* per condividere foto, video e testi in modo semplice e veloce.

4. La nostra natura di “braccio della carità” della Chiesa significa che possiamo parlare direttamente ai cattolici di tutto il mondo su temi quali la povertà, le migrazioni e il cambiamento climatico.

5. La *Caritas* ha appena aperto un nuovo sito web in cui i *social network* sono parte integrante di ogni pagina.

6. La *Caritas Internationalis* utilizza *Twitter* quotidianamente per pubblicare le informazioni e seguire ciò che fanno i suoi membri e gli altri gruppi importanti. Seguiamo quasi quattrocento persone – molte delle quali sono membri delle *Caritas* locali e nazionali – e abbiamo quasi settemila *followers*.

7. Le campagne via internet sono in genere molto più economiche rispetto ai metodi tradizionali come la TV. Questo strumento ci permette di raggiungere più persone con una modesta quantità di denaro.

8. Il mondo del *web 2.0* richiede una certa quantità di competenze professionali. Si tratta di imparare, ma usiamo la nostra rete per apprendere dalle nostre organizzazioni membro e anche, a nostra volta, per trasmettere informazioni per aggiornare loro.

9. Il mondo del *web 2.0* richiede una presenza e un coinvolgimento costanti e la disponibilità a interagire con le persone.

10. La nostra Confederazione parla molte lingue diverse e tradurre i contenuti è un'operazione che richiede tempo e denaro.

11. La campagna globale sul diritto al cibo, lanciata il 10 dicembre 2013 è stata impostata prevedendo una forte presenza nei *social network* per favorire il coinvolgimento diretto da parte di tutti. È stato aperto un sito speciale.

ESEMPI DI *E-SOLIDARITY* (SOLIDARIETÀ DIGITALE) DELLA *CARITAS*

Quasi settanta membri di *Caritas Internationalis* hanno pagine su *Facebook*. Con i loro sostenitori essi condividono storie, appelli, messaggi della gerarchia ecclesiastica, campagne e molto altro.

Alcuni, come la *Caritas* Germania, la *Caritas* Messico o la *Caritas* Spagna, possono avere dei membri a livello diocesano con account

su *Facebook* che ripubblicano articoli della *Caritas* nazionale, o a loro volta vedono ripubblicati i propri articoli a livello nazionale.

Molti hanno canali *YouTube* attivi come CRS, CAFOD, *Caritas* Egitto e *Caritas* Libano. Vi pubblicano cortometraggi, soprattutto sul loro lavoro, o pubblicità per i loro programmi. CRS dispone di seicentotrentaquattro iscritti con 719.889 visualizzazioni. Vi sono filmati di vario tipo, come, per esempio, il cardinale Robert Sarah che parla sulla nuova evangelizzazione.

La *Caritas* della Repubblica Ceca ha due profili su *Facebook* uno per la *Caritas* stessa e uno per il *Three Kings Collection* che si svolge ogni anno a gennaio. Molti dei loro membri diocesani e delle organizzazioni regionali hanno anche i propri profili. La *Caritas* della Repubblica Ceca ha il suo canale *YouTube*. Il personale e i volontari presso il Centro Rifugiati della *Caritas* greca di Atene hanno ora un gruppo su *Facebook*, denominato Programma Rifugiati *Caritas* Atene con più di ottanta amici.

La *Caritas* Giordania opera attraverso un migliaio di volontari, fornendo servizi ai poveri giordani e ai rifugiati provenienti dall'Iraq e dalla Siria. I volontari per lo più vengono alla *Caritas* Giordania attraverso parrocchie e gruppi universitari. Sono prevalentemente giovani adulti tra i venti e i trenta anni. La *Caritas* Giordania ha creato una pagina su *Facebook* per loro, dove possono condividere le informazioni sui prossimi eventi e corsi di formazione, informazioni importanti riguardanti il loro lavoro e il collegamento con altri volontari.

La *Caritas* America Latina e Caraibi ha una rete di funzionari per la comunicazione nella regione. Hanno creato la propria pagina su *Facebook*, dove condividono le sfide e i successi di lavoro. *Facebook* li aiuta a costruire un piano comune e migliora lo spirito di squadra in quanto condividono le loro lotte quotidiane e le loro buone notizie.

Molti dei nostri membri hanno degli account *Twitter*. Li usano per interagire con i sostenitori, i giornalisti e il pubblico in generale. Ad esempio, CRS ha diversi operatori della comunicazione che lavorano in tutto il mondo. Sono seguiti dai giornalisti, in modo da amplificare i loro messaggi.

La *Caritas* ha costruito una piattaforma web interna chiamata *Caritas Baobab* per il personale delle organizzazioni associate. Lì possono condividere informazioni, trovare rapporti dettagliati, impegnarsi in conversazioni, e trovare persone che lavorano su argomenti simili.

Il *Peacebuilding Manual* (Manuale per la costruzione della pace) di *Caritas Internationalis* è diventato un testo fondamentale per i professionisti, in particolare nelle Filippine, in Colombia e in Africa. La *Caritas* ha lanciato nel 2009 il suo sito dedicato alla costruzione della pace, uno strumento di formazione. Il sito, attraente, facile da usare, interattivo – *peacebuilding.caritas.org* – è stato descritto come una risorsa innovativa, unica ed eccellente. Gli utenti possono caricare nuove risorse, o traduzioni, redigere manuali *online*, e persino creare i propri libri per pianificare le lezioni. La versione inglese ha ospitato trecentomila visitatori. È disponibile anche in francese e spagnolo.

La versione *online* ha fornito una preziosa diffusione della comunità dei costruttori di pace, ricercatori e studenti. Principalmente si tratta di una risorsa educativa e ludica a supporto degli animatori e dei membri di quella rete cattolica che opera a sostegno della pace, che così viene rafforzata e sostenuta nella sua missione attraverso il contributo di esperti *Caritas* della confederazione.

Caritas e CIDSE hanno lanciato *online* l'iniziativa *Grow Climate Justice e-Action*. È stato sviluppato un *widget* che i membri della *Caritas* possono utilizzare sui propri siti web. Si tratta di un terreno immaginario dove i sostenitori sono invitati a collocare una pianta simbolica *online*, un'azione che genera una e-mail indirizzata ai loro governi nazionali sollecitandoli a intervenire sulla giustizia climatica. Si poteva anche veder crescere il campo con la propria pianta e quelle degli altri.

UNO STUDIO SULL'E-CAMPAIGNING

Durante l'ultima tornata elettorale nel Regno Unito, il CAFOD ha condotto una campagna con i potenziali candidati parlamentari per sensibilizzare sui seguenti problemi: assistenza, cambiamento climatico, e creazione di posti di lavoro per i poveri. Il CAFOD ha inoltre so-

stenuto la campagna di coalizione *Ask the climate question* (Informati sulla questione climatica): sono state organizzate delle piattaforme elettorali in circoscrizioni periferiche in tutto il Paese e il CAFOD ha guidato quelle nelle circoscrizioni di York Outer e Redditch.

L'obiettivo fondamentale era di utilizzare l'elezione per reclutare nuovi sostenitori al progetto del CAFOD per lo "Schema di Corrispondenza" ai membri del Parlamento, che incoraggia i sostenitori a scrivere al proprio deputato tre volte all'anno, nei momenti critici, sulle nostre tre questioni fondamentali, e a visitare il loro deputato almeno una volta all'anno quando è necessaria più pressione.

Il CAFOD, nel 2009, ha prodotto un volantino, *Have a hand in history* (Fai la tua parte nella storia!), perché i sostenitori potessero ordinare una guida elettorale *online* più attuale. Questa guida conteneva informazioni chiave su tali temi e dei consigli su come interagire con i candidati. Inoltre, il CAFOD ha prodotto *blog* elettorali e notizie, sia prima che dopo la campagna elettorale, e li ha promossi sulla sua pagina *Facebook*. Ha anche realizzato un forum *online* sulle elezioni e un modulo per il *feedback* attraverso il quale i sostenitori potevano inviare commenti, domande e riferire su ogni attività con i loro candidati.

Sono stati inviati due comunicati con posta elettronica un mese prima delle elezioni e, adottando una strategia già utilizzata da *Ask the climate question*, il CAFOD automaticamente reindirizzava i sostenitori a un messaggio rilevante per il loro collegio elettorale. I sostenitori che vivono in sedi periferiche hanno inviato delle e-mail ai propri candidati con un focus in merito alle "richieste" sui cambiamenti climatici. Per gli altri sostenitori, il messaggio era più ampio. A tutte le azioni seguivano delle e-mail di ringraziamento che rimandavano a una mappa *online* che segnalava i dettagli di eventi locali e ulteriori risorse.

Nel periodo che conduceva al secondo faccia a faccia dei leader in diretta TV, che si è concentrato sullo sviluppo internazionale, è stata inviata una ulteriore "azione elettronica" (*e-Action*) con la richiesta di presentare una domanda sul cambiamento climatico.

Infine, il CAFOD ha inviato una e-mail una settimana dopo le elezioni per ringraziare i sostenitori, fare un resoconto, e primariamente per

chiedere ai sostenitori di diventare un corrispondente dei membri del Parlamento a lungo termine.

La guida *online* alle elezioni è stata inviata a seicentottantasei sostenitori. Centodiciotto e-mail sono state inviate ai candidati che vivono in luoghi marginali e millestettecentottanta e-mail sono state inviate dai sostenitori che si trovano in circoscrizioni non marginali. I clic effettuati da questa *e-Action* ai sostenitori, per chiedere loro di presentare una domanda a *Sky News* per il dibattito televisivo in diretta, sono stati trecentosessantacinque. La domanda è stata posta, durante il faccia a faccia, ma non possiamo dire se questo sia avvenuto grazie alla richiesta inoltrata tramite posta elettronica.

Come conseguenza della e-mail post-elettorale, centouno persone si sono iscritte per diventare “corrispondente” dei deputati, un ottimo risultato dato il livello profondo di impegno associato a questo tipo di sostenitore.

L'unica attività specifica che non ha funzionato come sperato è stata il forum per le elezioni e il modulo di *feedback*; in realtà solo il personale si impegnava per cercare di mantenere vivo il dibattito. Ciò si può imputare alla mancanza di promozione, ma forse anche al fatto che i sostenitori usavano i forum già esistenti, come *Facebook*.

UNO STUDIO SULL'E-LEARNING (APPRENDIMENTO DIGITALE)

Il sito *iNeighbor* dei *Catholic Relief Services* fornisce alle scuole gli strumenti necessari per comprendere le sfide che la prossimità globale deve affrontare. Questi strumenti comprendono: video, preghiere, attività, piani di studio, e altro ancora, tutto incentrato intorno a importanti questioni globali che ognuno di noi affronta. Le scuole sono invitate a partecipare a settimane di attività.

La *Morris Catholic High School* aveva partecipato per anni all'iniziativa *Rice Bowl* (ciotola di riso) dei *Catholic Relief Services*. Volendo fare di più, hanno coinvolto tutta la scuola a vivere la chiamata del Vangelo ad amare il prossimo. Gli insegnanti hanno condotto numerose attività in classe, collegando ciò che si apprendeva in classe durante

il laboratorio sulla prossimità globale del CRS alle attività che stavano già svolgendo in aula.

L'insegnante di latino, per esempio, ha realizzato una versione del Muro del Pianto e ha chiesto agli studenti di affiggere al muro delle preghiere scritte in latino.

Anche un insegnante di religione ha creato un muro, e lo ha posizionato al centro della sua classe per far discutere gli studenti sui muri presenti nelle loro vite e di come il messaggio di Gesù superi questi muri.

La scuola ha concluso la sua Settimana sulla prossimità globale con un'assemblea di tutto l'istituto nella quale è stato realizzato un "Murale della Pace", fatto da tutta la comunità scolastica come scenografia per una Messa partecipata dall'intera scuola e che il vescovo ha presieduto.

L'E-FUNDRAISING E L'E-PHILANTHROPY

La *e-Philanthropy* è estremamente importante per *Caritas Internationalis* e per le sue organizzazioni membro. Attraverso i *blog*, *Twitter* e *Facebook*, la *Caritas Internationalis* indirizza donatori reali e potenziali al sito web. Questi strumenti sono inestimabili quando accade una grave catastrofe che riceve significativa copertura mediatica. Ad esempio, *Caritas Internationalis* ha ricevuto finora quasi settantamila euro da seicentossessantatré distinte donazioni per le vittime del Tifone Haiyan nelle Filippine. Molti di questi donatori sono nuovi, e ora abbiamo la possibilità di contattarli in futuro per eventuali ulteriori donazioni.

In passato, a versare offerte erano generalmente persone anziane con un posto di lavoro sicuro e disponibilità economica. Venivano contattati attraverso tecniche di raccolta fondi tradizionali, come la posta ordinaria. Oggi, la *e-Philanthropy* sta diventando sempre più rilevante per la raccolta fondi. Come tutti sappiamo, i giovani sono molto collegati ai *social media* e si impegnano quando si tratta di emergenze umanitarie e di soccorso. A loro piace coinvolgersi e fare le cose insieme. Sono in grado di contribuire attivamente attraverso, per esempio, maratone o corse in bicicletta di beneficenza, attraverso la creazione

di pagine web che offrano alle persone l'opportunità di impegnarsi. Alcune delle organizzazioni membro della *Caritas* utilizzano delle metodologie tramite le quali le persone possono sostenere collettivamente un progetto specifico raccogliendo offerte, oppure organizzando piccoli eventi di raccolta nelle loro comunità. Grazie all'*e-Philanthropy* l'età media dei donatori sta scendendo e i giovani si stanno sempre più impegnando come donatori stabili.

Nel frattempo, i donatori più anziani, inizialmente scettici sulla donazione *online* e preoccupati per la sicurezza delle transazioni, si stanno sentendo sempre più a loro agio con i *social media*; fanno operazioni bancarie *online*, acquistano da siti come *eBay* e *Amazon*, e comunicano con i loro nipoti *online* e attraverso *Facebook*. Questa è una manna dal cielo per le raccolte di fondi, in quanto è molto più efficace ed efficiente comunicare con i donatori *online* piuttosto che attraverso lettere tradizionali costose e ingombranti. Man mano che le persone si sentono maggiormente a proprio agio con questa forma di donazione, aumentano anche le somme. Abbiamo donatori che inviano solo dieci euro, ma abbiamo anche altri donatori che devolvono fino a cinquemila dollari *online*. Se, una volta fatta la donazione, hanno bisogno di una ricevuta, questa viene elaborata e inviata automaticamente attraverso una e-mail di risposta, cosa che ci permette un notevole risparmio di lavoro.

L'intento di *Caritas Internationalis* è di massimizzare le opportunità che i *social media* offrono per aumentare il risultato delle raccolte di fondi, riducendo allo stesso tempo i costi al minimo, in modo da riservare più soldi a beneficio di coloro che serviamo.

Altra opportunità è *Carpe Deum*, un'applicazione gratuita in lingua francese per aiutare le persone a livello sociale e spirituale giorno per giorno. È una rete che permette di creare un legame tra i fedeli, offrendo loro gli orari della Messa in tutto il mondo, rispondendo alle domande di fede e fornendo all'utente delle preghiere.

Alcune organizzazioni membro stanno traendo vantaggi da questa tecnologia. Per esempio *Secours Catholique/Caritas France* ha lanciato un'applicazione gratuita che permette agli utenti di iPhone di diventare "portatori di luce". Gli utenti possono sostenere cause accendendo

una candela, possono donare, tenersi aggiornati sulle notizie umanitarie e contribuire con le loro preghiere.

CONCLUSIONE

Internet ha un enorme potenziale per le organizzazioni come la *Caritas*, per migliorare il nostro modo di lavorare, per renderlo più efficace ed efficiente, per migliorare la comprensione pubblica della nostra missione e dei nostri valori, e per essere utilizzato come strumento per mobilitare i sostenitori nella promozione di campagne su alcune tematiche.

Ma dobbiamo sviluppare modi efficaci per collegare la partecipazione *online* con quella *offline*, e per affrontare il divario digitale. Dobbiamo creare progetti di partecipazione digitale mirati e sostenibili e cementare il loro ruolo di facilitatori della partecipazione digitale.

Infine abbiamo bisogno di gestire con successo le nostre risorse di partecipazione digitale. Molte delle nostre organizzazioni membro dicono che non hanno risorse per impegnarsi nei *social media*. C'è quindi la necessità di competenze professionali per l'impegno *online*.

Gli obiettivi a lungo termine di *Caritas Internationalis* sono quelli di formare un pubblico il cui supporto virtuale possa trasformarsi in reale azione, volontariato e donazioni.

Internet, che fare? Educare ... però come?

JONAH LYNCH^{2*}

L'educazione: un tema di grande importanza che da sempre contraddistingue l'impegno della Chiesa. Vorrei offrire il contributo che nasce dalla mia esperienza di studente e di educatore, per formulare qualche breve considerazione sull'educazione in rapporto a internet e alle nuove tecnologie.

Comincio con una storia. Una volta, da giovane seminarista, sono stato inviato a stare con un cappellano d'ospedale per due mesi. Lo accompagnavo nelle sue visite agli ammalati. Un giorno siamo entrati in un reparto dove si sentivano le grida di una donna che stava morendo di cancro. Era completamente invasa dalla malattia. Le infermiere, impaurite, non volevano entrare in quella stanza, perché non si poteva più fare niente per contenere il suo dolore.

La donna bestemmiava, gridava a Dio di smettere di farla soffrire. Siamo entrati nella sua stanza, e ci siamo inginocchiati di fianco al letto. Il cappellano ha cominciato a gridare anche lui, rovesciando le bestemmie in preghiere: "Dio aiutala, aiutala!". Teneva la sua mano. Dopo non so quanto tempo, lei ha smesso di bestemmiare e ha gridato: "Io ti offro, ti offro questo dolore". Ed è spirata così.

È stato un momento fondamentale nella mia educazione. Ho visto che la Chiesa è davvero la mano di Cristo che scende fino agli inferi del dolore e tiene la mano di quella donna disperata.

Perché ho cominciato così, se devo parlare di educazione e internet? Quando rifletto sul significato dei media digitali, ricordo sempre

* Rettore del Seminario della Fraternità dei Missionari di San Carlo Borromeo, a Roma, ha scritto diverse pubblicazioni, tra cui *Il profumo dei limoni. Tecnologia e rapporti umani nell'era di Facebook*.

quel momento. Mi colpisce che nessuna presenza mediata sarebbe stata sufficiente: non un *sms*, non una telefonata. Quella donna aveva bisogno della mano del cappellano. Nient'altro poteva essere utile.

La prima riflessione che mi sento di fare, allora, è che dobbiamo educare a giudicare il significato dei nuovi media nel contesto di tutta la vita dell'essere umano, che è fatta inscindibilmente di corpo, mente e spirito. L'esempio che ho fatto suggerisce che la rete non sempre riesce a essere il tramite della presenza salvifica di cui abbiamo bisogno. Il che non ci sorprende, se pensiamo che Dio stesso ha voluto un corpo umano per salvarci.

Dico questo non per sminuire gli impressionanti sviluppi tecnici che conosciamo, ma per mettere in evidenza la vera vocazione dell'educatore. È facile dare le cose per scontate. Per questo motivo, nel seminario in cui lavoro invitiamo i seminaristi a riflettere sullo scopo degli strumenti che usano. Ci domandiamo: per la mia vocazione, per il mio compito, cosa mi serve? Questa domanda riguarda tutti i beni, dal computer alla macchina, dai vestiti all'arredo liturgico. Non ci sono risposte preconfezionate: ogni vocazione ha bisogno di strumenti adeguati. Bisogna rispondere alla chiamata divina con tutto sé stesso e con tutto ciò che rende efficace e libera quella risposta.

Ci sarebbero tanti altri temi da aprire a questo punto: la formazione della virtù, anche attraverso l'ascesi; la competenza tecnica e il giusto tempo da dedicare ad essa; e la difficile questione del significato del potere tecnologico. Ma questi temi avrebbero bisogno di più tempo.

Il desiderio di educare alla domanda "cosa è essenziale per la mia vita e vocazione?", ci ha portati anche a proporre un "digiuno tecnologico" per i primi due anni di seminario. Niente cellulare e niente portatile per due anni. Questo distacco aiuta i seminaristi a imparare più speditamente a entrare nella vita di preghiera e a creare rapporti con le persone presenti nella nostra casa, e non a rifugiarsi nella comodità sentimentale dei rapporti a distanza. Più tardi, quando i nostri impegni richiedono più connettività, recuperiamo questi strumenti per imparare a usarli in modo libero, forti di una nuova esperienza di concentrazione, di comunione, di libertà. Ma abbiamo sempre biso-

gno di riflettere nuovamente: che cos'è essenziale alla mia vita, al mio compito? Che cosa mi aiuta? Cosa mi ostacola? Crediamo che sia più importante discernere i segni dei tempi nella nostra vita personale, che fare discutibili generalizzazioni sulla società.

La distanza critica del nostro "digiuno" è un aiuto a questo discernimento, ma più ancora lo è l'esperienza vivace e quotidiana di colui che è *l'unum necessarium*. Il vero cuore dell'educazione all'uso della tecnologia non può essere altro che l'educazione alla preghiera e alla vita in Cristo, che è infinitamente varia, e infinitamente creativa. Se seguiamo lui, non dobbiamo avere paura di rimanere ingabbiati nel passato. Lui è sempre nuovo, sempre una sorpresa.

Per questo motivo, non dobbiamo avere paura di aiutare i nostri studenti a scoprire e vivere la loro vera vocazione. È brutto vedere un educatore che vuole plasmare i suoi studenti secondo la propria immagine e somiglianza. Occorre essere umili e aperti per scoprire ciò che Dio vuole da ciascuno.

Dico questo anche nel contesto del fascino che la comunicazione digitale esercita su molti che vorrebbero usare i nuovi media per l'evangelizzazione. Lo ammetto: l'idea di essere un missionario che fa incursioni nel regno delle tenebre, che lotta sorridente in internet, su di un terreno "tenuto perlopiù dal diavolo", come dice suggestivamente Antonio Spadaro, è un'idea attraente. Ammalia. Ma ognuno deve domandarsi: è a questo che Dio mi chiama? A volte le sue strade sono contro-intuitive. Se penso che Dio onnipotente ha deciso di lasciarsi crocifiggere anziché imporre la sua volontà con la forza, mi vien da dire che la missione della Chiesa non è sempre meglio servita con mezzi più potenti.

Chi segue Dio porta la sua luce ovunque nel mondo, in ogni ambiente in cui vive. Ovunque metti il sale, i sapori sono esaltati. Ma non possiamo dare per scontata la nostra conversione. *Che cosa si farà se il sale diventa insipido?*

Così il mio amico cappellano, che non disprezza le nuove tecnologie e mantiene tanti rapporti via e-mail, *Skype*, e *Facebook*, non ha rite-

nuto sufficiente questo tipo di presenza davanti alla donna che moriva. Lei aveva bisogno della sua mano.

Concludo quindi riassumendo le domande che mi sembrano più utili per orientare il nostro lavoro: “Che cosa vuole Dio da me, personalmente? Che cosa mi aiuta a rispondere a lui? Che cosa mi ostacola?”. Cristo era tanto severo con gli apostoli da dire: «Se il tuo occhio destro ti è motivo di scandalo, cavalo» (*Mt* 5, 29). Era anche così misericordioso da dire: «Neanch'io ti condanno; va' e d'ora in poi non peccare più» (*Gv* 8, 11).

La nostra educazione deve esprimere questa libertà.

CONCLUSIONI

“Incisori di sicomori” del mondo digitale

STANISŁAW RYŁKO

Al termine di questa XXVI Assemblea plenaria del nostro dicastero dedicata al tema: “Annunciare Cristo nell’era digitale”, vorrei fare alcune brevi considerazioni. Credo innanzitutto che la nostra riflessione circa le nuove tecnologie digitali e la missione evangelizzatrice della Chiesa, ci abbia richiamato per certi versi l’esperienza di san Paolo all’areopago di Atene (cfr. *At* 17, 22-34). Oggi come allora la Chiesa è chiamata ad affrontare i “nuovi areopaghi”, con lo stesso coraggio di Paolo quando ha annunciato il Dio di Gesù Cristo in un ambiente dominato dalla cultura greca! Così è iniziato quel dialogo fondamentale tra fede e cultura, quando sin dagli albori la fede cristiana si è sentita chiamata a ispirare e a impregnare ogni cultura.

Sappiamo quanto il problema dell’inculturazione del messaggio cristiano sia estremamente complesso e delicato. Vorrei ricordare a questo riguardo un discorso di papa Benedetto XVI quando era ancora prefetto della Congregazione per la Dottrina della Fede. L’allora cardinale Ratzinger, per meglio illustrare la natura dell’incontro tra fede e cultura, citava Basilio il Grande, il quale per definire tale rapporto si è servito della figura del profeta Amos – uno che incideva i sicomori. Il sicomoro è un albero che produce frutti copiosi ma del tutto insipidi, se non li si incide a fondo e non se ne lascia fuoriuscire il succo. Solo così acquistano sapore. Secondo san Basilio, una cosa simile avviene con la cultura: incisa con il Logos, essa si trasforma, divenendo buona e utile. Diceva dunque il cardinale Ratzinger: «Il Logos stesso deve incidere le nostre culture e i loro frutti, cosicché ciò che non era fruibile venga purificato e non divenga soltanto fruibile, ma buono [...] è solo il Logos stesso che può condurre le nostre culture alla loro autentica purezza e maturità, ma il Logos ha bisogno

dei suoi servitori, dei “coltivatori di sicomori”: l’intervento necessario presuppone competenza, conoscenza dei frutti e del loro processo di maturazione, esperienza e pazienza».¹ Alla luce di queste parole, tutti noi siamo invitati a riscoprire l’essenza della nostra vocazione cristiana, la chiamata cioè a essere “coltivatori di sicomori” delle culture in genere, e oggi direi – riprendendo il tema della nostra Plenaria – del mondo digitale nel quale viviamo. Ecco la nostra missione: “incisori di sicomori” del mondo digitale!

Fede e cultura... Come non ricordare ancora una volta in questo momento le parole dell’esortazione apostolica *Evangelii nuntiandi* di Paolo VI: «Occorre evangelizzare – non in maniera decorativa, a somiglianza di vernice superficiale, ma in modo vitale, in profondità e fino alle radici – la cultura e le culture dell’uomo... partendo sempre dalla persona e tornando sempre ai rapporti delle persone tra loro e con Dio».²

E non possiamo dimenticare che oggi il dialogo fede-cultura risulta estremamente difficile e presenta numerose e variegate sfide. Ciò nonostante, la Chiesa è sollecitata a uscire da sé stessa, è chiamata a rivolgersi verso i “nuovi areopaghi” con amore e *parresia*, così come ha fatto san Paolo quando ha annunciato ai pagani l’amore salvifico di Dio che si è manifestato in Gesù Cristo, morto e risorto per noi. Ed è questo messaggio che papa Francesco vuole trasmetterci nell’esortazione apostolica *Evangelii gaudium*. Il Santo Padre vuole far riscoprire alla Chiesa l’importanza della “dinamica di uscita”, la sua natura essenziale di “Chiesa in cammino”. E sollecita i fedeli laici a non cedere all’individualismo, a una crisi d’identità e a un calo di fervore,³ ma a essere presenti nei “nuovi areopaghi”, annunciando la Buona Notizia del Vangelo e aiutando quanti frequentano questi ambienti a incontra-

¹ J. RATZINGER, *Comunicazione e cultura: nuovi percorsi per l’evangelizzazione nel terzo millennio*, in: *Parole mediatriche. Fare cultura nel tempo della comunicazione*, Bologna 2003, 175-182.

² PAOLO VI, Esortazione apostolica *Evangelii nuntiandi*, n. 20.

³ Cfr. FRANCESCO, Esortazione apostolica *Evangelii gaudium*, n. 78.

re Cristo e a riconoscere la Chiesa come “casa per tutti”, una casa dalle porte aperte.

Dopo queste intense giornate di riflessione e di condivisione profonda, aiutati da esperti in materia, vogliamo dunque mettere a frutto le conoscenze acquisite. Abbiamo cercato di individuare dei criteri per muoverci nella complessità del mondo digitale; abbiamo cercato di discernere le luci e le ombre di questo ambiente per evitare i due approcci estremi: la fuga dalla rete, quando si vedono in essa solo minacce e pericoli, oppure la sua approvazione incondizionata allorché si riconoscono in essa solo ed esclusivamente dei vantaggi. A ciascuno ora il compito di individuare modalità e percorsi per confrontarsi nel quotidiano con le costanti novità che il fenomeno comporta.

Concludo, ringraziando innanzitutto il Signore che ci ha riuniti insieme in questi giorni e che si è reso presente tra noi nelle celebrazioni eucaristiche e nei momenti di preghiera. Ringraziamo quindi il Santo Padre Francesco che ci ha ricevuti in udienza, manifestandoci il suo amore paterno. Lo ringraziamo, in particolare, per il messaggio chiaro e incisivo che ha voluto rivolgerci. Ringrazio poi tutti i membri e i consultori nonché i relatori che hanno dato il loro prezioso contributo. E infine un sentito ringraziamento va ai collaboratori del Pontificio Consiglio per i Laici e a coloro che si sono adoperati per la buona riuscita di questa assise.

INDICE

Prefazione, <i>Stanisław Ryłko</i>	5
Discorso di Sua Santità Francesco ai partecipanti all'Assemblea plenaria ricevuti in udienza	17

RELAZIONI

Il tutto nel clic. Com'è e dove va il mondo virtuale, <i>Mario Pollo</i>	21
Identikit dell'uomo dell'era digitale: un grande potere in fragili mani, <i>Tonino Cantelmi</i>	49
L'evangelizzazione e la rete. Opportunità e illusioni, <i>Antonio Spadaro, S.I.</i>	71
Presenza cristiana nella rete. Situazione attuale e prospettive per il futuro, <i>Claudio Maria Celli</i>	81

TAVOLE ROTONDE

I. L'altra faccia di internet

Dalla relazione alla connessione: antropologia dei <i>social network</i> , <i>Vincenzo Comodo</i>	99
Nativi digitali ed emergenza educativa, <i>Michela Pensavalli</i> . . .	113
Impigliati nella rete. Pornografia e altre dipendenze, <i>Luigi Janiri</i>	121
Internet genera mostri? Arene virtuali e violenze reali, <i>Michele Ribolsi</i>	125
Una fede irretita. La tecno-religiosità, <i>Angelo Romeo</i>	131

II. Tesori nella rete

Informazione e comunicazione, <i>Michele Zanzucchi</i>	143
Siti istituzionali, <i>Daniel Arasa</i>	159

Tecno-solidarietà: gruppi di auto aiuto e generosità digitale, <i>Michel Roy</i>	165
Internet, che fare? Educare... però come?, <i>Jonah Lynch</i>	177

CONCLUSIONI

“Incisori di sicomori” del mondo digitale, <i>Stanisław Rylko</i>	183
---	-----

COLLANA « LAICI OGGI »

I testi pubblicati nella collana “Laici oggi” raccolgono gli atti di diversi eventi organizzati dal Pontificio Consiglio per i Laici (convegni, seminari di studio, assemblee plenarie). Sono editi in italiano, inglese, francese e spagnolo.

1. *Riscoprire il Battesimo*, XVII Assemblea plenaria, 27-31 ottobre 1997 (esaurito).
2. *I movimenti nella Chiesa*, Congresso mondiale dei movimenti ecclesiali, 27-29 maggio 1998 (€ 10,00). Disponibile solo in italiano e inglese.
3. *Riscoprire la Confermazione*, XVIII Assemblea plenaria, 27 febbraio-2 marzo 1999 (€ 10,00).
4. *I movimenti ecclesiali nella sollecitudine pastorale dei vescovi*, Seminario di studio, 16-18 giugno 1999 (€ 10,00).
5. *Congresso del laicato cattolico – Roma 2000*, Congresso internazionale, 25-30 novembre 2000 (€ 15,00).
6. *Ecumenismo e dialogo interreligioso: il contributo dei fedeli laici*, Seminario di studio, 22-23 giugno 2001 (€ 10,00). Disponibile solo in italiano.
7. *Riscoprire l'Eucaristia*, XX Assemblea plenaria, 21-23 novembre 2002 (€ 6,00).
8. *Uomini e donne: diversità e reciproca complementarità*, Seminario di studio, 30-31 gennaio 2004 (€ 10,00). Disponibile solo in italiano e inglese.
9. *Riscoprire il vero volto della parrocchia*, XXI Assemblea plenaria, 24-28 novembre 2004 (€ 10,00). Disponibile solo in italiano.
10. *Il mondo dello sport oggi: campo d'impegno cristiano*, Seminario di studio, 11-12 novembre 2005 (€ 10,00). Disponibile solo in italiano e inglese.
11. *La bellezza di essere cristiani. I movimenti nella Chiesa*, Atti del II Congresso mondiale dei movimenti ecclesiali e delle nuove comunità e testi dell'incontro con il Santo Padre Benedetto XVI nella Vigilia di Pentecoste, Roma, 3 giugno 2006 (€ 15,00).
12. *La parrocchia ritrovata. Percorsi di rinnovamento*, Atti della XXII Assemblea plenaria del Pontificio Consiglio per i Laici, 21-24 settembre 2006 (€ 15,00).
13. *Lo sport: una sfida educativa e pastorale*, Seminario di studio, 7-8 settembre 2007 (€ 15,00). Disponibile solo in italiano e inglese.
14. *Pastori e movimenti ecclesiali. Seminario di studio per vescovi*, Rocca di Papa (Roma), 15-17 maggio 2008 (€ 15,00).

15. *Donna e uomo: l'humanum nella sua interezza. A venti anni dalla lettera apostolica* *Mulieris dignitatem*, Convegno internazionale, Roma, 7-9 febbraio 2008 (€ 15,00).
16. *Christifideles laici. Bilancio e prospettive*, XXIII Assemblea plenaria, 13-15 novembre 2008 (€ 15,00). Disponibile solo in italiano.
17. *Sport, educazione, fede: per una nuova stagione del movimento sportivo cattolico*, Seminario internazionale di studio, Roma, 6-7 novembre 2009 (€ 15,00). Disponibile in italiano e inglese.
18. *Proclaiming Jesus Christ in Asia Today* (Annunciare Gesù Cristo in Asia oggi), Congress of Asian Catholic Laity, Seoul, Korea, August 31 – September 5, 2010 (€ 15). Disponibile solo in inglese.
19. *Testimoni di Cristo nella comunità politica*, Atti della XXIV Assemblea plenaria del Pontificio Consiglio per i Laici, Roma, 20-22 maggio 2010 (€ 15,00). Disponibile solo in italiano.
20. *La domanda di Dio oggi*, Atti della XXV Assemblea plenaria del Pontificio Consiglio per i Laici, Roma, 24-26 novembre 2011 (€ 15,00). Disponibile solo in italiano.
21. «*State saldi nella fede...»*. *Alla riscoperta dell'iniziazione cristiana*, Pontificio Consiglio per i Laici, 2013 (€ 18,00). Disponibile solo in italiano.
22. *Être témoins de Jésus-Christ en Afrique aujourd'hui*, Congrès Panafricain des Laïcs Catholiques, Yaoundé, Cameroun, 4-9 septembre 2012 (€ 15,00). Disponibile solo in francese.
23. *Dio affida l'essere umano alla donna*, Seminario di studio, Città del Vaticano, 10-12 ottobre 2013 (€ 18,00).

I testi della collana possono essere richiesti presso gli uffici del Pontificio Consiglio per i Laici.

Indirizzo postale: Pontificio Consiglio per i Laici

Palazzo San Calisto
00120 Città del Vaticano

Uffici: Piazza San Calisto, 16 (Trastevere)

00153 Roma
Tel.: 06 69869300
Fax: 06 69887214
E-mail: pcpl@laity.va
Telegrammi: Consilaic

TIPOGRAFIA VATICANA