

**Per recuperare
la vita
nella sua
totalità,
occorre uscire
dalla sfera
del "mediato"
e tornare
a riferirsi
al reale,
all'umano,
al vero.
Così la
comunicazione
è "dono"**

Antonio Pieretti,
professore ordinario
di Filosofia teoretica
all'Università
di Perugia

Come restituire un senso alle parole

Antonio Pieretti

Ci confronteremo, in questo intervento, con i mezzi di comunicazione di massa: credo che questo sia l'argomento che è al centro dei nostri interessi attuali. Prima di parlare di senso delle parole, infatti, è preferibile far luce su ciò che lo mette a rischio o che contribuisce a renderlo di difficile comprensione.

Ebbene, la prima considerazione da fare è che, in virtù delle straordinarie tecnologie di cui oggi disponiamo, i mezzi di comunicazione di massa si sono diffusi in quantità massiccia. Questo ha fatto sì che essi abbiano invaso ogni sfera della nostra esistenza, divenendone parte determinante. Non sono più semplici mezzi a nostra disposizione, ma realtà oggettive che condizionano le nostre scelte e influiscono profondamente nelle nostre pratiche quotidiane.

Dobbiamo poi constatare che, a seguito dell'elevato livello di perfezionamento che i *mass media* hanno raggiunto, ormai si deve legittimamente parlare di globalizzazione della comunicazione. Con le straordinarie funzioni che sono in grado di svolgere, hanno infatti dilatato lo spazio ordinario, mettendoci in condizione di oltrepassare i confini geografici tradizionali e di entrare in rapporto anche con le lande più sperdute. Contemporaneamente, essi hanno ridotto il tempo, mettendoci in condizione di essere contemporaneamente a casa e in ogni luogo.

Inoltre i mezzi di comunicazione di massa non ci fanno procedere solo in orizzontale, ma ci permettono di scendere anche in profondità. Infatti, con l'ausilio di microscopi a strumentazione elettronica e congegni a risonanza magnetica, oggi la televisione ha la possibilità di penetrare nei recessi, infinitamente piccoli, delle strutture molecolari e genetiche, e di farci vedere anche quello che con i nostri sensi non siamo in grado di vedere. Investigano così non solo la superficie delle cose, ma anche la loro struttura interna; in qualche modo, ci fanno cogliere aspetti della materia che non eravamo abituati a prendere in considerazione e che ritenevamo accessibili solo a sofisticati strumenti scientifici.

Tutto questo ci fa comprendere che siamo entrati in un'epoca in cui è lecito pensare che quello che abbiamo sognato a partire dall'età moderna fino ad oggi, e cioè che l'uomo potesse instaurare il dominio sulla natura, si stia attuando in virtù della rapida espansione dei mezzi di comunicazione di massa. Chiarisco ciò che intendo dire. Da Galilei in poi si è diffusa l'opinione che la scienza, con la sua capacità di spiegare i fenomeni stabilendo leggi precise e rigorose, un giorno ci avrebbe permesso di impadronirci del mondo e della nostra vita. Questo sogno ha trovato nuova linfa in seguito alle straordinarie conquiste tecnologiche della seconda metà del secolo XX. Così, quando l'uomo ha messo piede sulla luna, la carta stampata ha celebrato

l'evento con titoli che non davano adito a dubbi: «Ormai non esistono più misteri!», «Anche l'ultimo ostacolo è caduto!», «Oggi l'uomo è padrone dell'universo!».

Successivamente, eventi di vario genere come cataclismi, terremoti, epidemie hanno indotto i più attenti a ridimensionare le loro aspettative. Al tempo stesso nel campo della ricerca si è fatta strada l'idea che la scienza, in ciò che ha di più proprio, procede per tentativi ed errori e pertanto non è in grado di dire l'ultima parola a proposito della verità. Quanto meno cioè si è imposta la convinzione che essa può descrivere il mondo, può farcelo conoscere ma non può dirci come sia nato e che senso abbia per la nostra esistenza. In altre parole, non è in grado di rispondere ai grandi interrogativi esistenziali con i quali ci misuriamo quotidianamente. Non per questo, ovviamente, la scienza ha rinunciato all'aspirazione di far luce sulla realtà, però è divenuta consapevole che può svolgere questa funzione entro limiti ben determinati.

Ebbene, di fronte a questo scenario che cosa ci dà di più la tecnologia informatica? Quali prospettive ci apre? In qualche modo essa ha preso il posto della scienza, restituendoci l'illusione che un giorno saremo capaci di imporre la nostra impronta sull'intera realtà. Del resto, il «villaggio globale» preconizzato da McLuhan ne è una chiara anticipazione: non è più una fantasia, un'immaginazione, ma è ormai una realtà e noi tutti, in qualche modo, oggi ne facciamo parte. Con la televisione, con internet, con il cellulare in un solo istante siamo in ogni luogo del mondo, pur restando seduti nella nostra poltrona.

Si va imponendo inoltre l'idea che i mezzi di comunicazione di massa abbiano una straordinaria incidenza sul piano politico e sociale. Alcuni riconoscono ad essi un ruolo decisivo nei fenomeni che hanno contribuito ad accelerare la crisi del comunismo nei paesi dell'Est; altri fanno ricadere su di essi il merito di avere concorso all'esplosione della Primavera araba; altri ancora ne fanno gli artefici dei processi di democratizzazione in atto in molti paesi africani. Questo è quanto è stato detto e ripetuto e non è da escludere che risponda a verità; infatti, attraverso la rete si sono creati collegamenti che hanno risvegliato il senso di

appartenenza e il desiderio di libertà soprattutto tra i giovani che vivono nei paesi sottoposti a dittatura. La rete inoltre, come nota l'illustre studioso Meyrowitz, ha favorito la crescita della coscienza ecologica, l'aumento delle richieste di disarmo nucleare, l'incidenza delle rivendicazioni di Amnesty International. Si tratta di conquiste rese possibili in seguito all'adozione di una visione globale dei problemi, alla capacità di coltivare aspettative di dimensioni, alla disponibilità a farsi carico dei bisogni che sono comuni a tutti gli uomini.

A livello di opinione pubblica è cresciuta la consapevolezza che sia ormai indispensabile mettere in campo modelli di comportamento capaci di assicurare solide basi alla convivenza civile. Questo messaggio, secondo politologi come Sartori, è stato veicolato dai mezzi di comunicazione di massa, i quali, oltre ad aver rafforzato le possibilità e le capacità dell'uomo, gli hanno fornito anche il contributo di idee e le sollecitazioni indispensabili per mutamenti sul piano antropologico e istituzionale, su quello dei rapporti interpersonali e sulle relazioni dell'uomo con la natura.

Non vorrei, da ultimo, sottovalutare che i mezzi di cui stiamo parlando – televisione, internet, cellulari, eccetera – costituiscono uno strumento fondamentale per gran parte delle operazioni che compiamo nella vita quotidiana. Sarebbe miope, infatti, sminuirne l'utilità e immaginare che se ne possa fare a meno, proprio oggi che desideriamo avere informazioni sempre più aggiornate, contatti sempre più estesi, relazioni sempre più capillari in modo da far fronte con la massima rapidità ad ogni inderogabile urgenza. Inoltre, mi pare impossibile nutrire dubbi o riserve sui benefici che ne possiamo trarre a proposito non solo delle necessità quotidiane ma anche della salvaguardia della salute e delle gratificazioni più immediate. Tuttavia, nei confronti del loro impiego e delle conseguenze che ne possono scaturire, è indispensabile fare qualche riflessione.

In via preliminare è bene ricordare che i mezzi di comunicazione di massa hanno progressivamente smaterializzato la realtà. Hanno cioè ridotto, in qualche modo, le distanze, accorciato i tempi, avvicinato le lontananze, ma contemporaneamente hanno tolto alle cose la

XI assemblea

C
o
s
c
i
e
n
z
a

12

6
o
2
0
1
1

loro consistenza fisica e materiale. In altre parole, attraverso la loro mediazione, abbiamo sempre più a che fare con l'immagine della realtà piuttosto che con la realtà stessa. Quest'ultima così è divenuta talmente impalpabile che i semiologi si sentono autorizzati a dichiarare che il mondo reale ha ceduto il posto al suo *simulacro*. È indubbio, lo ripeto, che i *mass media* sono indispensabili ai fini delle nostre incombenze quotidiane, però è altrettanto certo che essi hanno tolto ai fenomeni naturali e agli accadimenti umani ogni consistenza effettiva, riducendoli a pure immagini.

Inoltre, i mezzi di comunicazione di massa hanno ridotto in modo consistente il raggio d'azione della nostra immaginazione. È così grande, infatti, la loro capacità creativa che la nostra fantasia ha perduto ogni possibilità di espressione, sembra che i sogni di un tempo siano ormai improponibili e che l'orizzonte stesso delle nostre aspettative abbia subito una forte contrazione. Basta pensare alla frequenza con cui impiegano gli effetti speciali, e ci rendiamo subito conto che essi riescono a dar voce non solo a quello che avremmo desiderato, ma alle stesse fobie che popolano il nostro inconscio. Le immagini fornite dai mezzi di comunicazione di massa coprono tanto il pensabile quanto l'impensabile, tanto il sublime quanto il mostruoso.

Veniamo a qualche ulteriore considerazione. Le coordinate con le quali abitualmente misuriamo la realtà sono lo spazio e il tempo. Ebbene, lo spazio e il tempo offerti dai mezzi di comunicazione di massa sono chiaramente costruiti. Quelli che vediamo in televisione possono essere più lunghi o più corti a seconda delle esigenze imposte dalle immagini o dal ritmo degli avvenimenti. Lo stesso vale per lo spazio e il tempo che ci viene proposto attraverso un cellulare: sono proporzionati alla potenza di cui lo strumento dispone. Non si tratta perciò di dimensioni reali, ma semplicemente immaginate o, meglio ancora, virtuali. Per dar conto di ciò che intendo sostenere, mi affido a Negroponte, uno dei grandi profeti delle nuove tecnologie, il quale sostiene che noi oggi socializziamo in

un *vicinato digitale*, dove le dimensioni spazio-temporali sono quelle che lo strumento consente e che pertanto non corrispondono alla realtà. In tal senso, un documentario sulla Patagonia ci dà la sensazione che ci siamo di persona; una *fiction* su Cleopatra ci dà l'illusione di averla accanto. Abbattute le distinzioni tra il qui e il là, tra ciò che è vicino e ciò che è lontano, tra ciò che è personale e ciò che è pubblico, oggi, sostiene Meyrowitz, è possibile una nuova urbanizzazione. Tutti gli individui si sentono partecipi dello stesso spazio, che però, di fatto, è puramente artificiale e quindi che spazio non è. Così pure ci sembra di far parte tutti dello stesso tempo che però equivale ad un abbagliante presente senza passato e senza futuro.

A questo riguardo emblematico è l'esempio della Seconda guerra del golfo, a proposito della quale si è detto che è stata solo una guerra virtuale perché la CNN ne ha parlato quotidianamente, ma mandando in onda immagini fisse e perciò inadeguate a testimoniare quanto è effettivamente accaduto. Questo ha fatto crescere la convinzione che tutto ciò di cui i mezzi di comunicazione di massa non si occupano è come se non accada. Oggi nel mondo ci sono guerre delle quali nessuno parla; per l'opinione comune è come se esse non esistessero. E della miseria, della sofferenza, delle inquietudini che non fanno notizia chi se ne occupa? Fanno cronaca soltanto i grandi eventi in cui muoiono migliaia di persone, i grandi scandali in cui sono coinvolti i soliti insospettabili. Questo significa che, per i mezzi di comunicazione di massa, non esiste una realtà oggettiva, ma soltanto quella che essi ci propongono. E tale realtà non ci viene offerta per garantirci un'adeguata informazione, ma semplicemente per solleticare la nostra curiosità o per gratificare il nostro voyerismo. Si tratta perciò di una realtà manipolata, costruita, artefatta.

Anche i limiti temporali, in qualche modo, sono stati eliminati, rimossi. McLuhan dice che noi oggi viviamo in un mondo nuovo, nuovo di zecca, ma fatto solo di subitanità. Cioè, viviamo in un mondo fatto di

attualità, di presenzialità, e di ciò che accade nel momento in cui ce ne occupiamo. Infatti, attraverso i mezzi di comunicazione di massa, non abbiamo né il senso del tempo che scorre, né quello degli eventi che passano e quindi neppure quello della storia. In qualche modo, la stessa memoria che pure costituisce la fonte della nostra cultura, è una memoria fluida, dissipata, priva di qualsiasi consistenza.

La televisione rivendica per sé la prerogativa di essere impegnata sull'attualità al punto che gran parte delle trasmissioni che mette in onda sono rigorosamente in diretta. Di fatto diretta non è, perché ciò che ci propone è già manipolato, basta pensare che è stato scelto e presentato secondo l'ottica che il regista ha ritenuto più adeguata. D'altro canto la diretta sarebbe impossibile: se in una via di Roma, in questo momento, avviene un furto, è impensabile che ci sia una telecamera pronta a riprenderlo. Questo avviene solo se il fatto è programmato, in caso contrario è impossibile documentarlo. Anche le interviste rientrano nella stessa logica: ad essere intervistato è sempre e soltanto il personaggio che si ritiene importante oppure che fa polemica e non già l'uomo della strada o colui che esprime un'o-

pinione e tenta di argomentarla. Per lo più sono coinvolti i soggetti che sono a portata di mano, ma che spesso non hanno nulla da dire, mentre sono trascurati quelli che non rientrano nel progetto del cameraman. Ebbene questa non è diretta, ma una simulazione della diretta e perciò una manipolazione dei fatti. Anche nel caso di un dibattito che avviene in uno studio, è il conduttore che costruisce l'intreccio, dal momento che è lui a scegliere chi intervistare, ad indirizzare le domande, ad orientare le risposte. Che dire poi dell'attenzione sempre riservata solo su chi urla, su chi contesta... su chi, come si suol dire, fa *audience*?

Contemporaneità e simultaneità, allora, sono i connotati specifici dei mezzi di comunicazione di massa. Ebbene contemporaneità non è storia né memoria, ma semplice attualità colta nella sua immediatezza. Perfino in una fiction, il passaggio da una stanza all'altra, è scandito attraverso il cambiamento degli spazi, cosa che non avviene per il tempo reale che è segnato dalla successione. A sua volta il tempo che va in onda è quello del racconto e non quello della realtà. La conclusione allora è che alla realtà è subentrata la sua immagine, all'es-



XI assemblea

C
o
s
c
i
e
n
z
a

14

6
o
2
0
1
1

sere è subentrato l'apparire. Mi rendo conto che è impossibile fare diversamente, però è necessario esserne consapevoli e non lasciarsi affascinare dalla suggestione dei mezzi di comunicazione di massa.

Ancora una considerazione: come il mondo è stato sostituito dalle immagini, così queste sono state sostituite dall'effetto di realtà. Cioè, le immagini che hanno preso il posto della realtà, pretendono di restituircela, ma di fatto esse ce ne producono solo l'effetto. Quanto più nitide e incisive sono, tanto più si rivelano costruite, cioè virtuali. Così sono le immagini a costruire i fatti, a dar corpo ai personaggi. Ne deriva una immensa simulazione per cui lo spettatore scambia le immagini per la realtà. Tutto ciò ha un effetto drammatico perché la realtà così proposta, in quanto è artefatta, ha un rigore e una logica così stringenti da apparire veritiera. La verità così viene meno, perché lo spettatore si trova ad avere a che fare con una costruzione e non prova più alcun interesse per andare al di là delle apparenze. Così, se durante il secolo XX l'attenzione si è gradualmente spostata dalla verità oggettiva al senso esistenziale della verità, oggi è venuto meno anche questo intento, per cui la verità è stata sostituita dalla sua rappresentazione.

No! Non possiamo sottostare a questo gioco. Non possiamo accettare che la verità sia lasciata fuori dalla porta, esclusa da ogni nostra considerazione. Scambiata con il suo simulacro, è fonte di inganno e di allucinazione. La verità che fa perno sulla realtà, sui valori e sulla dignità dell'uomo è esclusa o è lasciata alla libera ricerca personale. Anziché essere un patrimonio di tutti, diventa un retaggio esclusivo di pochi visionari!

Quanto fin qui richiamato evidenzia che divenute virtuali la realtà e discutibile la verità, anche la comunicazione ha perduto il significato etico ed esistenziale che le è connaturato. Intendo dire che essa, come rapporto interpersonale, ha ceduto il passo al contatto ottenuto attraverso una tecnologia sempre più sofisticata. Ma il contatto non è la comunicazione, come

non lo è se essa viene ridotta all'atto di trasmettere o di mettere in comune. Nella sua etimologia, infatti, la parola contiene anche il *munus*, cioè il dono; perciò comunicare equivale a mettere in comune qualcosa che viene offerto come dono, da chi vi partecipa, come qualcosa di gratuito.

Non si risolve cioè semplicemente nell'entrare in contatto, nello scambiarsi messaggi. Innanzitutto richiede che vi sia una ragione, un motivo per cui si compie questo atto. In secondo luogo, è necessario che vi siano coinvolti coloro che vi si impegnano. Allora richiede che si instauri una situazione di reciprocità nella quale ciascuno degli interlocutori si renda disponibile nei confronti dell'altro e attento a intercettare le sue esigenze. Pertanto, la comunicazione si dà solo in una logica di dono, altrimenti è priva di contenuto e si risolve in una mera ritualità.

Quando la comunicazione prende forma vuol dire che c'è un io che dà qualcosa di se stesso a un tu, gratuitamente, cioè senza l'aspettativa di essere ricambiato nel suo gesto. E lo fa con tale generosità che trova la sua giustificazione soltanto nell'eventuale giovamento che ne trae colui che la riceve. La medesima considerazione vale per colui che viene chiamato in causa. È infatti così sorpreso e, al tempo stesso, compiaciuto del gesto del suo interlocutore, che non può sottrarsi all'obbligo di rispondere. Reagire per lui equivale ad assumersi una responsabilità nei confronti di colui che gli ha rivolto la parola. E, dal momento che ciò che ha ricevuto lo ha ricevuto come dono, si sente "provocato" a rispondere con un dono. Nella sua essenza quindi la comunicazione si attua come uno scambio il cui senso non va ricercato nell'oggetto che viene scambiato ma nel valore simbolico che esso assume. Il dono infatti, in quanto è gratuito, ha una forte implicazione etica, perché attesta il rispetto e la stima che l'uno ha per l'altro. Come tale assurge all'esperienza eccezionale in cui entrambi sperimentano la rispettiva consistenza ontologica. Per questo si può parlare di un rapporto interpersonale, cioè tra soggetti che si ricono-

scono nelle rispettive identità di persone. La comunicazione ottenuta attraverso i mezzi di comunicazione di massa invece non risponde a questi requisiti. L'accento è posto solo sulla dimensione sensoriale dell'evento; il contenuto è ritenuto secondario e meramente strumentale. Del resto, la ragione è chiara: se la realtà ha perduto di consistenza, se lo spazio e il tempo sono coordinate che in qualche modo non hanno più peso, se i soggetti che vi sono coinvolti non hanno alcuna rilevanza ontologica, cosa ci si può scambiare? I contenuti – se di contenuti si può parlare – si costruiscono sul momento, mediante contatti digitali. E pertanto non hanno alcuna rilevanza: sono soppiantati dall'esigenza di restare sintonizzati. Sotto questo profilo non meraviglia che la televisione, internet, i cellulari, diventano sempre più strumenti ludici anziché mezzi di comunicazione. C'è una tesi, quella della cosiddetta neotelevisione, la quale sottolinea che ciò che è importante per il tubo catodico è produrre la fidelizzazione, cioè assicurarsi una fedeltà che duri nel tempo. È per questo che, nei palinsesti più recenti, si tende ad abbandonare le trasmissioni articolate in generi ben determinati, in comparti ben circoscritti e si punta sempre di più ai grandi contenitori, come avviene la domenica pomeriggio, dove sono inclusi lo spettacolo, l'informazione, l'intervista, le notizie sportive, eccetera. Non solo per la televisione, ma anche per gli altri mezzi, quello che è determinante sono i contatti attivati. Il loro numero è indice della loro rilevanza. Però non è affatto così! Non è assolutamente vero! Un programma o un messaggio, infatti, può aver valore a prescindere dai contatti che ha determinato e dall'attenzione che ha ricevuto.

Dove trova la sua giustificazione questa enfasi sui contatti? Nella presunzione che noi, attraverso essi, riusciamo in qualche modo a soddisfare il nostro delirio di onnipotenza. Oggi i mezzi di comunicazione di massa gratificano il nostro inconscio dandoci l'illusione di poter superare i confini geografici, di poter essere in rapporto con tutti, di poter raggiungere qualsiasi località, ad avere relazioni con persone di cui avremmo ignorato l'esistenza. La rete aumenta la sensazione di poter tenere sotto controllo la realtà perché permette di cono-

scere, in diretta, l'andamento dei mercati e delle borse di tutto il mondo, di sapere ciò che accade in tempo reale a Hong Kong oppure a Singapore. Attraverso la chat noi viviamo il piacere di poter liberare la nostra fantasia, presentandoci agli altri nella veste che riteniamo più adeguata, più opportuna, più conveniente. Non occorre che diciamo chi effettivamente siamo; è sufficiente assumere l'atteggiamento più consono alle circostanze, indipendentemente dal fatto che stiamo ingannando noi e gli altri. Chattando realizziamo la possibilità di proporre a persone che non conosciamo, l'immagine dell'uomo o della donna che avremmo voluto essere, ma che le circostanze della vita non ci hanno consentito di essere. In qualche modo cioè, realizziamo i nostri sogni.

Anche con il computer, dal momento che si chiama *personal computer*, realizziamo la nostra identità? È semplicemente assurdo pensare di poter realizzare pienamente se stessi attraverso uno strumento elettronico. Certo è uno strumento utile e indispensabile, in qualche modo tale che è impossibile prescindere ai fini della nostra vita quotidiana. Però, è pur sempre uno strumento, un mezzo, e come non può soddisfare le nostre istanze esistenziali. In fondo ci garantisce un vissuto per mediatizzazione, cioè realizzato attraverso un *medium*, che altro non è che un vissuto per procura. Non è un vissuto autentico, ma semplicemente delegato.

Non avendo contenuti autentici da trasmettere, la moneta che circola con maggior frequenza nei mezzi di comunicazione di massa è quella delle frasi fatte, degli slogan, delle battute. Le frasi fatte vanno bene in ogni circostanza, perché appartengono all'immaginario collettivo; gli slogan sono i luoghi comuni più orecchiabili; le battute poi ci fanno personaggi *à la page*. Con questi modi di esprimersi si tenta di ovviare alla banalità del linguaggio che è abitualmente usato. L'altra via che viene seguita è quella delle metafore e delle iperboli. D'altra parte, non avendo nulla da dire, è necessario "gonfiare" le parole, enfatizzando, lasciando immaginare che veicolino significati straordinari, ma che di fatto non esistono. Questa peraltro è la strada maestra per suggestionare, per stimolare i nostri sentimenti e

XI assemblea

C
o
s
c
i
e
n
z
a

16

6
o
2
0
1
1

per mettere le ali all'immaginazione. Resta ancora da chiedersi: chi è colui che comunica, cioè che utilizza il computer, il cellulare, la televisione e gli altri strumenti? La risposta possiamo trovarla in una suggestiva considerazione di Baudrillard, sociologo e semiologo francese: «Ci troviamo di fronte a una ricostruzione artificiale del mondo e l'uomo che sta di fronte a questa ricostruzione artificiale è l'uomo fondamentalmente disincarnato, l'uomo fondamentalmente fuori della realtà».

In altre parole, i mezzi di comunicazione di massa ci danno una ricostruzione artificiale del mondo della quale noi siamo partecipi in maniera altrettanto artificiale. E in un mondo artificiale – è bene ricordarlo – svanisce la responsabilità: poiché siamo solo spettatori e non protagonisti, non ci sentiamo coinvolti in prima persona, non abbiamo compiti precisi da svolgere né doveri da soddisfare: siamo esenti da ogni impegno tanto nei confronti di noi stessi

quanto degli altri. Essendo virtuale il mondo che ci troviamo davanti, ne siamo partecipi solo a livello emotivo e per breve tempo, per cui, in generale, guardiamo, diamo un'occhiata, ci abbandoniamo anche ad una risata, ma non ci sentiamo in gioco fino in fondo.

Nel mondo virtuale, inoltre, tutti i valori sono azzerati: le gerarchie scompaiono, l'alto e il basso si confondono, cielo e terra coincidono. Tutto è piatto, uguale, uniforme. Ma se è così, è chiaro che non c'è nulla e nessuno a cui dobbiamo rispondere né a titolo individuale né a titolo collettivo. Eliminando il vincolo ontologico, il risultato è che siamo ridotti a simulacri di noi stessi, cioè a pure immagini. Si può allora affermare che, con lo sviluppo che hanno avuto i mezzi di comunicazione di massa, si è ormai consumata l'eclisse del soggetto. Per capirne le ragioni, sono sufficienti tre considerazioni.

Prima considerazione: si può parlare di



eclisse del soggetto innanzitutto sotto il profilo percettivo. In quanto uomini tecnologici, siamo portati a guardare ad occhiate veloci. Ciò significa che il nostro apparato visivo non segue tutto e rinuncia alla sequenzialità tradizionale. Le occhiate veloci sono integrate con qualche aggiunta, con qualche elemento che viene associato per via istintiva. È come dire che, nei confronti della televisione e non solo, utilizziamo l'occhio a metà. Gli altri sensi sono stimolati solo in piccola parte: poco il tatto, ancor meno l'udito, per nulla o quasi l'olfatto e il gusto. Il senso predominante è la vista, ma anche questa, è impiegata non per vedere le cose sequenzialmente, non per seguirle completamente, ma soltanto per occhiate intermittenti.

Seconda considerazione: assistiamo all'eliminazione dell'effetto di distanziamento che favorisce la riflessione. Se siamo presi dalla vista di uno spettacolo e vi siamo coinvolti emotivamente, il nostro apparato percettivo è come cloroformizzato, per cui viene meno la riflessione, la tendenza ad analizzare, a comprendere, a spiegare. Tutto ciò che i media propongono, infatti, attira la nostra attenzione e ci affascina, anche se nulla ci interessa. Questo porta a cogliere dettagli, particolari, ma in modo così rapido e limitato che nulla ci coinvolge, ci induce a riflettere, ci porta a meditare. Sembra quasi che la percezione immediata esaurisca la nostra aspirazione a conoscere.

Terza considerazione: viviamo la perdita della visione d'insieme. Noi tendiamo sempre meno a sviluppare la capacità di cogliere la continuità, l'omogeneità della struttura, la totalità di ciò che ci viene proposto. In altre parole, nei confronti dell'immagine, prevale sempre più un comportamento generico, vago, globale, olistico, anziché analitico, strutturato, sequenziale, referenziale. Mi spiego con un esempio. Quando leggiamo un articolo di giornale, ci affidiamo all'intelligenza sequenziale, perché dobbiamo seguire i diversi passaggi in modo da poter cogliere il significato. È chiaro allora che ci interessa vedere come si collegano le singole parti, quali conseguenze comportano, quali effetti producono, eccetera. Quando invece siamo dinanzi alla televisione, subentra l'intelligenza simultanea.

In questo caso, infatti, conosciamo per immagini che si susseguono rapidamente e in modo distaccato l'una dall'altra. Se poi si aggiunge il fatto che guardiamo ad occhiate, è chiaro che la sequenzialità scompare, che il coordinamento logico diviene irrilevante. Perché? Perché la televisione gioca moltissimo sul coinvolgimento emotivo, non su quello razionale; non intende farci comprendere, non aspira a farci ragionare, non vuole che diventiamo consapevoli di ciò che ci propone. Mira a suggestionarci con immagini, con effetti speciali, con ritmo coinvolgente in modo che restiamo attaccati al teleschermo. Dobbiamo solo "emozionarci".

Più suggestione, quindi, che informazione. Qualcuno ha detto che, in fondo, la televisione aumenta la partecipazione e perciò favorisce la democratizzazione. Da parte mia ritengo che essa promuova la partecipazione virtuale ma non quella vera, effettiva, concreta. Se, nel corso di un dibattito televisivo, un intervenuto vuole argomentare la propria tesi, non gli è concesso, perché ciò che conta è che la conversazione resti vivace e, se possibile, proceda in modo tumultuoso e scomposto. Una conversazione così caratterizzata non contribuisce all'approfondimento dei temi, però aumenta lo spettacolo. Pertanto non mi pare che contribuisca allo sviluppo della democrazia.

Se questo è il quadro entro il quale ci muoviamo, è inevitabile che ne scaturiscano disturbi anche per la psiche. È per questo che ormai da alcuni anni esistono studi dedicati alle psicopatologie da internet, a quelle da cellulare, eccetera. Per chiarire a che cosa alludo, prendiamo come esempio chi gioca in borsa attraverso la rete. Ha sempre la sensazione di poter tenere sotto controllo la situazione, di poter conoscere l'andamento dei mercati, di essere in grado di fare le sue scelte in ogni ora del giorno e quando lo ritiene opportuno. In realtà è vittima dell'angoscia e dell'eccitazione. Per le psicopatologie da cellulare, basta ricordare l'intolleranza della distanza. Il cellulare ci dà la sensazione di avere sempre tutto sotto controllo. Di conseguenza, non accettiamo la separazione, il fatto di non sapere dove si trovi nostro figlio oppure il nostro coniuge. C'è poi un'altra psicopatologia da cellulare che

XI assemblea

C
o
s
c
i
e
n
z
a

18

6
o
2
0
1
1

forse è capitato a tutti di sperimentare. Ci telefona qualcuno e non sappiamo chi sia; ci domandiamo: come è possibile che, nonostante il cellulare, non sappia chi mi ha chiamato? Ho uno strumento con cui sono in contatto con il mondo eppure mi sfugge il nome della persona che mi ha chiamato!

Stando così le cose, che fare? Ancora una volta fornirò interrogativi.

Ho già detto ripetutamente che il mondo in cui abitiamo è il mondo dal quale non possiamo restare fuori. Rifiutiamo i consigli di coloro i quali dicono: se il programma tv non ti soddisfa puoi cambiare canale o spegnere l'apparecchio. No, questo è un comportamento irrazionale perché spegnere la tv aumenta ancora più l'interesse e fa sentire più lancinante il senso della mancanza. Sono altre le scelte da compiere! Non condivido neppure il comportamento di chi esibisce il fatto di non usare il cellulare. È uno strumento la cui utilità non può essere messa in dubbio. Ciò che viceversa è da regolamentare, a livello personale, è l'uso che intendiamo farne.

Non dimentichiamo però che con essi abbiamo a che fare con la realtà virtuale. Occorre allora chiedersi se essi siano in grado di offrirci un'esperienza diversa. Coprono cioè tutta la dimensione esistenziale dell'uomo o solo una parte e, per di più, in maniera unilaterale e parziale? Ne investono tutte le energie? Da parte mia escludo l'una e l'altra ipotesi, perché credo che l'identità umana con cui dobbiamo fare i conti sia più estesa rispetto a quella di cui si occupano i mezzi di comunicazione di massa. L'uomo totale, l'uomo nella sua integralità, nella ricchezza variegata delle sue risorse e delle sue forze, comprende la sfera materiale e quella spirituale e quindi non può essere ridotto alla dimensione virtuale. Del resto, la virtualità esclude dal

proprio orizzonte i grandi problemi esistenziali. Per essa la morte non ha alcuna specificità: è un evento qualsiasi, riconducibile alla quotidianità. La sua stessa drammaticità è sacrificata alle esigenze dello spettacolo. E ancora: per la virtualità non c'è differenza tra la persona vicina e quella lontana, tra chi conosciamo e chi non abbiamo mai incontrato sulla nostra via. Alle inquietudini e alle ansie che contraddistinguono l'uomo, sostituisce una nebbia che azzerà le differenze e annulla le identità. Il fatto poi che la virtualità sia incentrata sui temi di rilevanza mondiale, fa sì che essa ci coinvolga tutti ma non comporti alcuna responsabilità per nessuno, per cui diveniamo sordi e insensibili alla miseria, alla povertà, alle guerre.

Per recuperare la vita nella sua totalità, occorre uscire dalla sfera delle immagini patinate e tornare alle parole. Queste hanno un senso non già per il fatto che esistono, cioè perché sono parole, ma per il fatto che si riferiscono alla realtà e parlano di questioni inerenti l'uomo. In altri termini, le parole acquistano senso quando parlano di vita e di morte, di uomo e di Dio. Solo se si confrontano con la verità, senza mai avere la pretesa di possederla, ma cercandola di continuo, esse riflettono le aspirazioni dell'uomo e la sua volontà di riappropriarsi del posto che gli compete nel mondo.

Le parole assumono una connotazione umana quando parlano di dono, di responsabilità, di carità, insomma quando riguardano l'umanità dolorosa e sofferente ma fiduciosa in una verità da conquistare. Acquistano senso autentico quando restituiscono alla comunicazione la capacità di trasmettere un dono e di attivare rapporti interpersonali.

