

Due aspetti dell'attuale situazione comunicativa

Ci sono due aspetti da tenere ben presenti per quanto riguarda la situazione in cui tutti noi, oggi, ci troviamo a comunicare. Il primo è che viviamo una situazione complessa e articolata, come mai in precedenza, proprio per quanto riguarda le nostre esperienze di comunicazione. Il secondo è che questa situazione, con la quale interagiamo, incide quotidianamente sui nostri comportamenti e li modifica in profondità. Analizziamo in breve questi due aspetti. Essi rimandano, come viene segnalato dal titolo di questo capitolo, per un verso a una vera e propria cultura digitale e per un altro al suo intrecciarsi, sempre più stretto, con la dimensione antropologica che propriamente ci caratterizza.

La complessità della situazione comunicativa in cui oggi ci troviamo a vivere è il risultato, anche, dei recenti sviluppi della comunicazione interumana e di quella, più in generale, che interessa comunque e coinvolge gli esseri umani, pur essendo prodotta da macchinari. Da un lato, tali sviluppi sono caratterizzati dal moltiplicarsi degli strumenti e dei dispositivi attraverso cui avviene la comunicazione, i quali s'intrecciano e si combinano tra loro in nuovi apparati ormai capillarmente diffusi. Dall'altro lato, il comunicare stesso, anche grazie al proliferare di tali apparati, è radicalmente mutato: da *modalità di relazione* esso si è trasformato in *ambiente di vita*.

Gli strumenti e i dispositivi, naturali e artificiali, di cui facciamo uso comunicando sono, nell'ordine in cui si sono storicamente presentati, la parola parlata e la parola scritta (in un libro), i suoni diffusi via radio e le immagini trasmesse in televisione, i dati condivisi telematicamente e tutto ciò che consente di diffonderli e rilanciarli. Riguardo al loro uso abbiamo tutti una qualche competenza: maggiore o minore a seconda della nostra più o meno grande capacità d'interagire con determinati apparati. In ogni caso, è inevitabile oggi avere una certa familiarità nei confronti di ciascuna di queste modalità comunicative. Siamo infatti – così si dice – *multitasking*. Ma dobbiamo essere anche in grado di utilizzare appropriatamente questa molteplicità di strumenti. Dobbiamo saper parlare e saper scrivere, saper decodificare le immagini e navigare su Internet¹.

L'espressione “appropriatamente”, tuttavia, non rimanda solo a una competenza tecnica. Implica la consapevolezza del significato e delle conseguenze nell'uso di certi strumenti. Implica una

¹ Per un approfondimento di questi aspetti, forme e strumenti del comunicare si veda: D.E. Viganò (a cura di), *Dizionario della comunicazione*, Carocci, Roma 2009.

preparazione e un'educazione specifiche. È questa la chiave di volta di ogni competenza comunicativa. Ci torneremo.

Oggi, intanto, si verifica anche qualcos'altro. Ce ne accorgiamo proprio con il nostro comunicare. Quando condivido un *post*, carico una foto su Facebook o informo di qualcosa il mio gruppo su WhatsApp, ciò che faccio non è solo utilizzare un dispositivo. Vengo, piuttosto, ad abitare, grazie al dispositivo stesso, una serie di contesti che integrano la mia vita quotidiana (quella al di fuori della Rete, cioè quella *offline*) e che, in alcuni casi, a essa si sovrappongono e con essa si confondono. Si tratta di un aspetto specifico, ulteriore, che ci viene offerto dalle tecnologie. Queste ultime, infatti, non sono semplicemente utilizzate dagli esseri umani, non dipendono solo da essi per il loro funzionamento, ma offrono, in maniera quasi indipendente, specifici contesti all'interno dei quali le persone possono esprimersi e sviluppare relazioni. Sono, in sintesi, nuovi spazi da abitare².

Con tutto ciò abbiamo imparato a convivere. Non solo, siamo più o meno esperti nell'utilizzo degli strumenti della comunicazione, ma sappiamo anche come muoverci in quelle ulteriori e sempre nuove dimensioni che le tecnologie comunicative ci stanno offrendo. Certo, i due aspetti – la comunicazione come strumento e la comunicazione come ambiente – sono in realtà intrecciati fra loro. Anzi, lo sono sempre stati, sebbene solo con i recenti sviluppi tecnologici il secondo aspetto si sia imposto più decisamente. In ogni caso le nostre competenze nel campo della comunicazione hanno dovuto, di necessità, ampliarsi. Non ci siamo certo dimenticati di come si fa a parlare quando abbiamo imparato a scrivere; non abbiamo cessato di leggere e scrivere quando ci siamo messi davanti alla televisione (anche se abbiamo dovuto comunque dividere il nostro tempo tra le relazioni faccia a faccia, i libri e la tv, disimparando magari, a forza di stare davanti allo schermo, il piacere della lettura o dell'incontro interpersonale). E indubbiamente continuiamo a guardare la televisione, a leggere e a parlare anche se passiamo molto tempo collegati ai social network.

Emerge da qui il fatto che la comunicazione, proprio in questi suoi aspetti, possiede una ben marcata valenza antropologica, riguarda cioè l'essere umano in quanto tale e nella molteplicità delle sue espressioni. Non si tratta certo di una novità, dal momento che già Aristotele aveva definito l'uomo, nella sua essenza, come un «animale dotato di *logos*», cioè di capacità comunicativa. Oggi però la comunicazione, come abbiamo visto, si configura in maniera molto più articolata e complessa di quanto non accadesse ai tempi di Aristotele; si usa come strumento, ripeto, e si vive come ambiente. Così oggi ci troviamo, sempre di più immersi in una cultura digitale.

Dobbiamo capire che cosa tutto ciò significhi. Dobbiamo riflettere su come fare i conti con questa situazione. L'etica, l'etica della comunicazione, potrà, come vedremo, esserci d'aiuto.

² Cfr. A. Fabris, *Etica delle nuove tecnologie*, La Scuola, Brescia 2012.

La cultura digitale e il problema antropologico

Che cosa significa il termine “digitale”? Quale fenomeno indica questa parola, ormai divenuta quasi un’etichetta? E come il fenomeno da essa designato determina la mentalità e la cultura del nostro tempo? In che forme, più specificamente, esso incide nelle molteplici relazioni che intratteniamo in quanto esseri umani?

Il termine “digitale” definisce il modo in cui, grazie a determinate tecnologie, i suoni e le immagini, qualunque sia la loro fonte, vengono scomposti e omogeneizzati per il fatto di essere ricondotti a una sequenza binaria di zero e uno. Ogni segnale, in altre parole, è riportato a questa sequenza numerica, codificato sulla base di essa e trasformato in un pacchetto di dati. L’informatica è la disciplina che si occupa del trattamento e della gestione di questi dati. Lo fa, ad esempio, mediante algoritmi: procedure di calcolo che risolvono un determinato problema seguendo un ben preciso ordine e compiendo un numero finito di passaggi.

Tale processo di omogeneizzazione digitale, però, non è qualcosa di naturale e di scontato, anche se si tratta di un approccio ormai diffuso nella nostra cultura. Esso infatti si basa su una serie di presupposti e comporta alcune conseguenze. Presupposti e conseguenze erano stati rispettivamente espressi e previsti, con estrema lucidità, da Norbert Wiener nel suo libro *La cibernetica. Controllo e comunicazione nell’animale e nella macchina*³. La comunicazione, nella molteplicità dei significati che questo processo possiede e nei vari soggetti che può coinvolgere, viene trasformata in una semplice trasmissione d’informazioni. L’informazione a sua volta è ricondotta a una connessione di dati, mediante la digitalizzazione del segnale e la sua omogeneizzazione secondo una sequenza binaria.

Nel quadro dell’informazione digitale, in altre parole, i dati possono essere facilmente scomposti, manipolati, combinati. Il loro invio è molto più agevole di quanto non fosse in precedenza e la ricezione molto più sicura. Grazie alla digitalizzazione il segnale acquista ulteriore potenza e velocità. Ciò non solo permette di migliorare l’efficienza delle reti di comunicazione, ma soprattutto viene incontro e si integra pienamente con un altro processo che, in parallelo, si va determinando negli ultimi decenni del Novecento. Sto parlando della nascita, prima (nel 1982), della Internet Protocol Suite (TCP/IP), volta a rendere possibile la trasmissione di dati da un computer all’altro per mezzo della rete telefonica e, poi (nel 1989), del World Wide Web, una rete di testi che rimandano, all’infinito, ad altri testi, secondo la logica – appunto – dell’ipertesto (http: Hypertext Transfer Protocol).

³ N. Wiener, *La cibernetica. Controllo e comunicazione nell’animale e nella macchina*, trad. it. di G. Barosso (1948, seconda edizione 1961), Il Saggiatore, Milano 1968. Si veda, dello stesso autore, *Introduzione alla cibernetica. L’uso umano degli umani*, trad. it. di D. Persiani, Bollati Boringhieri, Torino 2012.

Tutto ciò ha segnato, come sappiamo, la diffusione di Internet. Tuttavia quello che importa, qui, non è solo ricostruire le tre fasi dello sviluppo di Internet che finora abbiamo conosciuto: cioè lo stadio dell'Internet tradizionale, costituito da siti collegati fra loro, secondo la logica dell'ipertesto, fra i quali possiamo “navigare”; quello dei Social Network, le reti sociali all'interno delle quali non siamo solamente fruitori, ma anzitutto produttori dei contenuti che telematicamente condividiamo; l'epoca, infine, del cosiddetto Web 3.0, nella quale, grazie al fatto che entrano ormai in rete fra loro, sono le macchine a comunicare le une con le altre⁴. Oltre a ciò quello che conta, soprattutto, è capire fino in fondo le conseguenze della trasformazione digitale della comunicazione, il modo in cui, secondo tale forma, si fa cultura dominante e ambiente di vita, le caratteristiche che di essa sono proprie e come viene a incidere, nei suoi aspetti di fondo, sui nostri comportamenti e sulle nostre relazioni. Noi siamo infatti esseri analogici, non già digitali: cioè recepiamo e riproduciamo per analogia – con tutta l'imprecisione che ciò comporta e con la necessità di esercitare costantemente un'attività interpretativa– tutti i segnali che ci provengono dal mondo. Bisogna dunque trovare il modo di collegare fra loro, correttamente, questi due aspetti.

E invece ciò che accade, ciò che abbiamo sotto gli occhi, è qualcosa di diverso. Il processo di riduzione che è all'opera nell'informazione digitale, che fa parte del suo progetto e che ne decreta successo e diffusione, diventa qualcosa di normativo. Si fa cioè modello per ogni tipo di relazione: anche per quelle, molteplici e variegate, che riguardano gli esseri umani.

È questo il problema. Lo abbiamo appena visto: nel contesto digitale la comunicazione è riportata a una trasmissione d'informazioni; l'informazione a sua volta coincide con l'invio di pacchetti di dati e questi ultimi sono resi omogenei sulla base di una sequenza binaria. Ciò comporta indubbi vantaggi in termini di sviluppo tecnologico: vantaggi di cui tutti godiamo. Ma implica anche il rischio di una mutazione antropologica che finirebbe per appiattire l'essere umano su di un'unica dimensione (Marcuse)⁵. Il rischio, in altre parole, emerge quando il digitale, da trattamento specifico di modalità comunicative, si fa punto di riferimento per comprendere ogni tipo d'interazione: favorisce, cioè, l'insorgere di una cultura egemone, che pretende sia di spiegare il modo in cui l'essere umano si comporta, sia di regolamentarne i comportamenti.

Se ciò accade, anche la comunicazione umana viene ridotta a una semplice trasmissione di dati. Di più: l'essere umano, in quest'ottica, funziona allo stesso modo di una macchina cibernetica. Di conseguenza sembra venir meno la distinzione tra essere vivente e macchina, tra naturale e artificiale, tra uomo e robot. Se poi è vero che la digitalizzazione consente la riproducibilità infinita di un oggetto, senza che sia più possibile distinguere l'originale dalla copia e senza che sia necessario

⁴ Cfr. A. Mattelart, *Storia della società dell'informazione*, trad. it. di S. Arecco, Einaudi, Torino 2002.

⁵ Cfr. H. Marcuse, *L'uomo a una dimensione*, trad. it. di L. Gallino e T. Giani Gallino, Einaudi, Torino 1999.

investire molto denaro per la produzione e la riproduzione di qualcosa, altrettanto può accadere per l'essere umano. Pure in questo caso tutto sembra poter essere replicato: dai comportamenti, sempre più standardizzati, alle parti del corpo, fino alla riproduzione dell'essere vivente.

Andando più a fondo, tuttavia, ciò che nella cultura digitale s'impone, e che rischia di assorbire in sé anche la specificità dell'essere umano, è una generale atmosfera d'indifferenza. "Indifferenza" significa quel venir meno di ogni differenza che, in primo luogo, rende tutto uguale, omogeneo, e poi fa venir meno, in parallelo, l'interesse che si potrebbe provare per qualcuno o per qualcosa. L'interesse si basa infatti sulla percezione delle peculiarità, delle specifiche differenze che sono proprie di ogni essere. Se tali differenze sono cancellate – se, per esempio, l'essere umano e la macchina funzionano allo stesso modo, se in base a questa omogeneità di funzionamento gli esseri umani risultano omologati fra loro, se la stessa natura è trasformata in un prodotto artificiale – allora alla fine dei conti di tutto questo – degli esseri umani, della natura, dei macchinari – nulla più importa.

Ecco dunque la mentalità comune, ecco la cultura diffusa che rischia oggi di prendere il sopravvento e di caratterizzare sempre di più il mondo in cui abitiamo. Spesso lo abitiamo adeguandoci a tale cultura, accogliendola in maniera acritica. E allora non distinguiamo bene tra la nostra esperienza quotidiana e ciò che facciamo soltanto in Rete, tra il "reale" e il "virtuale". Ci comportiamo cioè da esseri digitali, pur essendo esseri analogici. Accettiamo una sorta di "servitù volontaria"⁶ nei confronti di meccanismi che magari abbiamo costruito noi, ma che ora risultano imposti. Rinunciamo alla nostra capacità di scelta, entro i limiti e nei contesti in cui la possiamo esercitare, e ci uniformiamo alle procedure che ci vengono presentate.

In tutti questi casi è necessario recuperare tutte le possibilità che ci sono proprie e che ci caratterizzano in quanto esseri umani: altrimenti non tarda ad annunciarsi il profondo disagio che consegue dal rinunciare a qualcosa di sé. Dobbiamo attingere a tali possibilità anzitutto sul terreno della comunicazione, in quanto il comunicare è una caratteristica specificamente umana. Dobbiamo poi estendere il guadagno così ottenuto a tutte le relazioni da cui di volta in volta siamo presi. Si tratta di un vero e proprio cambio di rotta. A compierlo può aiutarci l'etica. Più precisamente: l'etica della comunicazione.

La dimensione antropologica e l'etica della comunicazione

L'essere umano, lo abbiamo visto, è un essere analogico. L'essere umano comunica in molti modi. Al contrario dell'unilateralità di certi esiti, prodotti da procedure indifferenziate e indifferenzianti, l'essere umano apre possibilità. E può aprire possibilità perché vive nel tempo: vive cioè nel presente, si sa radicato nel passato e sporge verso il futuro. Vive nel tempo – e vive il tempo

⁶ E. de la Boétie, *Discorso sulla servitù volontaria*, trad. it. di E. Donaggio, Feltrinelli, Milano 2014.

– perché vive nel mondo, e del mondo sperimenta le varie relazioni da cui è costantemente coinvolto. Lo stesso mondo, poi, viene percepito come un campo di possibilità, sempre aperto a possibilità ulteriori. Ecco perché l'essere umano può vivere nel mondo con distacco, come se non vi vivesse⁷. È ciò che accade nell'esperienza religiosa.

Noi infatti realizziamo ciò che c'interessa anzitutto uscendo da noi stessi, dai luoghi chiusi in cui ci rifugiamo, per poi annunciare agli altri ciò che ci preme e ciò che siamo, in tutte le forme che la nostra vocazione comunicativa ci mette a disposizione. È così che abitiamo le relazioni, e i contesti in cui esse possono fiorire, riceviamo un'educazione che in tali contesti ci fa vivere ed educiamo altri a orientarsi all'interno di essi, gustando tutto ciò che relazioni sempre nuove possono donare. Ma nel far questo siamo sempre già inseriti in una dimensione ulteriore, che dobbiamo imparare a vedere. Essa si dischiude solo a uno sguardo trasfigurato, solo cioè nella prospettiva di una trasfigurazione: quella per cui l'essere umano vive propriamente, nel quotidiano, la relazione fra terra e cielo.

Uscire, annunciare, abitare, educare, trasfigurare: sono questi i verbi – ricorrenti nell'Esortazione apostolica *Evangelii Gaudium* (2013) di papa Francesco e centrali nella riflessione e nella pratica comunitarie della Chiesa italiana durante il Convegno Ecclesiale Nazionale di Firenze (2016) – che indicano le dinamiche che, nell'ottica cristiana, sono proprie dell'essere umano e ne definiscono il profilo. Si tratta di tendenze fondamentali, che possono essere assecondate per promuovere quelle relazioni buone attraverso le quali siamo in grado di realizzarci fino in fondo. Si tratta di comportamenti che possono e debbono essere scelti da ciascuno per esprimere pienamente la propria umanità.

A partire da questo sfondo può dunque essere chiarito meglio in che modo possiamo confrontarci con quella cultura digitale che per molti aspetti risulta predominante e fare i conti con gli elementi di rischio che, se accolta acriticamente, essa comporta. Infatti, nel caso delle relazioni fra gli esseri umani, il comunicare non è mai semplicemente una trasmissione di dati. Certo, quando comunichiamo – qualunque sia lo strumento utilizzato – mettiamo a parte i nostri interlocutori degli specifici contenuti che a essi in qualche modo “inviamo”. Ma oltre a ciò, proprio comunicando, esprimiamo la nostra disponibilità o meno a un incontro, e creiamo quegli spazi al cui interno una comunicazione diventa possibile e può sempre ulteriormente svilupparsi. Lo facciamo, certamente, usando determinati strumenti, ma l'intenzione e gli effetti di quest'uso vanno ben al di là del semplice espletamento di una procedura. Il comunicare – come dice anche l'etimologia del verbo e certi usi della parola presenti nella lingua italiana – è l'apertura di uno spazio comune, e rappresenta – ancora più a fondo – un'occasione per condividere quello che uno ha e quello che uno è.

⁷ Cfr. *Lettera a Diogneto*, a cura di G. Gentili, EDB, Bologna 2014.

Ecco perché la comunicazione può trasformarsi, come sempre più sta accadendo oggi, in un ambiente. Non si tratta soltanto di un ambiente artificiale, che è creato dalle tecnologie e che solo in parte, per il suo funzionamento, dipende da noi. È invece un ambiente di vita, all'interno del quale, proprio attraverso la nostra capacità comunicativa e gli strumenti con cui essa si esprime, costruiamo e consolidiamo relazioni, apriamo possibilità per noi e per gli altri, ci realizziamo in quello che siamo. Ecco perché il comunicare è una questione etica: perché nel suo esercizio siamo costantemente rimandati alle scelte che ci permettono di agire bene oppure male.

Qui, infatti, non valgono solo le procedure. Non basta, se vogliamo comunicare bene, seguire semplicemente una regola. Agire “bene” non significa farlo “in maniera efficace ed efficiente”. Vuol dire piuttosto operare in maniera capace di promuovere e di mantenere tutte le relazioni proficue che rendono possibile una comunità. A questo scopo è necessario capire il contesto e, magari, adattarvisi. È necessaria una certa intelligenza: che non può essere programmata, che non può essere ricondotta a una sequenza digitale.

Approfondire questi aspetti e svilupparli è compito dell'etica della comunicazione. Si tratta di una disciplina che individua, approfondisce e giustifica quelle nozioni morali e quei principi di comportamento che sono all'opera nell'agire comunicativo, e che motiva all'assunzione dei comportamenti da essa stabiliti⁸. Più che di una disciplina per addetti ai lavori, però, dovremmo parlare di un'opportunità di riflessione che ci riguarda tutti. E che si articola lungo tre linee di approfondimento.

L'etica della comunicazione offre anzitutto uno sfondo critico che impedisce il conformismo, la piatta adesione alla mentalità condivisa. Movendo da qui la domanda di fondo è: che cosa sta dietro a quelle concezioni che orientano il nostro agire comunicativo? L'etica della comunicazione, poi, consente di mettere a fuoco la specifica dimensione antropologica che nel comunicare si esprime. In quest'ottica emerge con chiarezza la distinzione fra la comunicazione umana e quella delle macchine, nonché i modi in cui tali diverse forme di comunicazione possono correttamente collegarsi fra loro. Infine l'etica della comunicazione consente di orientarci, sulla base di determinati paradigmi, nelle scelte che di volta in volta dobbiamo compiere quando comunichiamo, sia che lo facciamo nella quotidianità, sia che si tratti della nostra professione. Essa pertanto non solo aiuta a chiarire che cosa significhi comunicare bene, ma richiama alla responsabilità che è propria di ogni soggetto agente.

In conclusione, proprio partendo da questo sfondo etico, possiamo fare i conti con la cultura digitale in cui oggi siamo immersi. Possiamo coglierne le opportunità e i rischi. E dato che i rischi ci riportano a una concezione unilaterale dell'essere umano, siamo in grado, per evitarli, di recuperare quella dimensione antropologica che propriamente ci caratterizza. Movendo da qui ci è possibile

⁸ Cfr. A. Fabris, *Etica della comunicazione*, Carocci, Roma 2014.

comprendere quello che siamo e quello che possiamo essere. O meglio: ci è possibile essere noi stessi proprio andando al di là di noi stessi. Lo possiamo fare anche e proprio quando comunichiamo.

NB Il presente testo è pubblicato anche nel volume Di terra e di cielo – manuale di comunicazione per seminaristi e animatori (a cura di Adriano Fabris e Ivan Maffei) (Ed. San Paolo, 2017)