

# Nell'era ipertecnologica, puntare sull'umano

## Pompili: lo spazio partecipato del web chiede la responsabilità di essere samaritani

DOMENICO POMPILI\*

«Il ruolo dell'*umanista cattolico* consiste nel coltivare una rivenza non ordinaria verso il passato e la tradizione mentre esplora ogni sviluppo a lui contemporaneo cercando le cose dell'uomo, che il passato non ha ancora rivelato» (M. McLuhan, *La luce e il mezzo*, p. 168). Questa citazione di un McLuhan meno noto mi pare estremamente appropriata per introdurre una riflessione tesa a rilanciare e attualizzare il *Diret-*

**Nel regno della conversazione e della condivisione diventano sempre più importanti le storie individuali, le esperienze, l'implicazione, il coinvolgimento**

*rio sulle Comunicazioni Sociali*, a dieci anni dalla sua pubblicazione. Un testo dove le comunicazioni sociali sono un crocevia di cambiamento e dove si auspica per i cattolici un passaggio "Da spettatori a protagonisti della nuova cultura mediale" come titola uno dei paragrafi iniziali. In realtà, molte trasformazioni sono avvenute dal 2004 e nuovi modi di essere protagonisti sono oggi possibili e diffusi. Per certi versi, dunque, il *Direttorio* parla di un contesto ormai in parte superato, per la velocità dei mutamenti tecnologici e culturali di questi dieci anni. Ma, per altri versi, è ancora estremamente attuale e molte delle indicazioni metodologiche in esso contenute, proprio alla luce del nuovo contesto, possono essere ulteriormente riprese e sviluppate. È forse venuto il momento di una integrazione che aggiorni questo strumento, per renderlo operativamente ancora più utile oggi. Esplorare gli sviluppi della contemporaneità significa, prima di tutto, pren-

dere atto che il contesto della comunicazione è profondamente cambiato tra il 2004 e oggi. La digitalizzazione dei media, sempre più convergenti tra loro, perennemente attivi e sempre più pervasivi e integrati nei nostri ambienti quotidiani, rende oggi forse superata l'idea, presente nel *Direttorio*, di "cultura mediatica" o di "comunicazioni sociali che plasmano una nuova cultura" (cap. I) o di "società mediatica" (cap. IV). Non perché i media non siano importanti: al contrario, perché sono diventati una componente imprescindibile del nostro ambiente, indipendentemente dal fatto che li usiamo o no. Società mediatica è quasi una tautologia.

I media sono ormai parte costitutiva dell'ambiente, non sono isolabili come variabile a se stante. Anzi ogni tentativo di enunciarli come variabile autonoma non fa che favorire interpretazioni deterministiche del loro funzionamento, sia nella variante euforica (ci rendono socioe-

li e liberi) sia in quella disforica (ci rendono soli e manipolabili). Sarebbe come voler immaginare una società senza strade, o senza elettricità. Ne esistono, ma non è così quella in cui viviamo. Dove ci sono luoghi che siano "immuni" dai media, a cominciare da quel "medium senza contenuto" che - secondo McLuhan - è la luce elettrica, che così radicalmente ci ha consentito di prescindere dai ritmi naturali del giorno e della notte?

Un contesto, quello di oggi, dove i dispositivi non si attivano solo quando li facciamo funzionare, ma interagiscono tra loro in un sistema sempre più integrato: è il cosiddetto *internet of things*, dove tutti gli oggetti possono acquisire un ruolo attivo e "dialogare" tra loro grazie al collegamento alla Rete. Sempre meno strumenti e sempre più ambiente.

Se questo è il dato di partenza, a noi decidere se adattarci semplicemente a questo ambiente, o abitarlo e renderlo abitabile, dandogli una forma dove la

nostra umanità possa esprimersi e fiorire. È questa direzione dell'abitare, formulata già a partire dal convegno *Testimoni Digitali* del 2010 (22-24 aprile) e ora divenuta espressione di uso comune, che si sta cercando sempre più di esplorare e sviluppare in tutte le sue implicazioni.

In questo mutato contesto, assume una nuova centralità la *relazione*, che è l'elemento veramente qualificante del passaggio da un ambiente web 1.0 a uno 2.0. La rivoluzione dei media personali, degli smartphone che consen-



Domenico Pompili

tono di emanciparsi dal personal computer e poter essere sempre connessi, in mobilità, ha reso possibile una nuova centralità dell'interazione. Rispetto alla fase precedente, dell'accessibilità a ogni tipo di contenuto, ora - come sostengono autori come Manuel Castells e Henry Jenkins, è il *pubblico stesso a diventare il contenuto*.

Oggi il web, con l'enorme diffusione dei social media (ancora totalmente assenti nel 2004) è il regno della conversazione e della condivisione. Diventano sempre più importanti le storie individuali, le esperienze, l'implicazione, il coinvolgimento. Che li si chiami *grassroots* media, *citizen* media, media partecipativi, essi sono sempre facilitatori di uno scambio continuo tra chi produce un messaggio e chi lo riceve e rielabora. Come scrive Pierre Lévy, le comunità oggi sono sempre più cementate dalla mutua produzione di conoscenza e dal suo reciproco scambio. In altre parole, si è passati dal computer come medium interattivo al web

come spazio partecipativo.

Sono proprio questa partecipazione, il coinvolgimento, la centralità della relazione e della condivisione (tra le persone) che tessono un continuo legame tra territori materiali e digitali (tra i mondi), rendendo la contrapposizione *online/offline* non solo poco vicina alle pratiche e ai vissuti, soprattutto dei giovani, ma origine di un dualismo che ostacola comprensione e azione responsabile nel nuovo ambiente "misto". Il problema non è dover scegliere tra vita *on-line* o vita *off-line*, come fosse sempre noi a navigare tra i diversi ambienti: *on-life*.

Un aspetto del *Direttorio* più che mai attuale e meritevole di ulteriore sviluppo è proprio la centralità del "*fattore umano*" rispetto alla dimensione tecnologica e l'idea di "responsabilità diffusa e condivisa" (anche dagli utenti); o, detto con un linguaggio diverso, dei media come sistemi multi-agente, in cui a ciascuno è chiesto di fare la sua parte. Questo passaggio è fondamentale, perché solo a partire da una prospettiva antropologica si possono scongiurare dualismi e determinismi, discernere le insidie del nuovo ambiente e valorizzare le nuove opportunità a favore dell'umano. Il passaggio decisivo da una prospettiva orientata all'umano ma focalizzata sui media a una pienamente centrata sull'umano, e sui media solo in seconda battuta è tracciabile, a posteriori, leggendo in successione i titoli degli ultimi due messaggi per la Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali (l'ultima di Benedetto XVI e la prima di Francesco), che sono sempre le "bussole" che orientano il cammino dei nostri uffici e dei nostri media: dalle "reti sociali" del 47esimo alla "cultura dell'incontro" del 48esimo. I media hanno senso e segno positivo laddove contribuiscono, si pongono al servizio di questa cultura. Essi sono quella strada da Gerusalemme a Gerico, quei grandi connettori e moltiplicatori di mobilità che oggi costituiscono il nostro am-

biente. Di per sé ci offrono più possibilità di muoverci e di incontrare i lontani: ma non è la strada che ha impedito al sacerdote e al levita di fermarsi, né costretto il samaritano a interrompere il suo cammino. È la responsabilità che ci prendiamo: se esistere per noi stessi o fare spazio all'altro, prendendocene cura.

Questa postura esistenziale, che i media in sé né abilitano né disabilitano, offre poi uno sguardo di libertà su tutto questo mondo ipermediale che altrimenti tenderebbe a sedurci e a risuc-

**Un aspetto del Direttorio più che mai attuale e meritevole di ulteriore sviluppo è proprio la centralità del "fattore umano" rispetto alla dimensione tecnologica**

chiarsi nelle sue logiche: come il Samaritano che, in quanto straniero, è più libero dalle categorizzazioni e dalle convenzioni sociali, e sa cogliere l'unità della famiglia umana al di là delle differenze apparenti. Abbatte i muri che ci dividono, invece che darli per scontati.

Il fattore umano si esprime dunque nell'essere-in-relazione: non una relazione qualunque, ma una relazione di ascolto e sollecitudine premurosa, come l'icona del comunicatore scelta da Papa Francesco ci suggerisce. Paradossalmente, l'era ipertecnologica è l'era della scommessa sull'umano: o abitiamo questo tempo e questi nuovi spazi con attenzione e premura per l'umano, o saremo assorbiti da un modello tecnico che ci sfuggirà di mano, perché va molto più veloce della nostra capacità di elaborarne i significati. Una terza via non c'è.

\* direttore dell'Ufficio per le Comunicazioni sociali della Cei

© RIPRODUZIONE RISERVATA