

Che cosa cambia nella società, nella comunicazione, nei rapporti

Dal reale al virtuale [e ritorno]

Stefania Tanesini

Sono una grande appassionata di viaggi. Quando arrivo in un luogo prediligo un approccio immersivo per vivere il *genius loci*, quell'insieme di caratteristiche socio-culturali che caratterizzano un ambiente, una città.

Le Fær Øer (in italiano: Faroe) sono un arcipelago di 18 minuscole isole vulcaniche dall'aspetto fiabesco e incontaminato, situato tra Islanda e Norvegia, che ho scoperto durante il lockdown, nel tentativo di non smettere di viaggiare, anche se chiusa dentro quattro mura.

Ho potuto girarne una in lungo e in largo, grazie a un nuovo strumento turistico remoto che l'ente per il turismo delle Faroe ha messo a disposizione, creando una esperienza di viaggio virtuale. Una sorta di console collegava il "turista" a un abitante delle Faroe in carne e ossa, equipaggiato con una *bodycam*, una micro-videocamera che trasmetteva in diretta. Per circa un'ora era possibile esplorare il paesaggio e l'ambiente con i suoi occhi e sulle sue gambe.

Un'esperienza ad alto tasso di realtà che mi ha ricordato il teorema di William Thomas, sociologo statunitense che nel 1928 scrisse: «Se gli uomini definiscono certe situazioni come reali, esse sono reali nelle loro conseguenze». Un assunto che giunge oggi a noi con tutta la sua potenza e che illustra alla perfezione la dimensione "reale" della moderna società iperconnessa. Mi spiego: la pressione con i polpastrelli sul *touchscreen* del cellulare o del tablet è ad oggi il gesto-ponte per eccellenza che collega reale e virtuale. Pensiamo al click con cui acquistiamo un prodotto online: spesso non passano neppure 24 ore fino al momento della consegna a casa. In definitiva, tramite app e social compiamo scelte reali, azioni quotidiane, ci formiamo un'opinione, seguiamo un trend, una moda.

Sono ormai lontani i tempi in cui reale e virtuale venivano nettamente separati. Stiamo attraversando l'era ibrida dell'onlife e non è ancora finita. Dopo due anni di pandemia mondiale teorici e filosofi della società dell'informazione guardano anche oltre, verso un'ecosistema digitale più umano. L'autrice di questo contributo è giornalista e da quest'anno responsabile dell'Ufficio comunicazioni del Movimento dei Focolari al quale collabora da vari anni.

▲ Onlife, ovvero la società delle mangrovie

«La barriera tra reale e virtuale è caduta, non c'è più differenza fra online e offline, ma c'è una onlife, un'esistenza, una vita ibrida». A chiarirci le idee è il prof. Luciano Floridi, tra i massimi esperti mondiali di filosofia ed etica dell'informazione, docente a Oxford e all'Alma Mater di Bologna. Utilizzando una metafora, il filosofo spiega l'onlife come «la società delle mangrovie, perché vivono nell'acqua salmastra dove si incontrano mare e fiume».

*I media
non sono altro
che estensioni
del corpo umano,
che amplificano
le possibilità
di uno o più
organi*

Per dirla con il gergo di Twitter, forse il più colto tra i social in uso, “vita” è un *trending topic*, un termine che fa tendenza e, in questo caso, in maniera ricorrente. Sui social c'è sempre più spazio per le *stories*, per raccontare e raccontarsi a colpi di segmenti di esistenza, tra video, didascalie, gif, musica e quant'altro. Ciò che conta è esserci, oltre a quel bisogno primario che è il riconoscimento sociale del nostro esistere; ergo: se non hai visibilità, non esisti.

Ci tocca quindi concordare con il grande teorico della comunicazione H. M. McLuhan il quale – in tempi non sospetti e quando la rivoluzione digitale era considerata alla stregua della fantascienza – scriveva che gli stessi media non sono altro che estensioni del corpo umano, che amplificano le possibilità di uno o più organi a detrimento di altri, perché alcune innovazioni tecnologiche hanno la forza di cambiare l'ambiente in cui la persona si trova a vivere¹.

▲ Il business dell'attenzione

Social media di ultima generazione come Tik Tok e Instagram, dove è l'egemonia estetica a farla da padrona, potrebbero indurci a domandarci se è la tecnologia che ci influenza e ci modifica profondamente o siamo noi che, in base alle nostre esigenze sociali e culturali la indirizziamo? Probabilmente sono vere entrambe le tesi, perché oggi possiamo affermare che sono passaggi di un unico percorso. Pensiamo ad Internet e alla rivoluzione digitale che ne è seguita: dopo una fase di adattamento e ridefinizione, oggi è lei, la tecnologia, a cambiare noi in profondità, come dimostrano i numerosi studi delle neuroscienze sulle conseguenze cerebrali delle nostre vite iperconnesse. Il tempo medio di attenzione davanti a uno schermo è di quaranta secondi quando siamo al lavoro, mentre fuori è ancora peggio, perché saltiamo in continuazione da una chat, a una foto a un post. In un mondo sempre connesso e distratto, l'attenzione è diventata oggi il bene più prezioso, il vero business dei giganti del web.

«La conseguenza è che stiamo diventando delle creature solo reattive. È bellissimo avere accesso a un sacco di informazioni, ma se non esercitiamo mai la logica e la ragione siamo nei guai. Gli studiosi hanno scoperto che la metà di noi non pensa più in modo razionale. La domanda è quando arriveremo a capire che quel che stiamo per-

*La tecnologia
ci sta
cambiando:
metà di noi
non pensa più
in modo
razionale*

dendo è molto più di quello che stiamo guadagnando? La tecnologia ci sta cambiando, e ci sta cambiando proprio nella testa». Professore emerito all'Università della California di San Francisco e uno dei neuroscienziati più noti al mondo, il prof. Michael Merzenich spiega anche che: «C'è una soglia oltre la quale questi strumenti che prima ci facilitavano la vita iniziano a farci regredire in maniera distruttiva e probabilmente abbiamo già superato quella linea»². È in gioco la nostra integrità umana, per questo il neuroscienziato suggerisce di lavorare molto sull'educazione dei bambini fin da piccolissimi, per aiutarli a riconoscere e combattere la manipolazione.

▲ Dal tempo lineare al tempo circolare

Sempre secondo il prof. Floridi noi passiamo la maggior parte del nostro tempo nell'"infosfera" – esattamente 6 ore e 22 minuti al giorno, in base al rapporto annuale Digital 2021 di *We are social* e *Hootsuite*³ – cioè nello spazio dell'informazione digitale nel quale ci muoviamo. Quindi – precisa il filosofo – «non ha più senso chiedere "sei online?" a una persona che ha uno *smart phone* in tasca, magari uno *smart watch* al polso, mentre sta parlando con noi attraverso il Bluetooth della propria auto, seguendo le istruzioni del navigatore per districarsi nelle strade di Roma»⁴.

Ma se abbiamo dovuto ridefinire il concetto di "realtà" associato alla cosiddetta rivoluzione digitale, ciò che non è mai stato messo in discussione è quello di "tempo". Quello che trascorriamo davanti a uno schermo è a tutti gli effetti un "tempo reale", fatto di minuti, ore, giorni. Invecchiamo anche mentre chattiamo, clicchiamo, postiamo un contenuto o navighiamo su internet. Ciò che cambia è la percezione del tempo che, davanti a uno schermo, si dilata e si modifica.

*La percezione
del tempo
davanti a uno
schermo
si dilata
e si modifica*

A contribuire ad abbattere la barriera spazio-temporale oggi non sono solo i social, ma i servizi di streaming video, da Netflix, ad Amazon Prime, a Sky, alla neonata Disney+ che sta scalando con successo le classifiche di visualizzazioni. Grazie a queste piattaforme non mi perdo più la fine del film, o la puntata della serie tv. Non devo correre a casa o rispettare gli orari dei palinsesti. Tutto è in rete in qualunque momento: il tempo da lineare diventa circolare.

▲ Tra digital-life e real-life

E mentre oggi l'umanità procede a velocità troppo differenziate verso l'uscita dal tunnel della pandemia, donne e uomini a ogni latitudine sono in costante (anche

se spesso inconsapevole) ricerca di un equilibrio tra esperienze digitali e il crescente bisogno di ritrovare il contatto fisico.

Riunioni di lavoro e scuola online sono diventati “the new normal”, la norma, e per qualche tempo ci si era anche illusi di aver già trovato in questo il magico equilibrio, ma, uscendo dalla crisi, ci rendiamo conto che non è così e le domande si affollano. La costante espansione della dimensione digitale rimarrà al livello attuale o arriveremo a una specie di rigetto? E siccome l’esperienza così com’è resta insufficiente e non ci soddisfa, che cosa serve per trovare un nuovo equilibrio tra *digital-life* e *real-life*?

▲ La scommessa della generosità

A riportare al centro della scena l’attenzione alla persona umana nella sua prossimità e fisicità, insieme alle relazioni interpersonali (reali e non programmate da algoritmi, come quelli che fanno funzionare le app di incontri che spopolano online), è niente meno che Seth Godin, guru incontrastato del marketing mondiale, che nel suo ultimo bellissimo libro *La pratica* pronuncia un *j’accuse* che non lascia spazio a equivoci⁵. Dichiaro che nella stragrande maggioranza dei casi i social sono una trappola. Certamente ci forniscono un microfono, «ma sta soltanto a noi decidere come utilizzarlo al meglio»⁶.

Godin afferma che ciò che resta è l’esperienza autentica della persona, un mosaico di aspettative racchiuse nei suoi bisogni spesso disattesi e nel suo vissuto da ascoltare. Un percorso da intraprendere giorno per giorno, con costanza, che esclude qualsiasi forma di manipolazione e persuasione ma che anzi, scommette sorprendentemente sulla generosità.

«La generosità – afferma nel suo libro – sovverte la resistenza (che ci spinge a cercare la sicurezza) concentrando il lavoro su qualcun altro. La generosità significa che non dobbiamo cercare assicurazioni per l’io, ma possiamo invece concentrarci sul servire gli altri. Attiva una parte diversa del nostro cervello e ci fornisce una modalità più significativa per progredire. [...] Il nostro lavoro esiste per cambiare in meglio il destinatario. Quando realizzate il lavoro rivolto a qualcun altro, per migliorare le cose, all’improvviso il lavoro non riguarda voi. Saltate in acqua, salvate quel bambino»⁷.



*Riportare
al centro
l’attenzione
alla persona
umana insieme
alle relazioni*

▲ Empatia digitale e dimensione relazionale

Se potessi terminare questa riflessione con un’immagine, sarebbe quella di un *pit stop* di Formula Uno: una tappa, cioè, ma indispensabile. Questo perché l’ecosistema digitale in cui nuotiamo non è “finito” ma è per sua natura in costante evolu-

zione. Mi spiego: stiamo uscendo da quella potente infatuazione per i social fine a sé stessi, perché ne stiamo comprendendo sempre di più la natura strumentale e stiamo finalmente capendo che ciò che conta davvero è quel che ci mettiamo dentro e questo ci fa ben sperare. Un numero crescente di guru della comunicazione – dagli ingegneri che costruiscono gli algoritmi fino ai filosofi della società dell’informazione –, concordano sul fatto che una delle abilità

La grande sfida oggi è la ricostruzione del tessuto della fiducia interpersonale e sociale

più richieste e importanti oggi anche nel digitale sia l’empatia, cioè la capacità di saper “vedere” l’altro nella sua verità e integrità, perché la grande sfida oggi è la ricostruzione del tessuto della fiducia a livello interpersonale e sociale.

Un impegno che non può fermarsi davanti a uno schermo ma che – oggi più che mai – necessita di scendere per strada, incontrare, abbracciare l’altro nella sua totalità, pena il rischio di chiudersi in sé stessi, come ha detto recentemente papa Francesco a un gruppo di

studenti: «Voi ragazzi e ragazze siete figli della società digitale, che ha aperto nuove vie alla conoscenza e alla comunicazione; ma sappiamo bene ormai che c’è il pericolo di chiudersi in sé stessi e di vedere la realtà sempre attraverso un filtro che solo apparentemente accresce la nostra libertà. L’esperienza della pandemia, con questa astinenza dalle relazioni amicali, possa stimolare in voi, che ne siete consapevoli, un maggiore senso critico nell’uso di questi strumenti; perché restino tali, cioè strumenti, soggetti alla nostra intelligenza e volontà»⁸.

¹ Cf. H. Marshall McLuhan, *Gli strumenti del comunicare*, Il Saggiatore, Milano 1967.

² “Iperconnessi”, puntata del 15 ottobre 2018 della trasmissione “Presadiretta”, RAI 3. <https://www.raiplay.it/video/2018/10/Presadiretta-Iperconnessi-a5d6226e-1fd2-450d-a8e7-eed622413b20.html>

³ Digital 2021: i dati globali. <https://wearesocial.com/it/blog/2021/01/digital-2021-i-dati-globali>

⁴ A. Santopietro, *Intervista a Luciano Floridi, vita onlife, informazione transdiegetica e iperistoria*, Zest, 21 ottobre 2016. <https://www.zestletteraturastostenibile.com/filosofia-etica-dellinformazione-intervista-luciano-floridi/>

⁵ S. Godin, *La pratica*, Roi Edizioni, Macerata 2020.

⁶ G. Colletti e F. Grattagliano, *Seth Godin: gli influencer sono il passato, caduti nella trappola dei social*, «Il Sole 24 ore», 13 febbraio 2021. <https://www.ilsole24ore.com/art/seth-godin-gli-influencer-sono-passatocaduti-trappola-social-ADPuLmJB>

⁷ S. Godin, *La pratica*, cit., p. 76.

⁸ Francesco, *Saluto a dirigenti e studenti dell’Istituto Ambrosoli di Codogno (Lodi)*, 22 maggio 2021. https://www.vatican.va/content/francesco/it/speeches/2021/may/documents/pa-pa-francesco_20210522_istitutoambrosoli-codogno.html