

Mass media e comunicazione digitale. Etica e nuove responsabilità

Alcuni anni fa Franco Battiato cantava in una canzone:

«...Gesuiti euclidei
vestiti come dei bonzi per entrare a corte degli imperatori
della dinastia dei Ming»
(la canzone si chiamava: *Centro di gravità Permanente*)

e molti si domandavano cosa ci facesse un missionario gesuita, morto e seppellito a Pechino 400 anni fa, in una ballata rock. Il cantautore siciliano, artista eclettico e multimediale (pittore, regista, poeta, più sufi che mestrello) non è nuovo a queste incursioni nelle pieghe della storia, nei meandri del pensiero filosofico, ai crocevia delle religioni.

Matteo Ricci, di cui è appena stata aperta la causa di beatificazione nella Cattedrale di Macerata, e di cui Benedetto XVI elogia la fedeltà al Vangelo, la metodologia scientifica e la strategia pastorale che diventano «luminigirante lavoro di inculturazione» (Osservatore Romano 18-19/5/2009) io proporrei di farlo “protettore di internet”.

La “Rete” è come la sua Cina, quella del secolo XVI-XVII che un occidentale trovava affascinante, enigmatica, diversa, un universo parallelo.

P. Ricci si mise in ascolto, prima di parlare, imparò la loro difficile lingua “il Mandarino”, visse con loro, vestì i loro costumi fino a essere considerato uno di loro, per la strada, tra i dotti, alla corte imperiale. Quando cominciarono a chiamarlo *Li Madou* (il “Saggio d’Occidente”) egli propose ai cinesi il Vangelo in ideogrammi e poi anche un piccolo catechismo, sintesi del pensiero cattolico. Davanti alla cattedrale di Pechino c’è una sua statua, nella Città Proibita c’è la sua effigie e quella di Marco

Polo, gli unici non cinesi incastonati nella storia del grande popolo del Dragone.

La 44^a Giornata mondiale della comunicazione sociale ha come tema di riflessione e d'impegno *Il sacerdote e la pastorale nel mondo digitale: i nuovi media al servizio della Parola*. A cui noi aggiungiamo, in questa nostra riflessione “Quale etica per superare l'attuale crisi morale?”

Scrive il Papa:

«Compito di chi, da consacrato, opera nei media è quello di spianare la strada a nuovi incontri, assicurando sempre la qualità del contatto umano e l'attenzione alle persone e ai loro veri bisogni spirituali; offrendo agli uomini che vivono questo nostro tempo “digitale” i segni necessari per riconoscere il Signore; donando l'opportunità di educarsi all'attesa e alla speranza e di accostarsi alla Parola di Dio, che salva e favorisce lo sviluppo umano integrale, [...] le vie di comunicazione aperte dalle conquiste tecnologiche sono ormai uno strumento indispensabile. Infatti, il mondo digitale, ponendo a disposizione mezzi che consentono una capacità di espressione pressoché illimitata, apre notevoli prospettive e attualizzazioni all'esortazione paolina: “Guai a me se non annuncio il Vangelo!” (*1Cor 9,16*). Con la loro diffusione, pertanto, la responsabilità dell'annuncio non solo aumenta, ma si fa più impellente e reclama un impegno più motivato ed efficace».

Portiamo Dio nel cyberspazio con la fede e la forza apostolica di Paolo che ad Atene sale la collina dell'Aeropago. L'augurio di Benedetto XVI nel suo messaggio per la Giornata delle Comunicazioni sociali dice ancora: «Il Signore vi renda annunciatori appassionati della Buona novella anche nella nuova “agorà” posta in essere dagli attuali mezzi di comunicazione».

Forti delle nostre convinzioni apostoliche, della vocazione specifica e del mandato ad operare nei mass media, dobbiamo affrontare la sfida forte ai nostri giorni dell'agnosticismo, dell'indifferentismo, dell'ateismo. Come dai nostri pulpiti di carta, i libri e le riviste cristianamente impegnate, in dialogo con i figli di Abramo e con quanti sono in ricerca, dobbiamo percorrere i 7 chilometri che da Gerusalemme portano a Emmaus e vincere le sfide e l'ansia di chi nega e di chi stando al buio prega: «Signore fammi credere». Ci dice ancora il Papa:

«Una pastorale nel mondo digitale, infatti, 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 e persone di ogni cultura. Come il profeta Isaia arrivò a immaginare una casa di preghiera per tutti i popoli (cfr. *Is 56,7*), è forse possibile ipotizzare che il web possa fare spazio – come il “cortile dei Gentili” del Tempio di Gerusalemme – anche a coloro per i quali Dio è ancora uno sconosciuto?».

Sui tram spagnoli (e anche su un mezzo pubblico a Genova) ha fatto rumore l'anno scorso uno slogan inneggiante all'ateismo. Era copia di un altro apparso anni fa su un muro di Oxford: “Dio è morto!” – firmato Nietzsche, poi sul muro di fronte qualcuno aveva scritto: “Nietzsche è morto!” – firmato Dio.

Su *Jesus* di marzo 2010, nella rubrica umoristica *Il Vangelo secondo Zaccardo* leggiamo nel fumetto della coppia che discute su tutti i numeri, dialogando in modo ironico:

«Alla fine della civiltà occidentale abbiamo da darvi due notizie: una cattiva e una buona».

«La cattiva: Dio non esiste».

«La buona: ci ama lo stesso».

Woody Allen, ironico a modo suo ma profondo, come sempre, nella letteratura sapienziale ebraica, dice in un suo film: «Dio non esiste... e noi siamo il suo popolo eletto!», pone cioè l'accento sulla forza e la grandezza del patto tra *JHWH* e i figli d'Israele, un popolo-realtà che vive dell'alleanza per cui viene da concludere che si può vivere con Dio o contro Dio, ma non senza Dio.

Già i poemi omerici e in qualche modo *Gilgamesh* e *Il libro dei morti egizio* avevano creato un'altra realtà. Cercato di descrivere un mondo parallelo come Dante nella *Divina Commedia*, l'Ariosto nell'*Orlando furioso*, L. Carroll in *Alice nel paese delle meraviglie*.

Da Platone in poi si era sempre cercato di indagare la caverna delle ombre, la dimensione dei sogni, dei desideri e delle fantasie.

Fantasy è un genere letterario che si afferma nel secolo scorso tra le due Guerre ('37-'49) e solo nel 1954-55 viene pubblicata la prima trilogia: *Il Signore degli anelli* di J.R.R. Tolkien (1892-1973). Poi le saghe, i mondi paralleli, le trilogie diventano una moda letteraria e trovano un pubblico

vorace che compra al volo, così si moltiplicano: ogni editore vuole avere la sua serie che poi diventa film o serial televisivo. *Le Cronache di Narnia*; il *Mondo emerso* che si snoda in tre trilogie della giovane Lucia Troisi, *Eragon* il drago di Christopher Paolini (già al quarto romanzo) e poi streghe, nani, hobbit, gobelin e orchi (*Shrek* è già al quarto film) fino all'apprendista mago *Harry Potter* con la strafortunata serie di volumi e di film. La signora J.K. Rowling, insegnante pendolare e autrice di *Harry Potter*, diventa la seconda contribuente del fisco britannico dopo la regina Elisabetta.

Il passaggio dal *fantasy* “realtà altra” creata ad arte per evadere e sognare, alla “cultura digitale”, struttura tecnologica che si compone e combina all’infinito immergendo il soggetto utente in un *continuum* brodo ambientale operativo che fa vortice e trascina in un’altra dimensione, diventa conseguente, quasi passo obbligato; così quando la Rete da strumento militare riservato, emerge sul mercato della comunicazione è come se un popolo intero, una generazione la stesse aspettando: è il dialogo globale, il superamento della Babele delle lingue e delle tradizioni.

La Rete prende con i suoi linguaggi, riti, simboli, valori, obiettivi. Il ragazzo medio italiano passa dalle due alle tre ore giornaliere al computer, altrettanto tempo davanti alla televisione e in contemporanea o negli intervalli sta legato all’*i-pod* o al telefonino. In Italia abbiamo più telefonini che abitanti e se leviamo dalla media statistica i bambini d’età prescolare, notiamo che alcuni armeggiano con tre cellulari in contemporanea.

“Quando è nata la televisione molti la prevedevano come strumento di unione della famiglia. Ha, invece, in parte raffreddato il dialogo tra i componenti”. Frazionando il nucleo nei vari televisori per casa. «Potremmo dire che internet ha il merito di aver avvicinato i lontani, ma indubbiamente ha allontanato i vicini»¹.

Dall’indagine Istat *Cittadini e nuove tecnologie*, riferita al 2009, troviamo che oltre ai ragazzi (soprattutto per giochi elettronici e qualche ricerca scolastica) i giovani 15-19 anni navigano in internet per l’86%, ma anche i nonni 60-64 anni fanno uso del computer (25%) e il 10% degli anziani 65-74 anni.

Come tutte le grandi invenzioni anche il computer, ormai è diventato

¹ ATTILIO MONGE, «Vita Pastorale», maggio (2010).

“un confine tra due civiltà evolute”, insieme ai pericoli e agli aspetti negativi comincia a fare emergere delle opportunità positive. Pensiamo all’Africa, dove il progetto 2005 di alfabetizzazione detto anche «arma di istruzione di massa» sta portando benefici eccezionali in Nigeria, in Ruanda, dove ci sono già 100.000 piccoli computer portatili, per ragazzi, voluti da Nicholas Negroponte, fondatore del *Media Lab* del Mit (Massachusetts Institute of Technology). La nuova scuola, soprattutto per i popoli in via di sviluppo, passa da qui, dalla tecnologia avanzata.

Ma quali spazi restano e quali tempi al giovane internauta per farsi la sua cultura in crescita? Diceva il cardinale Joseph Ratzinger nel 2002 al convegno *Comunicazione e cultura: nuovi percorsi per l’evangelizzazione nel terzo millennio*:

«Di fatto il Vangelo non viene portato ad uomini, il cui spirito sarebbe una “tabula rasa”, come secondo Aristotele e Tommaso d’Aquino è lo spirito umano nel primo momento del risvegliarsi alla vita. No, la tavola dello spirito, alla quale giunge la nostra predicazione, è riempita di moltepli scritte e viene continuamente in contatto con innumerevoli comunicazioni, così che sembra quasi impossibile collocarvi ancora qualche altra cosa. Nell’odierna sovrabbondanza di informazioni vi è ancora posto sulla tavola delle nostre anime, oppure il Vangelo, come sembra accadere spesso, può essere scritto ormai solo sul suo margine più esterno?».

Evitando chiusure, pregiudizi o ingenue esaltazioni, per operare in modo apostolico cioè di annuncio testimoniato con la vita, nella Rete bisogna buttarsi a capofitto. Imparare il linguaggio, fino alla più ricercata sfumatura per evitare le trappole e gli inganni (memori di Matteo Ricci, lo straniero a Pechino) e poi stabilire i rapporti, in verità e carità, adottando l’opportunità di una o più *community* per avviare insieme un nuovo umanesimo.

Mons. Claudio Giuliodori, nel Convegno promosso dalla Cei il 22-24 aprile 2010, si poneva l’interrogativo se la Rete può diventare crocevia di un nuovo umanesimo: «umanesimo omogeneizzato» evitando le sabbie mobili della percezione «liquida»² del tempo e dello spazio:

«Galleggiare e navigare nella Rete offre la possibilità di recuperare il passato, magari senza metabolizzarlo, permette di perdersi in un presente che

² ZYGMUNT BARMAN, *Modernità liquida*, Laterza, Roma-Bari 2002.

sembra non avere limiti di spazio e di relazioni, consente di proiettarsi nel futuro con il rischio di sfuggire dalla realtà. Tutto è dato in tempo reale, ma nello stesso tempo tutto è sempre più tremendamente virtuale, ossia relativo e transitorio».

Le tecnologie digitali e i loro linguaggi con il corredo di segni e simboli, di riti e ruoli diventano sempre più produttori di esperienze e prendono il ruolo di soggetto attivo nella costruzione dei significati e del senso della vita. Qui sta nascendo e occorre essere avvertiti, un nuovo potere, quello della Rete, che rischia di diventare una tirannide culturale, e molto sta nelle mani dei gestori delle informazioni, delle società di comunicazioni che forgiano e formano i caratteri degli utenti abituali. Essi nell'indifferentismo più totale possono anche avanzare un tipo diverso di società civile basato su regole "da gioco", illudendo l'argonauta che è lui a costruire, agendo da protagonista, una società diversa. Leggevo su un giornale che un politico italiano ha comprato nell'iperspazio, un territorio virtuale poco più vasto dell'Abruzzo. Il pericolo più insidioso è quello di diventare da cibernetica automi e di non percepire più la diversità tra reale-oggettivo, che si impone, e virtuale modificabile su cui si ha ogni potere. Altro grave pericolo è la perdita di identità per il continuo uso del proprio *avatar*.

«Nella Rete, nei social-network diventa una variabile a disposizione del soggetto la definizione della propria identità, a partire da quella del genere: mi posso fingere uomo o donna, o tutti e due, a seconda del contesto in cui mi trovo inserito; e soprattutto mi posso inventare la trama della mia storia personale. Diventano poi variabili a disposizione dell'individuo anche la definizione della propria età, e di conseguenza i rapporti tra le generazioni... In Rete assistiamo al fenomeno di bambini/adulti e di adulti che giocano a fare i bambini dando vita a dinamiche artificiali di iperresponsabilizzazione da un lato e di deresponsabilizzazione dall'altro che minano alla base le più elementari regole dello sviluppo pedagogico e morale»³.

C'è una nuova responsabilità etica tutta ancora da definire e una "ecologia della Rete e dell'ambiente digitale" che dovrebbe essere praticata e

³ LUCA BRESSAN, *Diventare preti nell'era digitale*, «La rivista del clero italiano», 2, Febbraio (2010) p. 93.

anche legalizzata, così da rendere l'accesso al media fruibile da tutti, senza pericoli terribili per i minori e per i più deboli che poi finiscono con il riempire le cronache dei giornali per le vendite truffa e gli agguati subiti dagli innocenti.

Come la scoperta dell'America è legata al pontificato di Alessandro VI e l'invenzione della stampa al papa mecenate Niccolò V, così la Rete di internet esplode sotto il pontificato di Giovanni Paolo II, che ne riconosce subito l'alto valore sociale e la forza propulsiva per una comunicazione globale e sconvolgente, che porta tutti nel futuro. Il suo ultimo documento ufficiale è la Lettera apostolica *Il rapido sviluppo* che ribadisce chiaramente le potenzialità positive, la grande occasione pastorale e le pericolose ambiguità dei mass media.

Egli richiama:

«La consapevolezza che i mezzi della comunicazione sociale, così come tutti i mezzi di comunicazione di massa, debbono essere utilizzati alla luce di principi etici chiari e condivisi, poiché quegli stessi strumenti che possono avere un ruolo determinante nell'installare nelle persone il senso della comunità e del bene comune, possono al tempo stesso diventare mezzi di corruzione, di sfruttamento, di dominio e di manipolazione dell'uomo sull'uomo, così come alimentare il pregiudizio e il disprezzo tra gli individui ed i popoli».

Sono parole dure, di grande realismo che però non negano la speranza che l'uomo possa umanizzare questi mezzi potenti operando responsabilmente con finalità sociale e non solo commerciale.

«Occorre appunto che i media stessi – o meglio i loro protagonisti e più ampiamente tutti gli operatori del campo – siano realmente consapevoli delle loro grandissime responsabilità... rinunciando ad ogni forma di autocompiacimento e di spettacolarizzazione eccessiva, resistendo ai troppi condizionamenti economico-politici e combattendo la diffusione di pregiudizi e di stereotipi che alimentano, esplicitamente e sottilmente, molte forme di astio e di ostilità, di incapacità di dialogo costruttivo e comprensione reciproca»⁴.

⁴ Cfr. p. FEDERICO LOMBARDI S.J., nell'introduzione al volume di SILVIA COSTANTINI, ANDREA SCORZONI E FABIO SILVESTRI, *Verso un'etica dei mass media*, Editrice ART, 2007.

L'etica è una virtù mista impastata di verità e amore che nasce nel profondo della coscienza individuale e si esplica nel rapporto sociale e civile con gli altri. Il dialogo lanciato e sostenuto dai mass media deve sempre essere rispettoso della dignità dell'altro, dignità verticalizzata per la comune origine e comune elezione che la fede cristiana ci rivela. La televisione positiva non è quella che vive di *scoop*, di degrado, di risse, che costruisce eventi autoreferenziati. La televisione pubblica o privata è a servizio dei suoi utenti e la professionalità degli operatori si misura sull'impegno di servire il pubblico utente dando le notizie "in verità" e onestà, senza spettacolarizzare il dato adattandolo e colorandolo a proprio uso e consumo. Don Giuseppe Zilli, direttore di *Famiglia Cristiana* per 26 anni, era solito dire:

«Noi lavoriamo al giornale con coscienza e cerchiamo di fare una missione della nostra professione di giornalisti, ma ricordiamo che i padroni del nostro giornale sono i lettori, i nostri abbonati (allora la tiratura toccava i due milioni di copie) che all'inizio dell'anno ci rinnovano la loro fiducia pagando l'abbonamento».

La serietà professionale non deve portare mai allo scetticismo etico, al realismo morale e religioso, soprattutto quando si trattano temi scottanti e problematiche non condivise per motivi sociali o politici tipo: aborto, eutanasia, trapianto di organi, riproduzione assistita e ingegneria genetica, clonazione, pace tra le nazioni e inculturazione, accettazione o rigetto dei disperati...

«C'è chi dice che nel IV secolo il popolo (nelle piazze e per le strade) discuteva sulla Santissima Trinità, poi si è detto che nel secolo scorso si interessava solo di calcio o di moda. Oggi, però, vediamo anche accese discussioni nei bar, come in televisione, su eutanasia, fecondazione assistita, accanimento terapeutico, clonazione»

dice il professor Gonzalo Miranda (professore ordinario di Bioetica all'Ateneo Pontificio *Regina Apostolorum*).

«Ora è chiaro – continua – che l'influenza dei mass media, ormai studiata in modo più che sufficiente dal punto di vista psicologico e sociologico, gioca un ruolo importante nella configurazione della visione o comprensione del grande pubblico riguardo a queste tematiche. Anzi trattandosi in buona parte di problematiche nuove e, dunque, non studiate si-

stematicamente negli anni di formazione scolastica, l'unica informazione e formazione (o de-formazione) che la stragrande maggioranza della gente riceve proviene dai mezzi di comunicazione. Cresce quindi la responsabilità degli operatori dei media elevati, loro malgrado, a maestri di verità e di vita. Quanti, e non solo i più giovani, credono solo a quello che vedono in televisione e si conformano culturalmente e moralmente spinti dalla legge imitativa del "così fan tutti"?»

I mezzi sono inerti come le canne dei fucili, la mano dell'uomo liarma e li rende negativi e micidiali, contro l'uomo, il fratello, il figlio piccolo che si fida della televisione e la chiama Tata.

Facciamone un caso di coscienza e mentre ringraziamo "Iddio per frate Sole, sorella Luna, sorella televisione e fratel computer" ... cerchiamo di dare a questi mezzi un'anima e un volto umano.

Il 24 marzo del 1997 è nato il sito www.vatican.va. Il 15 agosto del 1998 un messaggio di Papa Wojtyla è stato pubblicato per la prima volta in Rete. Il sito *Pope2you* lanciato nel maggio 2009 per favorire l'accesso alle foto e ai discorsi del Papa, ha registrato solo nel periodo natalizio due milioni di contatti. «Il sito non è del tutto interattivo – disse allora S.E. mons. Claudio Maria Celli, presidente del Pontificio consiglio per le comunicazioni sociali – ma già così si è rivelato uno strumento efficace per l'incontro con il Papa in Rete».

«Dio è di casa anche nel web, ma non sempre si riesce a incontrarlo – scrive mons. Claudio Giuliodori (o.c.) – per questo servono testimoni che siano in grado di rendere presente in questo nuovo ambiente il volto di colui che ci rivela il Padre». La Costituzione del Concilio Vaticano II, *Gaudium et spes*, ribadisce che Cristo «rivelando il mistero del Padre e del suo Amore svela anche pienamente l'uomo all'uomo e gli fa nota la sua altissima vocazione».

Fa eco e approfondisce Benedetto XVI nell'enciclica *Caritas in veritate*, dove dice che i mass media:

«Possono divenire occasione di umanizzazione non solo quando, grazie allo sviluppo tecnologico, offrono maggiori possibilità di comunicazione e di informazione, ma soprattutto quando sono organizzati e orientati alla luce di un'immagine della persona e del bene comune che ne rispecchi le valenze universali. I mezzi di comunicazione sociale – prosegue il Santo Padre – non favoriscono la libertà né globalizzano lo sviluppo e la demo-

crazia per tutti, semplicemente perché moltiplicano le possibilità di interconnessione e di circolazione delle idee. Per raggiungere simili obiettivi bisogna che essi siano centrati sulla promozione della dignità delle persone e dei popoli, siano espressamente animati dalla carità e siano posti al servizio della verità, del bene e della fraternità naturale e soprannaturale. Infatti, nell'umanità la libertà è intrinsecamente collegata con questi valori superiori».

Questo significa che ogni animatore pastorale, ogni utente della Rete che si apre a una *community* per crescere personalmente e aiutare gli altri a fare un cammino, deve soprattutto essere credibile e testimone verace per condotta di vita, soprattutto, se vuole annunciare il Vangelo, ai "nativi digitali", la generazione che vive già nel futuro. Anche nel settore dei mass media, come per ogni apostolato, "l'anima" è l'unione, il rapporto profondo, continuo, gioioso con Dio. Perché si riesce a comunicare solo quello che si possiede in spirito e verità, l'orizzonte religioso quotidiano, la vita che si vive.