



Diacronie

Studi di Storia Contemporanea

43, 3/2020

Miraggi e realtà: spazi e tempi della storia

I muri nello spazio dei flussi dell'era digitale

Michele BONAZZI

Per citare questo articolo:

BONAZZI, Michele, «I muri nello spazio dei flussi dell'era digitale», *Diacronie. Studi di Storia Contemporanea : Miraggi e realtà: spazi e tempi della storia*, 43, 3/2020, 29/10/2019,

URL: < http://www.studistorici.com/2019/10/29/bonazzi_numero_43/ >

Diacronie Studi di Storia Contemporanea → <http://www.diacronie.it>

Rivista storica online. Uscita trimestrale.

redazione.diacronie@hotmail.it

Comitato di direzione: Naor Ben-Yehoyada – João Fábio Bertonha – Christopher Denis-Delacour – Maximiliano Fuentes Codera – Tiago Luís Gil – Anders Granås Kjøstvedt – Deborah Paci – Mateus Henrique de Faria Pereira – Spyridon Ploumidis – Wilko Graf Von Hardenberg

Comitato di redazione: Jacopo Bassi – Luca Bufarale – Gianluca Canè – Luca G. Manenti – Fausto Pietrancosta – Elisa Tizzoni – Matteo Tomasoni – Luca Zuccolo



Diritti: gli articoli di *Diacronie. Studi di Storia Contemporanea* sono pubblicati sotto licenza Creative Commons 3.0. Possono essere riprodotti e modificati a patto di indicare eventuali modifiche dei contenuti, di riconoscere la paternità dell'opera e di condividerla allo stesso modo. La citazione di estratti è comunque sempre autorizzata, nei limiti previsti dalla legge.

3/ I muri nello spazio dei flussi dell'era digitale

Michele BONAZZI

***ABSTRACT:** Il fine di questo articolo è quello di gettare luce sull'evoluzione degli strumenti comunicativi e dei luoghi e dei tempi in cui si attua la comunicazione e di chiedersi come questa rivoluzione stia modificando i concetti stessi di accesso ed esclusione in relazione all'idea di muro. Si tenterà quindi di delineare le caratteristiche di questi cambiamenti in una prospettiva dialettica. Verranno evidenziate prima le opportunità legate alla possibilità di fornire strumenti atti a trascendere barriere fisiche e territoriali in modo da avvicinare idealmente gruppi sociali superando i concetti stessi di muri e prossimità; in un secondo momento si analizzeranno le nuove forme di esclusione sociale, impoverimento culturale e relazionale che assumono il ruolo di steccato semantico e rappresentano quindi nuove "strutture" di inaccessibilità tipiche della società digitale.*

***ABSTRACT:** The aim of this article is to shed light on the evolution of communication tools, places, and times in which the communication takes place and to ask how this revolution is modifying the very concepts of access and exclusion in relation to the idea of wall. The attempt is to delineate the characteristics of these changes in a dialectical perspective. Firstly, it will be highlighted the opportunities related to the possibility of providing tools to transcend physical and geographical barriers to connect social groups beyond the concepts of walls and proximity. Secondly, we will analyse the new forms of social exclusion, cultural and relational impoverishment that take on the role of semantic blocks and therefore represent new "structures" of inaccessibility typical of the digital society.*

Introduzione

Nel lontano 1992 Hannerz affermava che lo spazio a lui contemporaneo si andava definendo come "Ecumene globale", ossia come territorio in cui un continuo interscambio tra flusso globale e realtà locali avrebbe cancellato le frontiere consentendo una continua circolazione di idee, proposte culturali, modelli di consumo¹.

Questa visione profetica vede la sua concretizzazione nella rete digitale che pare annullare le concezioni tradizionali di spazio e tempo in una fruizione comunicativa che ingloba luoghi lontanissimi e che vive e agisce nella simultaneità² all'interno di una socievolezza condivisa.

¹ HANNERZ, Ulf, *Cultural Complexity: Studies in the Social Organization of Meaning*, New York, Columbia University, 1992.

² CASTELLS, Manuel, *Networks of Outrage and Hope. Social Movements in the Internet Age*, Cambridge, Polity Press, 2012.

O'Reilly definisce infatti «architettura della partecipazione»³ la somma delle pratiche digitali individuali che consentono a ognuno di inserirsi in un flusso semantico costante e nello stesso tempo di sentirsi protagonista della propria storia individuale e culturale da spartire con l'altro nella consapevolezza di essere ascoltati.

In questo orizzonte semantico che tutto ingloba nella sua capacità di assorbire input informativi ed espressivi che provengono da terre isolate, lontane e all'apparenza estranee tra loro e da spazi circoscritti e culturalmente dominanti in cui fioriscono proposte formative che si scontrano o si compongono in nuove letture del reale, si colloca una possibilità di fruizione onnivora che sembra poter annullare ogni differenza geografica e sociale tra centro e periferia nella opportunità di raggiungere e fare propri i messaggi che vivono all'interno della nuova galassia Gutenberg.

Questa solidarietà comunicativa che incorpora individui appartenenti a universi territoriali e socio-culturali diversi e distanti e che offre la possibilità di dichiarare in prima persona chi si è, ciò a cui si aspira, cosa si rifiuta, ciò a cui si nega credibilità e valore e infine cosa si condivide di quanto viaggia nel web pare sgretolare tutti i muri che si ergono nel rapporto tra sé e altro da sé.

In questo orizzonte segnato da quella che Ito definisce «economia della condivisione»⁴, in cui in apparenza non esistono steccati né impedimenti alla comunicazione, possono però crearsi degli ostacoli che rendono difficile l'accesso a quello che si connota come un universo della partecipazione totale, ostacoli di natura territoriale o sociale, oppure creati dalla separazione tra virtualità e realtà che può incrinare la relazionalità quotidiana fondata sulla concretezza del qui e ora, ed infine generati dalla costituzione di un mondo in cui il controllo delle informazioni che si rincorrono nella rete diviene privilegio dei pochi e non dei più. Come sostiene Rifkin stiamo assistendo, nella nuova era in cui stiamo vivendo, al passaggio dai mercati alle reti e alla sostituzione della proprietà con l'accesso a beni e servizi⁵.

L'universo informatizzato diviene spazio aperto all'occasione di una duplice lettura in quanto luogo in cui tutto appare possibile grazie a una comunicazione orizzontale e paritetica, ma nel quale possono ergersi barriere che si connotano come nuove forme di esclusione sociale, impoverimento culturale e relazionale e che assumono il ruolo di steccato semantico configurandosi come nuove "strutture" di inaccessibilità che sono portato della società digitale. La duplicità della rete diviene così un territorio in cui indagare la funzione del muro come fattore di esclusione in un mondo che presenta se stesso come il regno dell'inclusione paritetica.

³ O'REILLY, Tim, *The Architecture of Participation*, in *oreilly.com*, , giugno 2004, URL: < http://oreilly.com/pub/a/oreilly/tim/articles/architecture_of_participation.html > [consultato il 1° novembre 2019].

⁴ ITO, Joichi, «Weblogs and Emergent Democracy Version 3.2», in *joi.ito.com*, 2004, URL: < <https://joi.ito.com/static/emergentdemocracy.html> > [consultato il 1° agosto 2020].

⁵ RIFKIN, Jeremy, *The Age of Access. The New Culture of Hypercapitalism, Where all of Life is a Paid-For Experience*, New York, Penguin Books, 2000.

Il mio intento è quello di gettare luce sulle contraddizioni che ineriscono ai fenomeni legati alla digitalizzazione dell'esperienza comunicativa attraverso un'analisi dell'evoluzione degli strumenti del comunicare e dei luoghi e dei tempi in cui si attua la relazionalità intersoggettiva per giungere a chiedersi se e come questa «rivoluzione dolce»⁶ stia modificando i concetti stessi di accesso ed esclusione in relazione all'idea di muro.

Per delineare le forme e le strutture che, all'interno dell'universo digitale, possono inibire l'equità sociale, la relazionalità intersoggettiva, la libertà individuale e l'attitudine a conoscere e capire è utile, con l'aiuto delle voci di coloro che hanno scelto come oggetto di studio il fenomeno della digitalizzazione e i suoi riflessi sul reale, compiere un excursus sugli strumenti del comunicare e sulla loro evoluzione nella storia dell'uomo.

1. Gli strumenti del comunicare e i luoghi della comunicazione

L'uomo, come ci insegna Aristotele nel I Libro della sua *Politica*⁷, è animale sociale e la sua socialità si esplica attraverso strumenti che permettono la dialogicità interpersonale. Gli strumenti del comunicare sono appunto i mezzi che consentono all'uomo di costruire un universo di relazionalità collettiva; la loro trasformazione è la storia delle modalità con cui l'individuo ha edificato la sua identità come animale sociale.

L'evoluzione degli strumenti comunicativi e dei luoghi e dei tempi in cui si attua la comunicazione si intreccia indissolubilmente con le dinamiche di sviluppo sociale, con gli orientamenti culturali e valoriali e con la nascita e l'obsolescenza di modelli di comportamento, con la storia degli individui che si interrelano e operano nel tessuto sociale.

Possiamo individuare tre luoghi simbolici in cui si è attuata e si attua l'esigenza di comunicazione che porta l'uomo a cercare nell'altro un interlocutore con cui condividere le proprie idee, le proprie aspirazioni, il proprio vissuto o con cui confrontarsi per far emergere la propria visione del mondo: la piazza tradizionale, la piazza massmediale, la piazza digitale.

La prima è segnata da una relazionalità *face to face* fondata sull'oralità che mette direttamente in rapporto l'uomo con l'altro uomo, la seconda da un verticismo comunicativo che affida il suo potere alla pervasività dei media elettronici, la terza da un recupero dell'orizzontalità semantica in cui, attraverso i media digitali, ognuno è a un tempo consumatore e produttore di input comunicativi.

⁶ SERRES, Michel, *Petite Poucette*, Paris, Le Pommier, 2012.

⁷ ARISTOTELE, *Politica*, Roma-Bari, Laterza, 2007.

La piazza, dall'agorà ateniese al foro romano, dalla piazza medioevale a quella comunale, era, ed è ancora oggi in alcuni momenti della nostra vita pubblica, lo spazio sociale in cui i rapporti intersoggettivi sono vissuti in una dimensione collettiva.

Attraverso la parola parlata in un rincorrersi di voci, suoni, interlocuzioni, appelli, proteste, conversazioni con accenti diversi, ora appassionati, ora risentiti, ora suadenti, ora imperativi, si celebravano riti collettivi di matrice religiosa, politica, ludica nei quali si incontravano tradizioni e innovazioni, simboli del passato e nuove categorie sociali in uno spazio protetto, ma aperto al confronto in cui le istanze dei singoli e quelle dei gruppi si incontravano e si ascoltavano vicendevolmente in quanto fondate sulla adesione a sistemi di significato comuni.

Con la comparsa e il definitivo trionfo dei media elettronici la simmetria comunicativa tra fonte e destinatario viene infranta: la potenza semantica dei media elettronici muta la percezione dei singoli nella misura in cui essi rimisurano e rimodellano spazi e tempi, si fanno portatori di frammenti di mondi lontani, rivisitano la quotidianità osservandola da prospettive diverse, propongono nuovi modelli di comportamento, fanno nascere grandi narrazioni che entrano a far parte dell'immaginario collettivo.

Le abitudini quotidiane si modificano nella misura in cui i media elettronici, forti della loro potenza comunicativa, si inseriscono nel sistema delle relazioni sociali, nella composizione del nostro processo identitario, nella progettazione del nostro mondo vitale offrendo schemi di comportamento, modelli di elaborazione della realtà, orientamenti culturali e sociali.

I contenuti, i linguaggi, le forme comunicative dei media entrano a far parte delle relazioni dialogiche quotidiane: il mondo narrato acquista la stessa consistenza del mondo vissuto, entrando a far parte di diritto della vita reale.

La piazza massmediale allarga i confini della conoscenza, ma è caratterizzata da un processo comunicativo che in un primo momento si muove secondo una direzione verticale: i messaggi partono dai media e arrivano ai fruitori che sono più o meno disposti a farsi carico del loro impatto comunicativo; solo una volta raggiunti i fruitori, attraverso o meno la mediazione dei leader d'opinione, essi si rifrangono in mille rivoli nella relazionalità orizzontale *face to face*, la quale prolunga l'impatto referenziale, conativo ed espressivo della comunicazione dei media.

Esiste quindi una fonte asimmetricamente comunicativa rispetto al destinatario, una fonte che è l'origine prima della diffusione semantica.

In questo panorama, negli anni Novanta, compare e gradualmente si diffonde un nuovo mezzo comunicativo destinato a mutare profondamente il modo di essere e di vivere, la qualità e la quantità dei rapporti interpersonali, lo sguardo sul mondo spazialmente vicino o lontano da noi.

L'invenzione del computer, la sua utilizzazione sempre più estesa, la realizzazione di una rete di comunicazione che ingloba individui che vivono e operano in diversi paesi e addirittura in diversi emisferi legano in una trama semantica i singoli prima isolati nella loro fruizione mediale.

In realtà tra media tradizionali e i media digitali non c'è estraneità di contenuti, di argomenti, di informazioni, ma rapporti continui di interrelazione reciproca.

Bolter e Grusin⁸, sulla scorta dell'affermazione di McLuhan⁹ secondo cui ogni nuovo medium assimila i contenuti partoriti dai media che sono venuti prima di lui, a loro volta eredi di quelli che li hanno precedenti, creano il neologismo rimediazione (*remediation*), per indicare l'influenza reciproca dei media per cui ognuno cannibalizza elementi dell'altro in un reciproco scambio multidimensionale. Alla base della rimediazione agisce una doppia logica contrastante e coesistente che si fonda sul rapporto biunivoco tra il fattore dell'immediatezza (*immediacy*) per cui il medium tende a scomparire nella rappresentazione della realtà e il fattore della ipermediazione (*hypermediacy*) grazie al quale è il medium e non l'oggetto a essere in primo piano.

Il portato della nascita di internet non consiste tanto nella possibile originalità di contenuti o argomenti mediati dallo strumento di comunicazione digitale, ma nel nuovo rapporto tra fonte e destinatario inaugurato dall'era del web.

Secondo Rainie e Wellmann tre rivoluzioni hanno contribuito a modificare profondamente l'essere nel mondo degli individui che si sono scoperti come viaggiatori virtuali capaci di navigare nella rete in una comunione simultanea al di là degli spazi circoscritti deputati alla relazionalità intersoggettiva¹⁰.

La prima è la rivoluzione delle Reti Sociali che ha permesso alle persone di comunicare oltre il gruppo coeso di appartenenza spazialmente determinato e di muoversi al di là e al di qua di questi mondi sociali diversificando le relazioni interpersonali.

La seconda è la rivoluzione di Internet che ha concesso agli utenti di allagare il bacino delle proprie informazioni e di trasformarsi in promotori dei loro messaggi, quindi in *broadcaster* di se stessi, acquistando un potere comunicativo sconosciuto fino ad allora.

La terza è la rivoluzione della Telefonia Mobile che ha convertito l'ICT in un complemento del corpo. Noi, ovunque siamo, anche a chilometri di distanza, possiamo connetterci con chiunque in una prossimità comunicativa istantanea, bypassando la separazione fisica tra le persone.

Il *networked individualism*¹¹ è caratterizzato dal fatto che i singoli ascoltano, pensano, riflettono e sentono più come individui connessi che come componenti inseriti in un gruppo, a meno che questo gruppo non viva, prosperi e si allarghi attraverso la rete digitale. La loro connessione è garanzia di libertà espressiva e di autonomia delle loro idee e delle loro valutazioni sul mondo.

⁸ BOLTER, David, GRUSIN, Richard, *Remediation Understanding new media*, Cambridge, MIT Press, 1999.

⁹ MCLUHAN, Marshall, *Understanding Media: The Extensions of Man*, Toronto, McGraw Hill, 1964.

¹⁰ RAINIE, Lee, WELLMAN, Barry, *Networked: The New Social Operating System*, Cambridge, MIT Press, 2012.

¹¹ *Ibidem*.

Ciò che contraddistingue lo strumento digitale è la modalità di trasmissione delle comunicazioni e il rapporto tra fonte e destinatario, anche se i contenuti di cui è portatore sono transitati dagli altri media e viceversa.

Come suggerisce Negroponte nel suo saggio *Essere Digitali*¹² alla passività, vera o presunta, portato dei media elettronici, si sostituisce la produttività semantica dei media digitali in cui un'audience creativa si ritaglia il ruolo da protagonista nell'elaborazione e rielaborazione dei messaggi.

Il passaggio dalla società moderna di massa alla società in rete, secondo la riflessione di Castells, ha portato a una totale autonomia nei processi di comunicazione¹³. Il potere possiede due strumenti per affermare se stesso: la coercizione e la comunicazione. Usare la violenza o esercitare nei confronti degli individui la manipolazione simbolica permette a chi detiene il potere di elaborare un meccanismo di coartazione tendente a impedire ai singoli di far udire la propria voce¹⁴.

L'eterodirezione di questo processo può essere, e viene di fatto, contrastata dalla rete che consente di costruire spazi di libertà e di partecipazione, e quindi di rendere possibili «autocomunicazioni di massa»¹⁵: le opinioni, i giudizi, le informazioni non provengono più solo da fonti, palesi od occulte, che gestiscono in totale autonomia comunicativa il potere a proprio esclusivo vantaggio, ma dai singoli ai quali viene per la prima volta concesso di esprimere se stessi e le proprie convinzioni generando input anomali, e quindi di contare e di contarsi nella proposizione di un nuovo modo di vedere il mondo rispetto a quello che il potere ha confezionato per loro contrabbandandolo come vero.

Nella piazza digitale non abbiamo più una fonte che in una direzionalità verticistica detiene il monopolio delle informazioni, delle interpretazioni delle categorie valoriali ed estetiche da proporre come modello, della dinamica delle emozioni da spartire solo in un secondo momento nei rapporti interpersonali *face to face*, ma un territorio inclusivo in cui ogni individuo che si collega nella rete, all'interno del network, riveste la duplice funzione di produttore di messaggi e di fruitore di quelli che altri lanciano nel web sentendosi parte integrante di un universo semantico che vive e si autoalimenta nella connessione e per la connessione dei suoi utenti.

2. Il *prosumer* digitale

¹² NEGROPONTE, Nicholas, *Essere digitali*, Milano, Sperling & Kupfer, 1999 [ed. or.: *Being Digital*, New York, Alfred A. Knop, 1995].

¹³ CASTELLS, Manuel, *Communication power*, Oxford, Oxford University Press, 2009.

¹⁴ ID., *Networks of Outrage and Hope. Social Movements in the Internet Age*, cit.

¹⁵ ID., *Communication power*, cit.

Il termine *prosumer* è formato dalla crasi di due parole: *producer* e *consumer*. Esso indica un consumatore che ricopre un ruolo attivo nel processo di produzione in quanto il suo agire dotato di senso, sia di tipo materiale che simbolico, interviene fattivamente nella dinamica creatrice.

La coniazione del termine risale a Toffler che nel suo testo *The Third Wave*¹⁶ preconizza l'avvento di una terza ondata rivoluzionaria in grado di trasformare il nostro modo di essere nel mondo. La prima ondata è quella relativa alla rivoluzione agricola che ha reso l'individuo capace di intervenire sulla natura piegandola alle sue esigenze e trasformando il paesaggio, la seconda ondata è quella ascrivibile alla rivoluzione industriale che ha creato un sistema produttivo fondato sulla meccanizzazione e sullo sfruttamento di nuove fonti di energia, la terza ondata è quella che conduce alla fine della storica separazione tra produttori e consumatori e all'avvento dell'economia del *prosumer*, produttore e consumatore insieme.

Nella società digitale la figura del *prosumer* assume un ruolo centrale¹⁷.

Un mercato di informazioni su conoscenze, beni e servizi, forme di comportamento e di relazioni, storie, pronunciamenti sul mondo, suggerimenti, giudizi benevoli o sprezzanti, è a disposizione di chiunque voglia impadronirsene e sua volta dichiarare i suoi gusti, le sue valutazioni, i suoi saperi, frammenti della sua vita privata che vuole rendere pubblica.

Attraverso la rete prende vita un processo che ingloba in uno spazio dei flussi e in tempo senza tempo¹⁸ conoscenze e storie di una quotidianità squadernata in un palcoscenico virtuale, enunciazioni su sistemi valoriali, modelli di consumo.

Di questo orizzonte inclusivo il *prosumer* è re: lancia messaggi, ne riceve, esprime il suo parere su tutto e su tutti, diventa a suo modo *influencer*, o crede di diventarlo, sperimentando una libertà comunicativa che lo rende protagonista della galassia digitale.

Paiono cadere i muri che isolavano mondi protetti: la star, il politico, il campione sportivo possono essere oggetto di culto, testimoniato attraverso i *like* e i commenti entusiasti che ricevono, ma anche di giudizi, a volte impietosi, a cui devono rispondere per difendersi, pena l'oscuramento della propria immagine. Non ci sono segreti nel web: tutto viene analizzato, commentato, giudicato in tempo reale.

Se prima dell'avvento di internet la produzione gestiva il brand degli oggetti la cui efficacia veniva testata attraverso analisi di mercato, oggi, con l'affermarsi delle reti digitali aperte al confronto tra gli utenti che sono in grado di esprimere senza intermediari il loro gradimento o la loro critica, più o meno severa, sui prodotti commercializzati, la strategie di marketing vengono

¹⁶ TOFFLER, Alvin, *The Third Wave*, New York, Bantam Book, 1980.

¹⁷ RITZER, George, DEAN, Paul, JURGENSON, Nathan , «The coming of age of the prosumer», in *American Behavioral Scientist*, 56, 4/2012, pp. 379-398.

¹⁸ CASTELLS, Manuel, *Networks of Outrage and Hope. Social Movements in the Internet Age*, cit.

pianificate anche tenendo conto dei potenziali consumatori con cui tendono a instaurare un rapporto diretto e privilegiato teso a metter in moto un processo di fidelizzazione.

Una logica partecipativa presiede alle dinamiche comunicative dell'online: il web si pone come universo di libertà in cui anche gli outsiders possono intervenire nel sistema di creazione di nuovi contenuti, e quindi divenire produttori di comportamenti socio-culturali innovativi che, grazie al digitale, non rimangono patrimonio di un ristretto numero di persone, ma contribuiscono alla modellizzazione dell'immaginario collettivo¹⁹.

Dialoghi fittissimi si intessono tra amici o tra persone sconosciute: la piazza digitale diviene un'arena sterminata in cui si parla, si discute, si litiga, ma in cui, comunque, ci si ritrova come personaggi principali di una storia infinita, fieri della propria esistenza comunicativa, forse anche della propria esistenza *tout court*.

Il confronto attraverso la rete crea anche gruppi a cui si accede previa accettazione di un'offerta di amicizia, gruppi che si nutrono di una connessione continua; questi gruppi si possono configurare secondo la terminologia di Maffesoli²⁰ e Cova²¹ come gruppi neo-tribali in quanto non collocati in uno spazio-tempo determinato, ma comunque segnati da una qualità emotiva e relazionale elevata.

Una tribù, nel senso postmoderno del termine (o "neotribù", perché è molto diversa dalla definizione antropologica; Cova, 2003), costituisce un insieme di individui non necessariamente omogenei fra loro (in termini di caratteristiche sociali oggettive), ma interrelati mediante un'identica soggettività, affettività o etica, e capaci di svolgere azioni microsociale vissute intensamente benché effimere²².

Il desiderio di far parte di un gruppo risponde da sempre all'esigenza di sentirsi fondati in un orizzonte amicale che culla e sostiene all'interno di una trama affettiva condivisa. Ciò permette di sperimentare, come sostiene Maffesoli, «il tenersi al caldo, il sostenersi a vicenda, lo stringersi agli altri»²³.

Quello che contraddistingue il gruppo neo-tribale che si struttura all'interno della rete è il suo essere un'aggregazione non autoreferenziale, ma disponibile a schiudersi verso l'esterno: essa può

¹⁹ RICCIARDI, Mario, «Friction sociology», in *Sociologia italiana. Ais Journal of Sociology*, 4, 2014, pp. 103-121.

²⁰ MAFFESOLI, Michel, *Le Temps des tribus, le déclin de l'individualisme dans les sociétés de masse*, Paris, La Table Ronde, 1988.

²¹ COVA, Bernard, *Il marketing tribale. Legame, comunità, autenticità come valori del Marketing Mediterraneo*, Milano, Il Sole 24 Ore, 2003.

²² COVA, Bernard, GIORDANO, Alex, PALLERA, Mirko, *Marketing non convenzionale*, Milano, Il Sole 24 Ore, Milano, 2007, pp. 14-15.

²³ MAFFESOLI, Michel, *Le Temps des tribus, le déclin de l'individualisme dans les sociétés de masse*, cit. La citazione è tratta dalla versione italiana: *Il tempo delle tribù. Il declino dell'individualismo nelle società postmoderne*, Milano, Guerini e Associati, 2004, p. 47.

formarsi, sciogliersi per riformarsi ancora, e i suoi membri mantengono rapporti con altre persone e/o con altri gruppi.

La piazza digitale è un universo in divenire in cui mille voci si incontrano da luoghi vicini o lontanissimi in una contiguità non più fisica, come nei gruppi tradizionali, ma intellettuale ed emotiva che supporta e alimenta continuamente «il senso del noi»²⁴.

Inserito in gruppi o outsider responsabile solo di se stesso, il singolo approda alla rete sentendosi, a torto o a ragione, padrone del proprio destino comunicativo e finalmente depositario della possibilità concreta di far parte della produzione creativa di un mondo narrato e rinarrato in una spirale senza fine che appartiene a tutti in quanto è stato costruito collettivamente.

È un mondo colorato di ottimismo: tutti possono partecipare di diritto, tutti possono liberamente esprimere le proprie opinioni, dichiarare la propria esistenza come soggetti degni di essere ascoltati.

In questo “universalismo delle differenze”²⁵ non esistono barriere.

Nella percezione collettiva dei viaggiatori virtuali la forma digitale è sinonimo di libertà espressiva, di trasparenza e di autonomia semantica, poiché da un lato in essa si realizza una comunicazione autenticamente paritetica con diritto di parola o di replica per ogni utente, dall'altro in essa tutto è chiaro e trasparente, senza simulazioni, anche se non senza conflitti, senza sovra o sotto strutture che ne inquinino l'assoluta visibilità, tutto è autonomo rispetto a ogni comunicazione verticistica proveniente da altri media in quanto ciò che vive nel web acquista una sicura patente di autenticità nel suo essere sempre ricreato ex novo.

Che ci sia un passaggio di contenuti e di forme tra un medium e un altro, che il web ricicli e riattivi argomenti degli altri media i quali a loro volta attingano a quanto la rete produce e attualizza, ciò comunque non incide sulla presentazione che il digitale offre di se stesso: è un'immagine di bruciante attualità, di un tessuto semantico vergine che viene scritto in continuo divenire e che non deve nessun tributo a nessuno, di una rassicurante democrazia comunicativa nella quale ognuno è attore della propria storia e del proprio destino e in cui a nessuno è interdetto l'ingresso nella rete.

Lo squadernamento delle conoscenze facilmente reperibili e quindi assimilabili da parte di chiunque, la compresenza di più modelli di consumo e di riuscita sociale, l'inesistenza di barriere che ostacolano l'interattività personale, la consolante continua presenza degli altri, compagni di strada in un fittissimo scambio di messaggi offrono una rappresentazione del digitale come di un

²⁴ DE BENEDITTIS, Mario (a cura di), *Comunità in rete. Relazioni sociali e comunicazione mediata da computer*, Milano, Franco Angeli, 2003.

²⁵ MARRAMAO, Giacomo, *La passione del presente. Breve lessico della modernità-mondo*, Torino, Bollati Boringhieri, 2008.

universo senza fratture, anche se in esso prosperano liti e contrapposizioni, che garantisce libertà espressiva e promozione di se stessi in comunione con gli altri all'interno di un orizzonte condiviso.

È possibile però individuare in questo spazio apparentemente inclusivo e determinante per l'incremento del proprio capitale culturale e sociale delle nuove forme di muri, di diverso genere e caratterizzazione rispetto a quelli fisici, ma altrettanto efficaci e strutturati, che agiscono non solo a livello digitale, ma che si possono riflettere con il loro carico di esclusione e di pena nella realtà delle vita quotidiana²⁶.

3. La società digitale e i suoi muri

3.1. Muri digitali di accesso alle stesse opportunità sociali

Il superamento del verticismo della comunicazione propria dei media elettronici e la conquista da parte della società digitale di una interrelazione semantica orizzontale fondata su un modello di trasmissione mancante di un centro di diffusione primaria coltivano l'illusione del venir meno dei confini e del moltiplicarsi delle possibilità di fruizione dei saperi per chiunque e in qualsiasi zona del mondo.

In realtà esistono dei luoghi e dei soggetti che non possono partecipare a questa infinita globalizzazione delle conoscenze e dei rapporti interpersonali. La società digitale deve fare i conti con il *digital divide*, ossia con la disparità di accesso agli strumenti digitali da parte di aree geografiche e di fasce della popolazione.

Alcune aree del mondo sono penalizzate in quanto non hanno a disposizione mezzi sufficienti per dotarsi di installazioni informatiche e della loro connessione rimanendo così ai margini del progresso tecnologico e sociale.

All'interno dei singoli stati due variabili incidono sulla parità nelle opportunità comunicative: la condizione socio-economica delle singole famiglie o l'emarginazione di interi gruppi familiari e la collocazione geografica di alcuni territori non idonei a essere raggiunti dai segnali della comunicazione digitale in quanto l'investimento delle compagnie di telecomunicazioni sarebbe economicamente troppo gravoso.

In questa mappa geografica della galassia digitale convivono, a volte fianco a fianco, zone illuminate dalle connessioni su scala globale e zone d'ombra che ne sono prive.

²⁶ PALTRINERI, Roberta, DEGLI ESPOSTI, Piergiorgio, «Processes of Inclusion and Exclusion in the Sphere of Prosumerism», in *Future Internet*, 5, 2013, pp. 21-33.

Nelle prime si situano coloro che possono entrare in contatto con una molteplicità di utenti e sviluppare relazioni con persone che vivono in paesi lontani e/o che sono portatori di diverse culture, e che quindi possono accedere a conoscenze, istruzione, migliori opportunità di lavoro, scambi culturali e amicali che arricchiscono il loro vissuto, nelle seconde quelli che non hanno accesso all'uso di tecnologie online o non ne hanno l'abilità e quindi sono emarginati rispetto alle risorse che la rete può offrire. Questi muri riattualizzano la definizione di anomia di Merton²⁷, sottolineando come se le mete sociali sono uguali per tutti, al contrario i mezzi per poterle raggiungere divergono fortemente a secondo del posizionamento socio-culturale ed economico.

Questo aspetto della società digitale può essere definito “*digital social inequality risks*”²⁸ che si traduce in diseguaglianza politico-sociale e quindi si concretizza in una dinamica di esclusione e di marginalità che costituisce un muro invalicabile per coloro che di fatto sono esclusi da ogni processo di digitalizzazione della vita quotidiana.

3.2. Muri relazionali all'interno del sé e fuori del sé tra virtualità e mondo reale

Navigare in internet, spingersi verso luoghi lontani, intessere relazioni con amici di sempre o persi da tempo e ritrovati, con sconosciuti che portano con sé il fascino della possibile diversità e dell'ignoto possono generare un esaltante senso di libertà e di potere e nello stesso tempo una percezione della vita offline come una sbiadita copia di quella online.

Il territorio in cui devi quotidianamente misurarti con le difficoltà, le fatiche, le rinunce, il confronto diretto con l'altro che può mettere in crisi la tua autostima e la fiducia in te stesso può trasformarsi in uno spazio relazionale privo di attrattive rispetto a una platea infinita di fruitori con cui puoi esporti e discutere dietro lo schermo rassicurante dello strumento digitale e a cui puoi presentarti con il tuo nome e cognome, ma anche anonimamente dietro una maschera che cela le tue eventuali fragilità o ancora costruirti diverse identità a cui vengono assegnati nomi diversi e che riflettono aspetti di ciò che si è o di ciò che si vorrebbe essere.

Questo agire che conduce a una presentazione di un io reale o di un io a volte edulcorato nelle sue carenze o manipolato per assumere altri volti e altre vite può essere vissuto come una straordinaria opportunità per promuovere se stessi in una libertà assoluta, come un gioco di specchi in cui comunque si mantiene costante il rapporto con il reale e la sua a volte sofferta quotidianità, ma può anche condurre il singolo a rinchiudersi all'interno di un'immagine del sé talmente gratificante da perdere il contatto con la propria realtà esistenziale.

²⁷ MERTON, Robert K., «Social Structure and Anomie», in *American Sociological Review*, 3, 5, October 1938, pp. 672-682.

²⁸ LUPTON, Deborah, *Digital Risk Society*, in BURGESS, Adam, ALEMANNI, Alberto, ZINN, Jens (ed. by), *The Routledge Handbook of Risk Studies*, London, Routledge, 2016, pp. 301-309.

All'interno di un panorama fluido e cangiante in cui l'essere in continua connessione può divenire l'essenza stessa dell'atto comunicativo ci si può perdere dietro la costruzione in fieri di un'immagine gratificante in cui proiettare tutte le aspettative di una vita che non ci è dato vivere, dimenticando o negando la vita reale alla quale, volenti o nolenti, apparteniamo e che è parte ineliminabile del nostro essere nel mondo.

L'obbligo imprescindibile di allargare a dismisura il numero dei propri "amici" per un'autopromozione infinita di se stessi coltiva il narcisismo degli utenti digitali²⁹ e può far perdere il contatto con ciò che siamo per rifugiarci in chi vorremmo essere.

In questo caso il muro non si costituisce come barriera tra sé e gli altri, ma fra il sé immaginato e il sé vissuto.

L'ampliamento del proprio bacino amicale attraverso la progressiva costruzione di una catena virtuale fatta di amici degli amici, la necessità cogente di postare foto, pensieri, commenti sulla propria vita e su quella degli altri, di leggere continuamente messaggi per rimanere in contatto con il mondo online possono tacitare gli input che provengono dalla vita reale, ignorare i contatti fisici con chi ci sta accanto, trascurare l'ascolto delle parole pronunciate da coloro che condividono lo spazio circoscritto della concretezza tangibile del reale.

La vita digitale può divenire l'unica vita autentica, smagliante rispetto al grigiore di un'esistenza segnata dalle difficoltà e dagli inciampi che le relazioni concrete e vissute nel quotidiano portano con sé; e i rapporti interpersonali instaurati sul web possono risultare più facili, più appaganti, più soddisfacenti, sia negli accordi che negli scontri, di quelli sperimentati nella fisicità degli incontri face to face.

L'identità faticosamente costruita ogni giorno in un processo in cui nulla è mai certo e definitivo in quanto costellato di trionfi e di improvvise cadute non regge il confronto con una promozione di se stessi attraverso immagini costruite su un modello ideale senza fratture e senza conflitti. L'intervento esterno di un tu critico che ha la capacità o la crudeltà di insidiare l'identità virtuale può essere messo a tacere con una decisa controffensiva verbale o con la definitiva cancellazione dello scomodo interlocutore.

Turkle ha dedicato allo studio della costruzione identitaria nel cyberspazio e alle differenti qualità dei rapporti sociali nel reale e nel virtuale una trilogia iniziata nel 1984 con *The Second Self*³⁰, proseguita nel 1995 con *Life on the Screen in the Age of the Internet*³¹ e conclusa nel 2011 con *Alone Together*³².

²⁹ LOVINK, Geert, *Networks without a Cause. A Critique of Social Media*, Cambridge, Polity Press, 2011.

³⁰ TURKLE, Sherry, *The Second Self. Computers and the Human Spirit*, Cambridge, MIT Press, 1984.

³¹ ID., *Life on the Screen in the Age of the Internet*, New York, Simon&Schuster, 1995.

³² ID., *Alone Together. Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*, New York, Basic Books, 2011.

La Turkle individua nella molteplicità di possibili maschere la caratteristica principale dell'identità nel mondo digitale. Nei suoi primi due saggi la possibilità di creare diversi volti per ogni individuo offerta dalla comunicazione che passa attraverso il computer viene vista positivamente come strumento per conoscere e per conoscersi, per inventarsi e reinventarsi continuamente, per approdare a un arricchimento del rapporto con se stessi e con gli altri.

Nell'ultimo testo della trilogia della Turkle, *Alone Together*, le aumentate possibilità di connessione offerta dai media digitali che consentono di ideare più vite e parallelamente di instaurare molteplici relazioni con persone conosciute e sconosciute possono trasformare le comunità nate e cresciute nella galassia digitale in un surrogato della vita sociale: gli individui lanciati nel web alla ricerca di legami digitali sempre più numerosi e complessi corrono il rischio di perdere la capacità di instaurare legami reali o di riconoscere la carica di empatia fisica e psichica che questi rapporti generano in chi ne identifica il valore.

Potremmo a poco a poco non essere più in grado di riconoscere chi ci è vicino come interlocutore privilegiato nel nostro processo di crescita e di maturazione a vantaggio di chi incontriamo nel cyberspazio e di cui sappiamo solo ciò che possiamo apprendere dalla sua immagine virtuale.

Lo steccato non nascerebbe all'interno dell'io, ma tra mondo reale e mondo virtuale che gradualmente potrebbe sostituire la pulsante vitalità, il calore, la autenticità di ciò che siamo qui e ora, in contatto con chi ci vive accanto e/o con chi incontriamo casualmente nelle strade del nostro mondo e di quello altrui³³.

3.3. Sorveglianza Liquida e Panopticon digitale

Bauman³⁴ ha individuato come caratteristica della società postmoderna la liquidità, il non avere confini certi e definiti, la fluidità dei modelli sociali, la mutevolezza dei parametri culturali. La rete digitale ne è la rappresentazione più compiuta: è essenzialmente policentrica, condannata a un divenire costante, aperta a continui mutamenti.

Questo universo instabile senza punti di riferimento garanti di una rassicurante visione del mondo accettata come vera, anche se non sempre costruita collettivamente, pare essere il regno della libertà assoluta di dire, di pensare, di credere, senza sorveglianza e senza controllo.

In realtà il padre dell'etnografia digitale, Rheingold, che per primo si è dedicato a uno studio delle comunità in rete, pur sottolineandone le potenzialità creative e l'attitudine a dare vita a una

³³ Per un approfondimento sul tema si suggerisce il fenomeno degli Hikikomori.

³⁴ BAUMAN, Zygmunt, *Liquid Modernity*, Cambridge, Polity Press, 2000.

“agorà elettronica” fondata sulla democrazia digitale, individua il pericolo di un possibile controllo dei dati che viaggiano nella rete³⁵.

Rheingold, richiamandosi al concetto di *Panopticon* ideato da Bentham³⁶, e ripensato da Foucault nel suo saggio *Sorvegliare e punire. Nascita della prigione*³⁷, mette in evidenza come un rischio della società digitale sia legato al pericolo di trasformare le strutture tecnologiche delle reti delle comunicazioni in strumenti di sorveglianza degli utenti che postano sul web dati sulla loro vita, le loro scelte di consumo, le loro idee, i loro pensieri.

Il riferimento al *Panopticon* e al tema della dialettica tra sorvegliati e sorveglianti, teorizzato da Foucault, per cui lo stesso sorvegliato diventa agente attivo del proprio assoggettamento, introduce un discorso sul possibile controllo sui dati della rete.

Non si tratterebbe più di una sorveglianza da pochi a molti, ma da molti a molti: una sorta di controllo orizzontale, definito da Colombo «interveillance»³⁸, per cui i navigatori digitali si controllano a vicenda in un incrocio paritario di sguardi.

Il *prosumer* non solo produce e consuma ad un tempo, ma a volte esercita anche la funzione di controllare la produzione degli altri.

Controllori e controllati si scambiano vicendevolmente il loro ruolo in una sorta di *Omniopticon* ossia «una democratizzazione dello sguardo che è divenuta realtà con l'emergere dei siti di social network»³⁹.

Panopticon e *Omniopticon* sono due concettualizzazioni lontane nel tempo, ma contrassegnate dalla riproduzione autopoietica del controllo sociale: oggi come allora è l'essere umano stesso a divenire attore della propria “prigionia”.

La traduzione italiana del saggio di Bauman e Lyon *Liquid Surveillance* ha come titolo *Sesto potere*⁴⁰. Questa scelta editoriale è una chiave di lettura illuminante del dialogo tra i due studiosi: la sorveglianza liquida come dispositivo di potere e di controllo diviene una barriera alla libertà espressiva del singolo che viene sottoposta a un monitoraggio continuo che può utilizzare i pensieri e le emozioni degli utenti della rete come oggetti di cui usufruire per scopi e strategie di cui non è facile indagare il senso e la direzione.

Questa sorveglianza liquida può tradursi in un potere occulto che, attraverso la continua lettura e la parallela organizzazione dei dati sfornati quotidianamente dalla rete, è in grado di

³⁵ RHEINGOLD, Howard, *The virtual community: Homesteading on the electronic frontier*, New York, Harper-Collins, 1993.

³⁶ BENTHAM, Jeremy, *Panopticon or the inspection-house*, London, T. Payne, 1791.

³⁷ FOUCAULT, Michel, *Surveiller et punir, naissance de la prison*, Paris, Gallimard, 1975.

³⁸ COLOMBO, Fausto, *Il potere socievole, Storia e critica dei social media*, Milano, Mondadori, 2013.

³⁹ JURGENSON, Nathan, «Review of Timoner's We Live in Public», in *Marketing, Consumption and Surveillance*, 8, 3/2011, pp. 374-378.

⁴⁰ BAUMAN, Zygmunt, LYON, David, *Liquid Surveillance: A Conversation*, Cambridge, Polity Press, 2013.

conoscere tutto di noi che diveniamo oggetto di analisi accurate e di conseguente orientamento dei comportamenti e delle scelte non solo di consumo.

Nel saggio *Il capitalismo della sorveglianza*⁴¹ Zuboff parla di una architettura globale di sorveglianza delineando uno spaccato inquietante della galassia digitale in cui tutti allegramente e disinvoltamente ci tuffiamo liberi di condividere i nostri dati, di dichiarare le nostre preferenze, di esibire i nostri acquisti, i nostri figli, le nostre vacanze, i particolari minimi, e a volte più intimi, della nostra vita.

I profili delle esistenze squadernate attraverso lo schermo di piccoli e grandi computer per la necessità cogente di ritrarsi, di fotografare ogni spazio vitale di cui siamo protagonisti o testimoni, di condividere ogni scelta, ogni evento, ogni più piccolo pensiero, sono un portato di una diffusa epidemia che contagia sempre più persone.

Se ti colleghi frequentemente a Facebook, Instagram e simili sei *in*, altrimenti sei *out*, residuo fossile di un mondo che non esiste più. Nulla accade veramente se non c'è testimonianza visiva dell'accadimento. Questa mole di dati non costituisce una trama orizzontale di significanti e significati da spartire tra individui coinvolti solo per il loro desiderio sapere e di contare, ma viene utilizzata per fini commerciali o politici.

La libertà del cyberspazio può tradursi in sottomissione, volontaria ma non per questo meno insidiosa, a poteri che abilmente riescono a condizionare le scelte di noi fieri della nostra autodeterminazione comunicativa. Ancora una volta un muro, più pericoloso in quanto non visibile, si instaura fra noi sottomessi inconsapevoli e i nostri gentili oppressori.

3.4. La società digitale e la conoscenza

I latini usavano il verbo *intelligere* per indicare l'azione del leggere dentro le cose, *intus legere*, cioè andare al di là della superficie, penetrare nell'essenza e nella possibile verità di ciò che l'uomo ha di fronte e che si apre alla sua volontà di comprendere.

Nella galassia digitale l'intelligenza, intesa come la capacità di penetrare nel nucleo di ciò che sta dentro di noi e fuori di noi, pare allargarsi e approfondirsi grazie alla velocità con cui i nuovi media consentono di reperire le informazioni e di spartirle al di là dei confini e dei limiti spazio temporali in cui ci è dato vivere.

In un tempo senza tempo e in uno spazio senza luogo le informazioni si intersecano, si sovrappongono, crescono a dismisura dando vita a quella che Levy definisce «intelligenza collettiva»⁴². Se, come sostiene Levy, nessuno sa tutto e ognuno sa qualcosa, l'ammontare di tutte

⁴¹ ZUBOFF, Shoshana, *The Age of Surveillance Capitalism*, London, Profile Books, 2019.

⁴² LEVY, Pierre, *L'Intelligence collective. Pour une anthropologie du cyberspace*, Paris, La Découverte, 1994.

le conoscenze dà luogo a un insieme che è più della somma delle parti. Questa effervescenza collettiva può quindi produrre un surplus cognitivo⁴³ basato sulla creatività e la partecipazione alla produzione di contenuti digitali condivisi.

Il processo di apprendimento dei dati che avanza supportato dalle tecnologie digitali si fa corale: gli orizzonti del sapere non solo si dilatano all'infinito, ma fondano nelle loro interconnessioni reciproche un'intelligenza collettiva che mobilita le competenze e le mette al servizio di un agire sociale condiviso.

Gli individui, emancipati dal ruolo passivo di puri ricettori o di puri consumatori, partecipano liberamente e attivamente alle dinamiche denotative e connotative che vengono a creare una dimensione gnoseologica senza territorio di appartenenza e senza centro esclusivo di produzione della conoscenza.

Le attività comunicative degli utenti interconnessi nel cyberspazio producono un contesto semantico favorevole non solo allo scambio di informazioni, emozioni, giudizi, narrazioni di scoperte e di sguardi eccentrici sul mondo, ma anche alla costituzione di un sapere e di una competenza generati dalla collaborazione dei molti che a loro volta usufruiscono dei saperi e delle competenze della comunità globalizzata a cui hanno contribuito a dare vita.

De Kerckhove, ispirandosi alla teoria dell'intelligenza collettiva di Levy, elabora il concetto di intelligenza connettiva che ne è da un lato una rielaborazione critica, dall'altro una concretizzazione⁴⁴.

De Kerckhove pone l'accento sulla possibilità che la rete offre di moltiplicare e non solo di sommare le intelligenze⁴⁵: è la continua interrelazione semantica tra gli utenti dello strumento digitale che permette la loro cooperazione, al di là delle appartenenze socioculturali e identitarie, incrementando il loro capitale gnoseologico e le possibilità di autoorganizzazione come insegna la teoria dello «swarm intelligence».

Se l'immagine dell'intelligenza collettiva è quella di un "contenitore chiuso", l'intelligenza connettiva si pone come realtà in divenire, schiusa a ogni confronto, fondata su una connessione tecnologica continua che sperimenta e verifica nella concretezza del quotidiano ogni input, ogni messaggio, ogni dato che la rete promuove e diffonde⁴⁶.

Entrambi, sia Levy che de Kerckhove, al di là delle loro differenze nell'esito della lettura della prassi conoscitiva, ci offrono un'immagine ottimistica di un'umanità protesa verso una

⁴³ SHIRKY, Clay, *Cognitive surplus: creativity and generosity in a connected age*, New York, The Penguin Press, 2010.

⁴⁴ DE KERCKHOVE, Derrick, *Connected Intelligence. The Arrival of the Web Society*, Toronto, Sommerville House Pub., 1997; ID., *The architecture of intelligence*, Boston, Birkhauser, 2001.

⁴⁵ MAZZUCHELLI, Carlo, *Nei labirinti della tecnologia. Bibliografia ragionata tra nuove e vecchie forme di tecnofilia e tecnofobia!*, Milano, Edizioni ebook Delos Digital, 2014.

⁴⁶ PARISI, Stefania, *Intelligenza connettiva in Abruzzese*, Alberto, *Lessico delle comunicazioni*, Roma, Meltemi, 2003, pp. 290-292.

collaborazione fattiva che moltiplica le opportunità e le occasioni di conoscere degli utenti e che dunque accresce e potenzia le possibilità di incidere sul reale con competenze condivise e di migliorare il mondo in cui viviamo. Non tutti però condividono questa visione del presente e del futuro.

Carr nel suo saggio <<*Internet ci rende stupidi? Come la rete sta cambiando il nostro cervello*>>⁴⁷ provocatoriamente accusa il mondo digitale di ottundere la capacità di riflettere e quindi di individuare la poliedricità dell'oggetto della nostra conoscenza, le sfumature e le stratificazioni di senso in tutto ciò che ci circonda.

Sperduti nell'universo digitale all'inseguimento continuo di briciole di sapere, frammenti sparsi che vengono solo sfiorati superficialmente, gli utenti perderebbero progressivamente la capacità di pensare e di concentrarsi, e non riuscirebbero più a ricomporre le informazioni carpite dal web in un tutto dotato di senso.

Come sostiene Carr:

La Rete ci garantisce l'accesso istantaneo a una biblioteca di informazioni senza precedenti per dimensioni e sfera d'azione e ci rende facile fare una selezione all'interno di essa per trovare – se non ciò che stavamo cercando – almeno qualcosa di soddisfacente per i nostri scopi immediati. Quello che la Rete riduce è [...] la capacità di conoscere in profondità un argomento direttamente, di costruire nella mente tutte quelle connessioni ricche e soltanto nostre che danno origine all'intelligenza personale⁴⁸.

I fruitori virtuali incamerano moltissimi dati, sono al corrente di informazioni che riguardano il mondo vicino e quelli lontani, navigano tra oggetti di consumo, dichiarazioni politiche, resoconti di drammi sociali, storie di divi e di persone che si credono tali senza mai poter elaborare proprie convinzioni nate da un approfondimento di quanto visto e appreso.

A Carr e al suo interrogativo risponde de Kerckhove⁴⁹, non contestando la possibile perdita del senso di orientamento del singolo fra le mille proposte culturali che la rete riversa sugli internauti e quindi l'incapacità di approfondire quanto appreso e spartito con gli altri, ma prospettando un mutamento nelle forme dell'intelligenza. Se l'uomo dei media tradizionali doveva dare risposte corrette, ora, con l'avvento dei media digitali, è necessario porre le domande corrette e monitorare insieme le risposte ottenute, come insegna l'intelligenza connettiva per cui il sapere è connessione e distribuzione. La rete diviene così la depositaria unica della memoria a cui l'uomo può attingere.

⁴⁷ CARR, Nicholas, *Internet ci rende stupidi? Come la rete sta cambiando il nostro cervello*, Milano, Cortina, 2011.

⁴⁸ *Ibidem*, p. 173.

⁴⁹ DE KERCKHOVE, Derrick, *La rete ci renderà stupidi?*, Roma, Castelvechi, 2016.

È un mutamento epocale quello in cui stiamo vivendo, che porterà, come ogni rivoluzione, problemi e incognite, ma, sostiene de Kerckhove, con il trascorrere del tempo si giungerà a un superamento delle situazioni critiche e la rivoluzione sarà compiuta.

In contrasto con l'opinione di de Kerckhove e sulla stessa linea di pensiero di Carr, Nichols, in *The death of expertise*⁵⁰, sostiene che il crescente sviluppo tecnologico della nostra era ci ha dato accesso a una quantità di informazioni senza precedenti. Il portato di questo processo, però, non ha rappresentato l'inizio di una nuova epoca illuminata, ma piuttosto il sorgere di un'età dell'incompetenza in cui una sorta di egualitarismo narcisistico e disinformato sembra avere la meglio sul tradizionale e riconosciuto sapere esperto e consolidato.

All'interno del cyberspazio si sfiora la conoscenza senza mai avere la tentazione del distacco dallo strumento digitale né il tempo o la costanza di studiare l'oggetto della propria attenzione gnoseologica. L'istantaneità della comunicazione digitale e la frequenza, praticamente ininterrotta, del bombardamento semantico a cui sono sottoposti i fruitori impediscono la concentrazione e la meditazione in quanto è sempre necessario andare oltre: un ultimo messaggio deve essere letto, un nuovo accadimento, un nuovo fatto, un nuovo personaggio che compaiono nel palcoscenico del web richiamano la nostra considerazione.

La velocità dei ritmi di assorbimento delle notizie richiesta dalla comunicazione digitale e l'affastellarsi simultaneo dei messaggi potrebbero impedire una lettura approfondita del mondo reale e anche di quello virtuale.

L'eccessivo rumore delle comunicazioni digitali, la ridondanza di messaggi che può portare a oscurare la differenza tra ciò che è importante e ciò che non è⁵¹, potrebbe impedire la coltivazione della solitudine non patita, ma cercata come momento imprescindibile di riflessione e di "intelligenza" del mondo⁵², e quindi l'impossibilità di riconoscere il divario ontologico tra l'online e l'offline che verrebbe sacrificato sull'altare della vita digitale.

La dote della rete di squadernare davanti a noi in tempo reale e simultaneamente tutte le informazioni di cui abbiamo bisogno si può trasformare in un muro che impedisce la riflessione e quindi l'attitudine a discorrere nelle e sulle cose e a penetrarle nelle loro diverse tonalità e nelle loro stratificazioni di senso.

Gli strumenti digitali sono divenuti estensioni del nostro corpo, non ce ne separiamo mai per il timore di perdere qualcosa che viene detto, riferito, commentato.

⁵⁰ NICHOLS, Tom, *The death of expertise: The campaign against established knowledge and why it matters*, Oxford, Oxford University Press, 2017.

⁵¹ SHANNON, Claude E., WEAVER, Warren, *La teoria matematica delle comunicazioni*, Milano, EtasLibri, 1971.

⁵² TURKLE, Sherry, *Reclaiming Conversation: The Power of Talk in a Digital Age*, New York, Penguin Books, 2016.

Questa dipendenza dal mezzo potrebbe costituire una «gabbia di vetro»⁵³ che ci sottrae la possibilità di modellare a nostro piacimento il tempo del lavoro e il tempo dello svago impedendo l'autorealizzazione personale e producendo nuove forme di alienazione⁵⁴.

Forse è più facile vivere sfiorando le cose, guardandole attraverso lo schermo di un computer, partecipando in maniera mediata a ciò che accade vicino o lontano da noi, ma questo potrebbe privare l'individuo della sua felicità di esistere nella sua autonomia che è anche costituita dall'occasione di conoscere profondamente il mondo e di progettare la propria realizzazione.

Conclusione

Ogni grande rivoluzione porta con sé esternalità positive e negative, opportunità e rischi.

In parallelo alla duplicità semantica e dialettica della parola tedesca “*Teilen*”, che significa contemporaneamente condividere e dividere/separare, la rete, per sua stessa natura è, da un lato, adatta a fornire strumenti atti a superare barriere fisiche e territoriali in grado di avvicinare idealmente gruppi sociali superando i concetti stessi di muri e prossimità. Dall'altro lato la pervasiva diffusione dell'universo digitale nella nostra quotidianità può creare nuove forme di esclusione sociale, impoverimento culturale e relazionale che assumono e rappresentano nuove “strutture” di inaccessibilità. Attraverso questa prospettiva duplice e critica si è cercato di individuare le caratteristiche di un universo in costante cambiamento ed in continuo equilibrio tra una prospettiva basata sull'inclusione sociale, sul benessere collettivo e su una cultura della partecipazione e una visione legata all'esclusione, alla sorveglianza e a processi di sfruttamento e alienazione digitale.

⁵³ CARR, Nicholas, *The Glass Cage: Automation and Us*, New York, Norton, 2014.

⁵⁴ MARX, Karl, *Manoscritti economico-filosofici del 1844*, Torino, Einaudi, 1980.

L'AUTORE

Michele BONAZZI ha conseguito il dottorato in Sociologia presso l'Alma Mater Studiorum, Università degli Studi di Bologna ed è attualmente assegnista di ricerca e docente a contratto di "Sociologia dei consumi" presso il Dipartimento di Management, Università Ca' Foscari Venezia. Si interessa a tematiche quali media digitali, consumo, comunicazione e processi culturali ed è l'autore della monografia *La digitalizzazione della vita quotidiana* (Milano, Franco Angeli, 2014).

URL: < <http://www.studistorici.com/progett/autori/#Bonazzi> >