

ELZEVIRO

Se non diventano “gentili” i media inquinano il globo

ALESSANDRO ZACCURI

Si assomigliano più di quanto si potrebbe immaginare, i media e la plastica: invenzioni meravigliose e ingombranti, che a un certo punto cominciano a proliferare al di là di ogni reale necessità, quasi agissero di propria iniziativa. Non avranno davvero l'intenzione di prendere il sopravvento, d'accordo, ma fatto sta che un giorno, mentre mari e spiagge sono già ingombri di sacchetti e bicchierini, il frigorifero di casa si mette a dialogare con lo smartphone del proprietario e allora sì, bisogna ammettere che sta accadendo qualcosa su cui vale la pena riflettere. Magari in chiave ecologica, e non soltanto perché dal Web 2.0 in poi i media stessi hanno smesso di essere soltanto strumenti per costituirsi in ambiente. Quella che va riscoperta è semmai la dimensione antropologica, di responsabilità personale e comunitaria, che per quanto riguarda la salvaguardia del pianeta ha trovato la sua rappresentazione più efficace nei *Fridays for Future*. Un'analoga consapevolezza ancora latita quando si ragiona di informazione e condivisione dei dati ed è proprio questa la svolta ora sollecitata da *Ecologia dei media* di Fausto Colombo (*Vita e Pensiero*, pagine 112, euro 13,00), breve saggio dalle non nascoste ambizioni programmatiche. “Manifesto per una comunicazione gentile”, recita il sottotitolo, nel quale tocca all'aggettivo reggere il peso di una proposta che non si esaurisce nelle pur indispensabili buone maniere. “Gentile” non significa solo beneducato, ricorda Colombo, ma discende dal latino *gens* e sta quindi a indicare l'appartenenza familiare e, in senso allargato, all'intera famiglia umana. Così intesa, la comunicazione gentile non è tanto un dovere imposto dall'esterno, quanto una decisione morale continuamente ripetuta, fino a quando l'abitudine diventa istinto. Direttore del Dipartimento di Scienze della comunicazione e dello spettacolo presso l'Università Cattolica di Milano, in *Ecologia dei media* Colombo torna su alcuni dei temi che

nel corso del tempo hanno caratterizzato la sua ricerca: le diverse

L'ecosistema mediatico è governato da realtà che mirano a colonizzare e sorvegliare gli individui
Un saggio di Fausto Colombo

articolazioni della memoria, anzitutto, ma anche l'ascesa dei cosiddetti “media personali”, che lo studioso aveva tempestivamente intuito e analizzato nel Piccolo libro del telefono (2001). Sono elementi che tornano utili nell'analisi del sistema che è venuto a strutturarsi negli ultimi

vent'anni, segnati dal ramificarsi delle reti sociali e da una logica di interconnessione che non ha precedenti nella storia della comunicazione. Per quanto sofisticati nella programmazione e addirittura esorbitanti negli esiti, quelli con cui siamo chiamati a confrontarci sono ancora media, sottolinea Colombo, e come tali vanno considerati e messi in discussione. Molti sono i fattori che contribuiscono a inquinare gli spazi simbolici dell'ecosistema mediatico: la pervasività delle grandi piattaforme digitali che mirano alla «progressiva colonizzazione del tempo e delle azioni dell'utente», l'evoluzione del capitalismo digitale in capitalismo della sorveglianza, l'effettivo restringimento della visione prospettica a fronte della conclamata vastità delle informazioni accessibili, il ruolo svolto dalle *fake news* e dai loro derivati – non esclusi i discorsi d'odio e l'azione persecutoria esercitata dai cosiddetti *troll* – nella formazione dell'opinione pubblica, l'erosione degli ambiti di privacy e riservatezza, l'ambiguità che circonda la nozione e, di conseguenza, il valore stesso dei contenuti del sapere. Proprio per questo, però, non ci si può rassegnare all'ineluttabilità del fatto compiuto. Quella in cui ci troviamo, avverte Colombo, è una fase di assestamento, che richiede di essere affrontata. Con il ricorso a buone pratiche ormai consolidate, anzitutto (per esempio la netiquette, il galateo di Internet le cui basi risalgono ai pionieristici anni Novanta) e con la riduzione delle distanze tra comportamenti online e offline. Più in generale, è l'urgenza della “comunicazione gentile” a imporsi. «Perché dovremmo comunicare meglio di quanto accade ora?» è la domanda cruciale suggerita da Colombo, per il quale la risposta sta nella natura stessa della comunicazione. «Essa – scrive – definisce l'appartenenza alla nostra specie, che proprio nel suo modo di comunicare diverge completamente dalle altre specie animali». E ancora: «La comunicazione non è solo strumento di questo istinto di specie, ne è anche, per così dire, l'incarnazione, e in questo senso è vero che non possiamo non comunicare». Ce ne siamo accorti nei mesi scorsi, quando i dati abbondavano, le parole si moltiplicavano, ma era di un abbraccio che sentivamo la mancanza.