

PER UN'ETICA PEDAGOGICA DEL VIRTUALE NEL MONDO GLOBALIZZATO

Rosa Grazia Romano*

Abstract

Nonostante i grandi progressi prodotti in tutti gli ambiti dalla rivoluzione digitale, le persone sono esposte a nuovi e più subdoli rischi che la pedagogia deve saper identificare. In particolare, il nuovo processo di costruzione mediatica del reale, potenziato dalla diffusa rete telematica, coinvolge ormai ovunque sia le giovani generazioni, sprovviste dei criteri di discernimento e dei filtri necessari per interpretarlo, sia il mondo degli adulti, spesso ancora impreparato ad affrontare le problematiche ad esso connesse. Soprattutto il grande *business* dell'informazione che si fa spettacolo (*infotainment*) è diventato un mercato sempre più strutturato su logiche ed interessi economici che di fatto manipola i desideri ed inocula falsi bisogni.

In spite of the great progress the digital revolution has produced in many areas, individuals are increasingly exposed to new and subtle risks that the pedagogy must be able to identify and address. Specifically, in this new process of the media of constructing reality, enhanced by the widespread use of the Internet, young people are primarily involved on a global scale. On one hand, this slice of the world's population, while being the most technologically savvy often lacks solid criteria for discernment and the filters necessary for interpretation, and the adult world, on the other, still often finds itself unprepared to face the related issues. The big business that makes of information also entertainment (infotainment) has become increasingly structured and based on economic interests and market strategies that actually manipulate the desires of the public, often inculcating false needs.

Parole chiave: *media*, etica pedagogica, virtuale, processi formativi.

* Ricercatrice di Pedagogia generale e sociale presso il Dipartimento di Scienze Cognitive, della Formazione e degli Studi Culturali - Università di Messina.

*Maggiore è la libertà di una macchina,
più saranno necessari standard morali.*
Rosalind Picard¹

1. La rete è democratica, elitaria, anarchica o neutrale?

Oggi è impossibile immaginare la vita della società planetaria senza i *media* digitali, che ci hanno consentito (e continueranno a consentirci sempre più) di fare salti da gigante nel campo dell'informazione, delle scienze mediche, delle telecomunicazioni, dell'economia, del controllo criminale e terroristico, dei social network, e così via.

Ma questo avanzamento incessante della ricerca non abbassa il livello di attenzione della pedagogia e delle scienze dell'educazione rispetto ai vantaggi ed ai rischi che la virtualità mette inevitabilmente in campo. La prospettiva euristica della tecnologia informatica, dell'intelligenza artificiale e delle scienze robotiche è ancora neonata rispetto alle potenzialità che gli scienziati prospettano.

Come primo passo per un'etica pedagogica del virtuale, occorre approcciarsi allo studio della rete liberandosi da alcuni falsi miti, primo fra tutti quello della sua assoluta democraticità e della sua capacità quasi taumaturgica di annullare ogni disuguaglianza. Se è vero che tante barriere culturali e sociali tendono a dissolversi, è altrettanto evidente infatti che essa non riesce a dare pari opportunità a tutti perché non tutti hanno possibilità e capacità di accedere ad essa, ma soltanto i cittadini più ricchi o quelli più attrezzati culturalmente. Per chi non è in possesso degli strumenti materiali e concettuali per fruirne aumenta, invece, il *gap* perché spesso non sa neanche cosa e come cercare, né sa gestire opportunamente le informazioni di cui ha bisogno e che si trovano nella rete.

Inoltre, la logica con cui vengono visualizzati in rete i risultati di una ricerca è sempre una logica economica, per cui vengono visualizzati per primi i risultati di "pagine paganti" e successivamente tutte le altre. Quanto più alto è il prezzo pagato ai motori di ricerca, tanto maggiore sarà la visibilità della pagina o del prodotto non solo in quella specifica ricerca, ma anche e soprattutto nelle ricerche successive, nelle quali "inspiegabilmente" compariranno le pubblicità delle pagine o dei prodotti cercati in precedenza.

Non è vero neppure, come qualcuno sostiene (Zuckerberg), che la rete sia "anarchica", priva cioè di regolamentazione effettiva ed ufficiale, senza regole non sempre ben definite, chiare ed omogenee per tutte le piattaforme ed in tutti i Paesi. Secondo alcuni sostenitori della rete anarchica il web rappresenta un esempio di libertà di espressione e di democrazia globale dei tempi moderni e per questo va tutelata.

¹ R. PICARD (1997), *Affective computing*, MIT Press, Cambridge, MA, p. 19. L'originale inglese è: «The greater the freedom of a machine, the more it will need moral standards».

A dispetto dei fautori della democrazia o dell'anarchia del web, non si può non constatare che proprio nella rete e attraverso la rete si sta realizzando sempre più il *gap* tecnologico, economico e culturale, per cui i Paesi più ricchi ed industrializzati diventeranno sempre più ricchi e tecnologicamente più avanzati a discapito dei Paesi più poveri e sempre più esclusi dai progressi tecnologici e virtuali del globo terrestre. Quanto più i Paesi ritarderanno nel digitalizzare i loro sistemi (tecnologici, culturali, economici, sociali, etc.), tanto più questo squilibrio sarà incolmabile e difficilmente sanabile.

Non si può disconoscere che, su scala mondiale, il *digital divide*, che separa chi ha accesso effettivo alle tecnologie dell'informazione e chi ne resta escluso, in maniera parziale o totale, è una forbice ancora troppo aperta, che rischia di diventare *digital apartheid*. La sola spiegazione economica – alla base della divisione in primo, secondo, terzo e quarto mondo – infatti, non è sufficiente, sebbene sia fondamentale, poiché altri fattori contribuiscono ad accentuare il divario digitale esistente tra i Paesi, e tra i cittadini di uno stesso Paese². In società in cui ormai il virtuale è diventato il motore principale in tutti i campi – dall'economia all'informazione, dalle scienze fisico-astronomiche alla medicina, dal commercio alla politica, dalla comunicazione al gioco – l'effetto del *digital divide* diventa un ulteriore elemento che aumenta le diseguaglianze economiche già esistenti, con la conseguenza di incidere in modo preoccupante sull'accesso all'informazione ed ai benefici ad essa connessi. C'è il pericolo di innescare un circolo vizioso che porterà i paesi in via di sviluppo ad impoverirsi ulteriormente, proprio perché verranno esclusi dalle nuove forme di produzione di ricchezza, basate sui beni immateriali dell'informazione³.

Oggi sta crescendo anche il dibattito sulla *neutralità della rete* (*net neutrality*), principio giuridico riferito alle reti a banda larga che forniscono accesso a Internet, a servizi telefonici ed a trasmissioni televisive. Una rete, per essere neutrale, deve essere priva di restrizioni arbitrarie sui dispositivi connessi e sul modo in cui essi operano, deve essere in grado, cioè, di non dare priorità differenziate, ma deve garantire a tutti pari accesso. Così posta la questione, si può senz'altro affermare che allo stato attuale nessuna rete è totalmente neutrale e che la neutralità rappresenta ancora una dichiarazione teorica e di principio, ma non uno stato di fatto.

² Tra questi fattori troviamo: l'assenza di infrastrutture di base o di infrastrutture più avanzate; la differenza tra zone servite da una banda larga stabile e a prezzi accessibili e località dove gli utenti possono usufruire solo di una connessione lentissima a 56k, o addirittura zone dove non è ancora disponibile alcun tipo di connessione; l'analfabetismo informatico degli utenti; le differenze di età, di genere, di livello di istruzione.

³ Cfr. R.G. ROMANO (2012), *Virtualità e relazionalità nella cybercultura. Percorsi pedagogici tra ludos e patia*, Pensa MultiMedia, Lecce.

Ultimamente, il dibattito sulla neutralità della rete è stato ripreso da Barack Obama (discorso postato sul sito della Casa Bianca⁴), il quale ha sostenuto che, proprio perché Internet ha aperto mondi e possibilità inimmaginabili fino alla generazione passata ed è divenuto una parte essenziale nella vita quotidiana, è necessario garantirne la neutralità, cioè il suo accesso aperto e libero a tutti. Obama ha dichiarato che non è giusto che l'accesso ad un sito più "povero" e meno visitato debba essere rallentato da inserzionisti che pagano più soldi per mettere in rete la loro pagina web. Per questo motivo, secondo il presidente degli Stati Uniti la *Federal Communications Commission* (FCC) dovrebbe riclassificare Internet come una *utility*, cioè come un "bene di pubblica utilità", come è per esempio l'acqua⁵.

È evidente che la notizia ha messo in subbuglio i colossi informatici che operano nella banda larga, i *provider*, le piattaforme di contenuto ad alto *rate* di traffico, perché la sua proposta si tradurrebbe in minori guadagni per questi colossi. Il presidente americano ha dichiarato, infatti, che non vi devono essere blocchi e rallentamenti decisi a monte dai *provider* di internet, e che non vi possono essere corsie preferenziali per chi ha più denaro.

Di certo, non è facile rispondere alla domanda se la rete è democratica o elitaria, anarchica o neutrale. Bisogna ancora riflettere tanto sulle enormi differenze esistenti nelle varie parti del mondo, sul fatto che la libertà in rete di cui gode l'Occidente ricco non è la stessa di cui gode né l'Occidente povero, né la maggior parte dei Paesi dell'Oriente asiatico (solo il Giappone è escluso), né tantomeno i Paesi del terzo o quarto mondo dove ancora Internet ed i computer spesso non sono neppure entrati.

Parlare della democraticità o meno della rete, auspicare o meno l'anarchia o la sua neutralità in fondo aiuta a riflettere su aspetti importanti della nostra esperienza, su ciò di cui godiamo in Occidente e su ciò di cui non possiamo ancora beneficiare, sulla libertà che di fatto abbiamo, sulla libertà che pensiamo di avere e su quella che stiamo perdendo. Si tratta di fondamentali questioni etiche, sulle quali non ci soffermiamo quasi mai a pensare, perché le diamo per scontate, ma che hanno grande rilievo per la vita della persona come di quella della società.

⁴ La dichiarazione completa del piano sulla *Net Neutrality* del presidente Obama, avvenuta il 10 Novembre 2014, è consultabile all'indirizzo della Casa Bianca:
<<http://www.whitehouse.gov/net-neutrality>>.

⁵ La *Federal Communications Commission* (FCC) è un'agenzia governativa indipendente degli Stati Uniti, che è incaricata del controllo di tutti gli usi di radio, televisioni non governative, comunicazioni telefoniche e comunicazioni internazionali che provengono e sono destinate agli Stati Uniti. Obama nella sua dichiarazione afferma: «Non possiamo permettere ai fornitori di servizi Internet (*Internet Service Providers*) (ISPs) di privilegiare l'accesso a siti specifici o di scegliere vincitori e perdenti nel mercato online per i servizi e le idee. Ecco perché oggi chiedo alla *Federal Communications Commission* (FCC) di rispondere alla richiesta di quasi 4 milioni di commenti pubblici e di implementare le possibili regole per proteggere la neutralità della rete» [<http://www.whitehouse.gov/net-neutrality>>.]

Ho voluto partire da esse per proporre una riflessione sull'eticità del virtuale. Ritengo utile, infatti, analizzare alcuni tra i principali effetti della rete, soprattutto la possibilità che essa modifichi la percezione della realtà, deformandola e manipolandola. Se è vero, come molti avvertono, che assieme alle tante meraviglie tecnologiche si stanno maturando anche prospettive di vita meno esaltanti di quanto gli strumenti telematici promettano, forse diventa urgente riuscire a svelare l'ambiguità delle suggestioni che provengono dal mondo virtuale perché potrebbe consentirci almeno di prendere coscienza del suo fascino ambiguo.

Soltanto così saremo in grado di recuperare atteggiamenti e comportamenti capaci di gestire le nuove dinamiche culturali e sociali di questo mondo globalizzato e complesso in modo umanamente più positivo e arricchente.

2. I *media* e la “creazione della realtà”

Uno dei pericoli maggiori del mondo digitale, invero, sta nel fatto che i *media*, divenuti una potenza ormai inarrestabile ed incontrollabile, hanno smesso di occuparsi esclusivamente di informazione – come era alla loro nascita, quando si occupavano solo di fornire informazioni militari – e si sono prefissi una meta molto più ambiziosa: *creare la realtà*. Sempre più spesso accettiamo indiscriminatamente l'immagine del mondo (e dei fatti) che viene trasmessa dalla televisione o da Internet senza chiederci qual è la verità, qual è la fonte, quali interessi stanno dietro l'informazione data (interessi politici, economici, militari, di *audience*, etc.), se i fatti stanno veramente così, se ci sono visioni e pareri discordanti. Non è un caso che importanti programmi televisivi vengano chiamati “reality TV” o “reality show”. La vita in Internet o in TV non è più virtuale, ma è divenuta realtà.

Watzlawick, ne *La realtà della realtà* (il cui titolo originale, molto più efficace, è *How real is real*), dimostra come ciò che noi chiamiamo ‘realtà’ sia costruita dalla comunicazione. Secondo Watzlawick, cioè, la comunicazione modella e, addirittura, crea la realtà⁶.

Già da alcuni decenni molti autori avevano denunciato il pericolo che la libertà in rete – così tanto promossa e promessa – potesse sparire a favore di false libertà, di pseudo democrazie partecipative, di inconsistenti meccanismi di scambio di opinioni alla pari che avessero il potere di incidere sulla realtà sociale. La libertà del *sistema tecnico* e della società tecnologica – scrivono Jacques Ellul e Jean-Luc Porquet già nel 1977 – «è artificiale e sotto controllo»⁷, per cui non è facile svincolarsi da questo

⁶ P. WATZLAWICK (1976), *La realtà della realtà*, tr. it. Astrolabio, Roma. Si vedano anche i suoi testi relativi alla teoria costruttivista ed, in particolare: P. WATZLAWICK (1981) (a cura di), *La realtà inventata: contributi al costruttivismo*, tr. it. Feltrinelli, Milano.

⁷ J. L. PORQUET (1977), *Ellul l'aveva detto*, prefazione in J. ELLUL (1977), *Il sistema tecnico*, tr. it. Jaca Book, Milano, 2009, p. 10.

modo di pensare ed è ancora meno facile adottare atteggiamenti diversi da quelli della maggioranza dei cybernauti. Tutto questo vale ancor di più per le giovani generazioni che si illudono di avere libertà in rete ma non sanno di non avere alcuna possibilità di vera scelta, che si illudono di poter uscire dalla rete quando e come vogliono ma che sono irretiti dalla rete stessa.

Scrive Zygmunt Bauman che «vivere la vita sociale a livello elettronico non è più una scelta, ma una necessità»⁸ dalla quale non è possibile sottrarsi e senza la quale oggi si sarebbe – si è – invisibili e per questo condannabili ed emarginati. La società della rete, ed in particolare dei social network, cancella la linea di confine tra privato e pubblico e spinge a rendere pubblico il proprio privato, la propria interiorità, quasi trasformando «in virtù e in obbligo l'esibizione pubblica del privato»⁹.

Se Berkeley riassume la sua filosofia nel celebre detto «Esse est percipi» («l'essere è un essere-percepito») – nel senso che l'essere di una cosa consiste nel suo essere percepito da uno spirito umano – oggi possiamo riassumere la filosofia della vita in rete con *Esse est percipi in media*¹⁰. Chi si sottrae alla visibilità mediatica rischia di non esistere e di essere messo al margine.

Anche Heidegger ha scritto che l'epoca moderna è «l'epoca dell'immagine del mondo»¹¹, per cui riflettere sul mondo significa cercare la moderna immagine del mondo. Quest'ultima, secondo il filosofo tedesco, non è un'immagine del mondo, ma il *mondo concepito come immagine*, che si costituisce tale solo quando è rappresentato dall'uomo.

Ecco, quindi, che torna ancora una volta l'idea che l'ente consiste nel suo essere rappresentato, nel fatto cioè che qualcuno lo percepisca soggettivamente e lo rappresenti.

Il multimedia sembra aver catturato la maggior parte delle espressioni culturali in tutta la loro diversità. Non c'è più spazio per espressioni artistiche o per forme comunicative che non siano comprese o comprensibili all'interno del linguaggio multimediale. È avvenuta la grande scissione tra audiovisivi e cartaceo, tra *e-book* e libro stampato, tra cultura accessibile a tutti e cultura per le *élite*, tra divertimento e cose serie. Ma – dall'altra parte – è avvenuta anche la grande confusione tra opinione e realtà constatata, tra pettegolezzo (che ormai amiamo tradurre con “gossip”) e fatto provato, tra pubblico e privato, tra valori negoziabili e valori non-negoziabili. Secondo Manuel Castells,

ogni espressione culturale, dalla peggiore alla migliore, dalla più elitaria alla più popolare, sfocia in questo universo digitale che collega in un gigantesco ipertesto storico le manifestazioni passate, presenti e future della mente

⁸ Z. BAUMAN (2008), *Consumo, dunque sono*, tr. it. Laterza, Roma-Bari, p. 5.

⁹ Ivi, p. 6.

¹⁰ Cfr. F. BELLINO (2010), *Per un'etica della comunicazione*, Bruno Mondadori, Milano, p. 3.

¹¹ M. HEIDEGGER (1938), *L'epoca dell'immagine del mondo*, in M. HEIDEGGER (1950), *Sentieri interrotti*, tr. it. La Nuova Italia, Firenze, 1968.

comunicativa. Così il multimedia costruisce un nuovo ambiente simbolico. Fa della virtualità la nostra realtà¹².

Sulla stessa linea si trova anche Ferrarotti, noto tecnopessimista, il quale sostiene che le nuove tecnologie sono

media che non mediano, mezzi di comunicazione che in realtà non comunicano, che non hanno niente di formativo da comunicare, eticamente irresponsabili, nel senso che pongono tutto sullo stesso piano, acriticamente, in modo paratattico, dai discorsi del Papa alla pornografia e alla violenza gratuita. Informano, ma soprattutto deformano o trasformano, inevitabilmente trascinandolo tutto verso il basso, l'istintivo, l'elementare, l'emotività primitiva contro il ragionamento¹³.

Una buona capacità di critica e di discernimento delle tecnologie virtuali, insieme ad un'analisi delle forze sociali, estetiche, culturali, relazionali e religiose che esistono dietro al fenomeno della *cybercultura*, sono divenute ormai indispensabili in questa giungla mediatica. Diventa un'abilità necessaria, soprattutto per gli educatori, imparare a muoversi nello spazio elettronico virtuale e comprendere sia i fenomeni che stanno dietro al virtuale, sia quelli che derivano indirettamente dal virtuale, sia quelli causati dal virtuale¹⁴.

Uno dei pericoli maggiori del mondo virtuale è la produzione di un sistema che produce realtà fallaci e soluzioni fasulle per risolvere bisogni fittizi (non solo materiali) perché creati dalla stessa rete, e non primariamente dall'uomo. Il virtuale, quindi, produce realtà. Ma di quale realtà stiamo parlando?

Secondo gli studi di David R. Olson vi è una correlazione tra pensiero e linguaggio, e tra *media* e pensiero: ciascun *medium* ha in sé delle precise caratteristiche e, di conseguenza, ha un particolare effetto sul tipo di informazioni percettive scelte o colte dall'individuo. Vi è, cioè, una stretta correlazione tra *media* e struttura della mente, per cui è l'esperienza che l'individuo fa nei *media* culturali che dà alla mente una certa struttura e delle caratteristiche precise¹⁵. Non sarà, quindi, indifferente o equivalente se un bambino (o un adulto) utilizzerà l'alfabeto, i numeri, le immagini nella loro forma parlata, scritta o computerizzata.

Già Jerome Bruner in diversi suoi scritti aveva sostenuto che lo sviluppo è influenzato, e addirittura determinato, dagli strumenti linguistici (influenza del pensiero di Vygotskij), dall'esperienza socio-culturale del

¹² M. CASTELLS (1996), *La nascita della società in rete*, tr. it. EGEA-Università Bocconi, Milano, 2002, p. 430.

¹³ F. FERRAROTTI (2012), *Un popolo di frenetici informatissimi idioti*, Solfanelli, Chieti, p. 11.

¹⁴ Per maggiori approfondimenti, cfr. R.G. ROMANO (2012), *Virtualità e relazionalità nella cybercultura...*, op.cit..

¹⁵ Cfr. D.R. OLSON (1974), *Linguaggi, media e processi educativi*, tr. it. Loescher, Torino, 1979.

bambino, dal modo con cui egli riesce a rappresentarsi il mondo attraverso l'azione, l'immagine ed il simbolo (rappresentazione attiva, iconica e simbolica)¹⁶.

In un certo senso, è possibile affermare che oggi i diversi *media* (libri, film, cartoni animati, e-book, videogiochi, internet e la sua amplissima gamma di possibilità) sono degli strumenti di espressione che veicolano sistemi simbolici differenti e, conseguentemente, sviluppano abilità diverse, sia nei bambini e nei ragazzi, come anche negli adulti, negli anziani o nei soggetti affetti da patologie di diversa natura.

Da sempre tutte le culture hanno costruito la realtà su sistemi di immagini e rappresentazioni simboliche, che si strutturano e si modificano nel tempo e nei diversi luoghi della terra. La costruzione della realtà, quindi, è sempre un processo di costruzione sociale, comunitaria ed individuale allo stesso tempo. Ma nessuna cultura e nessun individuo può affermare di vedere la realtà *così com'è*, poiché essa è sempre frutto della mediazione della cultura di appartenenza, delle credenze, del linguaggio, della percezione sensoriale, etc..

3. Come è cambiato il modo di costruire la realtà nella *net generation*?

Una questione pedagogica centrale è tentare di comprendere come le giovani generazioni costruiscono il reale, posto che oggi i simboli sono sempre più ambigui, plurisensoriali e polisemantici.

Il simbolismo dell'immagine multimediale va ben oltre quello tradizionale ed è capace di catturare tutta la gamma dell'esperienza sensoriale, emotiva e logico-razionale dell'essere umano. Non uso a caso il termine "esperienza", proprio perché quella che il soggetto fa in un ambiente virtuale non è una finzione, ma una vera e propria esperienza. Infatti, l'inclusione di gran parte dei sistemi sensoriali e delle espressioni culturali all'interno del virtuale «indebolisce considerevolmente il potere simbolico dei tradizionali emittenti esterni al sistema, che trasmettono attraverso abitudini sociali codificate: religione, moralità, autorità, valori tradizionali, ideologia politica»¹⁷.

Le immagini-interfaccia dei terminali multimediali non sono delle semplici icone mediatiche e "mimetiche", nel senso che "assomigliano" ad un referente che rimanda ad altri concetti, ma sono delle icone performative, attraverso cui, cioè, è possibile fare delle cose.

Le giovani generazioni, costruendo il reale attraverso l'esperienza simbolica multimediate, si trovano a dover affrontare una serie di problematiche alle quali spesso il mondo adulto pone un argine semplicemente vietando l'accesso alla rete o limitandolo, oppure facendo

¹⁶ J. BRUNER - R. OLIVER - P. GREENFIELD (1966), *Studi sullo sviluppo cognitivo*, tr. it. Armando, Roma, 1968, 1972 (II edizione interamente riveduta).

¹⁷ F. BELLINO (2010), *Per un'etica della comunicazione*, op. cit., p. 19.

vedere programmi televisivi senza bollino rosso. Ma il mondo adulto è preparato ad affrontare le problematiche relative alla costruzione della realtà da parte dei più giovani? Come si comportano gli adulti di fronte all'uso "eccessivo" della rete dei giovanissimi?

Di fronte ai comportamenti "eccessivi", soprattutto dei giovanissimi e degli adolescenti rispetto agli strumenti tecnologici, il solo giudizio, spesso negativo, non basta. La correzione è necessaria, ma non sufficiente. È più importante insegnare al bambino ed al giovane come muoversi all'interno del mondo virtuale in modo etico ed, al contempo, proporgli anche di affacciarsi al mondo reale ed alle relazioni reali e scoprire quanta bellezza vi è ancora in essi.

Questo consentirà una «complicità verticale»¹⁸, in cui non si offusca l'autorevolezza dell'educatore, ma anzi si rafforzerà. I nuovi *media* sono un ambiente che non è più possibile tagliar fuori dalla vita di un bambino, di un adolescente o di un adulto. Occorre, quindi, fare un salto di qualità, partendo dalla conoscenza degli strumenti informatici e, soprattutto, dalla consapevolezza che i problemi educativi non possono essere affrontati sempre nelle situazioni di emergenza.

Un'altra questione è data dal fatto che nel mondo multimediale, ed in particolare in quello giovanile, la verità è data dalla rappresentazione, o meglio dalla certezza della fonte della rappresentazione: è vero se lo dice Internet o la TV.

Far comprendere ai giovani che le tecnologie informatiche e televisive non hanno potere assoluto e non sono la verità, significa anche far comprendere che il potere dei multimedia è solo strumentale e che, da una parte, è il singolo individuo a credere a ciò che passa in rete e, dall'altra, è la numerosità di "pubblico" o di cybernauti a dare potere a questi strumenti.

Ciò che è importante sottolineare – sia ai più giovani che agli adulti, e per implicazioni diverse – è che la moderna tecnoscienza strumentale è costituita non da semplici "oggetti", ma da "strumenti" performativi ed operazionali con cui è possibile *fare* qualcosa. Spesso, invece, accade che i giovani e giovanissimi vengano lasciati da soli proprio perché si pensa che questi oggetti non possano fare "danno", non distinguendo ancora bene tra il loro essere cose che si manipolano, che si vedono ed attraverso cui si può vedere, e cose che hanno effetti concreti sulla vita reale. Gli ipermedia delle ultime generazioni consentono, ormai, una interazione col mondo che riduce (se non addirittura comprime fortemente) l'esperienza reale col mondo, che non ha pari nella storia.

E qui si potrebbe porre un'altra interessante questione. Qual è per la *net generation* l'esperienza *reale* del mondo e col mondo? È solo l'esperienza nel mondo fisico come lo è per gli adulti, oppure anche quella nel mondo ma attraverso i *media*?

¹⁸ P.C. RIVOLTELLA, citato in V. VARAGONA (2014), *Anche un «selfie» può educare*, in «Avvenire», 02/12/2014, p. 28.

Nuove forme di interazione col mondo richiedono nuove categorie mentali, pedagogiche ed interpretative. Le nuove immagini ed icone multimediali, infatti, si presentano come “ambienti coinvolgenti” (talmente coinvolgenti che possono arrivare a risucchiare ed intrappolare il fruitore nella rete), che permettono operazioni anche abbastanza complesse, che rendono possibile l’interazione con gli altri, che rendono la vita più piacevole e divertente. Queste nuove esperienze multimediali estetico-prassiche si configurano per i giovani come esperienze radicali, assolutizzanti e talmente “inclusive” che prescindono da qualsiasi tipo di distanziamento emotivo, percettivo e fisico. Alcuni autori tecnopessimisti temono che si stia arrivando a nuove forme di vita sempre più de-soggettivate e de-soggettivanti.

Ciò che cattura in rete e che rende l’esperienza multimediale totalizzante è il piacere della percezione connesso al piacere cognitivo ed a quello emotivo-relazionale. Ma non stiamo forse rischiando che «l’apporto delle tecnoscienze legate alla robotica e alla bioingegneria non sta trasformando il “mondo” ma lo sta marginalizzando, attraverso l’emersione di forme di vita non simboliche e tecnomorfe “povere di mondo”»¹⁹?

4. Informazione ed *infotainment*

L’impoverimento della realtà dei fatti da raccontare porta alla creazione di *fattoidi*, ovvero false notizie verosimili che servono ad alimentare il grande business²⁰. L’informazione, quindi, è divenuta merce di successo per incrementare gli investimenti ed i profitti pubblicitari. Nasce, così, l’*infotainment*, che letteralmente significa “informazione-spettacolo” (o anche “lo spettacolo dell’informazione”)²¹.

All’interno del bombardamento dell’informazione mediatica di ogni tipo, per poter fare emergere una notizia diventa necessario richiamare l’attenzione dello spettatore attraverso la spettacolarizzazione della notizia, corredandola di gossip, notizie trapelate ma non ancora accertate, indiscrezioni sulla vita privata e tanta pubblicità. In altre parole, è la spettacolarizzazione dei fatti che viene mascherata con il concetto di “approfondimento”, utilizzato per classificare alcuni programmi del genere.

È superfluo sottolineare la deriva diseducativa di questo tipo di informazione – fatta soprattutto di pettegolezzi e cronaca nera in orari diurni ed in fascia protetta o in *prime time* – che è nata principalmente con lo

¹⁹ V. CUOMO (2009), *Note sulla fine dell’epoca dell’immagine (e) del mondo*, in V. CUOMO (2009) (a cura di), *L’immagine in questione*, Aracne, Roma, p. 89. Su questo argomento si veda: M. HEIDEGGER (1929), *Concetti fondamentali della metafisica. Mondo, finitezza, solitudine*, tr. it. Il Melangolo, Genova, 1992.

²⁰ G. BOCCA (1989), *Il padrone in redazione*, Sperling & Kupfer, Milano, p. 111.

²¹ È un neologismo di matrice anglosassone, nato dalla fusione di “Information” ed “Entertainment”, che concretamente si realizza introducendo lo spettacolo nell’informazione.

scopo di arginare il calo di ascolti della televisione rispetto al netto imporsi di Internet usato dai cittadini come principale fonte di informazione.

In questi spazi televisivi o virtuali, la maggior parte dei temi trattati è pretestuosa ed indulge spesso su dettagli poco rilevanti, patologici, voyeuristici, allarmistici, che sovente vanno a danneggiare l'immagine dei personaggi coinvolti e a distorcere la percezione della realtà. Lo stile adottato non è quello del confronto costruttivo, utile a far comprendere le diverse posizioni e le diverse ragioni, ma quello degli schieramenti e della contrapposizione ideologica, politica, di parte, che finisce sempre nello scadimento in risse, insulti, volgarità. È triste ammetterlo, ma «quando il fantasma diventa reale, il reale diventa fantasma»²².

Il risultato dell'*infotainment*, quindi, è l'oscuramento dell'informazione di rilievo a favore di uno spettacolo di basso livello e di basso contenuto, dove il telespettatore o il navigante vengono considerati più come clienti che come cittadini.

Come scrive de Kerckhove, con una realtà di questo tipo è il caso di correggere la legge di McLuhan sottolineando che non solo il *medium* è il messaggio, ma anche il contesto lo è²³. Se questa fine dell'informazione decreta la fine del reale, ciò vuol dire che siamo entrati nell'era dell'iper-reale. Ma l'iper-reale è un più-reale o un surreale?

Se la realtà scompare (perché siamo noi a crearla) e viene sostituita con la simulazione, con la vita che si fa spettacolo, con una specie di narcosi che ci ottunde la mente ed i sensi, che vita stiamo vivendo e che vita stiamo lasciando alle giovani generazioni? Dov'è finita «la costellazione del senso», si chiedeva Jean Baudrillard²⁴? I *media* stanno uccidendo la realtà?

Il delitto perfetto di Baudrillard (aggiornato ai nostri giorni e rimodellato) consiste nell'eliminazione o nello sterminio di alcune forme di alterità che terrorizzano l'uomo postmoderno²⁵: la morte, che si scongiura con l'accanimento terapeutico o con la sostituzione degli organi vitali; la vecchiaia, che si elude/raggira attraverso la chirurgia estetica; il mondo, che si cancella con la realtà virtuale; l'individuo (in quanto singolarità), che si abolisce con la clonazione delle cellule; l'altro, che si diluisce e si offusca nel monitor.

Oggi la domanda centrale si è capovolta: non più “cosa possiamo fare noi con la tecnica”, ma “che cosa la tecnica può fare di noi”. E se a questo aggiungiamo tutte le recenti scoperte sulla robotica, sulla “presenza remota” dei robot nelle nostre case, sulla teoria della “singolarità tecnologica” di Vinge prima e di Kurzweil dopo, i nostri timori si fanno sempre più fondati.

²² F. BELLINO (2010), *Per un'etica della comunicazione*, op. cit., p. 22.

²³ D. DE KERCKHOVE (1996), *La pelle della cultura. Un'indagine sulla nuova realtà elettronica*, tr. it. Costa & Nolan, Genova, pp. 128-129.

²⁴ J. BAUDRILLARD (1995), *Il delitto perfetto. La televisione ha ucciso la realtà?*, tr. it. Cortina, Milano, 1996, p. 8.

²⁵ Ivi, p. 113.

Noi stessi siamo diventati schermo e l'interazione fra essere umani rischia di diventare sempre più interazione fra schermi²⁶.

5. La società facile dei consumi e l'asfissia dell'etica

L'idea che il rapidissimo sviluppo della tecnologia ha reso l'uomo *antiquato* è presente già negli scritti di uno dei filosofi del '900, Günther Anders (allievo di Husserl), che ebbe una arguta visione "prognostica" della società tecnologica²⁷. Anders, già nel 1956, ritiene che l'uomo non comprende più tutto ciò che produce, perché non ha più categorie che gli consentono di affrontare le sconvolgenti trasformazioni della modernità.

La "vergogna prometeica", di cui egli parla nel primo volume de *L'uomo è antiquato*, non è altro che la crescente «asincronizzazione tra l'uomo e il mondo dei suoi prodotti», quel turbamento identitario – egli scrive – che noi uomini proviamo «di fronte all'umiliante altezza di qualità degli oggetti fatti da noi stessi»²⁸. L'uomo di fronte alla precisione tecnologica ed all'espansionismo delle macchine prova vergogna di se stesso, del suo essere troppo uomo in un mondo ormai costituito prevalentemente di macchine, prodotti, applicazioni.

Il corposo pessimismo andersiano (che il mondo accademico e quello dell'industria tecnologica, per comodità, preferiscono ignorare) arriva ad affermare che la condizione verso cui ci muoviamo è il *mondo come macchina*, dove il dominio sulle cose non è più dell'uomo ma delle macchine, appunto. Si assiste, quindi, ad una «reificazione dell'uomo che perde il suo ruolo centrale di produttore (*homo faber*) per assumere le vesti di un consumatore indotto privo di autonomia e capacità di giudizio»²⁹. In qualche modo, Anders diventa il precursore ideologico di Zygmunt Bauman, che – poco più di 50 anni dopo – scriverà *Homo consumens* (2007) e *Consumo, dunque sono* (2008).

Un'idea centrale della società facile dei consumi è la creazione e la manipolazione dei bisogni, di cui la pubblicità è un'arma potente per diversi motivi. Infatti, la pubblicità conferisce agli oggetti un potere che di fatto essi non hanno; inoltre, rende l'oggetto un *must*, cioè un qualcosa che bisogna

²⁶ Cfr. S. TURKLE (1995), *La vita sullo schermo*, tr. it. Apogeo, Milano, 1997.

²⁷ Günther Anders (Breslavia, 1902 – Vienna, 1992) filosofo ebreo-tedesco, studiò con Martin Heidegger ed Edmond Husserl (fu anche marito di Hannah Arendt dal 1929 al 1937). La sua opera principale, *L'uomo è antiquato* (lett. "L'antiquatezza dell'uomo"), è scritta in due periodi differenti e divisa in due volumi: il primo volume, "*Considerazioni sull'anima nell'epoca della seconda rivoluzione industriale*", viene pubblicato nel 1956 e tradotto in italiano nel 1963; il secondo, *Sulla distruzione della vita nell'epoca della terza rivoluzione industriale*, viene pubblicato nel 1980 e tradotto in italiano nel 1992.

²⁸ G. ANDERS (1956), *L'uomo è antiquato*, vol. I, tr. it. Bollati Boringhieri, Torino, 1963, 2003, pp. 50 e 57.

²⁹ A. MECCARIELLO (2012), *Günther Anders*, in «Scienza e Filosofia», n. 8, p. 285, reperibile all'indirizzo:

<http://www.scienzaefilosofia.it/res/site70201/res647573_21-RECANDERS.pdf>.

avere per essere visibili ed alla moda ed, infine, essa è un pressante invito ad acquistare oggetti sempre più aggiornati ed esteticamente accattivanti.

La società facile dei consumi è divenuta l'impero dell'*usa e getta*, del non-più-aggiustabile, della rapida sostituzione dei "vecchi" prodotti con quelli nuovi. Come scrive Anders: «ogni pubblicità è un appello alla distruzione»³⁰, cioè un appello alla sostituzione, alla poco etica dismissione di merci e prodotti e, dunque, alla loro "liquidazione" e liquefazione, termini e concetti ripresi e sviluppati successivamente da Bauman³¹.

Vi è una tale violenta ed incessante irruzione di pubblico e di pubblicità nei nostri bisogni privati che non ci riesce più neppure di pensare di cosa abbiamo bisogno veramente. È l'asfissia dell'etica, della riflessione responsabile, della spinta morale. Scrive Anders: «Le nostre stesse azioni 'moralì' e 'immoralì', che lo vogliamo o no, vagano prive di radici nell'oceano dell'essere, moralmente indifferente, per così dire sotto forma di 'fiori metafisici recisi'»³².

In mezzo a tante pubblicità di prodotti che ci costringono a desiderare tutti le stesse cose, a comprare tutti le stesse cose, a parlare tutti delle stesse cose, non c'è più spazio per la creatività, per l'originalità, per la voce fuori dal coro, ma solo spazio per l'omologazione non soltanto degli acquisti ma anche e soprattutto delle menti.

Così, pensiamo di essere liberi, ma in realtà non lo siamo affatto, poiché ignoriamo la subdola costrizione al consumo o all'uso di determinati prodotti. Siamo «perfino defraudati della libertà di avvertire la perdita della nostra libertà»³³.

È ormai una questione di corsi e ricorsi storici quella di sopravvalutare inizialmente un oggetto, soprattutto nel mondo della tecnologia, e successivamente ridimensionarlo del suo potere. In genere, dopo l'enfaticizzazione iniziale di un nuovo *medium* subentra una più equilibrata consapevolezza. Ma lasciano ancora senza parole la corsa e le lunghissime code per accaparrarsi i primi "oggetti" che la Apple distribuisce sul mercato internazionale ad ogni loro nuovo lancio, così come lascia senza parole la lotta a calci, pugni e spintoni per acquistare un oggetto tecnologico, come ad es. nel *Black Friday*³⁴. È come se questi attrezzi non

³⁰ G. ANDERS (1980), *L'uomo è antiquato*, vol. II, tr. it. Bollati Boringhieri, Torino, 1992, 2007, p. 34.

³¹ È impressionante l'influenza delle intuizioni andersiane sul pensiero odierno e soprattutto sulle opere di Bauman che sviluppano l'idea di liquidità della società. In particolare, ricordiamo: *Modernità liquida* (2000), *Amore liquido* (2003), *Vita liquida* (2005), *Paura liquida* (2006), *Futuro liquido* (2014).

³² G. ANDERS (1956), *L'uomo è antiquato*, vol. I, op. cit., p. 77.

³³ Ivi, p. 234.

³⁴ Il *Black Friday*, lett. il "venerdì nero", negli Stati Uniti è il giorno successivo al "giorno del Ringraziamento", che dà inizio al periodo dello shopping natalizio. In genere, è seguito dal *Cyber Monday*, cioè il "lunedì cibernetico", che è una giornata di grandi sconti di prodotti di elettronica ed informatica. Grazie al web questa giornata si è estesa nel mondo intero informatizzato.

solo fossero diventati un *must*, ma oggetti assolutamente indispensabili per la sopravvivenza umana.

Una tale lotta ricorda quella che si faceva durante le due guerre mondiali per ottenere una pagnotta di pane per sfamare una intera famiglia. Ma, forse, quella coda e quella lotta erano più ordinate e, certamente, più dignitose e giustificate.

6. Piste pedagogiche: “ermeneutica prognostica”, *docta spes*, senso della vita

Quanto sopra descritto non può essere misconosciuto da pedagogisti, educatori, insegnanti, genitori e specialisti delle professioni sociali/di aiuto. Come è possibile prevenire le derive esasperate e, contemporaneamente, utilizzare quanto di positivo c'è nelle applicazioni della scienza informatica e tecnologica odierna?

Questa operazione di ‘ricongiungimento polare’ – prevenire le derive ed utilizzare il positivo – non è semplice da realizzare, poiché viviamo in un'epoca antinomica, in cui è più facile la spaccatura tra i due poli e, quindi, il porsi o da un parte o dall'altra, senza più sfumature o vie di mezzo. Le posizioni più percorribili sono: o essere *cinici disperati*, neutralizzando la forza morale e scivolando in un facile moralismo, poco attento e poco rispettoso; oppure, essere *tecnoutopisti ottimisti*, accogliendo ogni nuova scoperta, ogni forma di sviluppo tecnologico come evoluzione e progresso.

È necessario, invece, sviluppare una buona dose di *ermeneutica prognostica*³⁵, come la definisce Anders, intesa come quell'arte di interpretare la portata dei fatti, ma rivolta in avanti, tesa a prevedere ciò che accadrà in futuro. Infatti, avere uno sguardo rivolto in avanti, capace di leggere i fatti presenti e, allo stesso tempo, di intra-vedere o pre-vedere quelli futuri è ciò che consente di aggiustare e modificare i percorsi, qualità indispensabile in campo educativo.

In ambito pedagogico, possedere capacità interpretativa prognostica significa sia riuscire a dare voce alla eticità che abbraccia ogni scelta educativa, sia prendere le distanze e rigettare tutto quel disumano che viola la dignità della persona umana, sia promuovere con decisione quei valori non-negoziabili condivisi.

Crederne che la vera tensione morale è insita nell'animo umano aiuta a superare ogni distruttivo cinismo, ogni reificazione e tentativo di disumanizzazione dell'umano: è credere nell'uomo e nelle sue potenzialità. Tutto ciò deve costituire sia il mezzo sia il fine di ogni opera educativa degna di tale nome, nonostante i fallimenti, le cadute e le inevitabili delusioni.

Comprendiamo perché Anders teorizzi il principio “disperazione”, ma come pedagogisti sentiamo ancora più forte l'appello al principio

³⁵ G. ANDERS (1980), *L'uomo è antiquato*, vol. II, op. cit., p. 396.

“responsabilità” di Jonas ed al principio “speranza” di Bloch³⁶. Io mi soffermerò sul principio speranza, che – dei tre – ritengo essere il più male interpretato ed il più abusato. Infatti, ciò che oggi viene più mal-trattata o, addirittura, scotomizzata è la possibilità di sognare un mondo migliore e, al posto di questa possibilità, vengono proposti “paradisi a prezzi scontati” (Bloch), supermercati di desideri di cose inutili, vani e talvolta dannosi, alimentati da pubblicità ed interessi economici.

Punto di partenza, perciò, è comprendere che la speranza esige uomini e donne che, come scrive Bloch, «si gettino attivamente nel nuovo che si va formando e a cui essi stessi appartengono»³⁷. Credere che è ancora possibile sperare significa credere che è possibile impegnarci in una inversione di rotta, in un miglioramento, in una diversa taratura degli interventi educativi familiari, scolastici e sociali.

Tutti, in un modo o in un altro, abitiamo la speranza, sostiene Bloch, perché senza speranza la vita non sarebbe più, ma questo continente della speranza, pur essendo affollato, è inesplorato come l’Antartide. Infatti, sebbene questa virtù non faccia parte del corredo genetico dell’uomo, è fondamentale imparare a sperare. Bloch, a questo proposito, scrive:

L’importante è imparare a sperare. Il lavoro della speranza non è rinunciatario perché di per sé desidera avere successo invece che fallire. Lo sperare, superiore all’aver paura, non è né passivo come questo sentimento né, anzi meno che mai, bloccato nel nulla. L’affetto dello sperare si espande, allarga gli uomini invece di restringerli, non si sazia mai di sapere che cosa internamente li fa tendere a uno scopo e che cosa all’esterno può essere loro alleato³⁸.

Per alimentare il desiderio di speranza e contrastare la tendenza tanatofilica dobbiamo recuperare uno dei principi che – per statuto – muove l’educazione, che consiste nel sapere che il vero essere dell’uomo non è dato una volta per tutte, che la persona umana resta sempre un soggetto *educabile* nonostante i fallimenti e le dure prove della vita, che il suo essere non è statico e cristallizzato ma dinamico e si costituisce proprio nel suo *non-essere-ancora*.

È la *docta spes* basata sul non-ancora la vera forza motrice dell’educazione e che dà senso al lavoro quotidiano di ogni educatore.

Ma cos’è la speranza?

³⁶ Cfr. P.P. PORTINARO (2003), *Il principio disperazione. Tre studi su Günther Anders*, Bollati Boringhieri, Torino, 2003; H. JONAS (1979), *Il principio responsabilità. Un’etica per la civiltà tecnologica*; tr. it. Einaudi, Torino, 1993; E. BLOCH (1954-1959), *Il principio speranza*, 3 voll., tr. it. Garzanti, Milano, 1994, 2005².

³⁷ E. BLOCH (1954-1959), *Premessa*, in E. BLOCH (1954-1959), *Il principio speranza*, op. cit., p. 23. Si veda anche l’interessantissimo saggio di E. BORGNA (2005), *L’attesa e la speranza*, Feltrinelli, Milano.

³⁸ E. BLOCH (1954-1959), *Premessa*, in E. BLOCH(1954-1959), *Il principio speranza*, op. cit., p. 23.

Essa non è un atteggiamento sentimentale, né una rinuncia alle proprie responsabilità o un demandare a qualcun altro (o Altro) i propri compiti, né tanto meno un atteggiamento idealistico della sola mente. Remo Bodei scrive infatti: «L'idea di Bloch, quindi, è che la speranza non è semplicemente un premio di consolazione per le disgrazie necessarie della vita degli individui e della storia, ma è piuttosto uno sforzo per vedere come le cose stanno in movimento, come si evolvono»³⁹. La *spes* è, quindi, una concreta forza che spinge a voler costruire la realtà insieme, una immersione nelle potenzialità insite nel presente. È, dunque, la “coscienza anticipante dell'uomo” (Bloch) che si manifesta nella capacità di anticipare i progetti più alti della e per l'umanità, nella capacità di sognare, nelle aspirazioni quotidiane, nella capacità di riuscire ad intravedere i possibili e variegati frutti dei semi piantati in ogni persona. La speranza è *anticipazione* di ciò che non è ancora dato, che Bloch sviluppa come una vera e propria «ontologia del non-essere-ancora».

La vera speranza, dunque, dà senso alle cose ed ha un carattere concreto, sebbene non sia certezza ed, anzi, «costitutivamente esposta all'incertezza ed alla delusione»⁴⁰.

(Ri)scoprire o (ri)dare senso alle cose è un altro compito essenziale dell'educazione. Molto spesso viviamo senza comprendere ciò che facciamo, senza chiederci i perché fondamentali, ci lasciamo trasportare dal flusso della vita come spettatori inermi e passivi, senza comprendere appieno che solo ciascuno di noi è il vero attore e protagonista della sua vita.

Il senso della vita, dunque, lo scopriamo rimanendo in ciò che viviamo, nell'*hic et nunc* e, contemporaneamente, andando al di là del momento presente, dando un orizzonte di senso a tutto ciò che facciamo e che diciamo. Spesso siamo tentati di pensare che solo nel presente c'è luce, solo in ciò che viviamo adesso vi è certezza. Ma la realtà non sta esattamente così. Più spesso, invece, è proprio il presente che ci confonde, che ci crea problemi che non riusciamo a risolvere se non in un immediato poco pensato ed in soluzioni poco efficaci. Se il presente non ha luce ed è opaco, è ovvio che da questo grigiore non è possibile progettare un futuro luminoso. Riuscire a dare luce/senso al nostro presente significa, quindi, accendere un faro anche sul nostro futuro.

Come scrisse Eugenio Montale in *Portami il girasole*, «tendono alla chiarezza le cose oscure». Da questo verso possiamo far nascere due importanti principii. Il primo: è l'oscurità a cercare la luce; il secondo: la luce si rende visibile solo nell'oscurità. Solo in una stanza buia, infatti, si è in grado di vedere un raggio di sole o la fiammella di una candela.

³⁹ R. BODEI (1994), *Bloch e il principio speranza*, in «Enciclopedia Multimediale delle Scienze Filosofiche», consultabile all'indirizzo: <<http://www.emsf.rai.it/scripts/interviste.asp?d=510>>. Remo Bodei è autore dell'Introduzione dell'opera *Il principio speranza* di Ernst Bloch.

⁴⁰ R. BODEI (1994), *Ombre sulla speranza*, Introduzione all'edizione italiana, in E. BLOCH (1954-1959), *Il principio speranza*, op. cit., p. XV.

Questo significa che l'oscurità non è sempre da deplorare e da eliminare immediatamente, ma può diventare un momento fortemente educativo a partire dal quale diverrà possibile apprezzare ancora di più il valore ed il significato della luce.

Tutto questo avverrà solo se ciascuno di noi si sforzerà di intraprendere il lungo cammino dell'«incontro con se stesso» (Bloch). Noi, infatti, «siamo in compagnia di noi stessi, ma in realtà è come se non ci incontrassimo mai»⁴¹, come se vivessimo una vita in noi ma in assenza di noi.

L'incontro con noi stessi, poi, segnerà l'avvio e si completerà con l'incontro con l'altro. Grazie all'altro, infatti, io conosco più pienamente me stesso e addirittura conosco parti di me che forse io stesso non conoscevo. Ecco che la costruzione del noi, della comunità e la partecipazione alla vita comunitaria si rivela poco a poco il senso finale del nostro vivere sociale. Imparare ad essere ospitali con sé stessi e con gli altri è una qualità indispensabile per conoscersi/e e per accogliersi/e, in un mondo dove ogni cosa, ogni scoperta tecnologica ci dice della ricerca affannosa e difficile della relazione con sé stessi e con gli altri.

Dobbiamo prendere coscienza che l'uso smodato della tecnologia è una *spia* della precarietà e delle difficoltà nell'instaurare e mantenere le relazioni fra le persone, non la *causa* della precarietà e delle difficoltà relazionali. Comprendere questo significa capire che i giovani non cercano tanto Facebook, Whatsapp, o altri *social*, quanto piuttosto degli strumenti per essere in relazione continua. E questo, per quanto possa apparire allarmante, è un valore da cogliere, non un dramma. Piuttosto, sarebbe necessaria una *Media Education* che aiuti ad utilizzare i social network in modo da rendere più realistici i nostri incontri e vivere la nostra vita senza nascondimenti, che poi possono rivelare irrimediabilmente brutalità e psicopatologie.

La sfida, quindi, è imparare ad accogliere il nuovo senza rigettarlo *apriori*, nella consapevolezza che esso genera sempre fatica e, nello stesso tempo, riflessione e responsabilità educative maggiori, e nella certezza che ci sono dei semi di buono anche in ciò che a prima vista può sembrare negativo.

Dall'altra parte, la sfida etica della pedagogia si pone proprio sul piano valoriale e, tra i tanti obiettivi, si pone quello di incidere e di far dare una svolta: alle Istituzioni, alla politica scolastica ed alle politiche delle grandi multinazionali che producono *media* e *software*.

Alle Istituzioni, perché approvino delle leggi che assicurino la neutralità della rete, che regolamentino il traffico di dati, che provvedano alla implementazione della rete in tutto il territorio, che regolino la tipologia di informazioni a cui un minore può accedere.

Alla politica, perché garantisca sia la presenza dei *media* nei luoghi della cultura, e cioè nelle scuole di ogni ordine e grado, nelle università e

⁴¹ R. BODEI (1994), *Bloch e il principio speranza*, op. cit..

nei corsi di formazione professionale; sia il *free-wifi* (nei luoghi pubblici e di raduno), che è un sistema di cui sono dotati non solo i Paesi più evoluti della terra, ma anche quelli cosiddetti emergenti, che capiscono l'importanza dello sviluppo della rete come propulsore dell'economia, della ricerca scientifica, della diffusione della cultura, dell'informazione intelligente. Ed, infine, perché assicurati ad ogni famiglia la possibilità di avere almeno un computer nelle case e l'accesso alla rete, senza la quale non è possibile parlare né di sviluppo tecnologico reale e distribuito, né di esemplificazione delle politiche amministrative e della burocrazia.

Infine, alle grandi multinazionali, perché possano modificare le loro politiche, basate esclusivamente su interessi economici, e tararle invece su nuovi e diversi valori, orientati a migliorare i *software* ed a renderli più "educativi" e capaci di sviluppare le capacità intellettive, intuitive e cognitive della persona.

BIBLIOGRAFIA

- ANDERS G. (1956), *L'uomo è antiquato*, vol. I, tr. it. Bollati Boringhieri, Torino, 1963, 2003.
- ANDERS G. (1980), *L'uomo è antiquato*, vol. II, tr. it. Bollati Boringhieri, Torino, 1992, 2007.
- BAUDRILLARD J. (1995), *Il delitto perfetto. La televisione ha ucciso la realtà?*, tr. it. Cortina, Milano, 1996.
- BAUMAN Z. (2008), *Consumo, dunque sono*, tr. it. Laterza, Roma-Bari.
- BELLINO F. (2010), *Per un'etica della comunicazione*, Bruno Mondadori, Milano.
- BLOCH E. (1954-1959), *Il principio speranza*, 3 voll., tr. it. Garzanti, Milano, 1994, 2005².
- BOCCA G. (1989), *Il padrone in redazione*, Sperling & Kupfer, Milano.
- BODEI R. (1994), *Bloch e il principio speranza*, in «Enciclopedia Multimediale delle Scienze Filosofiche», consultabile all'indirizzo: <<http://www.emsf.rai.it/scripts/interviste.asp?d=510>>.
- BORGNA E. (2005), *L'attesa e la speranza*, Feltrinelli, Milano.
- BRUNER J. – OLIVER R. – GREENFIELD P. (1966), *Studi sullo sviluppo cognitivo*, tr. it. Armando, Roma, 1968, 1972 (II ediz. interamente riveduta).
- CASTELLS M. (1996), *La nascita della società in rete*, tr. it. EGEA–Università Bocconi, Milano, 2002.
- CUOMO V. (2009), *Note sulla fine dell'epoca dell'immagine (e) del mondo*, in CUOMO V. (2009) (a cura di), *L'immagine in questione*, Aracne, Roma, pp. 79-96.
- DE KERCKHOVE D. (1996), *La pelle della cultura. Un'indagine sulla nuova realtà elettronica*, tr. it. Costa & Nolan, Genova.

- ELLUL J. (1977), *Il sistema tecnico*, tr. it. Jaca Book, Milano, 2009.
- FERRAROTTI F. (2012), *Un popolo di frenetici informatissimi idioti*, Solfanelli, Chieti.
- HEIDEGGER M. (1929), *Concetti fondamentali della metafisica. Mondo, finitezza, solitudine*, tr. it. Il Melangolo, Genova, 1992.
- HEIDEGGER M. (1938), *L'epoca dell'immagine del mondo*, in HEIDEGGER M. (1950), *Sentieri interrotti*, tr. it. La Nuova Italia, Firenze, 1968.
- HEIDEGGER M. (1950), *Sentieri interrotti*, tr. it. La Nuova Italia, Firenze, 1968.
- JONAS H. (1979), *Il principio responsabilità. Un'etica per la civiltà tecnologica*; tr. it. Einaudi, Torino, 1993.
- MECCARIELLO A. (2012), *Günther Anders*, in «Scienza e Filosofia», 2012, n. 8, p. 285, reperibile all'indirizzo:
http://www.scienzaefilosofia.it/res/site70201/res647573_21-RECANDERS.pdf, pp. 1-8.
- OLSON D.R. (1974), *Linguaggi, media e processi educativi*, tr. it. Loescher, Torino, 1979.
- PICARD R. (1997), *Affective computing*, MIT Press, Cambridge, MA.
- PORTINARO P.P. (2003), *Il principio disperazione. Tre studi su Günther Anders*, Bollati Boringhieri, Torino, 2003.
- ROMANO R.G. (2012), *Virtualità e relazionalità nella cybercultura. Percorsi pedagogici tra ludos e patia*, Pensa MultiMedia, Lecce.
- TURKLE S. (1995), *La vita sullo schermo*, tr. it. Apogeo, Milano, 1997.
- VARAGONA V. (2014), *Anche un «selfie» può educare*, in «Avvenire», 02/12/2014, p. 28.
- WATZLAWICK P. (1976), *La realtà della realtà*, tr. it. Astrolabio, Roma.
- WATZLAWICK P. (1981) (a cura di), *La realtà inventata: contributi al costruttivismo*, tr. it. Feltrinelli, Milano.