



## **Anime in rete. Riflessioni poco economiche sull'uomo nuovo**

di Giuseppe Romeo

12 aprile 2018

### **1. Anime senza anima**

In questi ultimi anni siamo passati quasi rapidamente attraverso due rivoluzioni fondamentali. La prima quella che McLuhan definì fondamentale nella svolta delle relazioni personali che nell'accesso alla conoscenza quella della stampa e dei caratteri mobili. Definì, infatti, senza indugio che sua [...] “...definizione dei media è molto estesa; include ogni tecnologia che crea estensioni del corpo e dei sensi umani, dai vestiti al computer...” [...]. Una sorta di manifesto sul ruolo che l'approccio alla tecnologia dell'informazione, al suo accesso e alla sua produzione, avrebbe avuto molto presto nel creare, spiegare e governare le dinamiche sociali, politiche ed economiche del nostro tempo e del tempo a venire. Ma non solo. Ad esso si aggiunse qualche anno fa con il suo *Internet Galaxy*, Manuel Castells, per il quale la rivoluzione digitale non solo avrebbe spostato in avanti l'intuizione di McLuhan, ma ne avrebbe ridefinito le modalità di accesso e la velocità di elaborazione non solo delle informazioni ma anche delle produzioni in ogni campo della vita dell'uomo del nuovo secolo. In questo modo oggi siamo, infatti, tutti protagonisti, ormai, di un circo mediatico digitalizzato dove la nostra capacità di interazione e di elaborazione delle informazioni rappresenta una necessità di partecipazione ma, anche, un'opportunità se non proprio una strategia di

creazione delle opinioni per un pensiero definito e formale a cui le regole del potere guardano con quotidiana attenzione.

L'effetto che spesso viene constatato guardando ciò che avviene nella produzione di pensiero e di pensieri nella rete è il credere che in essa si consumi una sorta di libera partecipazione volontaria ad associazioni e gruppi con il risultato di implementare la stima di sé, la fiducia, ma anche la sana competizione al punto da rendere una meritevole spirale tra potenziamento personale e creazione di una comunità o rete di sistemi. Tuttavia, l'applicazione di un tale sistema favorisce e necessiterebbe di un cambiamento soprattutto culturale.

## **2. Una questione di cultura non solo economica**

Una volta di più è chiaro, soprattutto oggi e nella consapevolezza di come la creazione del consenso sia fondamentale per legittimare scelte politiche ed economiche effettuate sulle nostre vite, quanto il progresso sociale e comunitario dipenda dalla crescita individuale: senza un nucleo stabile la società è destinata ad affrontare contrasti della più varia natura. La crescita dell'individuo permette parallelamente di emanciparsi da vecchi schemi obsoleti e istituzionalizzati a vantaggio di ciò che si definisce terzo settore. È questo che fa la differenza tra economia di mercato e società di mercato: inevitabile la prima, inaccettabile la seconda. Eppure ciò che si chiede alla digitalizzazione del nostro avvenire è ampliare l'offerta di servizi sociali perseguendo insieme solidarietà e libertà, efficienza e orientamento all'utente/cliente. Il terzo settore, infatti, risponde ai bisogni e necessità che né lo Stato, né il mercato possono soddisfare in alternativa ovviamente ai processi di burocratizzazione invasiva o di abbandono per i più deboli. Il servizio risulta importante in quanto misura la sua produttività sulla reale possibilità e capacità di favorire altre relazioni e altri agenti-attori autonomi. Ma la *new economy* della Grande Rete quanto è sociale oltre che democratica? Secondo alcuni imprenditori della comunicazione e dell'economia digitalizzata, lo spostamento sulle piattaforme online dei processi di mercato permetterebbe di capitalizzare più delle tradizionali attività di produzione industriale anche perché, ciò permetterebbe di impegnare una pluralità di persone e di competenze senza contributi statali. In questo caso, in un modello di risparmi e di allargamento della base degli occupati, la rete si presenterebbe come una sorta di panacea. Per molti, insomma, la nuova ricchezza

non ha nulla a che fare con il petrolio, gli immobili, l'eredità della *old economy*. Eppure alcune riserve restano se non ancorate ad uno spirito conservatore dettato da una volontà di resistenza al cambiamento, quanto meno giustificate dai risultati delle diverse bolle speculative e delle crisi finanziarie degli ultimi anni: la nuova ricchezza sapiente nel network è un bluff? Secondo i sostenitori della rete come virtuoso circo delle volontà e delle opportunità essa è realissima e poggia sul considerare la rete "democratica" dal momento che, potenzialmente, cancella le differenze tra tutti i Nord e tutti i Sud. E, non avendo un centro egemone, essa può essere, ad esempio, anche sociale e cristiana insieme, perché risponde in tempo reale ai bisogni diffusi. Ma è vero anche il contrario. La Grande Rete, infatti, è diventata un monoscopio. La realtà, come pura comunicabilità, ha trasformato l'essere in uno strumento oltre che destinatario di un circuito virtuale e mediatico, in cui le cose esistono solo nell'atto della loro trasmissibilità e mai in sé. Nell'era di Internet e dello smartphone la rapidità della circolazione dell'informazione alla fine ha schiacciato la distanza, la durata e la distinzione. Insomma, ha sottratto spazio a tutto ciò che ha costituito il senso del reale nella percezione comune della coscienza dell'*homo sapiens-sapiens*.

### **3. La rete e il desiderio**

Finanziario o monetario, più che industriale, tanto pervasivo da far parlare più che legittimamente di pensiero unico, il web si presenta come lo spazio metafisico digitalizzato delle nostre angosce e paure quanto delle nostre certezze e incertezze. È il luogo di confronto, ma anche di ridefinizione di noi stessi nel momento in cui si serviamo delle possibilità digitali per ancorare noi stessi ad un reale autocostruito in termini di valori mentre l'impresa che vuole avere successo deve imparare a cannibalizzarsi per salvarsi, deve auto-digerirsi continuamente per non essere distrutta da altri competitori. La domanda che rimane aperta allora è una: quale potrebbe essere l'oggetto del desiderio che si nasconde nella digitalizzazione della vita quotidiana? È un'approssimazione all'indistinto che il mercato auto-genera con una tecnica che tautologicamente si richiama a se stessa: il marketing, ovvero ricercare la media statistica delle opinioni e dei desideri di coloro che rappresentano la pancia della curva statistica. Una tensione al numero senza colore, per cui contano soprattutto le opinioni di coloro che ne hanno poche o nessuna, perché chi ha già un'opinione è fuori dalla statistica dei potenziali consumatori. Che si tratti di merce

misurabile o immaterializzata in sentimenti ed emozioni provocati a cui corrispondono prodotti politici oltre che economici in termini di scelte, fa sì che sia proprio la virtualità della merce fantasmatica a riflettersi e rispecchiarsi nella circolarità del messaggio pubblicitario o politico, in cui solo chi vende comunica ma solo chi comunica può vendere. Fuori da questa spirale vi rimane solo il nulla, in cui è esclusa la maggioranza numerica dell'umanità. Tutto ciò si riproduce non solo nell'economia, ma nei comportamenti delle passioni individuali e collettive, base di squilibri e tensioni rispetto a cui c'è persino una carenza di teorie e di interpretazioni.

È vero, c'è stato tempo in cui si pensava che dallo sviluppo lineare della scienza e della tecnologia sarebbe venuta una risposta definitiva a tutti i problemi dell'uomo e si sarebbe posto fine per sempre all'era del bisogno. Ma la forsennata velocità della competizione ha prodotto aporie di ogni tipo: la medicina e la prevenzione allungano la vita, ma fabbricano anziani destinati a costare senza uso positivo e costruttivo. Per l'anziano, espulso dal flusso delle generazioni, restano i ghetti assistenziali. Fuori dalla furibonda lotta agonistica. Nella fuga dal senso tutto si consuma rapidissimo. Mai come oggi trionfa il motto "il fine giustifica i mezzi".

#### **4. Il consumatore digitalizzato**

Il consumatore diventa unica voce e unico soggetto attivo della nuova democrazia. Unico anello davvero centrale del sistema. Il consumatore passivo, diviso, isolato, frammentato, è bombardato da messaggi che non si discutono, anche perché fino ad ora assai poco interattivi. Il consumatore è lacerato da una contraddizione: il mercato ha sempre più bisogno di nuovi consumatori anche se si nutre di tecnologie con sempre meno produttori. Anche Internet è stato colonizzato da motori di ricerca a pagamento che lo rendono un trust, come le tv generaliste. Alla fine vi è un risultato che si osserva impietosamente. Ovvero che per alcuni, l'insopportabilità del presente si è tradotta nella fuga in riti dionisiaco-autodistruttivi. C'è un trend diffuso che coinvolge strati di giovani inutili al *big system* poiché non percepiti come consumatori in quanto l'assenza del lavoro produce spinte ad una visione della realtà fuori dalla portata della quotidianità reale. È in questa zona al limite del patologico che si alimenta il massimo della produzione di scorie della macchina sociale. Negli anni '70 del Novecento sono nate le prime espressioni di

secessione dal grande sabba della velocità. La nascita di neo-comunità per neo-devianti è la manifestazione di come un problema apparentemente insolubile o socialmente distruttivo non sia gestibile con efficacia da approcci pubblici semi-mercantili.

Un prete o un laico motivato in cerca di identità e impegno rappresentano spesso un quadro di riferimento per questo tipo di neo-strutture sociali. La dimensione di queste comunità ha creato diversi anticorpi proponendo entità-organismo e sospendendo la dinamica materiale e monetaria dei rapporti interpersonali, rimettendo l'uomo e i suoi bisogni più profondi al centro, creando percorsi o ristabilendo radici. Regole più simili a quelle di un mondo fatto di ordini secolari che a quello della fabbrica taylorista. Certo, tale processo non si può certo ritenere un esperimento sociologico da porre a premessa della creazione di un nuovo paradigma di città-villaggio. Tuttavia una simile consapevolezza dovrebbe permetterci di realizzare un modello alternativo ed efficace di risposta alla gabbia digitale, per il quale la dimensione neo-comunitaria del vivere dovrebbe rappresentare una sorta di secessione volontaria da un ritmo di frenesia, agonismo, che alcuni per il proprio profilo di personalità non hanno potuto abbracciare. E, questo, quale controbilanciamento ad un'epoca segnata dal mito della competizione dove la scelta di una nuova dimensione comunitaria dovrebbe essere pari al tempo vissuto. Una risposta necessaria per riprendere in mano il destino di noi stessi dal momento che la fine del pensiero unico, il dominio di un modello di realtà centrato sul profitto, ha spezzato nella coscienza delle élite intellettuali l'idea di una crescita diffusa e di un miglioramento materiale che accomuni libertà e risposte ai bisogni materiali.

## **5. Modernità e lavoro**

Negli ultimi sei secoli la tecnologia ha concentrato in sé larga parte delle funzioni nervose, emozionali, emotive, fisiche dell'uomo. Ci consegna oggi un mondo che è il più prospero che la storia abbia mai conosciuto. ma è quello maggiormente antropizzato e entropizzato: un mondo caotico costituito da grandi aree di sviluppo e dove non mancano grandissime sacche di sottosviluppo, un'umanità in cui il 20% della popolazione consuma l'80% delle risorse. Un altro elemento importante in questo scorcio di inizio millennio si rifà all'idea stessa di modernità così come l'abbiamo ereditata da questo secolo breve che mostra elementi di profonda crisi. Quando nasce la modernità? La modernità nasce con

due fenomeni: il concetto di sovranità degli Stati e quello della centralità del lavoro nella vita umana.

La società del lavoro si afferma con i Comuni, con la cultura dei mercanti, delle corporazioni: l'uomo viene ad essere individuato col lavoro che svolge, diventa quello che fa, diventa il suo lavoro. Nasce *l'homo faber*. Entrambi i fattori che abbiamo riconosciuto essere alla base della modernità sono messi con forza in crisi dalla globalizzazione e dalle nuove tecnologie, che abbattano le frontiere nazionali facendo circolare enormi risorse che scuotono alla radice l'idea stessa della sovranità degli Stati. Si rientra in questo modo nell'ecumene medievale. Al termine di questo secolo breve, gli uomini circolano come nel Medioevo in cui prevalgono le dimensioni del monetario e dell'informazione. La sovranità degli Stati è scossa così come la cultura del lavoro, non solo dalla competizione imposta dalla globalizzazione che costringe a misurarsi con altre società e con tecnologie nuovissime. Grazie all'introduzione delle nuove tecnologie il ciclo produttivo e l'accumulazione primaria di ricchezza potranno essere sostenuti da un numero di occupati pari al 10/15% della popolazione attiva. Emerge, così, un problema antropologico sul futuro dell'umanità di una società senza lavoro. Chiunque intenda pensare al futuro, deve misurarsi per rimettere l'uomo al centro di tutto nella logica di un umanesimo integrato, in quanto l'uomo da solo non va da nessuna parte.

Il processo di delocalizzazione del lavoro favorito dalla telematica è stato mitizzato sul piano degli effetti per l'uomo. Chi pensava che la delocalizzazione del lavoro e la telematizzazione delle funzioni sociali potessero servire a decentrare il lavoro ripetitivo ha fatto un utilizzo molto riduttivo delle possibilità e delle potenzialità del telelavoro. La progettazione intercetta dei trend in atto, utilizzando la tendenza naturale degli esseri umani a radicarsi in luoghi piacevoli perché sono luoghi che hanno un'anima. *L'homo faber* in crisi di identità si incontra con *l'homo ludens* che è in crescita, perché svolge attività creative, innovative e tenta di far coincidere *otium et negotium*.

### **...Concludendo**

Insomma, le nuove tecnologie rischiano di creare un'umanità costituita da uno strato superficiale di sacerdoti telematici che si attesta sul 10% della popolazione complessiva e che si stratifica sul un 90% di consumatori di televisione generalista, mezzi di

trasformazione passivi e di rete interattiva globalizzata. In questa prospettiva, gli esseri umani ricostruiscono una dimensione neo-comunitaria che dà la garanzia di ricreare la stessa osmosi etica che c'era tra il villaggio locale e la vita degli ordini medievali. Il primo Medioevo fu caratterizzato da questa dicotomia tra villaggio e monastero, tra cui c'era una continua osmosi di risorse economiche e valoriali. L'uomo del III millennio, o del "nuovo" Medioevo, crea una dimensione in cui il villaggio globale riceve molto dagli ordini globali. Richiamare l'uomo al centro della sua dimensione orizzontale e verticale, forse, è un modo per rispondere agli stati di ansia e di preoccupazione che viaggiano nelle anime e nelle vite degli internauti quanto anche nelle loro "tasche".