

DIGITO ERGO SUM

di Marina Bellini

Digito ergo sum.

Quello che è diventato ormai il motto degli utenti online, ci fa riflettere sul rimpiazzo in corso del media televisivo da parte della Rete. Se per anni abbiamo creduto che qualcosa o qualcuno esisteva solo se appariva in televisione, oggi incalza l'idea che per esistere sia necessario comunicare in Internet.

Tuttavia si percepisce con estrema chiarezza come buona parte della comunicazione online sia inquinata da modelli e comportamenti di derivazione televisiva.

La televisione è tuttora il medium più potente e sono ancora pochissime le persone che l'hanno spenta definitivamente a favore di Internet.

La convinzione che per esistere realmente sia necessario l'*audience*, è uno dei principali elementi che manifestano l'influenza mediatico-catodica. Di conseguenza l'*audience* viene ritenuto sinonimo di potere e di forza.

Per ottenere l'*audience* è necessario adeguarsi il più possibile al modello preconstituito, altrimenti il rischio è quello di parlare a/con un circolo ristretto di persone. A volte capita che perfino i personaggi più elitari manifestino il vizio *ereditario* e perdano molto tempo a consultare le statistiche d'accesso di Technorati relative al loro blog, o i contatori dei loro siti. Si tratta senz'altro di un atteggiamento inconscio che, tuttavia, manifesta la genesi della comunicazione attuale, dal momento che la misura in quantità è un retaggio televisivo.

Quando Karl R. Popper affrontava il problema della televisione, partiva dal presupposto che i bambini venissero al mondo "programmati" per imparare dall'ambiente. Poiché la televisione fa parte dell'ambiente dei bambini, non c'è dubbio che essa eserciti un'importante funzione nella loro educazione. Se inoltre consideriamo come nei comportamenti umani non ci sia nulla o quasi che non sia appreso, e ogni apprendimento si riduce all'imitazione, tutte le forme culturali svanirebbero nel caso in cui gli uomini cessassero improvvisamente di imitare.

Come afferma René Girard¹, la cui chiave di lettura antropologica sono imitazione e mimesi, i neurologi ci ricordano di frequente che il cervello umano è un'enorme macchina per imitare. Per cui non dobbiamo sorprenderci se, durante l'utilizzo del nuovo media, trapelano comportamenti inconsci derivanti dal sistema televisivo.

Mentre i bambini hanno un desiderio istintivo di imitare i comportamenti osservati, non posseggono un istinto per valutare a priori se un comportamento dato sia da emulare o no. Imitano qualsiasi cosa². Gli adulti, invece, tendono a elaborare ciò che osservano, mimetizzandosi spesso con delle modalità precostituite.

Da quando Orson Welles terrorizzò il globo terrestre con la mitica "guerra dei mondi", annunciando alla radio che gli alieni erano sbarcati sulla terra, le dinamiche della comunicazione si sono evolute fino all'approdo in Internet.

La radio e il giornale sono essenzialmente strumenti di informazione e quindi si suppone che ci dicano la verità.

Internet, invece, che è certamente uno strumento di informazione, non è soltanto questo: è anche un ambiente costruito secondo le modalità combinatorie della tecnica digitale e dalla relazione comunicativa tra agenti di senso, sparpagliati in giro per il mondo. Quello che noi facciamo, diciamo e costruiamo lì dentro, non è sottoposto, o per lo meno non lo è sempre, al criterio della verità o della falsità³.

Se nel "Truman show" si arrivava a tastare la parete che divide il vero dal falso, in rete non sempre è possibile. In rete il mondo è una nostra proiezione: il gioco che noi siamo capaci di giocare, ciò che noi siamo capaci di vedere intorno, è la proiezione che siamo capaci di condividere con qualcuno disposto a giocare il nostro gioco. Questo strumento offre la possibilità di moltiplicare le intelligenze umane e far sì che queste si possano collegare tra loro, contribuendo a una sorta di ampliamento della mente, poiché la sua estensione diventa collettiva.

¹ Delle cose nascoste sin dalla fondazione del mondo (DCC), Adelphi, Milano, 1983; ed. orig.: Des Choses cachées depuis la fondation du monde, Grasset, Paris, 1978

² Charles S. Clark, La violenza in tv, in K. R. Popper e John Condry

³ Franco Berardi - "In Rete verità e falsità, li creiamo noi" - Mediamente, Biblioteca digitale

Una decina d'anni fa, Derrick De Kerckhove affermava come, per la prima volta nella storia del mondo, disponiamo di uno strumento che nello stesso tempo sviluppa la personalità del singolo e la sua socializzazione, il privato ed il pubblico, l'oralità e l'archivio della memoria, il singolo e il molteplice.

La televisione è sempre stata una minaccia per lo spirito critico e solo oggi, tramite l'interazione online, è persino possibile criticarla, mostrando la propria posizione nei confronti dei suoi prodotti. Se da una parte essa ha ancora una profonda influenza nella creazione di modelli di riferimento, dall'altra stimola la contestazione verso qualcosa in cui il singolo tende a riconoscersi sempre meno.

C'era un tempo in cui la Rete era frequentata da una piccola moltitudine. Chi era entrato in Internet circa all'inizio del suo avvento, faceva parte di una élite culturalmente e intellettualmente avanzata, pronta a sperimentare il nuovo mezzo interattivo, che spaccava finalmente i canoni del linguaggio monodirezionale degli altri media.

Nelle fasi pionieristiche di ogni fenomeno di massa, la percentuale degli "spostati" è molto alta, ma anche quella delle avanguardie; quando il fenomeno comincia realmente a diventare di massa, la composizione dei fruitori tende a coincidere con quella della popolazione media. Perciò chi è entrato in Rete prima che essa iniziasse a massificarsi, ha potuto captare, intorno ai primi anni del nuovo millennio, una certa deficienza di alfabetizzazione che riduceva la comunicazione a dei ripetitivi slogan la cui conseguenza era un notevole calo del livello intellettuale.

Quando una popolazione, disabituata a scrivere e a leggere (che tanto c'era la televisione ad alleggerire l'impegno mentale), inizia a mettersi davanti a un monitor, con una tastiera che permette di esprimersi senza censure e senza inibizioni, la tendenza iniziale è quella di proiettare un modello, apportando in tal modo una riduzione del messaggio comunicativo.

Negli ultimi anni, il settore della produzione di fiction ha inondato l'etere di commesse, commissari di polizia, medici delle ASL, famigliole di impiegati e casalinghe, poiché il Grande Pubblico doveva riconoscersi. Non per sminuire i suddetti ruoli, ma ho l'impressione che, assistendo alla rappresentazione banalizzata della sua vita quotidiana, il "grande pubblico" abbia considerato come modello di riferimento, e quindi come traguardo finale, la sua stessa routine e i normali accadimenti di ogni giorno, imbecillizzati dal lieto fine e dallo stile voieuristico del Grande Fratello. A quale desiderio di evoluzione può essere indotto lo spettatore medio, privato di un modello "straordinario" che esuli dalla sua routine?

Oggi la gente comune fa la fila per andare a raccontarsi nei talk show televisivi, ma anche nei reality show, tramite i quali acquisisce una fama altrimenti impossibile. A questi personaggi, che non possono avvalersi di uno spessore intellettuale per auto-rappresentarsi, viene delegato il compito di creare un modello comportamentale, che spesso è superficiale e povero di contenuti o di idee. Quando il modello viene recepito inconsciamente come riferimento, il comportamento si adegua a uno status che si manifesta in tutti gli aspetti relazionali.

La tendenza a sciorinare il "chi", anziché il "che cosa", induce l'utente televisivo che entra in Rete, a mantenere il medesimo livello di superficialità a cui era abituato; di conseguenza la mancanza della rappresentazione visiva del suo "status", sul quale egli aveva fatto investimento IRL*, lo fa apparire telematicamente mutilato e impoverito.

In realtà il suo "impoverimento" è preacquisito.

L'incontro virtuale è uno spazio creativo, uno spazio di decentramento del io, una sovversiva moltiplicazione del nostro assetto identitario: non perché permetterebbe di assumere identità differenti dalla nostra, fingendo di essere qualcun altro in nome della creatività, ma perché dà la possibilità di evitare l'incasellamento dei nostri interlocutori in un target di età, sesso, mestiere, status, a favore della comunicazione di pensiero.

Tuttavia accade frequentemente che la principale curiosità sia quella di identificare l'interlocutore. Molti, soprattutto nelle chat (ma recentemente accade anche in qualche blog), forniscono dati artefatti, simulando di essere una persona diversa ogni volta, convinti che a contare non sia l'evidenza di un'identità tangibile.

* In Real Life

Quando una persona incontra qualcuno di questi personaggi, accade che si convinca di aver trovato ciò che in fondo desiderava trovare, senza pensare ciò che non gli fa piacere pensare: ad esempio di essere preso/a per i fondelli.

Un'eredità, questa, della pubblicità.

Nel linguaggio cinematografico dello spot televisivo c'è una grande accelerazione dell'immagine, una vasta enfasi sul corpo, sui consumi, una capacità di sintetizzare in poche immagini, di raggiungere effetti eclatanti e di ridurre al minimo il racconto o far sì che il segnale, l'immagine, il prodotto possa, come un flash, riportare la fantasia dello spettatore a un'aura di finzioni che viene rapidamente evocata e contemporaneamente dissolta.

L'internetario medio simula inconsciamente questa modalità, convinto che il suo messaggio costituito da finzioni o simulazioni, si dissolva nella mente del suo interlocutore, subito dopo la sconnessione da Internet. E non si rende conto, il ciarlatano, che è la sua mente, invece, ad essere sconnessa e che la sua finzione lo fa apparire tutt'altro che superiore.

"Non è solo a forza di mentire agli altri, ma anche di mentire a se stessi, che si smette di accorgersi di mentire". Questa pratica, enunciata da Proust ne "la Recherche", sta trovando terreno fertile in Rete, ma la colpa non è della Rete. Mentre quello dei rapporti "coperti" è un vizio che Internet avalla come legalità. Ci si camuffa dietro ad un nick name e ci si abitua a lanciare il sasso e nascondere la mano, senza doverne pagare alcuna conseguenza.

Se tutto ciò accade è dovuto al fatto che, nel mondo reale, eravamo già abituati ad utilizzare queste modalità e, si sa, in Rete portiamo tutta la carrettata di esperienze che abbiamo accumulato IRL.

Il problema è che sono i lati peggiori degli esseri umani che saltano all'occhio. I migliori escono allo scoperto con più indolenza. O vengono rappresentati goffamente, affidandosi alla retorica e al buonismo mieloso.

Del resto, da che esistono i telegiornali, siamo stati mitragliati da orrori di vario genere, poiché la "bella notizia" non fa notizia.

Così, per farsi notare, molta gente punta sulla "cattiveria", su un certo tipo di "delinquenza" telematica, sull'ostentazione delle sue malattie, dei lutti o della bastardaggine.

Chi, invece, è in grado di mettere dei punti e virgole ai pensieri, o trapela un certo stato di benessere con se stesso, generalmente non ottiene larghi consensi, soprattutto da parte di chi non è in grado di comunicare con una certa soggettività o è carente di una certa consapevolezza di sé.

Molto spesso la comunicazione virtuale assume, per i soggetti direttamente coinvolti, una dimensione riparatoria nei riguardi della propria esistenza. In altri termini sembrerebbe che ciascun interlocutore voglia, in qualche misura, mutare la propria condizione da reale in fittizia, costruendosi un personaggio e facendogli giocare il ruolo che egli stesso avrebbe scelto nella quotidianità. E ciò, se da un lato consente rielaborazioni della propria solitudine, del proprio disagio esistenziale e della propria sofferenza, dall'altro consente un'immersione in una dimensione magica ed onnipotente, e comunque alienante dalla realtà concreta di tutti i giorni.

Gli psichiatri che si occupano di nuove tecnologie, parlano di "identità fluida" nel cyberspazio, come se questa caratteristica fosse determinata dal mezzo e non dalla persona. Alcuni anni fa, nel mio primo libro "Maschi Virtuali"⁴, avevo sottolineato come "In Internet possiamo essere qualunque cosa eccetto ciò che non siamo".

La nostra identità non è un monoblocco neppure IRL e non credo dobbiamo sorprenderci se lo strumento "Internet" ce lo conferma.

Il vecchio concetto dell'albero con le varie ramificazioni, introdotto da Pierre Lèvy per rappresentare l'io virtuale, non nasce e cresce nel cyberspazio. Per alcuni, ma non per tutti, questo albero trova un terreno fertile più in rete che fuori della rete, ma spesso il mistero della ramificazione plurima rimane, per gli stessi, qualcosa di arcano. Solo i più consapevoli giocano le varie ramificazioni dell'IO relazionandole tra loro, evolvendole a volte, e prendendone sempre più coscienza. La maggior parte, invece, dichiara che stava scherzando e che dal vivo è un'altra persona.

⁴ Marina Bellini - Maschi virtuali - Ed. Apogeo 1999

I consumi dell'immaginario e dell'induzione mediatica ormai hanno invaso la collettività, al punto che non è nemmeno più necessario usufruire del mezzo televisivo per riconoscere come questa inevitabile realtà abbia compromesso l'autonomia di scelta, di pensiero e di comportamento per la maggior parte delle persone. Tra tutti i media la televisione è il principale strumento di creazione del "Desiderio Fittizio" e Internet ce ne conferma il risultato.

La mutazione intellettuale si è risolta nella totale subordinazione dell'intelligenza al suo uso mercantile; - dice Jeremy Rifkin⁵ - ma anche la sfera affettiva. Il mondo di relazioni sta cambiando. Si è capito come vendere "comportamenti" sia altamente fruttuoso, come mercificare i rapporti sia ormai necessario, in quanto il nuovo concetto di libertà (caduto quello classico che considera l'autonomia come massima espressione dell'essere liberi) che vede la relazione (la Rete appunto) come autentica forma di libertà, pone anche l'esigenza di creare rapporti "artificiali" all'interno del sistema.

Ecco che un incontro telematico tra due identità diventa un genere di consumo, un servizio incluso nell'accesso. La connessione contiene anche quello, è gratis ed è dovuto. Come se l'accesso alla Rete comprendesse un meccanismo di accesso facilitato al cuore, alla mente o, il peggio delle volte, agli organi sessuali delle persone.

Moltissimi accreditano un valore emozionale straordinario agli incontri telematici, senza rendersi conto che non essendoci empatia, l'emozione è angusta.

L'empatia è quel filo emotivo sottile che ci mantiene legati agli altri esseri umani. Noi creiamo empatia verso le fragilità altrui, le nostre incongruità, i nostri tentativi di essere umani. Ma se cominciamo a considerare gli altri come dei prodotti in offerta speciale che si possono acquistare nel cyberspazio, non riusciremo ad essere tolleranti, nel momento del confronto *live*, verso qualunque forma di "difetto" dell'oggetto da noi scelto e qualunque emozione verrà contraffatta o, al peggio, annullata.

Sembrerebbe che ciò a cui le scelte attuali collettive o individuali tendono in un luogo di comunicazione telematica, sia una specie di "marchio" che garantisca la qualità del prodotto.

Nel 1989, quando ancora non si parlava di e-business o di e-commerce, nel libro "La Marque", Kapferer e Thoenig⁶ dicevano:

"La marca non è una rendita, né un diritto acquisito. La marca non dura se non porta un reale valore aggiunto. Sottoposta a continua verifica dai consumatori, che confrontano e che si abitano velocemente alle innovazioni al punto di considerare normale l'ultimo progresso portato dalla marca, essa non ha altra scelta per sopravvivere che rimettersi continuamente in discussione".

Se applichiamo questa profezia alla "marca" dell'identità che si manifesta in rete, non possiamo accettare che nessun ramo del nostro albero rimanga immutato. Invece esiste una maggioranza che non evolve, non modifica nulla, non cresce, e nemmeno si mette in discussione, tanto è ancorata al modello prefabbricato su cui ha fondato inconsapevolmente buona parte della sua personalità.

La concezione di Sé, ovvero la consapevolezza che ogni soggetto ha di Sé come essere unico e diverso dal mondo, nasce dalla capacità di raccontarsi e ri-raccontarsi la propria storia rileggendola e confrontandola con quella degli altri. Poiché la soggettività e il testo possono essere due facce della stessa medaglia, la comunicazione come linguaggio scritto ha un'importanza essenziale. E in rete gli spazi e i temi tradizionali vengono ridefiniti, così anche le distanze e quindi i limiti del Sé.

Quando si comunica con gli altri tramite la parola scritta, è come fare un viaggio attraverso se stessi, dove si incontrano varie definizioni di Sé, dei propri rapporti affettivi, delle proprie premesse. E' un'opportunità per comprendere come le nostre realtà siano diverse e come esse si possano apprendere tramite la differenza. Camminando attraverso storie e realtà diverse, non si conosce mai la noia, perché il viaggio infinito che il mezzo ci permette di fare, è quello della conoscenza.

Tuttavia spesso ci si ritrova a confrontarsi con una scrittura stereotipata, ridotta al minimo, che costituisce un impoverimento del linguaggio.

⁵ Jeremy Rifkin - L'era dell'accesso - ed. Mondadori, 2000

⁶ Jean-Noel Kapferer e Jean-Claude Thoenig - La Marque - Mc Graw-Hill, 1989

Tomàs Maldonado⁷ ci fa notare come in chat o in mail si apre una strada, un gergo 'cyber', un gergo che si basa su espressioni tecniche dove si annullano gli aggettivi; un linguaggio predefinito con frasi fatte e come tutto questo non solo può contribuire nel futuro ad un degrado del patrimonio linguistico e di tutte le sue articolazioni, ma può anche avere un'influenza negativa sui nostri modi di pensare.

Noi continuiamo a pensare compattato, ridotto, e questo evidentemente è anche un aspetto da non sottovalutare, se consideriamo come l'uso compulsivo del cellulare abbia apportato, mediante gli sms, ulteriori modifiche all'uso del linguaggio comunicativo.

Il degrado del patrimonio linguistico era già avvenuto grazie alla televisione e alla pubblicità: poiché cultura e linguaggio ricco non sono compresi nel pacchetto persuasivo o forzatamente seduttivo dei media.

Se pensiamo a tutti i portavoce del "Corano del Consumismo" che operano contribuendo alla devastazione socioculturale e all'alienazione che viene prodotta dalla televisione, ci rendiamo conto di come la manipolazione adoperi due principali strumenti: il sesso e il successo.

Agendo sull'immaginario sessuale, che è l'elemento che fa da collante a tutti i successivi condizionamenti, l'icona del corpo femminile crea desiderio di possesso e di emulazione consumistica, per cui bellezza e "salute" determinano consumo di prodotti e simbologie desideranti comportamentali che sono entrambe Merci. La bellezza determina poi il "successo", che è un potere la cui mancanza erode internamente, creando angosce e nevrosi.

Accade spesso nella blogosfera che qualcuna apra un blog e vi inserisca una galleria di fotografie che la ritraggono in atteggiamenti provocanti. Quel blog comincerà a collezionare una quantità infinita di accessi e di commenti, indipendentemente dal contenuto dei post. Ma, ancor più spesso, accade che le foto non appartengano realmente alla titolare del blog, ma siano prese in prestito da qualche sito straniero e spacciate come proprie, innescando un meccanismo di adulazione e creando una sudditanza da parte dell'utenza che non darà più importanza alla parola scritta, ma alle pulsioni indotte dal desiderio.

In questi casi si nota come le parole acquistano un valore d'uso rispetto alla loro funzionalità simbolica e non rispetto alla rappresentazione oggettiva. Tale testimonianza rappresenta l'epoca di mercificazione ideologico-spettacolare, perfino delle emozioni e comunicazioni private, in cui le nostre pulsioni sono spesso indotte dai processi di creazione del desiderio, piuttosto che dal momento liberamente e sensualmente desiderante in se stesso.

Inoltre, l'uso dell'assunzione di identità apparentemente diverse non ha, come molti sostengono, delle valenze liberatorie. Circa la possibilità di sperimentare nuove identità in rete si fa molta retorica, poiché tale possibilità contrasta con i limiti effettivi dell'identità in Rete.

Barton Kunstrel⁸ osserva come chi assume un'altra identità in Rete mette in atto un esercizio di pensiero e di scrittura, che di per sé è interessante, ma lo è ancor più se ci si chiede quale sia l'ambiente di partenza di chi cambia identità in Rete. E' inevitabile che si sia sempre legati all'identità di partenza, quella reale. Anche se si può provare il piacere del segreto e dell'avventura di un'identità virtuale, si tratterà sempre di una proiezione determinata dai presupposti reali dello specifico soggetto.

Chiunque abbia mai scritto narrativa sa, del resto, che la vita reale è infinitamente più sorprendente di qualsiasi costruzione fittizia. Forse è molto più importante chiedersi come influenzi la nozione di soggetto il fatto che la gente scelga di crearsi delle nuove identità: da cosa ci si muove, cosa si abbandona, e cosa avviene quando si rientra nella realtà di questo corpo, quanto può essere soddisfacente e frustrante un sé puramente elettronico.

Ormai è molto raro che la maggior parte degli utenti usino la rete come sperimentazione e scambio di contenuti a lunga scadenza, nascondendosi dietro false identità. Il bisogno dell'incontro reale è sempre più impellente, man mano aumenta l'utenza. Nella fase pionieristica era facilissimo incontrare qualche "nick" con cui scambiare dialoghi accesi e interessanti e spesso, se accadeva che l'interesse delle conversazioni si spostava su un piano emozionale o affettivamente proiettivo, uno dei due si dissolveva nel cyberspazio, magari spaventato dal mistero del "nuovo". Oggi accade il contrario. La fase proiettiva è quasi immediata, poiché il linguaggio è abbastanza povero di

⁷ Tomàs Maldonado – Critica della ragione informatica – Feltrinelli 1997

⁸ Barton Kunstrel – Mediamente, Rai, 1998

contenuti e lascia spazio all'immaginazione, partendo dal presupposto che dall'altra parte dello schermo ci sia il protagonista della propria telenovela.

Tra gli adulti è molto diffusa la ricerca di sesso *live*, anziché cybersex, come accadeva all'inizio, in fase per l'appunto sperimentale. Ma dalle testimonianze raccolte, pare che il risultato sia deludente nel 98% dei casi. La ricerca di uno status proiettivo si avvale ancora una volta della simbologia mediatica introdotta dalla televisione e dalla pubblicità. Corpi perfetti, automobili favolose, posizioni sociali elevate, drogano qualunque desiderio che, appena non viene appagato, genera delusioni, malesseri e frustrazione. Nell'ambiente delle chat, sono frequenti gli "incontri al buio", con patti pre-accordati in cui è d'obbligo la luce spenta, dal momento dell'entrata a quello dell'uscita, nella camera di un albergo in cui avverrà l'incontro. Tutto questo per non deludere l'immaginario, per continuare la relazione virtuale oltre lo schermo, senza togliere la magia del cyberspazio, in cui le proiezioni sono l'unico ingranaggio che riesce a produrre emozione. Ma soprattutto per una collettiva ed evidente carenza di autostima.

Se, come diceva Kant, è vero che la conoscenza è una dimensione in cui la struttura mentale dell'uomo acquisisce una funzione determinante, le nostre capacità ricettive metteranno in opera una creazione del mondo relativa alle stesse; per cui l'informazione che proviene dai media non è più qualcosa che ci arriva dall'esterno, ma è come se fossimo calati dentro il mondo dell'informazione al punto che, vivendoci dentro, come galleggiando in un liquido amniotico, pretendiamo che il mondo sia composto nello stesso identico modo in cui è rappresentato dai media.

Questa allarmante pratica degli incontri al buio non fa che confermare la paura di uscire da quella specie di utero in cui tutto è bello, perfetto, illusorio.

Piuttosto che rinunciare all'illusione, la gente è disposta a rinunciare al confronto concreto delle identità, aggrappandosi disperatamente agli effetti delle pulsioni sessuali, che vengono violentemente separate dal resto del corpo.

La rete comincia a star stretta, tuttavia pochissimi sono disposti ad accettare una realtà concreta che li porti fuori dal loro percorso immaginifico e li riporti su un piano di concretezza a relazionarsi, prima di tutto, con se stessi.

Ai primi tempi di Internet le relazioni sessuali online erano vissute con una partecipazione emotiva abbastanza incantata. I *cyberinnamoramenti* erano all'ordine del giorno, ma spesso l'incontro non si realizzava. Tutto restava come in una dimensione onirica e a volte lasciava le tracce di un vero e proprio incubo che non trovava risposta o possibilità di interpretazioni razionali nella realtà, a meno di non essere in grado di esaminare quali dei nostri bisogni erano stati proiettati oltre il monitor.

L'utenza attuale dà meno spazio all'affettività e ai sentimenti e, malgrado ne proietti costantemente, usa questo mezzo più come trasgressione della sua routine quotidiana che non come sperimentazione dei propri stati emotivi. Sono sempre più in aumento, in rete, le casalinghe insoddisfatte, le mogli poco appagate sessualmente, le ragazze in cerca di esperienze sessuali. I maschi, al contrario, cercano affettività o donne remissive, disposte a soddisfare i loro appetiti e a renderli meno insicuri del loro "potere" maschile. Non tollerano una donna che conosce i segreti dello strumento informatico e che lo sa pilotare.

Dunque si alle "veline" in quanto donne oggetto, ma che non sappiano usare il computer possibilmente. Che non pensino.

C'è che il dilagare del consumismo nella società in cui viviamo sta rendendo di fatto sempre più difficile il contatto con le nostre emozioni fondamentali. Viviamo in un'atmosfera climatizzata in cui non c'è più spazio per il caldo della gioia, per il freddo della paura, per il sole delle sorprese o per la pioggia della rabbia. Diffidiamo sempre di più anche di quel tipo di relazioni in cui si prendono impegni e che sono naturalmente collegate alle emozioni cognitive superiori. Vissute come un pericolo per il nostro equilibrio, le emozioni forti se ne stanno un po' lontane dal quotidiano dell'uomo moderno e tendono ad invadere gli schermi della televisione o i luoghi del suo divertimento.

Vivere evitando sorprese ed emozioni è sempre più comune anche se poi, delle emozioni abbiamo tutti bisogno. E non è un caso forse, allora, che il manifestarsi della gioia si colleghi sempre di più, per un numero sempre maggiore di persone, all'esultanza del calciatore che ha fatto un goal. Al modo in cui non è un caso, forse, che una delle coincidenze più interessanti segnalate in questi ultimi anni fra eventi "emozionanti" ed infarto del miocardio, sia la sfida ai rigori che decide l'esito di partite finite in parità e seguite in televisione da tanta gente.

Portare le emozioni fuori di noi, su eventi non vitali, è un modo semplice, forse, di evitare dei rischi. Cadendo, però, in una vita grigia, basata sul tentativo di non affezionarsi troppo agli altri e di non preoccuparsi troppo del loro destino.

Ed ecco come un'esperienza in rete, può essere vissuta come un'emozione che appare tale, ma che non scompiglia più di tanto l'equilibrio faticosamente conquistato del saper dribblare i coinvolgimenti emotivi totali e totalizzanti.

Generalmente, quando un individuo pensa, e in particolare quando pensa di essere o di fare nel processo di trasmutazione delle idee in suoni, movimenti, azioni o altro, si imbatte in barriere o in filtri che non consentono l'effettiva trasformazione in ciò che diverrà dell'agire, che tuttavia non diverrebbe atto, se rimasto ad uno stato puramente intenzionale e quindi solo pensiero.

Sembrano esservi, nella comunicazione telematica, dei tempi e delle modalità temporali che, dal pensare all'agire, mettono alla prova le capacità di ogni individuo. Quanto meno il soggetto idealizzerà il suo atteggiamento, tanto più egli corrisponderà all'azione che andrà a concretizzare.

Invece la comunicazione ha un esito positivo solo nel caso in cui, al termine delle sequenze comunicative, si riscontra la presenza delle stesse informazioni nei soggetti interessati. Questo è possibile solo se si usano codici e regole comuni. I diversi codici della comunicazione, condivisi o privati, creano due mondi entrambi virtuali, il simbolico e l'immaginario. Essi vivono l'uno accanto all'altro separatamente, anche se il simbolico si nutre dei contributi imprescindibili dell'immaginario.

Poiché ciò che appartiene al simbolico prima è stato dell'immaginario, i rapporti tra questi due mondi virtuali creati dall'uomo sono garantiti dal contributo di quei soggetti che, ottenendo il consenso sulle loro opinioni, le traducono in valori condivisi del simbolico.

Che Internet sia un agglomerato di metafore e di simboli, ormai non ci sono dubbi.

La metafora degli spiriti mediocri – come l'ha definita lo psichiatra Romolo Rossi⁹ - espressione proustiana che ben si adatta al vissuto adolescenziale in genere ed al particolare vissuto adolescenziale che la connessione multipla simultanea induce, nasce dal bisogno di definizione di identità e dalla sfiducia di fondo sull'identità propria e sulla definizione di stile autonomo. La comunità di spiriti mediocri di Proust nasce qui dalla fantasia del tutti insieme e tutti uguali, che unifica e burocratizza gli stili, come le mode unificate del vestire e del parlare degli adolescenti, e ostacola la creatività, attraverso la formazione di stilemi, gerghi, linguaggio stereotipato.

Non è raro che persone in contatto tra loro, manifestino una certa difficoltà ad affrontare poi, con semplicità e con serenità, un incontro reale.

E' probabile che si tratti di una notevole incapacità di accettazione dell'altro per cui, venendo a prevalere il narcisismo individuale, si scatena la competizione per il dominio del simbolico e la lotta per affermare i propri codici di lettura della realtà, a danno dell'altro.

Tutte le armi, a cominciare dalla fuga, sono utili per strappare il consenso e restare padroni indiscussi del simbolico.

Quando lo scopo di qualcuno è l'utilizzo dell'altro in modalità virtuale, e la parola scritta non basta più a raggiungere lo scopo, si ricorre alla violenza che, in questo caso, è la separazione brusca. Lo scopo è quello di far precipitare nel silenzio chi non rinuncia alle certezze personali.

Non ingaggiare la competizione per il simbolico, e cioè evitare di proporre i propri valori nella comunicazione reale, dipende spesso dal timore che l'altro possa disprezzarli.

Il processo evolutivo di una persona fa maturare la speranza di poter comunicare, ma la stessa è condizionata da eventi emotivamente significativi.

Negli stadi che si succedono durante un processo evolutivo, nel quale sia compresa la comunicazione simbolica con l'altro, alcuni ingredienti possono mettere a repentaglio la concretizzazione relazionale.

Ci si può ritirare dalla comunicazione simbolica perché l'altro si esprime con una modalità seduttiva ed asfissiante che non lascia spazio a diversi contenuti, oppure fa un uso energetico della ragione.

La speranza di poter contribuire ai contenuti del simbolico si estingue però anche per motivi più personali, indipendenti dal modo di porsi dell'altro nella relazione, ad esempio quando maturano sentimenti di vergogna e di colpa.

⁹ Metafore per Internet - Prof. Romolo Rossi - Dipartimento di Scienze Psichiatriche Università degli Studi di Genova

Il ruolo di questi sentimenti nella genesi dei deliri, che per la loro "incomprensibilità" possiamo definire un modello di comunicazione metaforica, è ricorrente in coloro che evitano di chiarirsi nel simbolico.

"La vergogna, è un sentimento che matura dall'esperienza dei propri limiti personali nella relazione con gli altri. Ripetuti fallimenti nella relazione, per propria incapacità, sostengono il sentimento della vergogna. Il peso di tali limiti fa sentire indegni di affrontare una comunicazione simbolica. In questa, infatti, si può avvertire il pericolo di dover parlare di sé, mostrando la propria inadeguatezza esponendosi al rischio del giudizio altrui.

Il delirio sembra porsi allora come un discorso che, per difendere i miseri limiti della persona, maniacalmente e trionfalisticamente si rifiuta alla comunicazione simbolica.

Quando tramonta la speranza di poter comunicare con l'altro, mostrandosi, per partecipare alla costruzione del simbolico con parti di sé, si arresta il flusso della comunicazione di senso e compaiono nella relazione segni privi d'intenzione comunicativa, che sfuggono alla comprensione, apparendo irrazionali e folli a chi li osserva.

L'uso delle metafore permette di nascondere i codici di scrittura, impedendo all'altro di scorgerne il senso. La persona resta allora isolata in quel mondo virtuale ed immaginario che è creato dalle sue metafore, orgoglio e disperazione di chi pensa di non potersi mostrare all'altro. Si arresta allora il flusso d'informazioni che permette di partecipare alla costruzione del mondo virtuale del simbolico, da cui sgorga identità e ruolo sociale"¹⁰.

Perciò molte persone restano confinate in Internet rispetto ad altre. Mentre non hanno nessun problema a mostrarsi ad alcune, perché esse sono consenzienti anticipatamente e sottomesse alla comunicazione metaforica.

Ma questo è ciò che accade spesso anche negli incontri reali. Ci sono coppie in cui uno dei due componenti è completamente sottomesso e, in tal modo, non compromette il mondo immaginario dell'altro.

La seduzione virtuale implica dei trucchi astuti per compiere un "progetto" (sessuale o altro), spesso per dei traguardi tipicamente nevrotico-mascolini, e mette in risalto una debole stima e dignità di se stessi.

La caratteristica principale di questi seduttori è la manipolazione dei partner sessuali, che a lungo andare, insidia l'autostima e la felicità degli stessi ammaliatori.

La maggior parte delle tattiche di seduzione virtuale si basano sull'inganno ed esso avviene, come nel repertorio della seduzione di Don Giovanni, attraverso una forma indiretta e subdola di ipnosi.

Ironicamente, una forma subcosciente di auto-ipsi negativamente alimentata, è il meccanismo principale che conduce alla impotenza e alla frigidità, non soltanto per i Don Giovanni, ma per quasi tutte quelle persone che ingannano i loro partner.

La metodologia del sesso fatto per divertimento, stile Don Giovanni o playboy, comprende giochi, ruoli e varie tecniche di manipolazione per sedurre le donne. La manipolazione del partner e la pragmatica disonestà di professare sincerità e serietà, costituiscono dei mezzi strategicamente vantaggiosi per la conquista. Tuttavia, la maggioranza dei "Don Giovanni" della Rete, possono soltanto atteggiare la loro robustezza sessuale: in realtà sono terrificati dalla loro inadeguatezza sessuale. Molti "Don Giovanni" che si credono tanto mascholini, non hanno mai sperimentato l'orgasmo psicologico e rimangono psicosessualmente vergini per tutta la vita, non riuscendo a sviluppare la capacità di concedere o ricevere i piaceri psichici. Le conseguenze sono quelle di un occulto malessere che li tormenta ed esce allo scoperto nel momento in cui si accorgono che i loro intenti ipnotici non hanno funzionato.

Con l'avvento di Internet questa tipologia è complice inconsapevole delle avventure pseudo-sentimentali del compagno/a nei labirinti della Rete.

Si parla frequentemente di rapporti messi in crisi da Internet, ma si evita di trovarne le cause reali.

Una di queste, non c'è dubbio, è l'igiene mentale che scarseggia nella società odierna e che, al contrario, potrebbe contribuire a un'evoluzione cognitiva di sé e degli altri.

L'altra, fondamentale, è l'incapacità di leggere.

Leggere ciò che c'è scritto e non ciò che vorremmo ci fosse scritto.

¹⁰ A.Ballerini, M.Rossi Monti: La Vergogna e il Delirio. Bollati Boringhieri, Torino, 1990

Se sapessimo leggere, alieni dai nostri "sogni", bisogni o desideri, riusciremmo a leggere gli altri come sono e non come vorremmo che fossero.

L'incapacità di lettura e di conseguenza l'acquisizione di una corretta informazione, si manifesta anche in quelle che non sono le questioni relazionali più intime, ma che riguardano la politica o altre tematiche socio-culturali.

Durante l'ultima campagna elettorale, la rete traboccava di opinioni da parte dei rispettivi schieramenti. Nei blog, come nei forum o nelle mailing list, era evidente una preponderanza di luoghi comuni e di retaggi culturali precedentemente acquisiti.

Eccetto alcuni utenti bene informati e intellettualmente onesti, la maggior parte degli opinionisti online rivelava di basarsi sul sentito dire, sulla simpatia o antipatia verso l'una o l'altra coalizione. Certamente su ciò che avrebbe voluto che fosse e non su ciò che realmente era.

Malgrado i più ragionevoli tentassero di dialogare con gli irrazionali, raramente si riusciva a venire a capo di un discorso basato sui pregiudizi.

Se da un lato era interessante assistere o confrontarsi con il pensiero collettivo, dall'altro si poteva cominciare ad avere la certezza che la comunicazione globale in rete si può stabilire seriamente solo tramite una serie di nicchie aliene dalla contaminazione globale.

Considerando che ogni volta in cui si opta per un particolare comportamento, si spinge l'evoluzione culturale in un senso o nell'altro, dovremmo avere piena consapevolezza della nostra responsabilità. Interagendo con gli altri non possiamo permetterci di contribuire con informazioni fasulle o atteggiamenti esclusivamente emotivi, tanto meno abbandonarci, per comodità, ad un uso limitato del nostro pensiero.

Secondo Baudrillard, la crescita, l'accelerazione e la proliferazione hanno raggiunto estremi tali che l'estasi dell'escrescenza (cioè il crescente numero di beni) è accompagnata dall'inerzia. Il processo di crescita presenta una catastrofe per il soggetto, poiché non solo l'accelerazione e la proliferazione del mondo oggettificato intensificano la dimensione aleatoria del caso e dell'indeterminazione, ma gli oggetti stessi finiscono con il dominare il soggetto esausto, il cui interesse per il gioco degli oggetti si trasforma in apatia, stordimento e inerzia.

Oggi le persone vivono in un'era caratterizzata dal dominio dell'oggetto, e se non si riesce a prendere atto di come lo spazio relazionale online sia un mezzo e non un oggetto, e come gli altri non siano allo stesso modo oggetto della nostra ricreazione, la rete potrebbe evolversi in una direzione sbagliata rispetto a ciò per cui è nata.

Fortunatamente nel mondo blog si stanno cercando delle strade ragionate affinché *la parte abitata della rete*¹¹ recuperi il senso dell'esistenza di Internet.

Il principale concetto su cui si basa la attuale blogosfera è la condivisione.

Sergio Maistrello¹², nei suoi "appunti collaborativi online" lancia un messaggio che vale la pena memorizzare:

"Noi non siamo abituati a condividere, siamo abituati a vendere. Lo stimolo principale che ci spinge a mettere in circolo i nostri contenuti è quasi sempre la ricerca di un guadagno, monetizzabile in modo più o meno diretto. Al contrario, gli strumenti di espressione su cui si fonda la parte abitata della Rete insegnano che più si mette a disposizione la propria ricchezza e più si beneficia della ricchezza altrui. Più attenzione si concede agli altri, piuttosto che accentrarla su di sé, e maggiore attenzione si otterrà in cambio. La condivisione richiede una disponibilità straordinaria all'investimento a fondo perduto, perché il guadagno è indiretto e protratto nel tempo. La fiducia nella capacità degli abitanti della parte abitata della Rete a completarsi gli uni con gli altri è quanto di più lontano ci sia dalle degenerazioni del consumismo che hanno formato le generazioni degli ultimi decenni. Però funziona, e migliaia di temerari sono già lì a dimostrarlo".

I blog, di cui molti media parlano in maniera distorta, descrivendoli come diari personali, poiché così erano nati, stanno cominciando a fornire un reale scambio di pensiero, offrendo accesso alla creatività soggettiva che, tramite l'interazione, diviene collettiva. Tale ricchezza è maggiormente possibile individuarla tra quelli che non vantano grandi numeri di accesso, poiché è l'unica dimensione preferibile per trarre il meglio dalle interazioni tra persone, idee e contenuti.

¹¹ Giuseppe Granieri – Blog Generation – Ed. Laterza, 2005

¹² Sergio Maistrello – Come si fa un blog – Ed. Tecniche Nuove, 2004

Se considereremo la rete come un universo di senso a cui attingere, per trovare ciò che a noi interessa, sarà sufficiente individuare i piccoli pianeti che ci sono affini. E creando il nostro percorso di senso, il Gran Disordine di Internet potrà pian piano essere trasformato in un Disordine più composto. Ogni piccolo spazio racchiude contenuti con i quali ci possiamo confrontare quotidianamente e scegliendo quelli a noi più affini, possiamo stabilizzare la nostra ansia di consumo, riappropriandoci della nostra soggettività e contribuendo alla ri-creazione di quel senso che ai tempi delle BBS era ancora visibile: quando i modem viaggiavano a 2400 bps e i computer avevano 1MB di memoria RAM, e CPU con clock da 16 MHZ.