

«Voglio una rete globale e spericolata»

Abruzzese: abbiamo bisogno di un'etica del mutamento e non della conservazione

ALBERTO CRESPI

ROMA Al convegno «Per un'etica del villaggio globale», organizzato a Roma dall'associazione Athenaeum e patrocinato da Onu e Unesco, compare anche l'ex Guardasigilli Giovanni Maria Flick. Un signore che quand'era ministro parlava pochissimo, e che al convegno porta un monito e una notizia. Il monito: «In Europa abbiamo il portafogli pieno di Euro ma vuoto di regole, esiste l'Europa dell'economia ma non quella della cultura, della politica, del diritto. Ci avviamo alle elezioni europee con un dibattito politico tutto "italiano", nei temi e nel linguaggio». La notizia: «Tra le cose che danno speranza, c'è il fatto che si sta lavorando a una convenzione Onu per dare regole mondiali alla lotta contro il crimine organizzato. I delinquenti sono già "globalizzati", dobbiamo inventarcelo anche noi».

Per il resto il convegno (inizio di un progetto di ricerca che andrà avanti per i prossimi due anni) affronta i problemi etici nell'epoca della globalizzazione dai più diversi punti di vista. E noi ne scegliamo uno che ci riguarda da vicino, quello dei media, del quale

parliamo con il sociologo Alberto Abruzzese, presidente del corso di laurea in Scienze della Comunicazione alla Sapienza di Roma. Abruzzese espone una tesi apparentemente paradossale, quindi doppiamente interessante: mentre i dibattiti sui media - spiega nella sua relazione - hanno innescato «incoerenti tendenze prescrittive, allarmanti campagne censorie, superficiali teorizzazioni della comunicazione audiovisiva come luogo della stupidità» (e qui ce n'è per Popper, per Enzensberger, per Sartori...), l'idea di Abruzzese è che «qualsiasi intervento ecologico sui media dovrebbe partire dall'acquisizione dei nuovi confini raggiunti dalle tecnologie in quanto insieme dinamico di protesi umane, estensioni corporee, fitta trama di interazioni sociali». E conclude, proponendo «un'etica del mutamento, invece che della conservazione e del restauro».

Partiamo dai «nuovi confini». Come potremmo definirli?

«Tutti i confini dei media sono sta-



Un progetto di ricerca su «diritti e doveri» nell'epoca della tecnologia mondializzata

ti valicati in modo clamoroso. La tv (o i mezzi audiovisivi che riassumiamo per comodità nella parola «televisione») è un mondo di simulacri, Internet sembrerebbe avere la qualità di una relazione individuale con l'altro. Molti intellettuali ammoniscono che Internet è pericolosa, porta all'atomizzazione, alla chiusura solipsistica rispetto al mondo. Io sono più preoccupato che Internet possa riprodurre i valori di prima. Che sia solo un nuovo elettrodomestico più sofisticato dei vecchi. Internet è un mezzo nuovo. Richiede una «cultura da nativi». Ma nella sua fluidità rischia di essere invaso dalle postazioni della vecchia industria culturale».



Carlo Carino

I «nativi» di Internet sarebbero i giovani maghi del computer?

«Sì, dagli hackers in poi. La loro cultura è la stessa dei videogiochi. Anche se dentro la stessa Internet bisogna distinguere. Chiunque «navighi», e sia entrato almeno una volta in una chat-line e in un sito di vendite in rete, coglie subito l'abissale differenza fra le due esperienze. In realtà il computer e i cd-rom sono l'ultima fase evolutiva della scrittura, mentre il videogioco è un linguaggio psicosomatico, visivo, ed è la prima fase della cibernetica. E per questo che dentro Internet coesistono i «nativi», con la loro forza innovativa, e i «non nativi» che ten-

tano di occupare il mezzo con le vecchie forme di sapere. È il solito dualismo delle nuove tecnologie: in parte liberano, in parte si rivelano nuovi strumenti di controllo. E vanno sempre negoziate: in questa fase penso che sia meglio una deregolamentazione piuttosto che un eccesso di regole».

Un altro confine ampiamente valicato sembra essere quello della bioetica...

«La tecnologia destruttura non solo l'immaginario collettivo, ma anche i corpi. Irompe nell'organico. La vecchia etica mantiene una distinzione fra il corpo umano e tutto il resto: per capirci, è lecito modificare biologicamente i

A Paolo Mieli il premio Saint Vincent

Paolo Mieli ha vinto il 34° premio Saint Vincent di giornalismo. «Con la propria attività - è la motivazione della giuria - ha contribuito al prestigio della categoria». La consegna dei riconoscimenti Saint Vincent avverrà al Quirinale il 25 marzo da parte del presidente della Repubblica Oscar Luigi Scalfaro, mentre la consegna della dotazione dei premi (in tutto 80 milioni di lire) avverrà a Saint Vincent il 22 aprile. Per le migliori inchieste o servizi speciali di quotidiani premi Saint Vincent sono andati a Magdi Allam (La Repubblica), Antonio Maglie (Il Corriere dello Sport) e Bruno Viani (Il Secolo XIX). Tony Capuozzo (Tg5) e Karina Laterza (Tg Ragazzi Rai Uno) sono stati premiati come autori del miglior servizio o curatori della migliore rubrica di network nazionali; Vittoriano Rastelli (Il Venerdì di Repubblica) e Leonardo Zega (Famiglia Cristiana) quali autori della migliore rubrica su periodici italiani a diffusione nazionale.

Riabilitazioni Pilato voleva salvare Gesù

«Riabilitazione» per Pontio Pilato, controverso governatore romano della Giudea. L'uomo che si sarebbe «lavato le mani», lasciando condannare Gesù Cristo. La propugna lo storico della Chiesa Luigi Moraldi, specialista del cristianesimo primitivo, in un articolo per il mensile di cultura religiosa «Jesus». Lo studioso osserva innanzitutto come l'evangelista Matteo, l'unico a parlare del gesto del «lavarsi le mani», si sia rifatto per questo gesto più a tradizioni ebraiche che a un rito romano, che probabilmente va interpretato in maniera simbolica. Ma soprattutto numerosi testi concordano su tre punti: Pilato sostenne l'innocenza di Gesù e fu costretto (dalla situazione sociale della Giudea) a ratificare la condanna per l'insistenza delle autorità ebraiche; non divideva tali giudizi; era turbato dalla figura di Cristo. I testi orientali poi rivelano che Gesù risorto favorì Pilato con una delle sue apparizioni.

essere radicali».

E in questo universo di nuovi media, il caro vecchio giornale che fine fa?

«Il giornale che va in rete è il perfetto esempio di un vecchio sapere che tenta di occupare il nuovo mezzo, di farsi vedere anche là dentro. A quel punto subentra la legge del mercato: se un giornale, entrando in rete, scoprisse nuovi lettori, esploderebbe come fenomeno e sarebbe costretto a cambiare «dal di dentro». La scommessa, dunque, non è portare lettori dentro Internet, ma entrare in Internet per trovarne di nuovi. Così, può essere un veicolo di cambiamento; al contrario, rimane un'operazione di facciata».

A.A.A. Abbonate cercasi.

Per tutto il mese di marzo, alle **lettrici** che si abbonano a **l'Unità** per un anno un mese in più gratis e tre film in regalo.

Abbonamento annuo
13 mesi al posto di 12
con scadenza il 30 aprile 2000
6 giorni al prezzo
di 460.000 lire

e inoltre
3 videocassette in regalo
3 film che hanno fatto
la storia del cinema al femminile
BELLISSIMA, JULIA
e **DONNE SULL'ORLO**
DI UNA CRISI DI NERVI



SCHEDA DI ADESIONE

Desidero abbonarmi a **l'Unità** per 13 mesi
con scadenza il 30 aprile 2000
per 6 giorni al prezzo di 460.000 lire pari a 237,6 €
e ricevere le 3 videocassette in regalo

Nome _____
Cognome _____
Via/Piazza _____ n. _____
CAP _____ Località _____
Telefono _____ Fax _____

Desidero pagare attraverso il bollettino di conto corrente
che mi spedirete all'indirizzo indicato

Desidero pagare attraverso la mia Carta di Credito:

Carta Si Diners Club Mastercard
 American Express Visa Eurocard

Numero Carta _____ Scadenza _____

Firma Titolare _____

Il trattamento dei dati personali da Lei forniti è svolto per consentire a l'Unità Editrice Multimediale S.p.A. di inviare informazioni commerciali de l'Unità e di suoi qualificati partner commerciali. Le operazioni di trattamento sono quelle utili alla selezione del Suo nominativo per l'invio delle comunicazioni l'Unità. Il trattamento è manuale ed elettronico, il conferimento dei dati è facoltativo; in mancanza, l'Unità non fornirà le dette informazioni. Lei conosce i suoi diritti di cui all'art. 13 della legge 675, in particolare i diritti di accesso, aggiornamento, rettifica, cancellazione e opposizione al trattamento dei Suoi dati per fini di marketing diretto che potrà esercitare scrivendo a l'Unità all'indirizzo di seguito indicato. Titolare del trattamento l'Unità Editrice Multimediale S.p.A., con sede in Roma, Via dei Due Mucchi 2313. Con l'invio del presente coupon, Lei esprime il consenso ad ogni e più ampia operazione di trattamento dei Suoi dati personali nonché alla loro comunicazione ed diffusione, per i predetti fini.

Firma _____ Data _____

Spedire per posta a: Servizio Abbonamenti - Casella Postale 427 - 00187 Roma, oppure inviare fax al numero: (06) 69922588

