

## dell'etica e della comunicazione nel pluralismo il valore della comunicazione

comunicazione pubblica

**Marina Mancini intervista Stefano Bonaga, docente di Antropologia filosofica presso il Dipartimento di Filosofia dell'Università di Bologna e ideatore di "Iperbole", prima esperienza italiana di rete civica bolognese che festeggia 10 anni di attività.**

Viviamo nella società della comunicazione, ed in molti casi dell'ipercomunicazione, della sovra-comunicazione. Dominati dai mass-media, dipendenti anche non volendolo. Uomini e donne sottoposti ad una giornaliera esposizione mediatica di grosse proporzioni: quando accendiamo la Tv o la radio, quando sfogliamo un giornale o una rivista, quando guidiamo la nostra auto o passeggiamo per strada avvolti dai cartelloni pubblicitari, quando viaggiamo su internet o quando riceviamo sul nostro cellulare un sms, e gli esempi potrebbero continuare. Un'esposizione che non esclude i giovanissimi che spesso rappresentano i maggiori fruitori di questo attraente lunapark mediatico.

**Diventa sempre più pressante, quindi, domandarsi quale etica sottende la moderna comunicazione dei diversi media e quali siano i diritti e doveri dei soggetti che fruiscono o subiscono i processi comunicativi.** Sorridente e un po' disincantato, mi risponde, Stefano Bonaga, docente di antropologia filosofica presso l'Università di Bologna, nonché ideatore di **Iperbole**, la prima rete civica, nata a Bologna nel dicembre 1994 quando il professor Bonaga ricopriva, presso il Comune, l'incarico di Assessore all'Innovazione amministrativa, la Comunicazione e i Progetti Telematici.

A quanto pare cominciamo con una domanda difficile - sorride - speriamo diventino più facili. Innanzitutto io distinguerei informazione da comunicazione. Sono due settori completamente diversi; l'informazione genera sorpresa, la comunicazione invece è una condivisione degli oneri dell'informazione, nella società attuale c'è molta comunicazione e poca informazione.

Questa ultima è a livello globale, è generata da pochissime agenzie internazionali, che producono, tutte, quasi sempre, le stesse notizie che vengono variamente elaborate: la selettività sulla possibile informazione è scarsissima.

Viviamo in un mondo a scarsissima base informativa, soprattutto quella che studia la capacità di auto-informazione, legata ad azioni e attività informative. Penso ad internet, per esempio, non è informazione che ti arriva, devi andare a cercarla. In questo caso, quindi, c'è una grossa quantità d'informazione disponibile e una scarsissima selettività dal punto di vista dell'informazione distribuita. Praticamente fruiamo di una minima quantità di informazione rispetto all'enorme complessità del mondo, e, su questa scarsa informazione c'è un'enorme quantità di comunicazione, cioè di messa in comune di riflessioni, commenti, interazioni su questa piccola quantità di informazione che subisce un'enorme trattamento comunicativo.

**La comunicazione quindi non può essere centrale nel veicolare valori etici? Allora parliamo di comunicazione pubblica che coinvolge il cittadino quale agente attivo nei processi di cambiamento, quale il suo parere?**

Se per comunicazione si intende il trattamento comunicativo di una quantità minima di informazione che viene edulcorato, rimaneggiato, modificato, allora è difficile parlare di etica, anche se non è da escludere che la capacità informativa possa comunque aumentare. **La sola ed unica etica possibile sta nel pluralismo**, nell'informazione estesa e distribuita. Non c'è nessuna ricetta e nessuno strumento allo stato attuale delle cose con i quali sia concepibile, adesso, secondo il mio punto di vista, al di là della donazione di parole al massimo numero possibile di soggetti. Qualunque forma di preselezione prevede la delega a qualcuno, reputato capace di selezionare per il bene di non so chi o di altrui, ciò che deve passare e ciò che non deve.

Al di là dell'elementare riflessione secondo cui l'etica, la morale o la coscienza è individuale possiamo pensare ad un direttore di un giornale che può costituirsi un sereno apparato di intelligente selezione di quello che è giusto, incominciando semplicemente con eliminare tutto ciò che è volgare che è inutile. Tutto ciò che se non si vuole censurare quanto meno si può minimizzare. Questo sarebbe già un meccanismo che regolarizza l'eccesso comunicativo: evitare di enfatizzare le volgarità, comportamento che, come dicevo, è legato anche all'etica individuale.

Dal punto di vista pubblico io non riesco a concepire concetto migliore se non quello della pluralità di informazione. La capacità di contrapporre ad una notizia, ad un'opinione, una contro-notizia, una contro-opinione. Più si allarga questo spazio pubblico alla quantità indifferenziata dei soggetti e più abbiamo la garanzia dell'efficienza della comunicazione pubblica.

**E' a questo allargamento dello spazio pubblico che pensava quando ha ideato "Iperbole"?**

Naturalmente Iperbole è stato il frutto e l'effetto di una serie di collaborazioni e del lavoro di esperti tecnici. Io ne rivendico, o meglio, ne constato l'idea. Di mio c'è la visione politica di Iperbole, cioè l'anticipazione rispetto alla diffusa disattenzione sul fatto che



internet è un mondo, non uno strumento tecnologico come un mouse, un personal computer o un software, **internet è un mondo!** Un universo che andava scoperto, affrontato e soprattutto occorreva garantire il diritto ad accedere a questo mondo gratuitamente. Era chiaro che prima o poi anche i provider avrebbero garantito un accesso gratuito ma sino ad allora nessun provider offriva quel servizio gratuitamente, Iperbole sì. Includere in questo mondo il maggior numero possibile di cittadini: ecco perché è nata Iperbole.

**Possiamo dire quindi che la rete ha preso il posto dell'agorà, luogo d'incontro e di confronto, luogo di democrazia?**

No. Diciamo che la rete è un'agora potenziale ma è ben lontana dall'essere un'agorà. Se pensiamo all'agorà ateniese, c'erano pochi cittadini eletti che avevano tutti il diritto di parola, e attualmente, internet è un'agorà solo potenzialmente, infatti soffre le difficoltà causate dalla presenza di un'enorme quantità di possibili agenti contro un bassissimo numero di agenti che fanno funzionare la rete come un'agorà. □

**Chi è Stefano Bonaga:**

Ricercatore presso la cattedra di Antropologia filosofica nella Facoltà di Scienze della Formazione; ideatore del progetto Iperbole (dicembre 1994), ha ricoperto nel Comune di Bologna l'incarico di Assessore all'Innovazione amministrativa, la Comunicazione e i Progetti Telematici.

**Pubblicazioni**

- Stefano Bonaga, Franco Volpi, Ermanno Bencivenga, *Tre dialoghi: un invito alla pratica filosofica: presentazione del volume di Ermanno Bencivenga*, Conferenza organizzata dalla Fondazione Collegio San Carlo, Modena, 25/2/1989.
- Stefano Bonaga, *Sulla disperazione d'amore*, Milano: Feltrinelli, 1998.

**Marina Mancini** vanta al suo attivo numerosi interventi in materia di comunicazione pubblica e nuove tecnologie, e collabora costantemente, tra l'altro, con il sito [www.comunitazione.it](http://www.comunitazione.it) - Comunità di Scienze della Comunicazione. Per contattare l'autrice: [marina@marinamancini.it](mailto:marina@marinamancini.it)