

New York Times, prima pagina per i morti di Covid

«Non erano solo nomi in una lista. Eravamo noi». Così il New York Times qualche settimana fa introduce una prima pagina fitta fitta di nomi. Raggiunta la cifra di 100.000 morti negli USA, il giornale della Grande Mela decide di rimuovere articoli e fotografie per dare spazio alle

vittime del Covid-19, nome e cognome. La tendenza generale è rimasta quella di mostrare al pubblico ciò che sta accadendo negli ospedali con foto sobrie e rispettose di persone colpite dal virus. Proprio per questo la decisione del New York Times segna una svolta rispetto al giornalismo

tradizionale occidentale. Da quando esiste la possibilità di riportare visivamente le notizie, anche la morte viene pubblicata sui giornali, a maggior ragione se on line, ma con sottili differenze in relazione alla distanza geografica della tragedia. Infatti quando un evento catastrofico viene percepito come lontano è più probabile che vengano mostrate foto cruente. La nostra riflessione riguarda, quindi, la reazione dei lettori rispetto alle notizie veicolate dalle immagini. Rispetteremo



con più rigore le indicazioni di prevenzione del contagio se fossero diffuse fotografie più esplicite dei danni causati dal coronavirus? È forse il modo in cui vengono presentate le informazioni che

spinge parte della popolazione mondiale ad essere ancora scettica rispetto alle dichiarazioni dei virologi? Il modo in cui percepiamo gli avvenimenti è fortemente influenzato dalla copertura

mediatica che essi ricevono e dal modo in cui vengono riportati. Non si tratta solo di scrivere storie, il giornalismo soprattutto digitale influenza la cittadinanza e così le decisioni politiche ed in questo processo le immagini hanno un potere incommensurabile. Il recente calo dell'attenzione nei gesti che possono limitare la diffusione del virus sarà dovuto ad un'eccessiva pacatezza dei contenuti che mostrano i danni subiti negli ultimi mesi?

Jasmine MILONE

APOSTOLATO DIGITALE

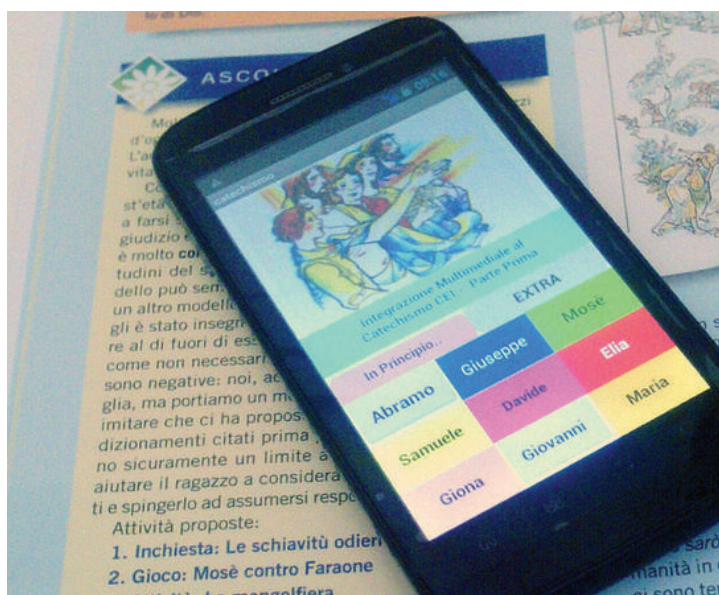
condividere codici di salvezza

NUOVO DIRETTORIO – AMPIO SPAZIO DEDICATO AL WEB: ALLA SFIDA PER UN USO CONSAPEVOLE DEL MEZZO DA PARTE DI GIOVANI E ADULTI

Come ampiamente descritto nelle pagine del giornale è uscito il nuovo «Direttorio per la catechesi», redatto dal Pontificio Consiglio per la Promozione della nuova evangelizzazione. Un ampio ed inedito spazio è dato alla dimensione digitale. In primo luogo, si ribadisce l'importanza di garantire, nella «rete», una presenza che testimoni i valori del Vangelo. Quindi, si esortano i catechisti ad educare le persone al buon uso del digitale: in particolare i giovani dovranno essere accompagnati, poiché il mondo immateriale può avere ripercussioni profonde sulla gestione delle emozioni e la costruzione dell'identità. Oggi, la cultura digitale – prosegue il documento – è percepita come «naturale», tanto da aver modificato linguaggio e gerarchie di valori su scala globale. Ricco di aspetti positivi (ad esempio, arricchisce le capacità cognitive e favorisce l'informazione indipendente a tutela delle persone più vulnerabili), al contempo il mondo digitale ha anche un «lato oscuro». Si continua poi avvertendo che la narrazione digitale risulta emotiva, intuitiva e coinvolgente, ma è priva di analisi critica, finendo per rendere i destinatari semplici fruitori, piuttosto che decodificatori di un messaggio. Senza dimenticare l'atteggiamento quasi «fideistico» che si può avere nei confronti, ad esempio, di un motore di ricerca. Cosa può fare dunque la catechesi in questo settore? Educare, in primo luogo, a contrastare la «cultura dell'istantaneità», priva di gerarchie valoriali e di prospettive, debole nella memoria e incapace di distinguere verità e qualità. Nel corso della conferenza stampa mons. Fisichella ha ricordato che: «La Chiesa è dinanzi a una grande sfida che si concentra nella nuova cultura con la quale si viene a incontrare, quella digitale». Focalizzare l'attenzione su un fenomeno che si impone come globale, obbliga quanti hanno la responsabilità della formazione a non tergiversare. A differenza del passato, quando la cultura era limitata al contesto geografico, la cultura digitale ha una valenza che risente della globalizzazione in atto e ne determina lo sviluppo. Gli strumenti creati in questo decennio manifestano una radicale trasformazione dei comportamenti che incidono soprattutto nella formazione dell'identità personale e nei rapporti interpersonali. La velocità con cui si modifica il linguaggio, e con esso le relazioni comportamentali, lascia intravedere un nuovo modello di comunicazione e di formazione che tocca inevitabilmente anche la Chiesa nel complesso mondo dell'educazione. La presenza delle varie espressioni ecclesiali nel vasto mondo di internet è

Catechesi e digitale, uno spazio da abitare

certamente un fatto positivo, ma la cultura digitale va ben oltre. Essa tocca in radice la questione antropologica decisiva in ogni contesto formativo, come quello della verità e della libertà. Già porre questa problematica impone di verificare l'adeguatezza della proposta formativa da qualunque parte provenga. Il presule arriva ad affermare che: «Forse, solo per questa premessa si rendeva necessario un nuovo Direttorio per la catechesi». Il documento opportunamente si schiera



contro il nuovo analfabetismo: «L'introduzione e l'utilizzo in forma massiva degli strumenti digitali ha causato cambiamenti profondi e complessi a molti livelli con conseguenze culturali, sociali e psicologiche ancora non del tutto evidenti», si legge nella parte relativa al rapporto tra catechesi e «cultura digitale». In queste pagine daremo conto in maniera più completa e visitando alcune complessità che il Direttorio affronta, certamente è un passaggio importante ed

una presa di coscienza decisiva il passaggio da una considerazione del digitale meramente ascrivibile ai mezzi di comunicazione al digitale come fattore portante della cultura che ci circonda, quella cultura in cui si è chiamati ad accompagnare ogni generazione ad una presa di coscienza del proprio battesimo. Un bel lavoro ci attende in compagnia dei nostri lettori ed insieme a chi ha a cuore questi temi.

don Luca PEYRON
Ivan ANDREIS

Docu-serie su Rai Play

Su Rai Play una docu-serie di 11 puntate da 6 minuti per raccontare la rivoluzione digitale. Si chiama Web Side Story e ripercorre una storia recente ma di cruciale importanza per capire il nostro tempo. Con immagini inedite riprese dall'archivio di Internet.



Le piattaforme streaming fanno cosa ci piace...

Le piattaforme di streaming offrono suggerimenti basati su complessi incroci dei dati dell'utenza. Per prima cosa, il gigante dello streaming Netflix (N.d.T) inserisce chi guarda show/film simili all'interno di un indice di gradimento; tutti questi media contengono metatag descrittivi applicati da uno staff di freelance. A tal proposito, il sociologo Pierre Bourdieu ha fornito forse la migliore definizione del gusto, ovvero una manifestazione complicata di posizione sociale, classe economica e background culturale. Il gusto rivela sempre l'impatto sulla crescita dell'individuo e le influenze sociali. Perciò, dato che il nostro gusto culturale è altamente guidato da ricerche di marketing, è bene osservare come questi algoritmi in streaming siano influenzati dal consumo stesso



della Tv specialmente in questo momento in cui la Tv è molto diversa dal passato. Ogni telespettatore ha una categoria mentale di «Show televisivo che

preferisce». Il pensiero più esaustivo (e, francamente, deciso) sulla categorizzazione viene da Aristotele; egli afferma, infatti, che le categorie sono strumenti con cui si denota la realtà, si organizzano i soggetti e si formano insieme. La categoria «Show TV che piace a qualcuno», però, non coincide perfettamente con questo concetto; una categoria non può esistere senza la soggettività dell'esperienza o la conferma della preferenza.

Quando indichiamo una preferenza, lo abbiamo fatto dopo una raccolta di informazioni in una marea di opzioni. Gregory Bateson considera particolare e degna di nota «quella differenza che fa la differenza». Gli algoritmi, del resto, ritengono che gli show che facciamo la differenza sono quelli che si somigliano. I servizi di streaming offrono l'attrattiva di accurati e qualitativi dati, dedotti da freddi calcoli di logica computazionale. Ma l'implicazione più inquietante qui in definitiva è che, con la presenza di una risaputa storia di discriminazione nell'industria televisiva, ad oggi anche un sistema di consigli innocuo e irrilevante può trasformare le nostre preferenze a loro volta in discriminazione.

Mark D. PEPPER
Utah Valley University (Estratto)