

# Dalla comunicazione dell'ecologia all'ecologia della comunicazione

[cssr.news/italian/2022/06/dalla-comunicazione-dellecologia-allecologia-della-comunicazione/](https://cssr.news/italian/2022/06/dalla-comunicazione-dellecologia-allecologia-della-comunicazione/)

10/06/2022



(dal Blog dell'Accademia Alfonsiana)

Questo post mette in relazione l'ecologia con la comunicazione e presenta due modi di affrontare questo rapporto: il primo consisterebbe nel comunicare l'ecologia, il secondo nello sviluppare un'ecologia della comunicazione[i].

## **1. Comunicazione dell'ecologia**

In questa prospettiva, le tecnologie dell'informazione e della comunicazione (TIC) sono viste come semplici "mezzi" o "strumenti" per comunicare e ottenere un particolare effetto. A questo fine, nell'ambito ecologico, si cercano le strategie più efficaci per sensibilizzare l'opinione pubblica sulla gravità della crisi ecologica. Utilizzando bene questi "mezzi" si cerca di provocare un cambiamento di mentalità e di comportamento a livello individuale e collettivo.

Pertanto, si trasmette un messaggio per ottenere un effetto, inculcando norme e modelli di comportamento. La comunicazione è intesa fondamentalmente come un processo lineare, in cui il mittente invia un messaggio al ricevente utilizzando un canale e un processo di codifica/decodifica. Il linguaggio utilizzato deve essere preciso, per garantire una trasmissione fedele dei contenuti.

La più recente letteratura sociologica è lontana da questa prospettiva e, soprattutto, delle teorie che accennano gli effetti diretti e immediati dei media. Piuttosto che bersagliare l'individuo con i propri messaggi, i media sarebbero fornitori di prodotti simbolici che ogni individuo userà poi in modo creativo. Quindi, anziché parlare di comunicazione efficace dell'ecologia, si propone di concentrarci sull'ecologia della comunicazione.

## **2. Ecologia della comunicazione**

Questa prospettiva si focalizza sulla natura ecologica delle interazioni comunicative. La comunicazione è intesa come un processo di scambio che rende possibile la sopravvivenza. Pertanto, si dà priorità allo studio delle relazioni che gli individui e le specie stabiliscono tra di loro, lasciando in secondo piano l'analisi dell'efficacia che i media possono avere nella trasmissione dei contenuti o nella difesa della questione ambientale.

Diverse discipline mettono in relazione i media con l'ecologia e parlano di un ecosistema mediatico che configura l'ecosistema globale. Ad esempio, l'Ecologia dei media (*Media Ecology*) considera i mezzi di comunicazione come ambienti e studia l'importante influsso che esercitano sul modo in cui l'essere umano pensa, sente e si comporta. Essi «creano un ambiente che circonda il soggetto e modella la sua percezione e cognizione»<sup>[ii]</sup>, dandogli la struttura simbolica che userà per codificare e decodificare le informazioni che riceve<sup>[iii]</sup>. Inoltre, i media interagiscono tra di loro come "specie" dello stesso ecosistema, condizionandosi a vicenda<sup>[iv]</sup>.

L'ecologia della comunicazione, infatti, non riduce i media a semplici strumenti per portare avanti la causa ambientale, provocando effetti sul pubblico. Più che strumenti per trasmettere informazioni, i media ci aiutano a creare l'ambiente simbolico in cui viviamo.

## **3. Ambiente naturale vs ambiente simbolico**

Fin dai tempi più lontani, l'essere umano ha usato i suoi marchingegni per creare l'ambiente vitale da cui dipende e in cui vive. Anziché in un ambiente naturale, l'*Homo sapiens* vive in un mondo simbolico<sup>[v]</sup>, che dipende dalla sua invenzione e dai processi comunicativi che egli stesso genera come individuo e come gruppo. «La foresta non è solo una foresta per l'uomo: per il boscaiolo è una fonte di legno; per il poeta, un motivo di ispirazione; per il fuggitivo, un rifugio; per il vacanziero, un luogo di svago. [...] L'acqua è un componente chimico in laboratorio, ma è anche un elemento poetico, una risorsa per dissetarsi, per fare il bagno, per cucinare»<sup>[vi]</sup>.

Ogni comunità umana riceve e abita un mondo simbolico che deve ricreare e trasmettere alle generazioni successive, portando avanti così la creatività del processo storico. Come individui e come gruppo, siamo tutti immersi in questo processo permanente di interpretazione e costruzione del significato attraverso la negoziazione e l'interpretazione narrativa<sup>[vii]</sup>.

Alcuni autori hanno evidenziato che la tecnologia ha un notevole influsso sull'organizzazione sociale e, attraverso di essa, sulla cultura e sulla religione[viii]. Con l'espressione «il mezzo è il messaggio»[ix], McLuhan aveva richiamato l'attenzione sul fatto che il mezzo usato condiziona la nostra percezione del mondo[x], cioè che la tecnologia determina in un certo modo il tipo di società.

La cultura digitale presenta adesso nuove sfide al linguaggio e al pensiero teologico, cioè all'"intelligenza della fede". Infatti, «le nuove tecnologie non soltanto cambiano il modo di comunicare, ma stanno operando una vasta trasformazione culturale»[xi].

Dobbiamo imparare a vivere e a esprimere oggi le questioni ecologiche, mettendo in relazione la rete della vita con la vita in rete.

*p. Martín Carbajo Nuñez, OFM*

---

[i] Abbiamo approfondito ulteriormente questo argomento nel nostro libro: Carbajo Núñez M., *"Tutto è collegato". Ecologia integrale e comunicazione nell'era digitale*, EDI, Napoli 2020.

[ii] Scolari C.A. (ed.), *Ecología de los medios: Entornos, evoluciones e interpretaciones*, Gedisa Barcelona 2015, 29 [Trad.].

[iii] Kong Lum C.M., «Media Ecology: contexts, concepts and currents», in Fortner R.S. – Fackler P.M. (ed.), *The Handbook of Media and Mass Communication Theory*, John Wiley & Sons, Boston 2014, 137-153, qui 141.

[iv] «The Radio changed the form of the news story as much as it altered the film image in the talkies. TV caused drastic changes in radio programming». McLuhan M., *Understanding Media. The extensions of man*, McGraw-Hill, New York 1964, 61.

[v] Husserl E., *La crise des sciences européennes et la phénoménologie transcendantale*, Gallimard, Paris 2008; Schutz A., *The phenomenology of the social world*, Northwestern UP, Evanston 1972.

[vi] Cf. Rodrigues A.D., «Comunicação da ecologia ou ecologia da comunicação?», in Seixas N. – Da Costa A.C.S. – Costa L.M. (ed.), *Comunicação: Visualidades e Diversidades na Amazônia*, Papersp, Belém 2013, 17-24. In questi paragrafi mi ispiro a questo autore.

[vii] Sull'attività simbolica e interpretativa della comunità umana cf. Todorov T., *Simbolismo e interpretazione*, Napoli 1986.

[viii] La scrittura ebbe pure un notevole influsso sulla religione: Pyysiäinen I., *Holy Book – A treasury of the Incomprehensible. The invention of writing and religious cognition*, in *Numen* 46 (1999) 269-290. Circa l'influsso della stampa nel modo di fare, insegnare e vivere la teologia: Eilers F.-J., *Comunicare nella comunità*, Elle di ci, Leumann 1997, 204.

[ix] McLuhan M., *Understanding media. The extensions of man*, Mentor, New York 1964<sup>2</sup>, 24.

[x] «Man is an extension of nature that re-makes the nature that makes the man».  
McLuhan M., *Take Today: The Executive as Dropout*, Harcourt Brace, New York 1972, 66.

[xi] Benedetto XVI, *Discorso ai partecipanti all'assemblea plenaria del Pontificio Consiglio delle Comunicazioni Sociali*, 28-02-2011, in AAS 103 (2011) 188-191.