

Questioni morali emergenti che si presentano al confessionale: il confessore nel *Digital Age*

Paolo Benanti

1. Una premessa: il *Digital Age*

Viviamo in una società e in un tempo caratterizzato dal digitale, il *Digital Age*, un periodo complesso a causa dei profondi cambiamenti che queste tecnologie stanno producendo.

L'effetto della esponenziale digitalizzazione della comunicazione e della società sta portando, a detta di studiosi come Marc Prensky¹, a una vera e propria trasformazione antropologica: l'avvento dei nativi digitali. *Nativo digitale* (in inglese *digital native*) è una espressione che viene applicata ad una persona che è cresciuta con le tecnologie digitali come i computer, internet, telefoni cellulari e MP3. L'espressione viene utilizzata per indicare un nuovo e inedito gruppo di studenti che sta accedendo al sistema dell'educazione. I nativi digitali nascono parallelamente alla diffusione di massa dei computer a interfaccia grafica nel 1985 e dei sistemi operativi a finestre nel 1996. Il nativo digitale cresce in una società multischermo, e considera le tecnologie come un elemento naturale non provando nessun disagio nel manipolarle e interagire con esse.

Per contro, Prensky, conia l'espressione *immigrato digitale* (*digital immigrant*) per indicare una persona che è cresciuta prima delle tecnologie digitali e le ha adottate in un secondo tempo. Una delle differenziazioni tra questi soggetti è il diverso approccio mentale che hanno verso le nuove tecnologie: ad esempio un nativo digitale parlerà della sua nuova macchina fotografica (senza definirne la tipologia tecnologica) mentre un immigrato digitale parlerà della sua nuova macchina fotografica digitale, in contrapposizione alla macchina fotografica con pellicola chimica utilizzata in precedenza. Un *nativo digitale*, per Prensky, è come plasmato dalla *dieta mediale* a cui è sottoposto: in cinque anni, ad esempio, trascorre 10.000 ore con i *videogames*, scambia almeno 200.000 email, trascorre 10.000 ore al cellulare, passa 20.000 ore davanti alla televisione guardando almeno 500.000 spot pubblicitari dedicando, però, solo 5.000 ore alla lettura. Questa *dieta mediale* produce, secondo Prensky, un nuovo linguaggio, un nuovo modo di organizzare il pensiero che modificherà la struttura

¹ Cf. M. PRENSKY, *Digital Natives, Digital Immigrants*, On the Horizon 9(5), 1-6, <http://www.scribd.com/doc/9799/Prensky-Digital-Natives-Digital-Immigrants-Part1> (accesso 8.11.2013); ID., *Digital Natives, Digital Immigrants, part 2: Do They Really Think Differently?*, On the Horizon 9 (6), 1-6, <http://www.twitchspeed.com/site/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part2.htm> (accesso 8.11.2013).

cerebrale dei nativi digitali. Multitasking, ipertestualità e interattività sono, per Prensky, solo alcune caratteristiche di quello che appare come un nuovo e inedito modo di comprendere e comunicare dell'essere umano. Inoltre Prensky sostiene che, sia pure in modo irregolare e alla nostra personale velocità, ci muoviamo tutti verso un potenziamento digitale che include le attività cognitive². Secondo Prensky gli strumenti digitali già estendono e arricchiscono le nostre capacità cognitive in molti modi. La tecnologia digitale migliora la memoria, per esempio attraverso gli strumenti di acquisizione, archiviazione e restituzione dei dati. La raccolta digitale di dati e gli strumenti di supporto alle decisioni migliorano la capacità di scelta consentendoci di raccogliere più dati e verificare tutte le implicazioni derivanti da quella domanda. Il potenziamento digitale in ambito cognitivo, reso possibile da laptop, *database online*, simulazioni tridimensionali virtuali, strumenti collaborativi online, tablet e da una serie di altri strumenti specifici per diversi contesti, è oggi per Prensky una realtà in molte professioni, anche in campi non tecnici come la giurisprudenza e le discipline umanistiche³.

2. Digital Age come fenomeno religioso

Nella storia del pensiero, al di là dei momenti di discussione accademica e di riflessione che hanno segnato lo sviluppo della filosofia, di fatto si è assistito al ricorso a diverse forme di autorità per sintetizzare dei criteri che fondassero e orientassero le scelte delle persone. Per migliaia di anni gli esseri umani hanno indicato l'autorità come venuta e consegnata agli uomini dagli dei.

Poi, durante l'epoca moderna, l'umanesimo ha gradualmente spostato l'autorità dalle divinità alla persona. Jean-Jacques Rousseau nel 1762 ha riassunto questa rivoluzione nell'*Émile*, il suo trattato sull'educazione.

Quando Rousseau parla della ricerca di regole di condotta nella vita dice di averle trovate «nel profondo del mio cuore, tracciate dalla natura in caratteri che nulla può cancellare. Ho bisogno solo di consultare me stesso per quanto riguarda ciò che

² Cf. M. PRENSKY, *H. Sapiens Digital: From Digital Immigrants and Digital Natives to Digital Wisdom*, Innovate 5(3), <http://www.innovateonline.info/index.php?view=article&id=705> (accesso 8.11.2013).

³ Prensky preferisce parlare di *potenziamento digitale* piuttosto che di *potenziamento tecnologico* per tre motivi (cf. M. PRENSKY, *H. Sapiens Digital: From Digital Immigrants and Digital Natives to Digital Wisdom*, *op. cit.*). In primo luogo perché oggi quasi tutta la tecnologia è o digitale o supportata da strumenti digitali. In secondo luogo la tecnologia digitale si distingue dalle altre in quanto è programmabile, cioè capace di essere indotta a fare, a livelli sempre più precisi, proprio ciò che si desidera (questa capacità di personalizzazione è il cuore della rivoluzione digitale). In terzo luogo la tecnologia digitale investe sempre più energie in versioni sempre più piccole di microprocessori che costituiscono il nucleo di buona parte della tecnologia capace di potenziare la cognizione. Tale miniaturizzazione, insieme ai costi in continua riduzione, rappresenta l'elemento che renderà la tecnologia digitale disponibile per tutti, seppure a ritmi diversi in luoghi diversi. Il discorso sul potenziamento (*enhancement*) è troppo vasto e complesso per essere ulteriormente discusso in queste pagine; per approfondimenti rimandiamo a P. BENANTI, *op. cit.*

desidero fare; quello che sento di essere buono è buono, quello che sento di essere cattivo è cattivo».

I pensatori umanisti come Rousseau produssero una trasformazione del principio di autorità, convincendoci che non gli dei ma i nostri sentimenti e desideri sono la fonte ultima di significato e che la nostra volontà è, dunque, la più alta fonte di autorità.

Ora, in questa epoca di insorgenza di intelligenze artificiali, una nuova rivoluzione nel principio di autorità e nella comprensione di quali siano le fonti autorevoli sta per avvenire.

Se nell'antica Grecia le fonti autorevoli erano gli oracoli, legittimati da mitologie e credenze, a partire dall'umanesimo l'autorità umana è stata legittimata da ideologie umanistiche. Sembrerebbe che i nuovi guru dell'high-tech e i profeti della Silicon Valley stiano creando una nuova narrazione universale che legittima una nuova fonte di autorità: gli algoritmi di intelligenza artificiale e i Big Data.

Questo nuovo romanzo, questa nuova fondazione religiosa, questa sorta di mitologia del XXI secolo potremmo chiamarla digitalesimo. Nella sua forma estrema i fautori di questa visione del mondo digitalista percepiscono l'intero universo come un flusso di dati, vedono gli organismi viventi come poco più di algoritmi biochimici e credono che esista una vocazione cosmica per l'umanità: creare un sistema di elaborazione dati onnicomprensivo e poi, nell'*eschaton* del cosmo, fondersi in esso.

Dal punto di vista dell'annuncio della fede ci troviamo di fronte a una inedita e sfidante modalità che cambia le coordinate di riferimento nel processo della fiducia e dell'attribuzione di autorevolezza. Il modo con cui chiediamo a un motore di ricerca, agli algoritmi di un'intelligenza artificiale o a un computer alcune risposte su questioni che riguardano i nostri processi più intimi, si pensi ai software per trovare il partner o l'anima gemella, ha una matrice che potremmo definire di natura religiosa: ci relazioniamo alla macchina e alla sua risposta con un atteggiamento che non è molto differente da quello che avevano quanti, nell'antichità, si rivolgevano ad oracoli e aruspici per conoscere il loro destino. Il digitalesimo, questo nuovo modo di relazionarsi e credere al digitale, assume in alcuni i tratti di un vero e proprio fenomeno religioso e come tale va considerato nel pensare un annuncio di fede.

Il digitalesimo, con queste sue componenti tecniche e religiose, unito alla grandissima pervasività dei mezzi di cui dispone, Internet è una struttura sempre più globale, potrebbe dar luogo a una cultura globale che formerà soprattutto il modo di pensare e credere delle prossime generazioni di giovani. Le nuove generazioni saranno sempre più globalmente digitali e sempre di più presenteranno caratteristiche e modi di pensiero globali. Le grandi piattaforme di condivisione video, i social networks e i sistemi di chat globale sembrano annunciare l'avvento di una generazione di giovani globale grazie al loro potere di diffusione e di istantaneità.

Questo oltre che una sfida può essere un'opportunità. Sviluppare forme e strumenti in grado di decodificare le istanze antropologiche che si pongono alla base di questi fenomeni e affinare modi di evangelizzazione per la cultura digitale consente non solo di comprendere il presente ma di offrire azioni evangelizzatrici globali e diffuse come globale e diffuso è il *Digital Age*.

3. Alcuni punti su cui portare un discernimento illuminato dalla fede

Appare così evidente come la questa, specie nella pervasività sociale e culturale del *Digital Age*, ci cambi, tanto nel modo di comprenderci quanto in quello di comprendere il mondo. Questo risulta particolarmente evidente per le giovani generazioni. Oggi il giovane adulto è un'*isola* in un *arcipelago* di relazioni reali, presunte o immaginate e sembra che le nuove generazioni non sempre siano formate e culturalmente attrezzate per affrontare la sfida che la società digitale propone. I *media*, per loro stessa natura, sono elementi che si interpongono tra noi e il reale: ci forniscono versioni selettive del mondo, più che un accesso diretto ad esso combinando insieme diversi linguaggi in un *testo* che viene comunicato e diffuso con caratteristiche che oggi assumono i tratti della globalità e dell'istantaneità.

Ci sembra che si debba parlare con urgenza della necessità di una *media education*. L'*educazione ai media* o *media education*⁴ è un'espressione entrata in uso con lo sviluppo tecnologico dei mezzi di comunicazione di massa e si riferisce alla formazione delle capacità di utilizzare opportunamente i mezzi di comunicazione di massa⁵. L'esito di questa educazione è la cosiddetta *competenza mediale* (*media literacy*) che appare quanto mai urgente specie per le nuove generazioni. La *media literacy* include, secondo l'autorevole parere del pedagogista tedesco Dieter Baacke⁶, diverse dimensioni che possono essere riassunte così: la *capacità critica* dei mezzi di comunicazione di massa⁷; la *mediologia*⁸; la *capacità di uso*⁹; la *capacità di creazione*

⁴ L'espressione *educazione mediatica* è una locuzione imprecisa, utilizzata da alcune scuole ma non in letteratura (cf. L. GALLIANI, *Appunti per una vera storia dell'educazione ai media, con i media, attraverso i media*, Studium Educationis 7(3)(2002) pp. 563-576 e D. FELINI, *Pedagogia dei media. Questioni, percorsi e sviluppi*, La Scuola, Brescia 2004)

⁵ La *media education* non va quindi confusa con l'educazione con i *media*, generalmente indicata con l'espressione *didattica tecnologica* o *tecnologie didattiche*, laddove i mezzi di comunicazione sono considerati semplicemente in prospettiva strumentale.

⁶ Cf. D. BAACKE, *Medienpädagogik*, Niemeyer, Tübingen 1997.

⁷ L'utente deve divenire in grado di riflettere sui contenuti e di analizzarli criticamente, riconoscendo anche i pericoli delle nuove tecnologie di comunicazione.

⁸ La conoscenza dei vari sistemi di comunicazione di massa, della tecnologia delle comunicazioni.

⁹ Con questa espressione si intende la capacità ricettiva di un utente, quella di poter trarre profitto dai contenuti dei mezzi di comunicazione di massa.

*mediatica*¹⁰. La *media education* è una forma di educazione che mira a sviluppare una competenza con i testi dei *media*.

Normalmente si usa descrivere questa competenza come alfabetizzazione. Questo termine ci sembra oggi quanto mai adatto, infatti ci possiamo chiedere se non ci si trovi di fronte a una nuova forma di analfabetismo. L'analfabetismo, *strictu sensu*, è l'incapacità completa di saper leggere e scrivere, dovuta per lo più a un'istruzione o a una pratica insufficiente. In senso più lato, l'analfabetismo indica anche l'ignoranza di argomenti considerati di fondamentale importanza, ad esempio l'analfabetismo informatico o politico. Oggi si usa parlare anche di analfabetismo funzionale, con il quale si designa l'incapacità di un individuo di usare in modo efficiente le abilità di lettura, scrittura e calcolo nelle situazioni della vita quotidiana. Non si tratta quindi di un'incapacità assoluta, in quanto l'individuo possiede comunque una conoscenza di base di lettura e scrittura, che usa però in maniera incompleta e non ottimale. L'UNESCO definisce, a partire dal 1958, l'analfabetismo come *la condizione di una persona che non sa né leggere né scrivere, capendolo, un brano semplice in rapporto con la sua vita giornaliera*. La condizione di abbandono in cui lasciamo le nuove generazioni di *nativi digitali* e l'assenza di formazione per gli *immigrati digitali*, facendo nuovamente ricorso alla terminologia di Prensky, sta di fatto generando un *analfabetismo digitale* in cui i testi che i *media* digitali producono diventano inaccessibili ai più a livello di valutazione oggettiva e valoriale. Questa inedita condizione, in cui non sappiamo più distinguere il valore dell'informazione che, come un fiume in piena, ci sommerge quotidianamente, forse può portare a una condizione di incapacità di autonomia dei cittadini nella società del *Digital Age* in cui i *media* sono la maggiore espressione culturale.

Inoltre da più parti si riconosce come i *media*, specie quelli di natura digitale, siano gli agenti di socializzazione nella società contemporanea arrivando, secondo alcune analisi, a sostituire gli agenti tradizionali quali la famiglia, la Chiesa e la scuola.

Non dobbiamo pensare che queste nostre considerazioni vadano tradotte in una visione che tratteggi una onnipotenza dei *media*, ma semplicemente si riconosce, dall'analisi fenomenologica proposta, come i *media*, specialmente quelli che caratterizzano il *Digital Age*, sono radicati nel tessuto e nelle abitudini quotidiane e forniscono risorse simboliche che oggi ciascuno di noi, coscientemente o meno, impiega per condurre e interpretare le relazioni e definire la sua identità.

Ci troviamo di fronte a un problema etico legato all'identità e all'educazione delle nuove generazioni ma anche di fronte a un problema religioso: nella fede capiamo la vita come una vocazione e la *Relazione* con il Cristo Signore come capace di illuminare tutte le altre relazioni.

¹⁰ Si tratta, quindi, di poter creare, almeno a livello di possibilità, innovazioni e sviluppi nel sistema mediatico.

Su un piano operativo dobbiamo stimare e comprendere i limiti degli apprendimenti impliciti che il *Digital Age* fornisce quotidianamente. Alcune perplessità nascono anche guardando al fatto che con il facile accesso a internet, alla posta elettronica (e-mail) e ai social network molte forme di interazione personale sono diventate *virtuali*¹¹ soppiantando per intero il bisogno, specie nelle giovani generazioni, di forme di relazione tradizionali. Inoltre, l'esplosione della tecnologia digitale con le sue innumerevoli prestazioni e possibilità di *potenziamento digitale*, per utilizzare un'espressione di Prensky, fa temere i rischi insiti in un divario eccessivo tra digitali *ricchi* e *poveri*, non solo a livello di persone, ma di nazioni. È una situazione gravida di conseguenze sotto il profilo economico, culturale e sociale, che fa appello alla responsabilità dei singoli come degli Stati. Si è introdotto a tal riguardo il termine *digital divide*. Con *digital divide*, o *divario digitale*, si indica il divario esistente tra chi ha accesso effettivo alle tecnologie dell'informazione (in particolare computer e Internet) e chi ne è escluso, in modo parziale o totale¹². Oltre a indicare il divario nell'accesso reale alle tecnologie, la definizione include anche disparità nell'acquisizione di risorse o capacità necessarie a partecipare alla società dell'informazione.

Infine ci sembra opportuno sollevare domande su quale sistema di valori la comunicazione offre ai giovani adulti su temi quali: il senso della vita, la corporeità, l'affettività, l'identità di genere, la giustizia e la pace¹³. Nel secolo scorso Harold Innis ha mostrato con le sue tesi come i *media* non siano mai neutrali¹⁴; per loro stessa natura, essi strutturano sia le interazioni tra gli individui sia la forma e la circolazione delle conoscenze; la società può solo modellare e dare indicazioni (entro certi limiti) ai *media* che si vanno via via sviluppando.

¹¹ Apparentemente il termine *realtà virtuale* e i suoi derivati, come in questo caso la *relazione virtuale*, sembra racchiudere una contraddizione immediata, presentandosi come una sorta di paradosso o di ossimoro. Questa impressione deriva dalla nostra abitudine a considerare il termine *virtuale* come sinonimo di *non reale*. Occorre invece chiarire e aver ben presente che, quando usiamo il termine *virtuale* in espressioni quali *realtà virtuale*, *spazio virtuale* o *relazione virtuale* non intendiamo negare qualunque forma di realtà ai fenomeni di cui stiamo parlando. Al contrario, intendiamo significare che la realtà specifica di questi fenomeni, pur non essendo una realtà fisica, è strutturata sul modello costituito dalla realtà fisica. Così, ad esempio, uno *spazio virtuale* non è uno spazio fisico, ma è strutturato in modo *simile* allo spazio fisico.

¹² I motivi di esclusione comprendono diverse variabili: condizioni economiche, livello d'istruzione, qualità delle infrastrutture, differenze di età o di sesso, appartenenza a diversi gruppi etnici, provenienza geografica. Il divario può essere inteso sia rispetto a un singolo paese tra cittadini dello stesso stato sia a livello globale.

¹³ Sul tema si veda F. OCCHETTA, *Per un giornalismo responsabile*, La Civiltà Cattolica 3882(2012) pp. 531-636.

¹⁴ Cf. H. INNIS, *Le tendenze della comunicazione*, Sugarco, Milano 1982 e ID., *Impero e comunicazione*, Meltemi, Roma 2001.

4. Come questo incide sulle coscienze delle persone che incontriamo nella prassi della Confessione?

Vogliamo ora provare a vedere come questo cambio d'epoca possa influire sulle coscienze che si presentano "al confessionale".

Punto di partenza non può che essere l'ormai famoso testo conciliare in cui si raccomanda di perfezionare la teologia morale (OT 16): «Si ponga speciale cura nel perfezionare la teologia morale in modo che la sua esposizione scientifica, maggiormente fondata sulla sacra scrittura, illustri l'altezza della vocazione dei fedeli in Cristo e il loro obbligo di apportare frutto nella carità per la vita del mondo».

Che i cristiani siano in grado di offrire un contributo alla morale umana quanto meno in riferimento ad alcuni *valori* che altrimenti rischierebbero l'oscuramento culturale è fuori discussione. Basti pensare a quanto la fede in un Dio creatore e padre di tutti ha contribuito e contribuisca tuttora alla percezione del valore fondamentale della dignità umana di ogni individuo indipendentemente dalle idee, dalla cultura, dalla religione, oltre che dal censo e dalla posizione che occupa nella società. Si pensi a quanto la fede in Gesù Cristo ha contribuito e contribuisca ancora alla percezione di valori come misericordia, perdono, riconciliazione, compassione ecc., talmente connessi e inscindibili dalla rivelazione da porre i cristiani in una posizione che permette loro, da un lato, di percepirli più chiaramente, dall'altro, di evitare errori di giudizio dovuti a eventuali e sempre possibili oscuramenti culturali o religiosi. Altrettanto si può e si deve dire in riferimento ad altri valori, creatività, spiritualità, fedeltà, vigilanza critica ecc., che tanto hanno contribuito e contribuiscono ancora al cambiamento e all'evoluzione, quanto meno in Occidente, di mentalità e costumi, ma anche di leggi e istituzioni. Non è forse questo che intende il Concilio Vaticano II quando parla di "segni dei tempi" e invita il popolo di Dio a interpretarli alla luce della fede?

«Il popolo di Dio, mosso dalla fede, per cui crede di essere condotto dallo Spirito del Signore, che riempie l'universo, cerca di discernere negli avvenimenti, nelle richieste e nelle aspirazioni, cui prende parte insieme con gli altri uomini del nostro tempo, quali siano i veri segni della presenza e del disegno di Dio» (GS 4; 11).

Non sempre purtroppo i cristiani sono stati all'altezza di questo invito al *discernimento* e non di rado hanno commesso errori nel discernere e valutare ciò che è moralmente buono e giusto. Il motivo – spiega lucidamente Tommaso d'Aquino – è da individuare nel fatto che se la natura umana per certi aspetti è immutabile, per altri è mutevole e storica, per cui è piuttosto raro che tutti, facilmente, con certezza e senza errore, siano in grado di percepire e discernere sempre ciò che è giusto e buono. «Ciò che è giusto e buono – spiega l'Aquinate – può essere considerato sotto un duplice aspetto, formale e materiale. Sotto l'aspetto formale non si danno cambiamenti, perché i principi del diritto presenti nella ragione naturale non cambiano; sotto l'aspetto materiale le stesse

cose non sono giuste e buone allo stesso modo, dovunque e presso tutti. Esse devono essere determinate dalla legge. E questo avviene per la mutabilità della natura umana e le diverse condizioni degli uomini e delle cose, secondo la varietà di tempo e di luogo...» (*De malo*, q. 2, a. 4, ad 13). Nessuna meraviglia, dunque, se a causa della mutabilità della natura umana e della varietà delle condizioni di tempo e di luogo chi è chiamato a discernere ha dei dubbi o commette degli errori. E non solo a livello fattuale, empirico, ma anche a livello valoriale, normativo.

Ora, in questa epoca di insorgenza di intelligenze artificiali, una nuova rivoluzione nel principio di autorità e nella comprensione di quali siano le fonti autorevoli sta per avvenire.

Se nell'antica Grecia le fonti autorevoli erano gli oracoli, legittimati da mitologie e credenze, a partire dall'umanesimo l'autorità umana è stata legittimata da ideologie umanistiche. Sembrerebbe, come già visto, che i nuovi guru dell'high-tech e i profeti della Silicon Valley stiano creando una nuova narrazione universale che legittima una nuova fonte di autorità: gli algoritmi di intelligenza artificiale e i Big Data.

Secondo questa visione pseudo-religiosa stiamo diventando minuscoli chip all'interno di un sistema gigante che, sempre più guidato e sviluppato dalle intelligenze artificiali, nessuno capisce davvero fino in fondo. Ogni giorno assorbiamo innumerevoli bit di dati tramite e-mail, telefonate e articoli. Con il mio pensiero non faccio altro che elaborare dati e trasmettere indietro, nel grande flusso cosmico, nuovi bit attraverso altre e-mail, telefonate e articoli.

In realtà non sappiamo dove questi "nostri" dati s'inseriscano nel grande schema delle cose o come i nostri bit di dati si colleghino con i bit prodotti da miliardi di altri esseri umani e dai milioni di computer. Semplicemente siamo troppo occupati a rispondere alle e-mail. Questo flusso di dati incessante però è quello che produce le scintille da cui emergono senza sosta nuove invenzioni. Interrompere questo processo è una cosa che provocherebbe un collasso economico e sociale, e nessuno lo vuole: aderiamo a questa visione del mondo e affidiamo ai dati una sempre maggiore fonte di autorità sulla nostra vita.

Ma in realtà, a essere onesti, secondo queste pseudocredenze dataiste, nessuno ha bisogno di capire. Tutto quello che dobbiamo fare è interagire con le macchine-oracolo più velocemente.

Proprio come i capitalisti del libero mercato credono nella mano invisibile del mercato, gli adepti della religione dataista credono nella mano invisibile del flusso di dati. Come il sistema di elaborazione dati globale diventa onnisciente e onnipotente, così la connessione al sistema diventa la fonte di ogni significato. Il comandamento fondamentale di questo nuovo credo dice: «Se si verifica qualcosa - registralo. Se si registra qualcosa - caricalo. Se si carica qualcosa – condividila».

Oggi l'umanesimo è di fronte a una sfida esistenziale e l'idea di "libero arbitrio" è in pericolo. Le conoscenze neuroscientifiche suggeriscono che i nostri sentimenti non sono una qualità spirituale unicamente umana. Piuttosto, sono meccanismi biochimici che tutti i mammiferi e gli uccelli utilizzano per prendere decisioni calcolando rapidamente probabilità di sopravvivenza e di riproduzione: anche i sentimenti sono compresi e interpretati come algoritmi!

Se portiamo questo processo alla sua logica conclusione dovremmo dare agli algoritmi artificiali l'autorità di prendere le decisioni più importanti della nostra vita, come oggi decidiamo in forza dell'autorità che diamo ai nostri sentimenti e vissuti.

Permettetemi di fare un esempio di cosa potrebbe accadere in un possibile distopico futuro.

Nel mondo classico della Grecia e di Roma, i sacerdoti degli oracoli e i genitori avevano il potere di scegliere il partner per le persone. Nelle società umaniste diamo questa autorità ai nostri sentimenti. In una società dataista chiederemo al nostro assistente digitale di scegliere. «Hallo Marvin», diremo, attivando il sistema di intelligenza artificiale che chiamerò per nome come una persona. «Sia Giovanna che Maria mi corteggiano. Mi piacciono entrambe, ma in un modo diverso, ed è così difficile decidere. Dato tutto quello che sai dei miei dati, che cosa mi consigli di fare?».

E l'AI risponderà: «Beh, io ti conosco dal giorno in cui sei nato. Ho letto tutti i vostri messaggi di posta elettronica, ho registrato tutte le chiamate telefoniche, e conosco i tuoi film preferiti, il tuo DNA e l'intera storia biometrico del tuo cuore. Ho i dati esatti su ogni appuntamento e posso mostrarti secondo per secondo i grafici dei livelli di frequenza cardiaca, pressione sanguigna e lo zucchero per ogni appuntamento che hai avuto con Giovanna e Maria. E, naturalmente, li conosco così come conosco te. Sulla base di tutte queste informazioni, sui miei algoritmi superbi e grazie a statistiche di milioni di rapporti negli ultimi decenni, ti consiglio di scegliere Giovanna: hai una probabilità dell'87% di essere più soddisfatto di lei nel lungo periodo».

Il dataismo è la religione perfetta per gli studiosi e gli intellettuali: promette di fornire un Santo Graal scientifico che ci è sfuggito da secoli: una singola teoria globale che unifica tutte le discipline scientifiche, dalla musicologia, passando attraverso l'economia, fino alla biologia.

Secondo il dataismo la Quinta sinfonia di Beethoven, una bolla speculativa in borsa e il virus dell'influenza sono solo tre modelli di flusso di dati che possono essere analizzati con gli stessi concetti e strumenti di base. Questa idea è estremamente attraente e dà a tutti gli scienziati un linguaggio comune per costruire ponti che superino le spaccature accademiche e le fratture interdisciplinari, essendo facile esportare le scoperte dataiste oltre i confini disciplinari.

Bisogna aiutare le coscienze a discernere, in un mondo di pseudo-divinità algoritmiche di questo nuovo paganesimo dei dati il richiamo della voce di Dio.

La prima cosa da discernere è, appunto, l'autenticità dell'esperienza di Dio, che quando è vera produce nell'anima i frutti dello Spirito: «[...] amore, gioia, pace [...]» (Gal 5,22). La scoperta del Dio vivo e vero (Gv 4) rende possibile una vita nella verità e nell'amore (1Gv 4,7-21).

Dall'immagine di Dio Padre scaturisce l'immagine dell'uomo in grado di riconoscersi fratello, prossimo, capace di compiere responsabilmente la volontà di Dio e, mediante l'azione dello Spirito Santo, raggiungere la sua pienezza conformandosi all'immagine del Figlio. Secondo Paolo, l'amore autentico va accompagnato dalla gioia e dalla pace, sentimenti che per sant'Ignazio connotano l'autentica vita cristiana. La fede, in quanto affidamento totale a Dio, è un rovesciamento della pretesa di autosalvezza, sia attraverso la saggezza, secondo l'antica convinzione dei greci, sia attraverso le opere, come nel caso dei giudei (Rm 1-2). Non che siano irrilevanti per la vita umana, soltanto che esse trovano origine e compimento soltanto in Dio (Fil 4,13).

Siccome la conversione avviene all'interno del rapporto con Dio, il primo effetto è il cambiamento dell'immagine che si ha di Dio, un mutamento progressivo che rende possibile la trasformazione dell'uomo stesso nei suoi rapporti fondamentali. Gesù rivela Dio come Padre (Gv 14,9) e la sua volontà: «Chi crede in me, anch'egli compirà le opere che io compio e ne compirà di più grandi di queste» (Gv 14,12). Non si tratterebbe soltanto di una conversione personale-individuale, ma, allo stesso tempo, di individuare, criticare e smascherare il sostento ideologico [→ Ideologia] delle strutture dei rapporti interpersonali che contribuiscono a formare le coscienze personali-individuali, e che fungono da modelli di rapporto. Il carattere processuale della vita morale chiede di decifrare la dinamica del bene che libera il soggetto e che lo rende a sua volta liberatore nel rapporto con gli altri. Quindi, non c'è vera conversione personale senza una contemporanea conversione di mentalità e di strutture (cfr. Giovanni Paolo II, *Sollicitudo rei socialis* 38). Il credente è invitato ad ascoltare lo Spirito del Signore negli avvenimenti della storia degli uomini, per scoprire i «segni dei tempi» come «segni di Dio».

Passando a un livello più concreto dell'agire morale, troviamo la figura del *valore*, che indica la capacità umana di apprezzare la realtà percepita nella concretezza dei beni che si presentano alla scelta della propria libertà. In questo primo passo, si prende atto di essere davanti a una cosa che riconosco come *valore-bene* per me e forse anche per gli altri. L'esperienza che fa la coscienza morale è un'esperienza intersoggettiva, che giunge a riconoscere l'oggettività del *valore* umano attraverso l'agire che comporta un'intenzionalità e una responsabilità. Ogni nostra scelta esprime un desiderio, che non si riferisce soltanto al valore oggetto della decisione, ma a un orizzonte di significato in cui il *valore-bene* scelto si colloca. Ed è così che il desiderio-aspirazione a una vita pienamente realizzata si attua nel conseguimento del *valore-bene* in cui la persona

stessa si esprime, manifestando il desiderio di essere attraverso il suo giudizio sulla realtà. Il risultato della reiterazione consapevole e libera di quel valore genera l'*atteggiamento* coerente rispetto al valore scelto ed esperito.

A questo seguono dei criteri di discernimento morale. Ogni opzione o decisione esprime una preferenza assiologica, la quale conforma attraverso il proprio agire un quadro assiologico all'interno del quale si realizzeranno tutte le opzioni e decisioni categoriali. L'opzione preferenziale dei valori configura la propria scala gerarchica, elaborata alla luce della propria esperienza, plasmando la mentalità morale personale. È da questo universo di valori che si radica nell'esperienza stessa, che la persona affronta le sfide della sua esistenza, assestando uno stile di vita proprio. L'opzione preferenziale per un ventaglio di valori e l'"opzione o scelta di vita" vanno comprese nell'orizzonte del Regno, esprimendo uno stile che si manifesta nel comportamento personale, ossia, negli atti consapevoli e liberi, per mezzo dei quali ci realizziamo come persone, ratificando e approfondendo l'opzione fondamentale per Cristo.

Nella decisione morale ci sono pure alcuni criteri di discernimento scaturiti dalla natura stessa dei valori che orientano la decisione. Secondo la teoria dei valori, in quanto beni, essi sono gerarchizzabili, cioè, i *valori-beni* si rapportano tra di loro secondo la loro importanza in relazione alla loro capacità di permettere la compiutezza dell'essere umano. Tuttavia, a causa della creaturalità (limitatezza) umana, non sempre è possibile agire secondo il criterio di gerarchia. I valori vengono percepiti anche e contemporaneamente secondo la loro urgenza. Il fatto di esaudire un valore più urgente, ma meno considerevole, rimandandone uno più importante, non comporta di per sé un disprezzo del valore più alto nella gerarchia dei valori. Piuttosto, la comprensione del valore più alto comporta la comprensione della sua relazionalità con i valori inferiori, in modo tale da far comprendere la necessità di mettere in atto i valori inferiori come parte integrante del valore superiore.

Formazione della coscienza: «Siamo chiamati a formare le coscienze, non a pretendere di sostituirle» (AL 37). La specificità dell'esperienza morale getta luce sulla peculiarità della formazione morale. Infatti, si tratta di educare la libertà personale attraverso la consapevolezza della propria esperienza morale. Quindi, non ci si potrebbe limitare a far conoscere le norme oppure le dottrine, occorrerebbe, invece un richiamo alla lettura della propria interiorità in chiave di quella oggettività che si può rinvenire in se stessi. Infatti, senza una percezione soggettiva del valore morale non c'è oggettività possibile. La via della formazione, dunque, sarà il dialogo tra le coscienze, nel mutuo rispetto che rende possibile l'ascolto e la proposta dei modelli e degli stili di vita alternativi ispirati al Vangelo, e si esprimerà con l'indicazione di valori da riconoscere, scegliere e assimilare all'interno di una relazionalità alla quale si è invitati a partecipare. Il dialogo è uno strumento prezioso di autocomprensione: è possibilità di confronto e di oggettivazione, di discernimento non soltanto del "da fare", ma anche del "già fatto", per essere in grado di trarre frutto dall'esperienza e delle scelte di valori che orientano il nostro agire anche se essa fosse negativa.

Prospettive finali

Al termine di questo viaggio proviamo a tracciare alcune linee di orizzonte.

Questa nuova epoca sia il frutto dello sviluppo economico industriale dell'Occidente. Questa nasce all'incrocio di diversi fenomeni: la chimica industriale, l'economia capitalista di fine Ottocento, gli interessi bellici e di Stato che hanno segnato i conflitti del Novecento e la cultura di massa.

La cultura digitale, che diviene espressione del cambio d'epoca, si manifesta in prima istanza come una forma materiale dell'economia industriale e della produzione di massa. Questa sua dimensione preminente per artefatti la rende così polimorfa e di difficile decodifica. Quando l'informatica è divenuta un'industria ha iniziato ad essere il motore prevalente della nuova cultura sancendo definitivamente il cambio d'epoca. Inoltre, questa *nuova* cultura sta producendo una riconfigurazione degli aspetti antropologici essenziali dell'abitare umano.

Questo ultimo livello è quello che maggiormente ci interessa nel delineare il cambio d'epoca: la nuova epoca è caratterizzata da nuovi atteggiamenti dell'uomo nell'affrontare la finitudine e la radicalità dell'esistenza umana, da nuovi valori profondi e vitali che lo animano a pensare, a sentire ed agire.

Da questa trasformazione emergono, tra le altre, tre grandi sfide: una sfida educativa nella trasmissione tra generazioni dei valori e del senso della vita, una sfida nei confronti del ruolo e della funzione della famiglia, e una sfida nei confronti dell'annuncio del Vangelo che è chiamato a inculturarsi in questa nuova era.

Ci vogliamo soffermare, in chiusura del nostro percorso, soprattutto sulle sfide che attendono le prime generazioni di questa nuova era.

Nei prossimi venti anni, la generazione di bambini nati nel terzo millennio affronterà tre domande fondamentali frutto della realtà digitale e della sua onnipresenza. La risoluzione di queste domande descriverà, nel bene e nel male, un mondo così profondamente diverso da tutto ciò che l'umanità ha sperimentato che possiamo veramente immaginare la fine di un'era e la nascita di un qualcosa di nuovo e inedito.

Alla luce di questo questa novità non bastano le tradizionali etichette sociologiche utilizzate per classificare i giovani, come generazione X, Y o Z. Mi sembra che per la qualità e caratteristiche della realtà sintetica che stiamo producendo dovremmo capire questa generazione come una *Generazione Omega*. Il tema chiave è se e come questa generazione se riuscirà a colonizzare e a urbanizzare questo nuovo continente digitale fatto di realtà sintetica, di desideri mitici e di potenzialità tecnologica pressoché

illimitata. Il poter fare di questa generazione potrebbe trasformare se stessa in qualcosa di molto diverso da ciò che attualmente intendiamo come umano.

Quello che sappiamo che la figura di uomo che abiterà il nostro futuro è quella di un essere errabondo e in ricerca. Se saprà accogliere un richiamo spirituale tornerà ad essere *viator* altrimenti si autocondannerà ad essere errabondo e senza meta.

Di fatto questa generazione dovrà rispondere, in un modo che ormai non è più ulteriormente rimandabile ad alcune domande fondamentali sulla nostra natura umana. Queste questioni riguardano:

- a. la relazione dell'umanità con il suo ambiente
- b. la relazione dell'umanità con la tecnologia
- c. la relazione dell'umanità con se stessa

Sappiamo cosa dovrà affrontare questa generazione. Nel congedarci da questo percorso, la domanda che è affidata a ciascuno è: cosa possiamo fare per aiutarli?

Bibliografia

- ANDERSON, C., *The End of Theory*, in *Wired* 16(2008) pp. 106-107.
- BAACKE, D., *Medienpädagogik*, Niemeyer, Tubinga 1997.
- BENANTI, P., *The Cyborg. Corpo e corporeità nell'epoca del postumano*, Cittadella, Assisi 2012.
- , *Digital Age. Teoria del cambio d'epoca. Persona, famiglia e società*, San Paolo, Cinisello Balsamo, 2020
- BENANTI, P., COMPAGNONI, F., FUMAGALLI, A., PIANA, G. (a cura di), *Teologia morale*, Edizioni San Paolo 2019.
- COMMISSIONE DELLE COMUNITÀ EUROPEE, *La governance - Un libro bianco*, in *Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea* 287(2001) pp. 1-29
- CROWLEY, D.J, HEYER P., *Communication in History: Technology, Culture, Society*, Pearson, New York (NY) 2010.
- DOUGLAS, S.J., *Inventing American broadcasting, 1899-1922*, Johns Hopkins University Press, Baltimore (MA) 1987.
- FELINI, D., *Pedagogia dei media. Questioni, percorsi e sviluppi*, La Scuola, Brescia 2004.
- GALLIANI, L., *Appunti per una vera storia dell'educazione ai media, con i media, attraverso i media*, *Studium Educationis* 7(3)(2002) pp. 563-576.
- GERARDI, R., *Storia della morale. Interpretazioni teologiche dell'esperienza cristiana: periodi e correnti, autori e opere*, Dehoniane, Bologna 2003.
- GERBNER, G., *Against the mainstream: the selected works of George Gerbner*, MORGAN M. (ed.), Lang, New York (NY) 2002.
- HOBBSBAWM, E.J., *L'Età degli imperi 1875-1914*, Laterza, Roma 2005.
- , *Il secolo breve 1914-1991*, Biblioteca Universale Rizzoli, Milano 2007.
- , *Il trionfo della borghesia 1848-1875*, Laterza, Roma 2003.
- INNIS, H., *Impero e comunicazione*, Meltemi, Roma 2001.
- , *Le tendenze della comunicazione*, Sugarco, Milano 1982.
- LACORTE, P., SCARAFI, G., BALDUZZI, R., *La governance dello sviluppo: etica, economia, politica, scienza*, Editrice AVE, Roma 2004.
- OCCHETTA F., *Nuove forme di democrazia rappresentativa*, *La Civiltà Cattolica* 3903(2013) pp. 213-318.
- , *Per un giornalismo responsabile*, *La Civiltà Cattolica* 3882(2012) pp. 531-636.
- OCCHETTA F. – BENANTI P., *Argonauti digitali. I giovani e la ricerca di senso*, *La Civiltà Cattolica* 4038(2018) pp. 469-480.
- ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT, *OECD Economic Glossary. English-France*, OECD, Paris (FR) 2006.
- PRENSKY, M., *Digital Natives, Digital Immigrants*, *On the Horizon* 9(5) pp. 1-6, <http://www.scribd.com/doc/9799/Prensky-Digital-Natives-Digital-Immigrants-Part1> (accesso 8.11.2013).

- , *Digital Natives, Digital Immigrants, part 2: Do They Really Think Differently?*, On the Horizon 9 (6) pp. 1-6. <http://www.twitchspeed.com/site/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part2.htm> (accesso 8.11.2013).
- , *H. Sapiens Digital: From Digital Immigrants and Digital Natives to Digital Wisdom*, Innovate 5(3), <http://www.innovateonline.info/index.php?view=article&id=705> (accesso 8.11.2013).
- PURAYIDATHIL, T., *Storia della comunicazione, La Comunicazione. Il dizionario di scienza e tecniche*, a cura della Facoltà di Scienze della Comunicazione sociale della Pontificia Università Salesiana, <http://www.lacomunicazione.it/voce.asp?id=1199> (accesso 8.11.2013).
- YEHYA, N., *Homo cyborg. Il corpo postumano tra realtà e fantascienza*, Eleuthera, Milano 2005.