

LIBRI

Comunicazione e IA

Siamo alla deprivazione culturale

GIAMPAOLO PETRUCCI INTERVISTA WALTER MINELLA E GIORGIO SANDRINI

Comunicare il vero e il falso. La comunicazione oggi tra mondo digitale, etica e neuroscienze è il recente saggio curato da un gruppo di autori (Giorgio Sandrini, Gianpiero Gamaleri, Walter Minella, Diego Centonze, Paolo Mazzarello) e pubblicato da Mimesis (pp. 276, € 24). Il volume affronta, con un approccio multidisciplinare (si va dalla Neurologia alla Sociologia, dalla Storia alla Filosofia, dall'Etica alla Teologia), il tema della comunicazione, in un'epoca segnata dal disinteresse per la verità, dall'uso massiccio delle fake news come strumento di condizionamento dell'opinione pubblica, dall'irrelevanza delle principali istituzioni deputate alla trasmissione del sapere e delle verità (come la religione, la famiglia, la scuola) e dalla denigrazione della scienza e della statistica come strumenti per conoscere e quindi deliberare. A margine della pubblicazione del volume, Adista ha scambiato alcune battute con Minella (già docente di Filosofia e Storia nei licei) e Sandrini (già docente ordinario di Neurologia all'Università di Pavia).

Perché la scienza, la statistica e persino la memoria oggi vengono messe in discussione, denigrate, per finalità comunicative-propagandistiche-ideologiche? Come mai hanno perso "autorità"?

Potremmo rispondere, con una battuta: perché sono difficili. Perché è più semplice sostituire degli slogan, delle semplificazioni infantili a dei ragionamenti complessi. Questa dell'ipersemplificazione è la domanda sociale oggi prevalente: rimandiamo ai dati dell'ultimo rapporto Censis, da cui risulta come una quota rilevante della popolazione italiana (ma qualcosa di analogo vale per altri Paesi occidentali) sia ridotta in uno stato di analfabetismo di ritorno. Lo slogan "uno vale uno" rappresenta al meglio la cultura di questo nuovo analfabetismo, non più vergognoso di sé e desideroso di emanciparsi ma ora divenuto protervo e arrogante: perché, dietro la sacrosanta difesa del valore assoluto di ogni persona, indipendentemente dal suo status culturale e socio-eco-

nomico, esso finisce in realtà per difendere il diritto dell'ignoranza di fronte alla conoscenza scientifica. Si apre così una bipolarità: le scienze e le tecniche sono considerate, dai detentori del potere, sempre più importanti, in quanto mezzi per assicurare profitti e potenza; d'altra parte, la ricaduta sociale delle conquiste tecnico-scientifiche riguarda una popolazione sempre più deprivata sul piano culturale. Ma la povertà culturale di massa è anche povertà etica: c'è una rinascita del 'cattivismo', che sarebbe sano realismo, del disprezzo verso i valori umani universali, considerati un residuo di un passato arcaico, c'è la spudorata affermazione di sé, dell'interesse proprio o del proprio gruppo sociale o del proprio popolo, come unico valore. (Per fornire un riferimento filosofico: Trasi-maco contro Socrate). Il paradosso consiste in questo: che anche coloro che sono più chiaramente danneggiati da questa logica la approvano. Il vento del populismo soffia sempre

più a destra, coinvolgendo anche gruppi sociali che da questo sono necessariamente danneggiati. Ma non se ne accorgono.

Le ragioni di questo degrado culturale e sociale di massa sono complesse. Indichiamo qui soltanto uno dei fattori più influenti: i nuovi mass media – che tutti, a partire da McLuhan, avevamo pensato come l'apertura di una nuova dimensione di conoscenza e di comunicazione planetaria – si stanno rivelando al contrario come produttori di una specie di chiusura in una sorta di bolla comunicativa, in cui le persone finiscono intrappolate e in cui spadroneggiano slogan, semplificazioni infantili, rivendicazioni del diritto all'odio e al linciaggio mediatico. Le ideologie spontanee di una società disorientata, priva di riferimenti – paure, avversioni, associazioni, fantasie – vengono valorizzate in quanto presunte espressioni di spontaneità e di autenticità. In questo contesto risulta particolarmente grave la perdita della memoria storica: il fenomeno, a cui già faceva riferimento Hobsbawm nel suo *Il secolo breve* (1994), oggi colpisce in modo particolare i giovani, i più esposti alle infinite sollecitazioni del nulla di cui i social media sono un efficacissimo strumento di propaganda. Rimandiamo a questo proposito al saggio di Andrea Loffi, "Storie dell'ultimo banco: comunicazione e verità nella scuola", contenuto nel volume che qui presentiamo, e alla ricerca di Maurizio Fea, *Spegni quel cellulare. Le tecnologie tra cattive abitudini e dipendenze*, Carocci 2019.

Come funzionano le fake news nella manipolazione emotiva dell'opinione pubblica? Pare che, anche quando la notizia viene clamorosamente sbugiardata, sortisce comunque l'effetto sperato, anche se non sul piano razionale. Pensiamo alle numerose fake news sui migranti utilizzate per creare un clima di ostilità. Oppure a Trump, che ha usato scientificamente le fake



news per infiammare le piazze.

Dato che la menzogna è vecchia quanto l'uomo potremmo essere portati a considerare che le fake news non rappresentino un fenomeno nuovo. Giuseppe Riva in un bel libro in cui affronta in maniera approfondita questa tematica (G. Riva, *Fake News*, Il Mulino, 2018) sottolinea come esse rappresentino un fenomeno del tutto innovativo in quanto strettamente legato alla comunicazione digitale. Vi sono molti tipi di fake news, da quelli in qualche maniera artigianali prodotti da alcuni influencer o ancor più semplicemente diffuse per ignoranza in qualche chat, a quelle che sono prodotte di vera e propria manipolazione dell'informazione usata professionalmente con finalità politiche a livello nazionale e internazionale. Tutti noi abbiamo letto sui giornali come hacker di alcune nazioni abbiano operato sul larga scala sui social e media di altre nazioni per influenzare i risultati delle elezioni, favorendo candidati legati al regime del Paese che finanziava tale operazione. Sarebbe errato pensare che questo tipo di strategia contraddistingua esclusivamente i regimi totalitari. Anzi uno dei primi esempi a essere studiato in maniera scientifica è stato quello di Trump. Dal 2016 a oggi sono stati pubblicati numerosissimi studi scientifici, anche su riviste molto prestigiose, tesi a spiegare questo fenomeno. Gli studi scientifici indicano che la ripetizione di una notizia, anche falsa, finisce per renderla credibile e ad accettarla. Questo spiega la ripetitività talora ossessiva di certa pubblicità, così come una campagna elettorale basata su slogan e frasi denigratorie verso l'avversario brevi e ripetute in continuazione. Gli studi sui meccanismi decisionali ci dicono che nella scelta purtroppo molto spesso prevale la componente egoistica, questo anche quando la scelta comporta una violazione di principi etici. Oggi molta attenzione viene dedicata dalla scienza ai meccanismi irrazionali delle decisioni, molto spesso condi-

zionati dalla sfera emotiva, dai meccanismi di "reward" (ricompensa), ma anche dalla deculturizzazione.

Nel mondo della comunicazione forse la ricerca semplicemente non interessa. Interessa solo vendere o spostare voti.

La ricerca, lo ricorda anche papa Francesco nella *Laudato si'*, è spesso neutra e la differenza la fa l'uso che viene fatto dei suoi prodotti. Nelle campagne elettorali americane vengono spese cifre enormi per finanziare agenzie di professionisti che indicano la direzione in cui muoversi. Certo poi contano i principi etici del candidato e degli elettori. Il cosiddetto "analfabetismo funzionale" secondo il quale il 30-40% della popolazione pur sapendo leggere e scrivere non comprende frasi complesse e troppo lunghe, naturalmente favorisce certi approcci e scelte non etiche. Lo si è visto negli USA negli Stati rurali a più basso livello di scolarizzazione rispetto alle grandi metropoli. La logica, poi, che guida da una parte la comunicazione, dall'altra la scelta, sia essa di un prodotto come di un candidato, è spesso purtroppo opportunistica.

Qual è il ruolo dei social media e dell'intelligenza artificiale nella produzione di contenuti e notizie che non hanno la verità come faro?

Oggi si parla di post-umanesimo, di era digitale a indicare che i media e l'intelligenza artificiale svolgono un ruolo fondamentale sul piano esistenziale, sociale, economico e politico. Ci si è resi conto dell'effetto devastante che questo può produrre a medio e lungo termine e che è necessario cercare di normare al più presto un campo che pare attualmente in gran parte fuori controllo. Floridi, uno dei massimi esperti di etica dell'intelligenza artificiale, ricorda in suo recente libro (*Etica dell'intelligenza artificiale. Sviluppi, opportunità, sfide*, Raffaele Cortina, 2022) come vi siano fin troppe linee guida e codici etici che vengono

spesso utilizzati scegliendo quelli più vantaggiosi per il proprio interesse. Ma in molti casi non vi è rispetto per alcun principio etico. Si ricorderà che Trump venne escluso da tweeter perché oltre il 50 per cento dei messaggi conteneva informazioni palesemente false. Poi il problema venne risolto da Elon Musk con un'operazione (acquisto di Twitter e il lancio della nuova piattaforma X) giudicata tra le più improduttive della storia; questo a una prima valutazione, perché a lungo termine sia lui che Trump hanno notevolmente incrementato il loro patrimonio (nel caso di Trump è raddoppiato). Questo fatto è una conferma di quanto cruciale sia diventato il controllo dei media dal punto di vista politico ed economico.

Una riflessione sulla fede nel tempo della "verità irrilevante".

Il tempo della "verità irrilevante" è il tempo della "religione del capitale", per usare la definizione di Walter Benjamin. Si tratta del passaggio dall'imprenditoria privata come strumento utile per il raggiungimento di un maggior benessere individuale e collettivo, dunque come uno dei diversi regolatori sociali, alla pretesa del capitalismo postmoderno di esercitare una dominazione globale, di carattere fascinosa, seduttiva, sulla totalità della personalità: si potrebbe parlare di una colonizzazione dell'anima. Alla base di questo progetto di società, che si sta realizzando nella globalizzazione liberista, c'è un modello di tecnocrazia, guidata dalla ricerca del profitto, come unico motore sociale legittimato. Nel libro su *L'ecologia integrale di papa Francesco* (Poma-Minella, Morcelliana, 2024, pp. 154-160) è stato mostrato come la critica compiuta da papa Francesco nella *Laudato si'* a questo modello di società e di cultura combini le influenze di Heidegger e di Marx, rifondendole in modo originale in una prospettiva cristiana. Le fedi – anzitutto la fede cristiana, che è tipica del mondo occidentale, ma anche



le fedi prevalenti nelle altre civiltà-mondo – possono costituire una difesa dell'integrità della persona umana. È pur vero che nella storia le fedi hanno spesso dato luogo a forme di manipolazione e di violenza: ma, per brevità, consideriamo queste ultime una degenerazione della fede, non l'espressione della sua sostanza spirituale. Rimandiamo per argomentare questa tesi a filosofi come lo Jaspers dei Grandi filosofi o a teologi come Panikkar. In alternativa alle grandi fedi storiche oggi, almeno nei paesi occidentali, assistiamo a un processo culturale che potremmo descrivere come manipolazione seduttiva: un processo che può manifestarsi tanto nella forma di un ateismo del denaro puramente nichilista quanto nella forma – che è forse anche peggiore – di un ateismo del denaro a cui la fede cristiana fornirebbe una legittimazione. Questo processo è tanto più pervasivo quanto più la psiche è indifesa di fronte a ciò che si manifesta come l'ultima, definitiva realizzazione dell'intelligenza umana. E la psiche è tanto più indifesa quanto più è povera di anticorpi culturali e, in senso lato, etici. Questo processo di deculturizzazione è quanto sta avvenendo. Il risultato è una nuova ignoranza di massa, che può anche accompagnarsi a competenze tecniche notevoli. Ci pare che stiano qui le radici di una idolatria diffusa che non si riconosce come tale, ma che si presenta con l'ovvietà del senso comune e che, come ogni idolatria, produce alla fine soltanto desolazione: nichilismo come orizzonte sociale diffuso, perdita della speranza. La diffusione delle nuove tecnologie comunicative finisce per rafforzare questa visione del mondo, fino a renderla totalizzante. Dunque, da strumento di liberazione, di apertura a una visione cosmopolitica del mondo, come era stata pensata dai grandi pensatori che per primi indagarono questi fenomeni (anzitutto McLuhan) queste tecnologie finiscono per tradursi, nella coscienza diffusa, in una sorta di chiusura dello spirito. Di

fronte a ciò, la fede, e in particolare la fede cristiana, si presenta come la forma più alta e consapevole di resistenza umana, come una testimonianza – o meglio, come una controtestimonianza – di fronte alla norma socialmente prevalente. E tanto più potrà operare questa testimonianza quanto più sarà capace di praticare la carità, nella triplice variante della carità individuale, della carità sociale e – particolarmente importante per una rivista come *Adista* – della carità intellettuale, cioè della capacità di ripensare in forme nuove, diverse e adeguate alla cultura moderna e post-moderna le verità eterne dello Spirito. Anche per questo è così importante il dialogo interreligioso, come ha mostrato papa Francesco nella *Fratelli tutti*: un dialogo che deve poter coinvolgere non solo gli esponenti delle altre grandi religioni mondiali, ma anche coloro che si dichiarano atei o agnostici – purché siano pensanti, sul modello di Italo Calvino in *La giornata d'uno scrutatore*. Perché, come diceva il cardinale Martini, la differenza vera non è tra credenti e non credenti ma tra pensanti e non pensanti.

Una riflessione sull'illusione della democrazia nel mondo digitale. Nelle mani di chi siamo?

La diffusione delle più avanzate tecnologie comunicative – per esempio ChatGPT – costituisce oggi un vero problema per la democrazia. Non tanto per le notevolissime performances di cui questi strumenti sono capaci, che sfidano le capacità e le competenze della mente umana. Ma, anzitutto, perché noi non controlliamo le fonti da cui queste macchine traggono le loro informazioni. E soprattutto, perché è necessaria una verifica di carattere etico, filosofico, religioso, rispetto alle procedure con cui le macchine operano e alle decisioni che suggeriscono – o prendono; ma questa necessaria "interferenza esterna" contrasta con la logica con cui tendono spontaneamente a procedere i produttori di queste

importanti innovazioni tecnologiche – che è la logica per cui comunque l'innovazione tecnico-scientifica è positiva. *Anything goes*, per riprendere il motto dell'anarchismo epistemologico di Feyerabend? No, non tutto va bene. Si tratta di non lasciare alle macchine le decisioni fondamentali sul nostro destino umano. Ma per questo è necessario che si istituiscano degli organismi di controllo, legati a una visione antropologica aperta e universalistica, in cui i filosofi, così come gli uomini e le donne di fede, abbiano un ruolo importante, controllando le procedure e i risultati. Ma questo surplus di umanità non verrà certo apprezzato da chi sostiene che il mercato sia sempre e comunque la mano invisibile della Provvidenza, la fonte magica della ricchezza e del benessere individuale e collettivo. Non è così, come ci ammonisce Gianni Piana nel suo saggio su *Antropologia ed etica della comunicazione* (uno degli ultimi scritti dal grande teologo morale), che rimanda alle ricerche di Yuval Noah Harari. ●

