



**“Custodire voci e volti umani”**

**MESSAGGIO DEL PAPA PER LA LX GIORNATA MONDIALE DELLE  
COMUNICAZIONI SOCIALI**

Ci sono da tempo molteplici evidenze del fatto che **algoritmi** progettati per massimizzare il coinvolgimento sui **social media** – reddito per le piattaforme – premiano emozioni rapide e penalizzano invece espressioni umane più bisognose di tempo come lo sforzo di comprendere e la riflessione. Chiudendo gruppi di persone in **bolle** di facile consenso e facile indignazione, questi algoritmi indeboliscono la capacità di ascolto e di pensiero critico e aumentano la **polarizzazione** sociale.



A questo si è aggiunto poi un affidamento ingenuamente acritico all'**intelligenza artificiale come "amica" onnisciente**, dispensatrice di ogni informazione, archivio di ogni memoria, "oracolo" di ogni consiglio. Tutto ciò può logorare ulteriormente la nostra capacità di pensare in modo analitico e creativo, di comprendere i significati, di distinguere tra sintassi e semantica.



Mentre scorriamo i nostri **flussi di informazioni** (feed), diventa così sempre più difficile capire se stiamo interagendo con altri esseri umani o con dei “**bot**” o dei “**virtual influencers**”. Gli interventi non trasparenti di questi agenti automatizzati influenzano i dibattiti pubblici e le scelte delle persone. Soprattutto i chatbot basati su grandi modelli linguistici (LLM) si stanno rivelando sorprendentemente efficaci nella **persuasione occulta**, attraverso una continua ottimizzazione dell'interazione personalizzata.



La **struttura dialogica e adattiva, mimetica**, di questi modelli linguistici è capace di imitare i sentimenti umani e simulare così una relazione. Questa antropomorfizzazione, che può risultare persino divertente, è allo stesso tempo ingannevole, soprattutto per le persone più vulnerabili. Perché i chatbot resi eccessivamente “affettuosi”, oltre che sempre presenti e disponibili, possono diventare architetti nascosti dei nostri **stati emotivi** e in questo modo invadere e occupare la sfera dell’intimità delle persone.



La tecnologia che sfrutta il nostro **bisogno di relazione** può non solo avere conseguenze dolorose sul destino dei singoli, ma può anche ledere il tessuto sociale, culturale e politico delle società. Ciò avviene quando sostituiamo alle relazioni con gli altri quelle con IA addestrate a catalogare i nostri pensieri e quindi a costruirci intorno un mondo di specchi, dove ogni cosa è fatta “a nostra immagine e somiglianza”. In questo modo ci lasciamo derubare della possibilità di **incontrare l'altro**, che è sempre diverso da noi, e con il quale possiamo e dobbiamo imparare a confrontarci. Senza l'accoglienza dell'**alterità** non può esserci né **relazione** né **amicizia**.



Un'altra grande sfida che questi sistemi emergenti pongono è quella della **distorsione** (in inglese bias), che porta ad acquisire e a trasmettere una percezione alterata della realtà. I modelli di IA sono plasmati dalla visione del mondo di chi li costruisce e possono a loro volta imporre modi di pensare replicando gli **stereotipi** e i **pregiudizi** presenti nei dati a cui attingono. La **mancaanza di trasparenza** nella progettazione degli algoritmi, insieme alla non adeguata rappresentanza sociale dei dati, tendono a farci rimanere intrappolati in reti che manipolano i nostri pensieri e perpetuano e approfondiscono le **disuguaglianze** e le **ingiustizie sociali** esistenti.



Il potere della simulazione è tale che l'IA può anche illuderci con la **fabbricazione** di “realtà” parallele, appropriandosi dei nostri volti e delle nostre voci. Siamo immersi in una multidimensionalità, dove sta diventando sempre più difficile distinguere la realtà dalla finzione.

A ciò si aggiunge il problema della mancata **accuratezza**. Sistemi che spacciano una probabilità statistica per conoscenza stanno in realtà offrendoci al massimo delle approssimazioni alla verità, che a volte sono vere e proprie “**allucinazioni**”.





Una mancata **verifica delle fonti**, insieme alla crisi del giornalismo sul campo che comporta un continuo lavoro di raccolta e verifica di **informazioni** svolte nei luoghi dove gli eventi accadono, può favorire un terreno ancora più fertile per la **disinformazione**, provocando un crescente senso di sfiducia, smarrimento e insicurezza.

La sfida che ci aspetta non sta nel fermare l'**innovazione digitale**, ma nel guidarla, nell'essere consapevoli del suo carattere ambivalente. Sta a ognuno di noi alzare la voce in difesa delle persone umane, affinché questi strumenti possano veramente essere da noi integrati come alleati. Questa alleanza è possibile, ma ha bisogno di fondarsi su **tre pilastri: responsabilità, cooperazione e educazione.**



Innanzitutto la **responsabilità**. Essa può essere declinata, a seconda dei ruoli, come onestà, trasparenza, coraggio, capacità di visione, dovere di condividere la conoscenza, diritto a essere informati. Ma in generale nessuno può sottrarsi alla propria responsabilità di fronte al futuro che stiamo costruendo.

Per chi è al vertice delle piattaforme online ciò significa assicurarsi che le proprie strategie aziendali non siano guidate dall'unico criterio della **massimizzazione del profitto**, ma anche da una visione lungimirante che tenga conto del **bene comune**, allo stesso modo in cui ognuno di essi ha a cuore il bene dei propri figli.





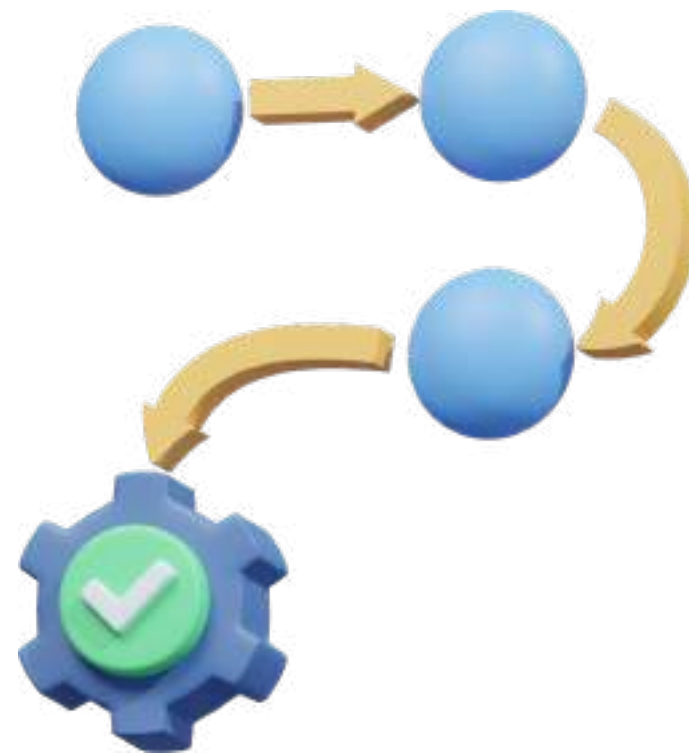
I **contenuti generati o manipolati dall'IA** vanno segnalati e distinti in modo chiaro dai contenuti creati dalle persone. Va tutelata la paternità e la proprietà sovrana dell'operato dei giornalisti e degli altri creatori di contenuto. **L'informazione è un bene pubblico.**

Un servizio pubblico costruttivo e significativo non si basa sull'opacità, ma sulla **trasparenza delle fonti**, sull'**inclusione** dei soggetti coinvolti e su uno standard elevato di qualità.

Tutti siamo chiamati a **cooperare**. Nessun settore può affrontare da solo la sfida di guidare l'innovazione digitale e la governance dell'IA. È necessario perciò creare meccanismi di salvaguardia. Tutte le parti interessate – dall'industria tecnologica ai legislatori, dalle aziende creative al mondo accademico, dagli artisti ai giornalisti, agli educatori – devono essere coinvolte nel costruire e rendere effettiva una **cittadinanza digitale** consapevole e responsabile.



A questo mira l'**educazione**: ad aumentare le nostre capacità personali di **riflettere criticamente**, a **valutare l'attendibilità delle fonti** e i possibili interessi che stanno dietro alla selezione delle informazioni che ci raggiungono, a **comprendere i meccanismi psicologici** che attivano, a permettere alle nostre famiglie, comunità e associazioni di elaborare criteri pratici per una più **sana e responsabile cultura della comunicazione**.



Proprio per questo è sempre più urgente **introdurre nei sistemi educativi di ogni livello anche l'alfabetizzazione ai media, all'informazione e all'IA**, che alcune istituzioni civili stanno già promuovendo. Come cattolici possiamo e dobbiamo dare il nostro contributo, affinché le persone – soprattutto i **giovani** – acquisiscano la capacità di pensiero critico e crescano nella libertà dello spirito. Questa alfabetizzazione dovrebbe inoltre essere integrata in iniziative più ampie di **educazione permanente**, raggiungendo anche gli **anziani** e i **membri emarginati della società**, che spesso si sentono esclusi e impotenti di fronte ai rapidi cambiamenti tecnologici.



È importante educare ed educarsi a usare l'IA in modo intenzionale, e in questo contesto **proteggere la propria immagine** (foto e audio), il proprio **volto** e la propria **voce**, per evitare che vengano utilizzati nella creazione di contenuti e comportamenti dannosi come **frodi digitali, cyberbullismo, deepfake** che violano la **privacy** e l'**intimità** delle persone senza il loro **consenso**.



Come la rivoluzione industriale richiedeva l'alfabetizzazione di base per permettere alle persone di reagire alla novità, anche la rivoluzione digitale richiede un'**alfabetizzazione digitale (insieme a una formazione umanistica e culturale)** per comprendere come gli **algoritmi** modellano la nostra percezione della realtà, come funzionano i pregiudizi dell'IA, quali sono i meccanismi che stabiliscono la comparsa di determinati contenuti nei nostri flussi di informazioni (feed), quali sono e come possono cambiare presupposti e modelli economici dell'economia della IA.



\*  **FONTE**

<https://www.vatican.va/content/leo-xiv/it/messages/communications/documents/20260124-messaggio-comunicazioni-sociali.html>