

Arcidiocesi di Napoli

Settore Evangelizzazione e Catechesi

Ufficio Pastorale per la Scuola

Incontro per formatori ed educatori

La spiritualità dell'insegnante: educare nell'era digitale

Relatore: prof. Ernesto Diaco

Direttore Ufficio nazionale CEI per l'educazione, la scuola e l'università

Martedì 18 febbraio 2020 ore 17.00

Presso la Tensostruttura

della parrocchia **Immacolata a Tavernanoce** in Napoli - Ponticelli

(il testo non è stato rivisto dall'autore)

Buonasera a tutti, e poiché anche chi ringrazia dev'essere ringraziato, desidero cominciare questo incontro dicendo il mio “grazie” a tutti voi per essere intervenuti e soprattutto a don Francesco Piccirillo, don Dorian De Luca, don Francesco Rinaldi, don Michele Esposito per l'accoglienza, nonché per le parole così cordiali e cortesi con cui mi avete accolto.

Il tema che dovrei sviluppare, e su cui proverò a riflettere insieme a voi, è vastissimo nonché molto complesso; un tema che riscontra il mio interesse, colpendomi vivamente perché non è frequente che sia stato scelto mettendo al primo posto la “spiritualità”. Invero, si parla spesso di questi temi e di questi argomenti in termini di sfide. Si usa molto la parola “sfida”, legata alle tecnologie, all'educazione, al contesto attuale e più raramente, anche nei nostri ambienti, si mette al primo posto come in questo caso la parola “spiritualità”. Questa è stata una scelta molto interessante che mi ha provocato e che, come vedrete, tornerà.

Una premessa prima di sviluppare alcuni punti. Io sono da sufficiente tempo “nel giro” per aver notato uno slittamento, o meglio un allargamento, dell'orizzonte quando si parla di educazione e di nuove tecnologie. Mi ricordo che fin dagli anni '90 – in qualche modo agli albori – quando i computer cominciavano a diffondersi, Internet sembrava veramente una chimera, un miraggio, una cosa quasi incredibile; allora si parlava molto di educare “ai media”, educare ai mezzi della comunicazione, un'espressione che si usa ancora oggi e che ha un suo significato importante. Poi, piano piano si è passati a dire: «No, noi dobbiamo non solo educare ai media, noi dobbiamo educare “con i media”». Quindi, dobbiamo farli nostri, dobbiamo appropriarcene, servircene per l'annuncio del Vangelo. Ci sono fior di documenti pontifici degli ultimi tre pontefici che rilanciano questa espressione: servirci di tutto quello che può far arrivare la Parola di Dio, la vita del Vangelo e quindi anche dei nuovi mezzi.

In seguito, allargando ulteriormente la riflessione, una nuova prospettiva si è giustapposta alle prime due: educare “nei media”. Nel titolo di questo incontro, organizzato dall'*Ufficio Pastorale per la Scuola*, si trova il lemma: “Educare nell'era digitale”. Questo ci dice che ci sentiamo in qualche modo immersi – vorrei per certi versi quasi dire circondati –, pienamente dentro i media, perché questi sono sempre più un ambiente, un'atmosfera, quasi l'aria che respiriamo. Non sono più solo degli strumenti, degli oggetti esterni che ci toccano e con i quali interagiamo: sono parte di noi stessi. È singolare che il filosofo Francesco Parisi, pubblicando lo scorso anno il libro *La tecnologia che siamo*, così scriva nella dedica a sua figlia: «A Morgana che ancora non cammina, ma ha già capito come funziona il telecomando». Nel testo si legge che la tecnologia non è solo qualcosa che usiamo, ma “qualcosa che siamo”, un processo essenziale e costitutivo del nostro stare al mondo e della nostra storia evolutiva. Inoltre, le tecnologie producono sull'uomo effetti di ritorno che

modificano le condizioni di partenza: infatti, realizziamo sempre nuove tecnologie perché ad essere costantemente rinnovati siamo noi. Anche se pensiamo che la tecnologia sia nata ai nostri giorni, la tecnica o la tecnologia è, invece, qualcosa di antichissimo da quando l'uomo ha iniziato appunto a farsi degli strumenti e a usare degli oggetti da lui costruiti, un processo che pian piano lo ha modificato.

C'è un'altra espressione molto nota di Stewart Brand, uno dei padri dell'informatica che ha inventato il termine "Personal Computer" nella metà degli anni '70, che diceva: «Puoi provare a cambiare la testa della gente, ma stai solo perdendo tempo. Cambia gli strumenti che hanno in mano, e cambierai il mondo». Come dire: quello che noi usiamo o facciamo, cambia anche il nostro modo di pensare, la nostra mentalità e dunque la nostra stessa vita.

Viene in mente anche quello che scriveva due anni fa nella sua pubblicazione *The Game*, Alessandro Baricco. Questi non è proprio un esperto di nuove tecnologie, però, è interessante il fatto che egli si sia confrontato con questo mondo provando a descrivere la sua esperienza, il suo punto di vista – e giungendo alla conclusione che siamo tutti dentro un grande gioco, *The Game*, appunto –, spostando l'attenzione non tanto sugli effetti delle nuove tecnologie, ma soprattutto sulla causa delle tecnologie, sul suo autore, che è l'uomo. Dunque, l'attenzione non deve solo concentrarsi o essere spostata sugli effetti di questo processo, ma sull'autore, sull'uomo stesso: si tratta di una rivoluzione interiore e mentale che in qualche modo supera il mero educare "ai media" o educare "coi media", ovvero conoscere e spiegare come funzionano certi meccanismi. Eppure, questo non può bastare, perché al centro dell'educazione non possono esserci altro che le persone con i loro bisogni, desideri, ideali e valori.

Allora educare *ai media*, educare *con i media* sono espressioni insufficienti, poiché manca l'evento centrale: la persona! Educare la persona ai media, coi media, nei media (qui è possibile mettere tutte le proposizioni, le espressioni o i giochi di parole che vogliamo), ma al centro devono rimanere le persone. È per questo motivo che occorre spostare la riflessione dagli strumenti alle persone: solo le persone possono essere educate e divenire educatori!

Se è vero che questi mezzi affascinano, incuriosiscono, stuzzicano, stimolano ed è anche giusto addentrarsi, d'altro canto ciò avvenga senza sostituirli o metterli al posto che spetta all'uomo. È anche vero che noi siamo la tecnologia, "i media siamo noi" (titolo di un altro libretto edito in ambito ecclesiale): i media siamo noi perché lì dentro c'è tutto di noi, perché ce l'abbiamo messo noi. La *rete* è diventato il luogo dove ci si racconta, ci si mostra; lì dentro c'è la nostra vita, le immagini delle nostre giornate, dei momenti più belli, le cose che più ci hanno colpito e che vogliamo rilanciare.

La rete oltre ad essere un'immagine, è anche una metafora. Bisognerebbe interpretarla e viverla soprattutto come una "rete di persone" e non come una rete di macchine (nel senso fisico-materiale), per quanto la rete possa costituirsi anche in modo invisibile con il wireless; pertanto, dovrebbe starci a cuore una rete che lega le persone e quindi i desideri, le difficoltà dei momenti, le domande, gli interrogativi, le problematiche oltreché le risorse, le gioie, le attese profonde dell'uomo. Come in fondo dice lo stesso Alessandro Baricco nel libro prima citato: «*Nei prossimi cento anni, mentre l'intelligenza artificiale ci porterà ancor più lontani da noi, non ci sarà merce più preziosa di tutto ciò che farà sentire umani gli uomini*». È quasi una profezia lanciata per avvertire che sarà talmente spersonalizzato, anonimo e freddo quello che ci aspetta, che considereremmo veramente un privilegio, una fortuna, ciò che ci farà sentire umani in mezzo a tante macchine e a tante tecnologie.

Ecco, a questo punto, vi propongo sette riflessioni che costruiscono un po' l'impalcatura della risposta a questa domanda sulla spiritualità dell'educazione nell'era digitale. In questo contesto, in cui i nostri sensi sono tutti chiamati in causa, ce n'è uno che è più coinvolto degli altri, uno che è più stimolato, anzi iperstimolato: la vista. E nell'era della realtà virtuale c'è un filone di ricerca che punta a catturare il battito di ciglia anche, ahimè, per motivi commerciali: è l'*eyetracking*. Si tratta di seguire come si spostano i nostri occhi, di vedere su cosa le nostre pupille si fermano, seguendone appunto la direzione, il movimento del nostro sguardo; una tecnica ormai usata molto comunemente soprattutto nel marketing, nel commercio. Non a caso nei supermercati i prodotti sono collocati in certe posizioni più facilmente raggiungibili dai nostri occhi; a maggior ragione lo stesso criterio è utilizzato nella costruzione per esempio dei siti web, perché si sa bene – e su questo ci torneremo – che l'occhio fa un certo movimento quando si trova davanti a una pagina, davanti a una immagine. L'*eyetracking* fa gola a chi vuole capire come scegliamo al supermercato o sul web.

In un articolo sulla rivista *Abitare*, Marco Consoli scrive: «*Gli occhi sono al centro di un rinnovato interesse di esperti di tecnologia e designer, che vogliono farci vedere sempre più cose, cercano di usare la vista per nuove forme di interazione e sfruttano l'innovazione per consentire a chi non vede di superare la propria disabilità. L'epoca del web e di Instagram ci ha già proiettato in un'esistenza in cui i nostri occhi fanno un continuo ping-pong tra realtà tangibile e immagini immateriali, per questo il prossimo passo, sostengono gli esperti, sarà unire i due elementi in modo che, affiancandoli, appaiano alla vista indistinguibili l'una dalle altre*». I famosi occhiali con cui vediamo contemporaneamente chi ci sta davanti, ma anche altre informazioni digitali etc.

Perché partire dalla sottolineatura degli occhi, della vista e del guardare? Perché la prima caratteristica dell'era digitale, che tocca anche l'educazione, è proprio l'essere costantemente sia

soggetti di sguardo e sia guardati. L'iperstimolazione, che ho già accennato, avviene dunque attraverso gli occhi, occhi che lavorano di continuo e che si affaticano. Qui si potrebbe aprire il discorso sulla *privacy*, sul pudore, oppure sul bisogno che abbiamo di essere visti: perché ci mostriamo così tanto? Perché vogliamo essere visti? Pensate come una delle parole che oggi hanno più fortuna e più successo sia la parola "visibilità", desiderio e conseguente promessa di poter essere esposti agli occhi di tutti.

Se i nostri occhi sono al centro dell'era digitale, allora chiediamoci cosa guardiamo, o chi guardiamo oppure come guardiamo gli altri. Come e cosa guardano i nostri occhi? Un piccolo aneddoto, tanto per cominciare: a scuola, quando anch'io insegnavo Religione Cattolica, spesso mi capitava di passeggiare, di camminare nel corridoio e di incrociare tanti studenti, eppure mi sembrava quasi di essere invisibile. È vero che i professori tendono a non essere fermati o visti dagli alunni, però come usiamo i nostri occhi? Vogliamo vedere le cose? Vogliamo vedere le persone? Vogliamo vedere quello che c'è attorno a noi? **Lo sguardo è al centro anche dell'educazione.** Lo sguardo dell'educatore è fondamentale; si è seri anche con gli occhi, dal modo in cui noi guardiamo gli altri, le persone; chiediamoci se abbiamo la forza e volontà di guardare i ragazzi e giovani a noi affidati, di guardarli negli occhi, di scrutarli non con un tono indagatore o con una curiosità superficiale. Si vede quando una persona è guardata con amore, con interesse, con gratuità: ce ne accorgiamo, no? Non è questo lo sguardo dell'educatore?

E allora il primo punto, la prima caratteristica, il primo atteggiamento dell'insegnante nell'era digitale è proprio la qualità del suo sguardo. Diceva Papa Francesco il primo ottobre del 2017 in un discorso tenuto proprio a Cesena, la mia città natale – scusate il campanilismo –: «Nell'incontro con Lui, con Gesù, veniamo contagiati dal suo sguardo, quello che posava con compassione sulle persone che incontrava nelle strade di Galilea. Si tratta di recuperare la capacità di "guardare", la capacità di guardare! Oggi si possono vedere tanti volti attraverso i mezzi di comunicazione, ma c'è il rischio di guardare sempre meno negli occhi degli altri. È guardando con rispetto e amore le persone che possiamo fare anche noi la rivoluzione della tenerezza. E io invito voi a farla, a fare questa rivoluzione della tenerezza». Qual è la qualità dello sguardo dell'educatore nell'età digitale?

La seconda provocazione prende le mosse da un libro pubblicato lo scorso anno da Massimo Mantellini, *Bassa risoluzione*, un saggio che si sviluppa attorno ad una metafora: a partire dalla risoluzione bassa, quella delle immagini o dei suoni del mondo di internet nel mondo digitale, egli sostiene che esiste una nuova umanità, una generazione a bassa risoluzione. Perché usa questa immagine? Lo spiega all'inizio del suo libro, riportando il fatto che nel 2008 la legge sul diritto d'autore è stata emendata – ormai l'epoca di internet era esplosa – con l'aggiunta di un comma che

diceva: «È consentita la libera pubblicazione attraverso la rete internet, a titolo gratuito, di immagini e musiche a bassa risoluzione o degradate, per uso didattico o scientifico e solo nel caso in cui tale utilizzo non sia a scopo di lucro». E meno male che hanno aggiunto questo comma perché noi che lavoriamo nel mondo ecclesiale, non prendiamo forse dalla rete immagini e musiche per costruire i nostri siti internet, i bollettini parrocchiali, tutti gli avvisi? Mantellini ritiene che questo sia un simbolo della nostra epoca: consentire l'uso di immagini e di musiche a bassa risoluzione o degradate, significa né più né meno perdere l'alta definizione e accontentarsi di una vita a bassa risoluzione, dove si perdono i particolari.

È così che nasce la generazione a bassa risoluzione, caratterizzata da una vita superficiale, senza sfumature: insomma, una vita a grandi linee. In un paragrafo del libro, intitolato addirittura *La fine del lettore della verità*, Mantellini scrive che la gente ha smesso di occuparsi della complessità, perché tutto ciò che sa di complesso non è più interessante. A conferma di ciò, a mo' di provocazione, l'esempio di Google che, partito con il progetto faraonico di digitalizzare tutta la cultura, i libri classici, i libri fondamentali della storia dell'umanità, ha accantonato piano piano questo disegno utopistico per dedicarsi ad attività molto più superficiali. Anche Microsoft ha riconosciuto che nel 2015 la capacità che abbiamo di concentrarci senza distrazioni e senza sentire il bisogno di spostare un attimo la nostra attenzione era pari a otto secondi. Nel 2000, però, il tempo massimo in cui riuscivamo a concentrarci era di dodici secondi, sicché in quindici anni abbiamo perso ben quattro secondi, facendoci scavalcare, ironicamente, in graduatoria dal pesciolino rosso che si concede mediamente per nove secondi, uno in più rispetto a noi. Non sappiamo come abbiamo fatto a misurare la concentrazione del pesce rosso, ma questo esempio ci permette di introdurre un'altra espressione che si sente dire spesso: *l'ecologia dell'attenzione*.

C'è un altro testo che vi invito a leggere se siete appassionati di neuroscienze. Maryanne Wolf ha scritto un paio di anni fa il testo: *Lettore, vieni a casa. Il cervello che legge in un mondo digitale*, edito da Vita e Pensiero. Comincia con un'affermazione che ci lascia interdetti e spiazzati: «Non siamo nati per leggere». Come, non siamo nati per leggere? Ma a noi piace leggere, diremmo che siamo nati per leggere, sottolineando in tal modo l'importanza della lettura. La sua è un'osservazione da scienziata fondata sul fatto che la lettura l'uomo l'ha imparata, l'ha acquisita nel corso della sua storia e della sua evoluzione, nel suo percorso storico. Ed è vero, immagino che sia proprio così. E questo aver imparato ad un certo punto a leggere presuppone la scrittura; ma, all'inizio della scrittura non c'è forse l'inizio della lettura? Le due cose sono strettamente legate. E dice: «È stata una conquista, un processo evolutivo che ha cambiato la struttura stessa delle connessioni, ha ricablato il cervello e riplasmato la natura del pensiero, ciò che leggiamo ci cambia». E poi aggiunge: «Come leggiamo ci cambia». Allora proprio com'è successo agli albori

della storia umana, oggi starebbe accadendo la stessa cosa, una nuova rimodellazione, un ricablaggio, poiché il nostro pensiero è stato riplasmato. Effettivamente ci rendiamo conto che la nuova modalità di lettura non è più una lettura profonda, una lettura che viene di solito riassunta e simboleggiata con l'immagine della "F"; quando leggiamo una pagina web, e non solo la lettura di un testo, leggiamo seguendo come una "F", ovvero scorriamo con gli occhi le prime righe o la parte superiore più o meno tutta, scorrendo da sinistra verso destra, poi mano a mano che scendiamo ci fermiamo sempre prima e poi dopo il nostro occhio si sposta in maniera verticale e non più orizzontale. Secondo la Wolf questo non è un allarme, ma più che altro una constatazione che la porta a dire: «Ci saranno profonde differenze in futuro nel modo in cui leggiamo e pensiamo perché il modo in cui leggiamo si riflette nel modo in cui pensiamo e viceversa. I nuovi lettori – si chiede – saranno in grado di sviluppare i processi cognitivi che richiedono più tempo e sono alimentati dai media stampati mentre assorbono e acquisiscono nuove capacità cognitive enfatizzate dai media digitali?». In altre parole, mentre acquisiamo qualcosa di nuovo, è indubitabile che la rivoluzione tecnologica e digitale ci insegna anche delle competenze nuove, qualcosa di più; malgrado ciò, siamo in grado di integrare questa novità senza perdere quella verità preziosa della cultura – chiamiamola pure analogica – vale a dire quella del pensiero critico, della lettura profonda, della riflessione personale interiore che è poi sorgente d'immaginazione, di empatia? Perché, in fondo, leggere ci avvicina a noi stessi, ma anche agli altri.

Ecco, questa è la seconda sfida, la seconda caratteristica che si pone anche davanti all'educatore. Non perdere i particolari, **non accontentarsi solo di un rapporto a bassa risoluzione** e andare in profondità. Non fermiamoci ai primi risultati – come facciamo su Google – quando incontriamo le persone, quando abbiamo a che fare con loro e magari le educiamo. Mentre su Google ci fermiamo ai primi risultati del motore di ricerca, nei rapporti personali bisogna andare oltre, in profondità, e scorgere quello che non si vede in superficie, scorgere quello che le persone non mostrano, che non appare, che tengono dentro. Per un educatore questo è fondamentale, oggi più che mai, proprio perché si vive a bassa risoluzione.

La terza provocazione è chiaramente il tema quasi abusato delle *fake news* e della cosiddetta post verità. Sono interessanti alcune diapositive, risultato di una ricerca svolta da Arnaldo Pagnoncelli – uno degli statistici più famosi – in prossimità delle elezioni americane del 2016. La linea blu dice l'andamento delle notizie principali negli Stati Uniti d'America, chiamiamole notizie vere (sembrerebbe superfluo dire che le notizie principali devono essere vere). Sotto invece, le cosiddette *fake news* (notizie false) a partire da febbraio-aprile fino al giorno delle elezioni. Accadeva, dunque, che le notizie principali – tutto ciò che realmente accadeva e veniva detto – sono diminuite, passando da dodici milioni a sei milioni, quindi dimezzate. Le *fake news* sui media, invece, erano

cresciute a dismisura addirittura superando le altre; più si avvicinava il giorno delle elezioni più si è invertito il rapporto e alla fine ciò che raggiungeva la popolazione degli USA erano più notizie false, inventate o costruite ad arte per manipolare l'opinione pubblica.

Oppure, per venire in Italia, sempre in un sondaggio eseguito da Pagnoncelli, è interessante ciò che emerge quando si chiede alle persone se si ritengono in grado di riconoscere le *fake news*. L'italiano medio non riuscirebbe a distinguere le *fake news* dalle notizie vere. Infatti, il 27% degli intervistati ha risposto che un italiano riesce a capire quando la notizia è falsa, mentre il 61% pensa che l'italiano medio cada sempre nella trappola, non riesce a distinguerle. È curioso, però, che quando alla domanda: "Tu riesci a distinguere le *fake news*?", allora il risultato cambia: il 52% ha detto "sì" e solo il 37% ha risposto "no". Qui c'è qualcosa che non va perché se noi riteniamo di essere bravissimi a riconoscere le notizie false, agli altri invece non attribuiamo la stessa capacità. Probabilmente, anche noi non siamo poi così in grado di riconoscere sempre le *fake news*. Tanto che da qualche anno è stata inventata una nuova figura professionale, il *debugger*, una persona che si dedica ad individuare le notizie false e a segnalarle perché vengano eliminate o perlomeno riconosciute.

Per questo motivo a scuola s'insegna, a partire dai ragazzini, a saper riconoscere una *fake news* da una notizia vera. Anzitutto, individuare la fonte, cioè chi dice quell'affermazione, quel fatto? Quando e dove? C'è qualcuno che lo conferma, e chi è? È una persona credibile, autorevole? Ci sono eventualmente altre versioni della stessa notizia che ci permettono di fare un confronto e capire se qualcuno vi ha aggiunto qualcosa o ha tolto qualcos'altro? Questa, in fondo, è la professione del giornalista.

Il mondo del web, purtroppo, non è il regno dell'oggettività, perché sono gli algoritmi a dominare la rete. Gli algoritmi sono dei procedimenti di calcolo automatizzati elaborati dai computer che li hanno programmati. Ebbene, potremmo pensare che gli algoritmi siano qualcosa di neutro, qualcosa appunto di oggettivo, in cui non c'è un dolo, non c'è una volontà di manipolare o depistare o pilotare il nostro pensiero. Mi ha colpito qualche giorno fa un articolo che diceva: «I ricercatori hanno rilevato pregiudizi di vario tipo presenti negli algoritmi». Come è possibile? Mi aspetterei il pregiudizio di una persona verso un'altra? E, invece, anche gli algoritmi hanno dei pregiudizi «in software adottati per la missione universitaria, le risorse umane, i rating del credito, le banche, i sistemi di sostegno dell'infanzia, i dispositivi di sicurezza sociale e altro ancora. Gli algoritmi non sono neutri, la crescente dipendenza della socio-economia (dai soldi e dal mercato, *n.d.r.*), dalla informazione artificiale conferisce un enorme potere a coloro che programmano gli algoritmi». Gli algoritmi hanno dei pregiudizi nonostante siano programmati da uomini che, a loro

volta, hanno pregiudizi, un orientamento e degli obiettivi. Non sarebbe corretto dire che vogliono ingannarci, ma che partono da un'altra prospettiva. Padre Antonio Spadaro *s.j.* e Paul Turrein (che dirige uno dei centri maggiori che assegna gli indirizzi IP) nel recentissimo articolo del 18 gennaio 2020 sulla rivista *Civiltà Cattolica* – proprio sulla scorta dell'osservazione che chi programma gli algoritmi in fondo condiziona moltissimo le nostre vite, le nostre esistenze – hanno osservato che “dobbiamo evangelizzare i computer, dobbiamo evangelizzare gli algoritmi”. Cosa vuol dire? Dobbiamo evangelizzare chi ha il grande potere di costruire quegli algoritmi, che poi regolano la nostra vita, perché ormai ci affidiamo continuamente, costantemente, alle procedure informatizzate, automatizzate. Evangelizzare gli algoritmi vuol dire far sì che la mentalità, i valori del Vangelo – uguaglianza, libertà, rispetto e dignità della persona – siano ben fissi, ben saldi nella mente di chi deve programmare questi processi automatici.

Evangelizzare i robot. Una conferma di quanto detto ce l'ha fornita Milena Gabbanelli evidenziando cosa accade quando un algoritmo sbaglia. Si sono accorti che Amazon – forse veramente uno dei poteri più grandi al mondo – assumeva quasi esclusivamente uomini perché nell'algoritmo che era stato fatto per la selezione del personale venivano selezionate solo persone di sesso maschile, dal momento che nei vent'anni precedenti – dalle statistiche fatte fra le aziende americane – erano stati assunti quasi soprattutto uomini; sicché, seguendo questo meccanismo i *curricula* di molte donne venivano cestinati senza neanche essere considerati.

In questo scenario, la terza caratteristica dell'educatore nell'era digitale è molto facile da intuire: il **discernimento**, la capacità cioè di comprendere i meccanismi e di fare delle scelte consapevoli, ragionate, motivate, alla luce di una conoscenza più profonda. Discernimento che va in coppia con “orientamento” perché il discernimento lo operiamo anzitutto sulle nostre scelte, ma il discernimento lo facciamo anche per aiutare, orientare gli altri. In fondo, orientare è quello che si fa anche a scuola, perché aiutare una persona nel suo cammino di vita significa aiutarlo a compiere un discernimento, a fare delle scelte a ragion veduta dopo aver capito, compreso, riflettuto ed esser sceso in profondità. Discernimento che vale sia per le grandi cose sia per le piccole, che poi tanto piccole non sono, poiché non ci sono cose piccole nella vita di una persona. Ecco questo discernimento/orientamento del mondo delle *fake news* è forse quello che di più si chiede all'educatore oggi, a partire da se stesso, per aiutare gli altri a fare lo stesso cammino.

La quarta provocazione proviene da un'indagine fatta dall'Università Bocconi di Milano e pubblicata nel novembre scorso con questo titolo: *Diseducazione digitale*. Le statistiche sono state sviluppate grazie alle risposte di 1500 studenti e 850 genitori sull'uso dello smartphone. Ad esempio, è emerso che i ragazzini delle scuole primarie usano lo smartphone fino alle 23.10 della

sera, mentre i ragazzi delle scuole secondarie di primo grado fino alle 23.40; gli adolescenti delle scuole superiori, invece, oltre mezzanotte.

È curiosa anche un'altra domanda rivolta sia ai ragazzi, sia ai genitori: quando i figli hanno chiesto il loro primo cellulare ai genitori? Ecco le risposte dei ragazzi: il 5.5% ha detto di aver ricevuto il cellulare fra i 3 e i 5 anni (è una percentuale che viene da un'indagine seria e autorevole, può darsi che qualche ragazzino si sia anche un poco divertito a rispondere così, però non ci fermiamo su questo); il 30% dei ragazzi dice di aver ricevuto il cellulare fra i 6 e gli 8 anni (quindi nei primi anni della scuola primaria); il 52,6% dice di averlo ricevuto fra i 9 e gli 11 anni. Quindi diciamo che a 11 anni l'88,5% aveva già il suo cellulare! Se andiamo a vedere le risposte che hanno dato i genitori, troviamo che divergono un po' da quelle dei loro figli: ad esempio, i genitori che dicono di aver comprato il cellulare ai figli quando essi avevano fra i 6 e gli 8 anni, sono il 19%. Eppure i figli han detto il 30%, no? Quindi, o i bambini hanno esagerato o i genitori hanno dimenticato che gli avevano regalato il cellulare a quella età, oppure si sono un po' vergognati e hanno alzato un po' questa soglia.

Al di là di qualche scherzo bonario, mi premeva dire che nel mondo dell'educazione digitale o della "diseducazione" digitale servono delle regole, delle norme che vanno concordate: è opportuno scrivere un patto su un certo uso o abuso del cellulare, del tablet, della rete internet. Ho letto qualche articolo che osservava che se i nostri nonni esortavano frequentemente i figli e i nipoti a mangiare, ricordando i tempi di ristrettezza e di guerra, ai tempi della nostra adolescenza, i nostri genitori, che avevano avuto da mangiare, avevano un'altra grande preoccupazione: lo studio, che spesso è stato loro negato per mancanza di mezzi economici. Oggi, invece, i genitori oltre a dire "mangia" e a dire "studia", rivolgono sempre più ai loro figli la seguente esortazione: "spegni". Quindi, siamo passati da "mangia" a "studia" a "spegni".

Servono regole, allora, principi realmente credibili, o meglio **servono persone credibili e coerenti** che propongono norme alle quali per primi sono fedeli. C'è bisogno anche di parlare molto con i ragazzi, perché chiaramente la regola che viene imposta, sebbene indiscutibile, può essere facilmente aggirata; ma è necessario pure creare luoghi, momenti liberi da questi strumenti. Non si tratta di demonizzarli, ma è giunta l'ora di costruire momenti in cui abbiamo l'opportunità di guardare altrove, oltre uno schermo, al di là di un display. Su questo torneremo magari a conclusione.

Vorrei solo accennare all'appello "Riprendiamoci i nostri figli" che è risuonato nell'articolo di Antonio Polito, giornalista del Corriere della Sera, *Genitori è l'ora di fondare la Lega anti chat*. È una curiosa provocazione, un invito rivolto ai genitori a parlarsi fra di loro perché, dice Polito, i

nostri figli ci imbrogliaano dicendo che il loro amico, ad esempio, può tenere il cellulare anche durante la notte in camera da letto. Parlare con gli altri genitori ci permette di stabilire la verità dei fatti e quindi di creare alleanze educative: ecco perché la *Lega anti chat*; ci si può coalizzare con i genitori sincronizzandoci, per così dire, sulle regole da dare.

Il quinto aspetto prende spunto da una pubblicità posta su una rivista, quella di uno spumante. L'immagine è veramente straordinaria, perfetta per i tempi che stiamo vivendo: quattro persone in una grande bolla e la didascalia che recita: "La vita è bolla", con un chiarissimo gioco di parole con "La vita è bella". La parola "bolla" richiama le bollicine dello spumante, ma si può cogliere la pubblicità come un'immagine così evidente e significativa delle bolle in cui viviamo, quelle che oggi nel linguaggio tecnico si chiamano le "echochambers", cioè le camere dell'eco. Questo fenomeno mette semplicemente in evidenza che non è vero che internet ci mette a contatto con tutto il mondo, con persone lontane dalle esperienze diversissime e con prospettive divergenti dalle nostre. In fondo, proprio grazie a quegli algoritmi di cui parlavamo prima, il web ci mette soprattutto in comunicazione con chi è uguale a noi, ha i nostri gusti, le nostre idee, il nostro orientamento politico o religioso, benché ad onor del vero la religione sia poco considerata negli algoritmi.

Creando delle "tribù" in cui appunto abitiamo e ci rinforziamo a vicenda, internet finisce per dar luogo ad un fenomeno alquanto suggestivo: la "polarizzazione delle opinioni". Infatti, se parlo sempre e solo principalmente con chi la pensa come me, avrò una continua conferma di ciò che penso e nel rimandare all'altro la continua riprova di ciò che egli pensa, viene in qualche modo a consolidarsi una certa impermeabilità a un'idea diversa, ad una prospettiva complementare alla quella dell'*echochamber*, che invece potrebbe allargare la bolla, ampliare le idee, l'approccio ad una problema. Una diapositiva dell'*Ipsos* evidenzia, attraverso la rappresentazione grafica, com'era la discussione sui social network ai tempi del referendum costituzionale del 4 dicembre 2016, proposto dall'allora premier Matteo Renzi. I sociologi hanno messo in evidenza quante volte gli *ashtag* "Io voto no" e gli *ashtag* "Basta un sì" (che erano quelli che identificavano le due posizioni del referendum) interagivano fra di loro. Ebbene, come si vede, solo un piccolissimo spicchio, una piccola percentuale dei favorevoli interagiva con le persone che si collocavano su posizioni opposte. Insomma, ognuno parla con il proprio gruppo, con la propria tribù, con quelli che già la pensano nello stesso modo.

Ne consegue che, in questa era digitale, le differenze sfumano invece di allargare lo spettro delle proprie conoscenze, con il rischio di richiudersi sempre più nel proprio guscio o in piccoli gruppi omogenei. Una omogeneità, pianificata dalla cultura e dagli algoritmi che ci sono dietro, che si

ripercuote anche da un punto di vista sessuale; tant'è vero che nell'articolo di Vanity Fair, *Il sesso sfuma a 153 Hz*, si espone come il fenomeno di omogeneizzazione sessuale del web sia lampante anche nei tre emoticons, tre faccine da chat, di cui la prima è un maschio, la seconda è una femmina, mentre la terza è studiata apposta per non essere identificata né come un maschio né come una femmina. L'autore dell'articolo, Luca Ventura, ha mostrato che a marzo scorso è stato presentato il primo assistente vocale non-gender, si chiama Q e parla a 153 Hz, una frequenza "neutrale". È stato notato, infatti, che gli assistenti vocali, come *Alexa*, *Siri*, *Cortana* etc., hanno sempre o quasi sempre voci femminili, e questo porta con sé il rischio che si tenda ad identificare che deve risponde ai tuoi ordini come una realtà femminile, come se chi deve obbedire ed eseguire l'ordine sia sempre una donna. Anche se l'idea che c'è dietro è buona (la dignità della donna), l'effetto che si ottiene, però, è quello di un mondo digitale in cui anche le differenze sessuali vengono cancellate.

È interessante che l'omologazione spalanca le porte al relativismo: di fatto ciò che tende sempre più a passare è che niente è vero e tutto, allo stesso tempo, è vero; niente è falso e tutto, allo stesso tempo, è falso. Eppure, la stessa omologazione e standardizzazione sono il frutto della *profilazione*, quel meccanismo che si attiva ogni volta che diciamo sempre "sì" ai *cookies*, alle domande che ci vengono fatte, dando l'esplicito permesso agli algoritmi di memorizzare le pagine visitate, i link su cui clicchiamo. In questo modo, svelati apertamente i gradimenti personali, il web può essere più in grado di far vedere una pubblicità che può destare un vero interesse. Vi sarà sicuramente successo di andare su Google e magari di cercare il titolo di un libro e poi immediatamente dopo, o qualche giorno dopo, visitando un'altra pagina, totalmente diversa, di trovarvi comparire sullo schermo la pubblicità di quel libro... ecco, questa è la profilazione. Per quanto la cosa si presenti come una cosa buona – la rete, infatti, vuole assecondare ai nostri gusti – rimane la domanda: è la rete ad adattarsi ai nostri gusti, oppure siamo noi che ci adattiamo a quello che loro ci propongono?

Ecco perché la grande questione educativa che c'è dietro questo tema è proprio **il legame tra soggettività e oggettività**, il legame fra unità e differenza, **tra il rispetto per le idee e il rispetto per le persone**. Di fatto, in una società che si dice tollerante, rischiamo il paradosso che le idee sono assolutamente da rispettare, mentre le persone no. Dovrebbe essere il contrario: si potrebbe in linea di principio non rispettare le idee altrui, ritenerle sbagliate, ma il rispetto delle persone viene prima di tutto. Oggi, invece, le persone vengono offese, aggredite verbalmente, vituperate, calunniate, solo perché non si uniformano al pensiero dei più.

Passiamo al sesto punto. Quanto pesa la fede online? Da quello che vediamo sui social network ci verrebbe da dire che pesa tanto: condivisioni di frasi del Vangelo, di immagini o di video

religiosi, omelie o didascalie del Papa. Il Papa, in effetti, è la realtà religiosa più presente dei social network; egli ha circa 50.000.000 di *followers* su *Twitter*; non sono certamente pochi, però allo stesso tempo, se guardiamo alle statistiche a livello mondiale del 2019, il Papa non si colloca neanche nei primi dieci. I personaggi più influenti, i cosiddetti *influencer*, più seguiti sulla rete sono altri. Il primo è Barak Obama con 109 milioni circa di *followers*, più del doppio rispetto a Papa Francesco, mentre al decimo posto c'è Hellen Degeneres, un'attrice e conduttrice di show americana, molto famosa che ha quasi 79.000.000 di *followers*. Con questo non voglio dire ovviamente che il Papa deve scalare le classifiche, ma che nonostante quello che potremmo pensare, la fede nel mondo digitale dei social network non è poi così presente. Se poi guardiamo il profilo *Instagram* del Papa, ci rendiamo conto che i *followers* di Papa Francesco sono 6,3 milioni, quasi un terzo di una "certa" Chiara Ferragni che ne ha circa 17 milioni.

Anche se ci può sorprendere, però questo è il mondo in cui viviamo. Lo stesso accade se guardiamo fra gli *hashtag* più visti sui social network: non ci sono *hashtag* che abbiano uno specifico riferimento religioso. In occasione del Sinodo dei giovani del 2017 a livello mondiale è stata realizzata un'indagine sulla presenza dei giovani nei social network con il risultato che solo il 4% dei giovani condivide contenuti relativi alla fede sui social network. Il 4% dei giovani che condivide contenuti inerenti alla fede non vuol dire la condivisione avvenga tutti i giorni! Ogni tanto, in qualche occasione. Può far sorridere, ma quando ai giovani cattolici è stato chiesto quali sono le tre persone più influenti per la loro fede cattolica su internet, le risposte sono state: ovviamente, al primo posto Papa Francesco, ma al secondo posto Paulo Coelho, uno scrittore brasiliano sicuramente molto letto per i suoi libri ricchi di contenuti spirituali (però che sia proprio un simbolo religioso è tutto da dimostrare!), al terzo posto il Dalai Lama che è senz'altro un simbolo religioso, ma (senza forse) non cattolico. Questa indagine ci dice come la religione nei social ci sia poco, e quel poco che c'è a volte è anche una sorta di *pot-pourri*.

Dovremmo chiederci che figura ci fanno i credenti, i cattolici nei social network? Si corre il pericolo di finire col parlare nell'*echochamber*, fra cattolici, finendo col farci rimbalzare a vicenda i contenuti religiosi, anche molto devoti, eppure con un'incidenza molto scarsa. Oltretutto c'era qualcuno che notava che i contenuti cattolici o religiosi su internet dovrebbero avere un loro stile originale, senza scimmiettare oppure andare al rimorchio di modalità comunicative di altri *influencer* o quant'altro.

Quindi, vi presento la sesta provocazione: **curiamo la qualità della nostra presenza online**. È giusto avere una presenza che non sia a bassa risoluzione, cioè con una profondità, una interiorità; ma, attenzione a non essere noiosi, moralisti, troppo lunghi: cose che, sappiamo bene, non hanno

successo online... però possiamo essere originali, alternativi. Adottare sui social uno stile un po' alternativo!

Un *influencer* cattolico, Gigio Rancilio, sulla rivista *Vita e Pensiero* (06/2019) ha presentato il *Decalogo dell'influencer cattolico*, una serie di atteggiamenti/accorgimenti da adottare quando si dimora sul social: l'*influencer* non parla solo di sé; non si pavoneggia; è generoso; è attento; riconosce il valore degli altri; pubblica *post* utili a chi lo segue; non punta sull'emotività per avere successo; non cerca i *like* ma il bene degli amici; pubblica spesso *post* interessanti di altri; semina il bene. Mi sembra che siano suggerimenti molto interessanti.

Siamo al settimo e ultimo punto. Oggi si parla sempre più di intelligenza artificiale e umanità aumentata. Ma è davvero così? L'uomo digitale è davvero un uomo aumentato? È emblematica la figura di *Iron Man*, l'eroe della "Marvel", l'uomo rivestito di macchina che contemporaneamente mentre sta guidando può tenere un occhio sulla strada e l'altro su tutta una serie di informazioni utili sullo spazio circostante. Questo tipo di applicazione l'intelligenza artificiale non solo la promette ma già la realizza!

Ritorna la domanda: l'uomo digitale è un uomo veramente aumentato? Ha fatto molto successo negli ultimi anni il libro di Yuval Noah Harari, scrittore israeliano, intitolato *Homo Deus. Breve storia del futuro* (qualche anno prima aveva scritto *Sapiens. Da animali a dèi. Breve storia dell'umanità*), nel quale dimostra che l'uomo digitale è diventato ormai Dio, una sorta di ebbrezza. Perché, sostiene Harari, l'uomo del futuro è *homo-deus* per tre ragioni: la prima, perché è capace di rifare se stesso, di riscrivere i geni che lo compongono. È proprio vero: l'uomo ha la capacità di modificare o intervenire nel codice genetico, e anche – dicono gli scienziati – riscrivere completamente se stessi sarà solo questione di tempo.

Inoltre, *homo-deus*, l'uomo digitale, è in grado di mettere le mani su fonti di benessere e felicità inesauribili. Chi è già adulto da tempo ricorderà che la metafora più frequentemente usata per esprimere la libertà era l'immagine del gabbiano Jonathan Livingstone, l'uccello che volava libero sempre più in alto nel cielo. Nell'era digitale, se volessimo trovare un simbolo della libertà che sia comprensibile dai nostri ragazzi dovremmo ricorrere al logo del *free wi-fi*: il simbolo che più è capace di simboleggiare la libertà nel nostro tempo, l'emblema della possibilità di navigare sempre, quando voglio, dove voglio, andando a muovermi come mi pare, senza nessuno che mi controlli, senza pagare niente. Questa è la massima libertà e dunque il sommo benessere!

Infine, la terza caratteristica dell'*homo-deus* è la capacità di sfuggire alla morte. Può sembrare uno scherzo, una battuta, ma in realtà non è così. Si parla sempre più spesso di *immortalità digitale*, ovvero continuare a vivere attraverso la realtà virtuale. Su Youtube ha spopolato il video di una

giovane mamma sudcoreana che tramite l'intelligenza artificiale – la realtà aumentata – con un visore davanti agli occhi e dei guanti particolari, ha potuto rivedere, incontrare e accarezzare la figlia di sei anni morta per una malattia incurabile, perché ricostruita dalla realtà virtuale a partire da una sua immagine (*I meet her*).

È molto commovente vedere una mamma in lacrime, pienamente coinvolta, davanti a quello che era però solo un'immagine che lei aveva la sensazione di poter toccare e vedere. Eppure, con profondo rispetto e massima delicatezza, credo che una volta spenta la macchina la mamma si sarà dovuta arrendere al fatto che quella era solo una finzione, che quello non era il paradiso, non era l'immortalità.

Questa è una grande provocazione pure per noi, che su questo tema dovremmo avere qualcosa da dire. Se l'era digitale promette una qualche immortalità digitale, virtuale, noi abbiamo un messaggio diverso perché la Risurrezione è tutt'altro da questa immortalità digitale; ma il fatto che l'uomo digitale cerchi di vincere, di superare la barriera della morte, è un segno che l'uomo digitale è pronto, anzi prontissimo, a ricevere l'annuncio del Vangelo, il messaggio della Risurrezione, della vita eterna.

Il desiderio di immortalità del mondo virtuale nasconde la paura del limite e questo, da educatori, non può lasciarci indifferenti. Forse dobbiamo un po' recuperare il senso del limite e dobbiamo dare anche valore e significato alla fragilità; **imparare e insegnare ad accettare e ad amare il limite**. Mauro Magatti, sociologo cattolico, ci pone davanti a un paradosso... siamo in fondo proprio noi, uomini e donne, con le nostre fragilità e incertezze che facciamo problema rispetto ad un mondo sempre più veloce ed efficiente. Arriveremo certamente a quanto i film di fantascienza già ci prospettano: un mondo in cui i computer, le macchine, l'intelligenza artificiale, saranno apparentemente perfetti, senza errori, mentre noi –paradossalmente – saremo l'elemento che stona, che non è all'altezza, poiché – in quanto fragili – abbiamo limiti, siamo deboli, facciamo errori... "Errare humanum est": è la prima volta che mi viene da dire che è una fortuna essere così... che sbagliare è una nota caratteristica dell'umanità, per certi versi, che ci salva.

In conclusione, riepilogando brevemente i sette punti, vi propongo una loro lettura spirituale anche per riallacciarmi al tema del nostro incontro: *La spiritualità dell'insegnante: educare nell'era digitale*.

La prima caratteristica dell'educatore nell'era digitale è quella di recuperare la capacità di guardare. Vedere le cose con gli occhi di Dio, mettersi in qualche modo dal punto di vista di Dio, pensare, sforzarsi di guardare l'altro come lo farebbe Dio. Sappiamo, immaginiamo, intuimo che

lo guardi con attenzione, con il suo amore gratuito. Nel linguaggio tradizionale della Chiesa questa caratteristica è il dono della *Sapienza*, vedere le cose con gli occhi di Dio.

Abbiamo detto, poi, che non è giustificabile accettare una vita a bassa risoluzione e che la sfida di oggi è andare in profondità, ossia cercare il senso profondo delle cose, senza fermarsi in superficie per scorgere il senso autentico di tutto. Questo nel linguaggio della sapienza ecclesiale si chiama *Intelletto*.

La terza qualità fondamentale dell'educatore di oggi è la virtù del discernimento, saper distinguere il vero dal falso e arrivare là dove si forma la mentalità e si operano le scelte, quelle che programmano gli algoritmi che tanto incidono sulla nostra vita. E questo ricorda molto da vicino quello che diceva San Paolo nella *I Ts* 5,21: «Esaminate ogni cosa, tenete ciò che è buono», perché il buono esiste. Questo nella tradizione della Chiesa si chiama il dono del *Consiglio*, quello che io in termini più laici e scolastici, ho chiamato “orientamento”.

Al quarto punto siamo giunti al proposito che servono delle regole anche nella vita digitale; serve avere dei punti fermi e rimanervi fedeli, perseverando nelle cose buone e andando contro corrente. Questo ricorda molto da vicino un'altra virtù che la tradizione della Chiesa chiama *Fortezza*.

Un altro aspetto problematico del web che abbiamo evidenziato è il relativismo, l'omologazione. La risposta è trovare il legame tra soggettività e oggettività, vedere che tutto è connesso (non solo fra una cosa e l'altra), che siamo connessi gli uni con gli altri, eppure tutto è connesso ad un'unica verità. Questa connessione ad un'unica origine che dà senso, significato e valore infinito ed eterno alle cose è il dono della *Scienza*. Tutto è connesso alla verità e capire le connessioni più autentiche, più profonde, e che tutto è connesso a Dio, questo, vuol dire che tutto è connesso alla verità.

Ci siamo soffermati anche su una testimonianza della fede online che sia di qualità, una qualità propriamente evangelica della nostra presenza online, assicurata da atteggiamenti quali l'autenticità, la mitezza, la comunione. Se sulla rete la tendenza che impera è la divisione operata attraverso la denigrazione, il disprezzo e l'emarginazione, la vera sfida sarà creare unione, comunione, unità per il bene; questa qualità evangelica della presenza online possiamo anche chiamarla, con la tradizione della Chiesa, *Pietà*.

Rispetto al senso del limite e della fragilità, alla paura della morte, all'importanza del tocco umano abbiamo detto che possiamo vederlo come l'abbandono in Dio senza paura, o meglio ancora, come il *Timore di Dio* che non è la paura di Dio, ma lasciare che Dio sia Dio e che l'uomo abbia coscienza di essere la sua creatura. Da figli, gli uomini non sono chiamati ad essere antagonisti di Dio, ma immagine e somiglianza di Dio, una vocazione altissima che nulla non toglie loro, lasciando a Dio di fare Dio.

Alla fine di questo incontro ci rendiamo conto di non aver inventato nulla. Abbiamo semplicemente riscoperto nelle qualità spirituali dell'educatore nell'era digitale i Sette Doni dello Spirito Santo. La spiritualità, infatti, non è sforzarsi a tutti i costi di essere buoni, bensì lasciare sempre di più che lo Spirito agisca.

Chiedere allo Spirito Santo il dono che è lui stesso, è una delle prerogative del discepolo di Cristo e dunque anche di un insegnante. La spiritualità è lasciare sempre di più che lo Spirito agisca in noi.

Lo Spirito Santo è quel maestro interiore che, come diceva il Cardinale Martini nel brano della preghiera iniziale, abbiamo dentro di noi e ci aiuta a saperlo vedere nei ragazzi con cui abbiamo a che fare. La spiritualità dell'educatore è quella del contemplativo in azione: in ascolto del proprio cuore per restare, anche nel vivo dell'azione, in comunione con i disegni dello Spirito.

«L'educatore nello spirito, non ha mai l'aria indaffarata. Respira la distensione e irradia la pace. Lo Spirito Santo non affatica, non deprime nessuno. È pieno di discrezione. Libera e conferisce efficacia. Crea la gioia. Si lascia scorgere in tutti gli eventi... La vita dello Spirito in noi cerca in mille modi di esprimersi all'esterno con una serie di comportamenti concreti dei quali l'amore costituisce il movente» (André Louf).

Vi lascio con l'ultima diapositiva, una sorta di risposta al paradigma del desiderio del mondo digitale; è la dichiarazione di amore di un giovane alla sua fidanzata: "I love you more than free wi-fi" (ti amo di più del wi-fi gratuito e libero). Questo messaggio, un po' identificativo del contemplativo in azione, è da comunicare ad ogni persona: io ti amo di più del wi-fi, ti amo di più di quello che oggi si desidera tanto. Un messaggio che anzitutto da credenti dobbiamo dire nel nostro cuore al nostro Signore, al Dio della nostra vita: ti amo di più di tutte queste cose che abbiamo fra le mani.

Grazie del vostro ascolto.