

il caso

Google in Vaticano per studiare l'etica del Web

DI ROBERTO I. ZANINI

Ormai anche i colossi di Internet si sono resi conto che la Rete, per raccogliere con efficacia le sfide del futuro, ha bisogno di un surplus di etica e di responsabilità. Ne hanno bisogno soprattutto gli utenti per una condivisione di conoscenze che sia garantita dal punto di vista dell'utilità e dell'affidabilità. Oltre che per consentire a chiunque di accedere alle opportunità sociali, culturali e commerciali di Internet in modo trasparente e sicuro. Esigenze che fino a qualche tempo fa sembravano inconciliabili per la -almeno apparente- distanza

dei loro principali assertori, la Chiesa cattolica *in primis*, dai grandi "costruttori" di Internet, nel senso dei motori di ricerca, dei *social network* e di aziende come Microsoft. Una distanza che viene azzerata in un colpo solo grazie all'iniziativa dell'ateneo pontificio Regina Apostolorum e del suo Istituto di Studi Superiori sulla donna, che hanno promosso insieme a Google il Master in comunicazione e new media, con la diretta collaborazione di Microsoft, Facebook e Ibm. Il master, che viene presentato oggi alla stampa presso l'ateneo fondato dai Legionari di Cristo, è diretto da padre Gonzalo Miranda, decano della facoltà

di Bioetica dello stesso ateneo. «L'iniziativa - spiega Miranda - ha il punto di forza e la sua grande novità nel raggruppare esperienze diverse del settore della comunicazione e dei nuovi media», in favore di «una dimensione umanistica e quindi etica del web». Tutto questo con la finalità di «avviare gli studenti a una applicazione pratica dei *new media*» e di fornire un valido aggiornamento a tutti coloro che hanno una missione educativa, in funzione «della chiamata del Papa alla nuova evangelizzazione». Nei fatti il master nasce per formare i giovani all'uso dei nuovi media, sia per la comunicazione in senso stretto che per

Da oggi all'ateneo pontificio «Regina Apostolorum» un master in «new media»; per imparare a mantenere sano l'«ecosistema digitale»

fini commerciali e di impresa, sfruttandone appieno tutte le potenzialità di sviluppo economico, tenendo presente l'importanza dell'etica e della persona umana, con l'idea di dar vita a un «nuovo umanesimo digitale». Termine espressamente utilizzato dal comunicato col quale Google lancia l'iniziativa, «nata

per dare una risposta alla mancanza di una adeguata cultura della Rete, con utenti che non sono in grado di cogliere appieno le opportunità offerte, né di proporre un uso consapevole, tanto fra gli adulti quanto fra i minori. La stessa attenzione che la Chiesa sta mostrando nei riguardi della Rete mostra come l'ecosistema digitale possa essere di aiuto nella costruzione di una comunicazione e di un dialogo tra le diverse culture, tradizioni e credo». «Per noi - ha aggiunto Giorgia Abeltino, *policy counsel* di Google - si tratta di un'occasione per confrontarci con gli

studenti, condividere riflessioni sul futuro della Rete e su come renderla ancora di più uno strumento capace di promuovere un nuovo umanesimo». Il master occupa ben 26 professori, per 1500 ore di lavoro complessive. Oltre allo stesso padre Miranda, ci sono docenti come Alberto Contri, presidente di «Pubblicità Progresso»; la psicoterapeuta Maria Rita Parsi che terrà un corso sulla cosiddetta «Captologia», cioè le capacità persuasive presenti nei nuovi media; Raffaele Barberio, fondatore di Key4biz con un corso sull'etnografia digitale e le nuove tribù del web; Oreste Signori del Cnr e di 3WC, con un corso su «Tecno-



Alberto Contri

logia per disabili»; Marco Valerio Cervellini della Polizia Postale si occuperà di tutela dei minori. Un'ampia sezione è dedicata alla creatività della comunicazione con la docenza di due videoartisti, un regista, un web designer e un esperto di scrittura creativa.

© RIPRODUZIONE RISERVATA