

In collaborazione con:



UFFICIO NAZIONALE
PER LE COMUNICAZIONI
SOCIALI
della Conferenza Episcopale Italiana

Il valore della pausa.

In un'epoca di **velocità digitale**, scegliere un giornale è un atto di consapevolezza. Significa **fermarsi, concentrarsi, scoprire** ciò che è davvero importante.



Il senso prima della notizia.

Il giornalista non raccoglie solo fatti: *li seleziona, interpreta e li restituisce in un quadro di significato.* Dare **senso** richiede un **corpo, un'esperienza, una direzione.**



Testa

FARE INFORMAZIONE
CON AL CENTRO L'UOMO



Autenticità contro algoritmo.

L'**algoritmo** divide ed **estremizza** perché lo scontro conviene alle piattaforme. In un'epoca artificiale come la nostra, l'**informazione firmata** con un autore responsabile, è un'alternativa autentica.



La fiducia come fondamento.

Il lettore non è un numero: è *una persona che sceglie di fidarsi.* Quella **fiducia** è la risorsa più preziosa del giornalismo, e si **coltiva** con una **comunità vera**, dentro e fuori la redazione.



L'IA non decide cos'è importante.

Stabilire cos'è vero, rilevante e degno di attenzione è una **responsabilità umana** che non si può delegare a una macchina.

Con il contributo di:

In collaborazione con:



UFFICIO NAZIONALE
PER LE COMUNICAZIONI
SOCIALI
della Conferenza Episcopale Italiana

Occhi

COME SALVARSI DAI FALSI
CONTENUTI CHE VEDIAMO

CI STO! UMANI
PER SCELTA
NELL'ERA DELL'IA

Analizza lo sguardo e il labiale.

Verifica se gli **occhi battono** le palpebre raramente e se il **movimento** delle **labbra** coincide con l'audio.



Non fidarti della perfezione artificiale.

I volti generati dall'IA possono apparire troppo levigati o mostrare **espressioni rigide** e **innaturali**.



Poniti le 3 domande:

1. Chi lo dice?
2. Quando è successo?
3. Dove posso verificarlo?

Strumenti.

Usa **tineye** per scoprire se una foto è già apparsa online in contesti diversi. Oppure controlla i **metadati** del file per vedere se ci sono modifiche.



Stranezze nell'immagine o nel video.

Cerca **dita deformate**, ombre incoerenti con la **luce** e **testi stropicciati** o **illeggibili**.



In collaborazione con:



UFFICIO NAZIONALE
PER LE COMUNICAZIONI
SOCIALI
della Conferenza Episcopale Italiana

Gli algoritmi modellano il reale.

I sistemi digitali che usiamo ogni giorno **non sono neutri**: filtrano e costruiscono la nostra percezione della realtà.



Le piattaforme creano bolle su misura.

Gli algoritmi **amplificano ciò che già ci piace**. La nostra voce ci torna indietro come un'eco, mentre il mondo nella sua complessità resta inesplorato.



Bocca

SOCIAL NETWORK,
GIORNALISMO E
DINAMICHE DI CONSENSO

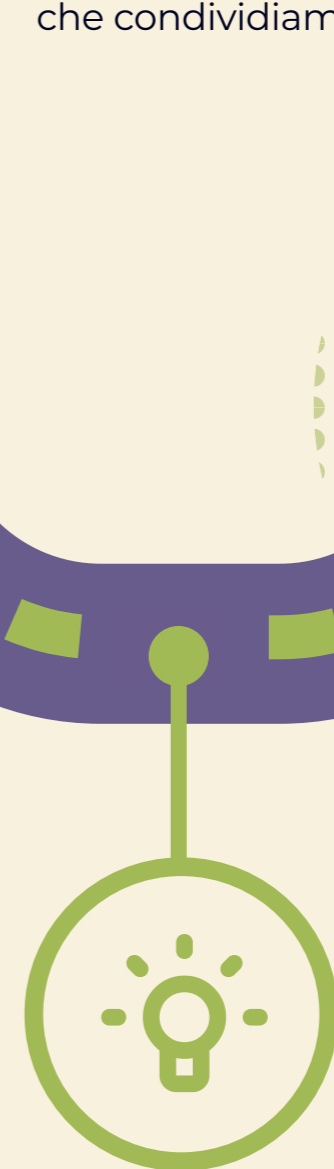


Il consenso artificiale divide.

Le piattaforme generano un **falso accordo** all'interno del proprio gruppo, rendendo fertile il terreno per **fake news** e **polarizzazione delle posizioni**.

Ascolta prima di reagire.

Ogni contenuto che scegliamo di condividere o ignorare costruisce l'**ecosistema informativo** che condividiamo tutti.



Custodire le voci è una scelta.

Usare la tecnologia in modo critico significa **cercare attivamente** voci diverse da quelle che l'algoritmo ci propone, **evitando di farsi guidare** dal pilota automatico.

CI STO! UMANI
PER SCELTA
NELL'ERA DELL'IA

Con il contributo di:



Orecchie



CHI DECIDE LE NOTIZIE
CHE CI ARRIVANO

CI STO! UMANI
PER SCELTA
NELL'ERA DELL'IA

La bolla di filtraggio.

Vediamo solo ciò che già **pensiamo**. Il risultato: *due persone informate possono avere visioni opposte della stessa realtà, senza che nessuna delle due abbia completamente torto.*

Chi decide le notizie che senti?

Gli algoritmi e l'IA **scelgono cosa mostrarci**, non in base alla verità o all'importanza dei contenuti, ma per **tenerci incollati** allo schermo il più a lungo possibile.

Sentire non è ascoltare.

Sentire è un atto passivo: *la notizia arriva e noi la riceviamo*. **Ascoltare è un atto consapevole**, dunque attivo: *ci spinge a chiederci da dove viene, chi la produce e cosa non ci sta mostrando.*

Tre mosse per difenderti.

1. **Confronta** più fonti.
2. **Cerca notizie diverse** da quelle abituali.
3. Una volta a settimana, **scegli tu una notizia** invece di aspettare che ti arrivi.

La domanda che conta.

L'agenda di oggi, ovvero i temi di cui parli, le cose che ti sembrano importanti, **l'hai decisa tu o l'ha costruita qualcos'altro per te?**

In collaborazione con:



UFFICIO NAZIONALE
PER LE COMUNICAZIONI
SOCIALI
della Conferenza Episcopale Italiana

La velocità non è verità.

L'algoritmo risponde in millisecondi. Ma la **rapidità simula certezza**, non la produce. Il discernimento ha bisogno di tempo.



Cuore

EDUCARE ALLA VERITÀ E
ALLA COMPLESSITÀ



CI STO! UMANI
PER SCELTA
NELL'ERA DELL'IA

Il cuore è una bussola, non un freno.

Le emozioni non disturbano il pensiero: *lo guidano*. Il **disagio** che senti davanti a certe notizie è un segnale da **ascoltare, non da ignorare**.



Dentro la bolla senza saperlo.

Vedi solo ciò che **conferma e ciò che credi**. Quello che non vedi, non puoi nemmeno metterlo in discussione. Non esiste per te.



L'IA amplifica chi sei già.

Il sistema impara dalle tue abitudini e te le rimanda amplificate. **Asseconda il tuo sguardo** sulla realtà e lo rafforza.



Il corpo resiste dove l'algoritmo non arriva.

Stanchezza dopo ore di scroll, nostalgia di una conversazione vera: *non sono debolezze*. Sono segnali che **sei umano**.



L'antidoto è il volto.

Prima di condividere una notizia, guarda negli occhi chi ti sta accanto e chiedigli: *tu cosa ne pensi?* La **verità digitale torna reale** nell'incontro tra persone.



Con il contributo di:

In collaborazione con:



UFFICIO NAZIONALE
PER LE COMUNICAZIONI
SOCIALI
della Conferenza Episcopale Italiana

Mani

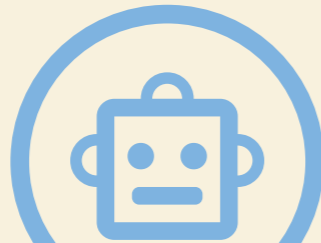
SCRIVERE OLTRE L'IA PER
INFORMARE BENE



CI STO! UMANI
PER SCELTA
NELL'ERA DELL'IA

La sfida è antropologica, non tecnologica.

Come ricorda Papa Leone, il **problema non riguarda le macchine** ma l'uomo: *chi siamo e come vogliamo comunicare.*

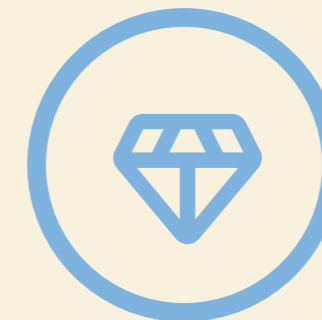


Firmare gli articoli è un atto di responsabilità.

Le firme dicono che dietro le parole ci sono persone, non algoritmi. Il **patto di fiducia con i lettori** si regge su nomi e facce.

La scrittura umana diventerà un valore assoluto.

In un mare di testi tutti uguali, generati con l'IA, **scrivere con cura e responsabilità diventerà sempre più prezioso**, come il lavoro di un artigiano.



Il criterio degli ultimi.

L'AI va misurata su chi include: *se allontana l'attenzione da chi non ha voce e non appare nei trending topic, tradisce la missione del giornalismo.*



Il giornalista non è una macchina.

Cercare, ascoltare, ragionare, selezionare: sono capacità umane che nessun sistema di IA può replicare davvero.



Con il contributo di:

In collaborazione con:



UFFICIO NAZIONALE
PER LE COMUNICAZIONI
SOCIALI
della Conferenza Episcopale Italiana

L'IA non sostituisce l'umanità.

La **tecnologia** può **amplificare i contenuti**, ma non può replicare lo sguardo, l'empatia e il giudizio etico di chi è presente sul campo.



Il corpo del giornalista conta ancora.

Nell'era dell'IA, la **presenza fisica** è **più preziosa che mai**: guardare negli occhi chi soffre restituisce la vera dimensione della guerra.



Piedi

IL RUOLO INSOSTITUIBILE
DEI GIORNALISTI INVIATI



Raccontare i conflitti è un dovere.

Una **guerra non raccontata** è **peggio della guerra stessa**: priva le vittime di voce e i responsabili di responsabilità.

Non avere paura.

Anche in alcuni dei luoghi più pericolosi del mondo il **giornalista deve pensare agli ultimi** che incontra prima che alle sue umane paure.



Il giornalismo nell'era dell'infodemia.

Sommersi da troppe notizie, i giornalisti oggi non devono dare risposte, ma **aiutare le persone a porsi le domande giuste**.

Con il contributo di:

In collaborazione con:



UFFICIO NAZIONALE
PER LE COMUNICAZIONI
SOCIALI
della Conferenza Episcopale Italiana

Corpo

ESPERIENZE DI
EDUCAZIONE DIGITALE



CI STO! UMANI
PER SCELTA
NELL'ERA DELL'IA

Economia dell'attenzione.

Le Big Tech progettano piattaforme che **misurano il successo** sul nostro **tempo trascorso online**, mettendo i ricavi davanti al benessere degli utenti.



Il bivio digitale Pubblicare o no?

Scegliere di non condividere un momento della propria vita trasforma l'esperienza da "contenuto per gli altri" a ricordo autentico per sé.



Il digitale come parte della dieta mediale

Immagine, video e informazioni che consumiamo ogni giorno **plasmano il nostro immaginario** e **orientano le nostre scelte**, come il cibo fa col corpo.

Tre azioni concrete

1. Scegliere bene **cosa pubblicare**.
2. Educarci a un **uso consapevole** dei media.
3. Pretendere **regole chiare** per le piattaforme digitali.

