

APhEx 22, 2020 (ed. Vera Tripodi)  
Ricevuto il: 12/05/2020  
Accettato il: 23/07/2020  
Redattori: Claudio Calosi & Pierluigi Graziani

**APhEx**  
PORTALE ITALIANO DI FILOSOFIA ANALITICA  
GIORNALE DI **FILOSOFIA**  
NETWORK  
N°22, 2020

## L e t t u r e   c r i t i c h e

Luciano Floridi, **The Ethics of Information**, Oxford University Press, Oxford, 2015, pp. 357.

*Gian Paolo Terravecchia*

### **1. Il libro e il progetto di cui è parte**

Per spazzare il campo da possibili equivoci, può essere utile cominciare col dire cosa *The Ethics of Information* di Luciano Floridi non è, né intende essere: un'introduzione per il lettore comune all'etica del computer (*Computer Ethics*, CE) o all'etica dell'informazione (*Information Ethics*, IE); inoltre, non è nemmeno, né vuol essere, un manuale di etica per professionisti dell'informatica (p. xvi). Il libro non si preoccupa di offrire una precettistica su come usare il computer, *online* o *offline*, categorie peraltro sempre più obsolete, secondo Floridi, nella nostra società "*onlife*". Il concetto di *onlife*, detto per inciso, gioca un ruolo importante nella riflessione di Floridi e nasce dalla constatazione che siamo connessi gli uni agli altri, viviamo in un ambiente in cui gli "oggetti intelligenti" sono sempre di più capaci di interagire con noi, in un onnipresente e continuo

flusso di dati, così che il momento *online* e quello *offline* sono sempre più difficilmente separabili.

*The Ethics of Information* si propone piuttosto come una ricerca di tipo fondativo, vuole cioè gettare i semi di una teoria etica generale, da sviluppare poi nell'ambito della CE. I primi cinque capitoli, dal taglio meta-etico, pongono le basi ontologiche e metodologiche del libro, fino a collegare l'IE alla CE. I successivi sei capitoli introducono alla teoria etica proposta dall'autore. Nei capitoli dal 12 al 15 la IE viene applicata a temi specifici e, allo scopo, Floridi si occupa di *privacy*, di moralità in sistemi distribuiti, di etica di impresa, di etica dell'informazione globale. Il capitolo finale ha il compito di rispondere a venti obiezioni già mosse all'etica di Floridi e in tal modo riesce a rispondere anche alle principali osservazioni critiche che una prima lettura del testo può suscitare. La scelta dell'autore, per ciascun capitolo, di introdurre, esporre e riassumere, ripetendo così tre volte i contenuti, è un apprezzabile aiuto per il lettore.

Il libro costituisce il secondo tempo di quelli che Floridi stesso chiama i suoi *Principia Philosophiae Informationis*.<sup>1</sup> Si tratta di un lavoro ancora in corso che, concluso, sarà composto da quattro elementi. Oltre a quello qui in questione, si tratta di *The Philosophy of Information* (2011), *The Logic of Information* (2019) e *The Politics of Information* (previsto, ma non ancora pubblicato). La quadrilogia è introdotta da *Information. A Very Short Introduction* (2010) e *The Fourth Revolution. How the Infosphere is Reshaping Human Reality* (2014).

*The Ethics of Information* è scritto in modo chiaro e non presuppone la lettura degli altri testi dei *Principia*. Tuttavia, se non si tiene conto del progetto complessivo, non si coglie in maniera piena la portata di questo singolo volume e, soprattutto, non si riesce a cogliere nella sua complessità l'impianto metafisico su cui si basano certe conclusioni, l'approccio metodologico grazie a cui sono articolate e giustificate, né il valore addirittura epocale di certe tesi sostenute nel libro. Quanto segue cercherà di spiegare e discutere questi tre momenti e di riflettere criticamente su un paio di rilevanti conseguenze applicative affrontate da Floridi. Intanto però è il caso di sottolineare il fatto che l'impostazione complessiva dell'opera ha il respiro di un'etica generale. Il libro perciò costituisce una proposta

---

<sup>1</sup> In questo senso, esso riprende ampiamente contenuti già esposti in una serie di articoli (alcuni dei quali raccolti tradotti italiano in Floridi 2009) e tuttavia costituisce un pilastro indipendente, espressione del suo percorso maggiore.

ambiziosa, tanto da staccare il contributo di Floridi da altri che si occupano di informazione, Internet, *social media*, *privacy*, tecnologie dell'informazione, etc. (per esempio, Ess 2020; Fabris 2018; Nida-Rümelin, Weidenfeld 2018). Floridi infatti cerca di ripensare le grandi questioni dell'etica attraverso nuovi strumenti e un nuovo paradigma cioè, come indica il titolo del libro, quello dell'informazione.

## 2. Il nucleo concettuale del libro

Floridi stesso fornisce una sintesi estrema del contenuto del libro, scrivendo che si tratta di un'etica degli inforg nell'infosfera (p. xiv), anche se sarebbe stato più preciso dire che è un'*introduzione* all'etica degli inforg nell'infosfera, visto il molto che il libro lascia aperto. Floridi ne è, del resto, consapevole, ammettendolo espressamente nel corso del volume: «*It would be foolish to think that IE can have the only or even the last word on moral matters*» (p. 84), ma soprattutto nelle parole con le quali il libro si conclude: «*The advice is that there is plenty of rewarding work still to be done*» (p. 330). Con "infosfera", un neologismo coniato dallo stesso Floridi (Floridi 1999), egli intende, nell'accezione più stretta, l'intero ambiente informazionale costituito da tutte le entità informazionali, le loro proprietà, interazioni, processi e mutue relazioni. Nella sua accezione più ampia, "infosfera" è sinonimo di "realtà", o di "essere". Gli inforg siamo noi in quanto organismi incarnati informazionalmente, che popolano l'infosfera e sono in essa e a essa intimamente collegati. Tutta la realtà, in quanto informazione, è popolata da entità rispetto alle quali l'autore cerca di fissare un'etica, con una mossa tanto radicale quanto coraggiosa, che rompe gli schemi delle etiche tradizionali e di quelle che, più di recente, hanno centrato la loro riflessione sull'ambiente e sulla biosfera. In questo senso, l'etica dell'informazione non solo non è antropocentrica, ma non è neppure biocentrica. A questo punto risulterà chiaro che quella di Floridi non è un'etica delle tecnologie dell'informazione, almeno non in prima battuta, ma un'etica massima che si occupa della realtà tutta, trattando l'informazione come paradigma, come unità di misura a partire dalla quale ripensare il reale. Con Copernico abbiamo capito di non essere al centro dell'universo, con Darwin che non siamo al centro del regno animale, con Freud che non siamo trasparenti a noi stessi. Con Turing, dice modestamente Floridi che avrebbe forse maggiori ragioni per attribuire a se stesso la svolta, si è avuta una quarta rivoluzione: abbiamo capito di essere organismi corporei informazionali, mutualmente connessi e incorporati in

un ambiente a sua volta informazionale (l'infosfera appunto) che condividiamo con altri agenti naturali e artificiali; in una parola, abbiamo capito di essere degli inforg (pp. 13-14, ma si veda anche Floridi 2014, pp. 107-109). In questa ontologia, che finisce per delineare un'antropologia, consiste lo zoccolo metafisico su cui il testo è costruito. Per comprendere appieno gli sviluppi di questa premessa è necessario andare però anche al momento metodologico su cui si incardina il lavoro di Floridi e che trova il suo centro nella nozione di "livello di astrazione" (*Level of Abstraction*, LoA). Un LoA, per dirlo in modo rapido e inevitabilmente semplificato, è un sistema o contesto di riferimento composto da elementi fra loro in relazione circa i quali si traggono inferenze. La nozione è stata sviluppata dall'autore in maniera sofisticata già in Floridi 2011 (cap. 3), riprendendola da quell'area dell'Informatica nota come Metodi formali. Utilizzando il metodo dei LoA, Floridi riesce a essere pluralista, perché la medesima realtà può essere conosciuta e valutata a diversi livelli, cioè secondo una pluralità di prospettive, traendo conclusioni diverse, senza con ciò abbracciare il relativismo (che Floridi presenta come la concezione secondo cui «*anything goes*», p. 33). La sua, per contro, può essere definita una posizione "relazionista" (*relationism*, p. 32) infatti, per esemplificare, Alice può essere più alta di Bob, ma non – poniamo – di un giocatore di pallacanestro: fissato il LoA, cioè il quadro di riferimento, non ogni conclusione è altrettanto valida (p. 33). Un ulteriore elemento centrale nella riflessione dell'autore consiste in una svolta prospettica quanto al punto di vista normativo da cui prendere le mosse: diversamente dalle etiche orientate all'agente, che si interrogano su "cosa devo fare?", su "qual è il valore che devo perseguire?", egli propone un'etica orientata al paziente, cioè a ciò a cui è destinata l'azione, guidata da quesiti del tipo: "cosa si dovrebbe rispettare o migliorare?" (p. 74). Si tratta cioè di valutare l'azione a partire dal termine dell'azione stessa, perché, ritiene Floridi, ogni parte dell'infosfera ha un suo valore intrinseco che è da rispettare e promuovere, evitando perdite d'informazione o entropia. L'idea di un valore intrinseco dell'essere, qui riletto in termini informazionali, ha un'antica tradizione, anzi una pluralità di tradizioni fra loro indipendenti, come ad esempio lo stoicismo, il neoplatonismo, confluito nella tradizione agostiniana, e lo scintoismo col suo concetto di *kami* (pp. 111, 328-329). Da ciò Floridi trae il momento normativo della sua IE, il quale si raccoglie in quattro principi, ordinati secondo un valore morale crescente. Li riporto così come esposti nel libro:

*0 entropy ought not to be caused in the infosphere (null law)*  
*1 entropy ought to be prevented in the infosphere*

- 2 entropy ought to be removed from the infosphere*  
*3 the flourishing of informational entities as well as of the whole infosphere*  
*ought to be promoted by preserving, cultivating, and enriching their well-being.*

Ciò non significa attribuire un valore assoluto all'informazione, come avviene invece per le etiche biocentriche quanto alla vita. Ogni entità, in quanto tale, ha un suo intrinseco valore, per quanto eventualmente minimo e trascurabile, così da avere spinozianamente un diritto a persistere nel suo stato e un "diritto costruzionista" (*constructionist right*), scrive questa volta in maniera poco chiara l'autore, a fiorire (p. 84, ma si veda anche pp. 102, 123, 110, 134). Vi sono però diversi gradi di dignità, così che, secondo la lista fornita da Floridi, enti come gli essere umani, entità con una piena IA, menti extraterrestri, angeli, dei e Dio hanno la più grande dignità, essendo capaci di conoscere l'infosfera e di prendersi cura di essa (p. 76). Ne seguono considerazioni interessanti sul bene e sul male. Circa quest'ultimo, Floridi ne rileva il carattere monotono, con un'espressione della logica. Ciò significa che il male rimane sempre male. Per questo Floridi critica il consequenzialismo, perché in linea di principio a partire da esso è sempre possibile rinvenire una quantità sufficiente di felicità generata a posteriori dalle conseguenze di un'azione, così da arrivare a una sua rivalutazione (p. 72). Del bene invece non si può dire altrettanto: la spiegazione dell'autore è che dipende da come si sviluppano le cose, cioè dallo stato in cui entra l'infosfera. Basta un errore e quello che inizialmente era bene si può corrompere e diventare male. Questo però, secondo Floridi, non è sufficiente per dire che il bene è fragile, esso infatti in qualche misura è resiliente in quanto tollera il guasto e rimedia all'errore, correggendo o compensando. Per quanto detto, il male non va ricercato negli enti (che possono essere di scarso valore – *worthless* –, ma mai di nessun valore – *unworthy*),<sup>2</sup> quanto piuttosto nelle azioni (informazionalmente rilette come

---

<sup>2</sup> La distinzione di Floridi tra i due termini ha un carattere stipulativo e in italiano va così intesa, altrimenti non si riesce a dare conto di passi come: «*Informational entities can at worst be worthless, never unworthy*» (p. 129). Si tratta di una distinzione ontologicamente cruciale, che ha conseguenze pratiche importanti. Per comprenderlo anche sul piano applicativo, può essere utile andare al passo in cui Floridi scrive: «*Negative messages are unworthy and hence deserve to be disrespected inasmuch as they 'maltreat' their patients. A message that 'maltreats' P is a message that does not respect P's (informational) nature, i.e. a message that increases the metaphysical entropy in the infosphere. It is never morally right to show respect for a negative message, and A has a duty to be comparatively disrespectful towards an unworthy message*». Per esempio, una *fake news* che danneggi la reputazione di P è "*unworthy*", perciò non solo non la si deve rispettare, per esempio

messaggi) che possono essere di nessun valore (*unworthy*), così da meritare di essere proattivamente disprezzate (p. 129). Infatti, non è mai moralmente giusto mostrare rispetto per un messaggio negativo e del resto sulla base dei principi 1 e 2 sopra elencati vi sono ragioni per agire contro un messaggio negativo. L'azione morale è, ovviamente, compiuta da un agente morale. La cosa meno ovvia è però che, nell'impostazione di Floridi, per agente morale si intende un sistema di transizione interattivo, autonomo (può compiere transizioni interne per cambiare il proprio stato) e adattabile (le interazioni dell'agente possono cambiare le regole di transizione con le quali esso cambia stato) (pp. 134, 138-141). Ciò che rientra nella definizione data, in un dato LoA, è un agente morale. Ciò significa che vi possono essere degli agenti morali artificiali. Qui l'autore distingue tra essere nella condizione di poter essere chiamati a dare conto (*accountable*) ed essere responsabili (*responsible*). Come un genitore può essere responsabile dell'educazione del figlio, senza dover rendere conto degli atti dell'uomo maturo che ora questi è, così un programmatore può essere responsabile degli atti di un *software*, ma non necessariamente deve anche renderne conto. Del resto, a volte il *software* è elaborato da più ingegneri e, nel processo, interferiscono le più diverse circostanze, tra cui le esigenze di mercato, le pressioni del *marketing*, ecc. Questo rende difficile, se non impossibile, trovare un responsabile unico e tuttavia, grazie alla distinzione introdotta dall'autore, si può ancora identificare il soggetto cui chiedere conto di quanto successo. Alla domanda che poneva Dennet su chi abbia colpa quando HAL uccide, riferendosi al computer HAL 9000 del famoso film di Kubrick, Floridi risponde che HAL deve dare moralmente conto dei propri atti, ma non ne è responsabile e perciò non ne ha colpa, a meno che, in uno scenario fantascientifico, non abbia una vita mentale e intenzionale (p. 158). Floridi giunge così a parlare di moralità senza mente ("*mindless morality*", pp. 148-152), perché a ogni agente che causi del bene o del male si può almeno chiedere conto di ciò che ha fatto (p. 154). Egli modella l'azione morale come un processo informazionale tale per cui:  $\exists A \exists P M(A, P)$ , ove A sta per agente, P per paziente e M per una serie di messaggi. Al riguardo, scrive:

*The moral action itself is modelled as an information process, i.e., a series of messages (M), initiated by A, that brings about a transformation of states directly affecting P, which may interactively respond to M with changes and/or other messages, depending on how M is interpreted by P's methods. In short, our model will be:  $\exists A \exists P M(A, P)$ . (p. 181)*

conservandola, ma anzi si ha un dovere morale positivo di non rispettarla, distruggendola, impedendo che si diffonda.

Su questa base, “male” è un predicato di secondo ordine che qualifica primariamente M. Quanto alla definizione di azione cattiva, formulata in prospettiva informazionale, Floridi la fornisce nei seguenti termini: «*One or more negative messages, initiated by A, that brings about a transformation of states that (can) damage P’s well-being severely and unnecessarily; or more briefly, any patient-unfriendly message*» (p. 183). Ciò porta l’autore a concludere che non ci sono azioni cattive senza vittima, né alcun male anonimo: c’è sempre un danneggiato e sempre qualcuno che danneggia. Al male naturale (del quale l’agente non è responsabile) e al male morale (che richiede responsabilità) si affianca così il male artificiale. Questo tipo di impostazione può offrire un valido supporto teorico alla riflessione della CE, dato che nell’uso delle tecnologie dell’informazione e della comunicazione (Information and Communication Technologies, ICT) non è sempre chiaro come valutare la situazione e come attribuire responsabilità. Si noti che, a partire dalla concettualizzazione di Floridi, un agente morale artificiale, quando fa del male, non compie un male morale, bensì quello che l’autore chiama un male artificiale. Secondo quanto dice Floridi infatti, solo un agente morale responsabile potrebbe compiere un male morale, ma l’agente morale artificiale non è “*responsible*”, è solo “*accountable*”.

### **3. Due temi applicativi per testare il valore della teoria**

Non c’è modo di ripercorre e discutere neanche in sintesi tutte le principali piste che si snodano nei capitoli dal taglio più applicativo, cioè dal 12 al 15. Ne affronterò di seguito due, rispettivamente sui temi della *privacy* e della moralità distribuita.

Quanto alla *privacy*, nota acutamente Floridi, essa non trova spazio nelle macroetiche standard, perché queste sono più orientate all’agente che al paziente (p. 258). Non sorprende perciò che nella IE di Floridi avvenga il contrario e al tema della *privacy* sia riservato ampio spazio. A essa, infatti, è dedicato il capitolo 12 (ma già prima le pp. 49-51). La discussione svolta nel dodicesimo capitolo si appoggia a quello precedente, ove l’autore affronta il tema della natura informazionale della soggettività, sia questa, ad esempio, un essere umano, un’azienda, una nazione. Le ICT sono egopoietiche, ritiene l’autore, sono cioè tecnologie della costruzione del soggetto e influenzano profondamente le sue relazioni etiche con gli altri (cfr. pp. 221-227). Noi inforgiamo le nostre informazioni, ritiene Floridi, così che ciò che è fatto alle nostre informazioni è fatto a noi. Non si tratta di possedere i propri dati, ma di capire che essi sono costitutivi della realtà che siamo.

Accettando questa tesi diventa poi più facile cogliere l'importanza dei così detti "dati sensibili" e delle informazioni biometriche. Nell'espressione "le mie informazioni", l'aggettivo possessivo è usato non già come in "la mia auto", quanto piuttosto come ne "il mio corpo" oppure come in "i miei sentimenti", esso cioè esprime un'appartenenza costitutiva (p. 244). Quando si discute di *privacy* non è in gioco un diritto aggiunto ad altri, ma uno che riguarda la natura stessa del soggetto in discussione. La *privacy* è in funzione della *frizione ontologica*, scrive Floridi adottando una concettualizzazione efficace, ossia la *privacy* dipende dalla forza che si oppone alla circolazione delle informazioni nell'infosfera (p. 232). Maggiore è la frizione, maggiore è la *privacy*. La tesi che le ICT semplicemente diminuiscano la *privacy* per via della loro drammatica crescente capacità di processare i dati (*Processing, P*), della velocità alla quale li processano (*Pace, P*), della quantità e qualità (*Quantity, Quality, 2Q*) di dati che possono raccogliere, registrare e maneggiare pare a Floridi da rigettare. La tesi 2P2Q infatti in parte coglie nel segno, ma non riesce a spiegare alcuni fenomeni. Per esempio, la gestione dell'informazione è stata "remotizzata" (si pensi alle attività di *booking*, di *banking* e di *shopping on line*); vi è la possibilità di distruggere facilmente i dati; l'utilizzo di tecnologie di criptaggio dei dati, o l'uso di *firewall* rendono inaccessibili le informazioni. Tutto questo può aumentare la frizione ontologica e con ciò la *privacy*: un fatto che 2P2Q non riesce a spiegare. Anche in passato, del resto, lo sviluppo delle tecnologie non ha diminuito la *privacy* già assai limitata nelle comunità rurali, semmai ha portato a fenomeni di urbanizzazione che hanno spersonalizzato l'individuo nella massa, assicurandogli maggiore frizione ontologica e perciò rilevanti spazi di *privacy*. Ciò significa che identificare un collegamento diretto e inevitabile tra sviluppo della tecnologia e perdita della *privacy* non è convincente. Quello che attualmente avviene, sostiene Floridi, è piuttosto un contrasto tra le PET (*Privacy Enhancing Technologies*) e le PIT (*Privacy Intruding Technologies*) (p. 236). Il punto è, secondo Floridi, che 2P2Q si fonda su una concezione continuista dello sviluppo tecnologico e non coglie che ormai le ICT hanno *riologizzato* l'infosfera. Esse non agiscono solo sulla quantità di frizione ontologica, ma sulla stessa natura dell'infosfera tanto che l'hanno radicalmente cambiata. La tesi di Floridi secondo cui le ICT riologizzano sia l'infosfera, sia chi la popola, diversamente da 2P2Q, spiega in primo luogo il perché le ICT possano anche potenziare la *privacy*. In secondo luogo, essa consente di capire come mai la società dell'informazione fornisca meno protezione alla *privacy* di quanto avvenisse



nella società industriale. In terzo luogo, tale tesi offre lo sfondo su cui studiare la *privacy* (per tutti questi punti si vedano le pp. 236-246). La riflessione svolta nel libro sembra aprire a feconde direzioni di ricerca, anche in considerazione di un concetto di *privacy* non-informazionale, come riconosce Floridi, quando si parla di *privacy* come accessibilità, e di *privacy* decisionale (pp. 257-259). A questo andrebbe, a mio parere, aggiunta una robusta riflessione sul nesso tra ontologia informazionale degli inforg e una ontologia della reputazione, dato che il momento ontologico non può essere ridotto a quello reputazionale, intimamente connesso alla *privacy* (Origgi 2015; Terravecchia 2017), a meno che non si sposi una riedizione IE di una riduzione della reputazione all'*esse est percipi* berkeleyano (tale riduzione è offerta da Carnevali 2012).

Quanto poi al secondo dei temi scelti per discutere la parte più applicativa del libro, esso riguarda la moralità distribuita. A mio parere, il lavoro di Floridi in quest'ambito è uno dei maggiori e più originali contributi del libro e apre nuovi scenari alla riflessione etica. Le conclusioni raggiunte nel testo possono essere poi condivisibili anche da parte di chi non accetti il resto dell'impianto concettuale del libro. La moralità distribuita, scrive Floridi, riguarda i casi di azioni morali che sono il risultato di interazioni altrimenti moralmente neutre, o almeno moralmente trascurabili, tra agenti che costituiscono un sistema multiagente (sia esso umano, artificiale o ibrido, p. 262). Detto altrimenti, la tesi di Floridi è che azioni cariche di moralità possano essere compiute da molte piccole interazioni, ciascuna delle quali moralmente neutra o irrilevante sul piano morale. Per spiegare il meccanismo dell'emergenza del momento morale dal non morale, Floridi fa l'analogia col caso della conoscenza distribuita, ben noto in logica epistemica. Alice sa che  $[P \vee Q]$ , mentre Bob sa  $\neg P$ . Nessuno dei due, preso singolarmente, sa come stanno le cose, ossia che Q: una sa che le cose stanno in un modo [P] o nell'altro [Q], Bob sa come non stanno le cose. La conoscenza di com'è il mondo si viene a dare dal loro aggregato, dalla sommatoria di Alice + Bob, o se si preferisce Alob. Le ICT stanno rendendo la moralità distribuita un fenomeno comune e influente che merita di essere compreso propriamente nella sua natura. Per illustrare la cosa, Floridi propone alcuni esempi come quello di (RED) e quello di JustGiving. Il fatto che alcuni grandi gruppi industriali (tra cui American Express, Apple, Armani, Motorola, Nike) abbiano lanciato (RED) ha portato a un finanziamento solidale molto efficace a favore di popolazioni colpite da AIDS (e quando scrivo il presente testo anche da COVID-19). Infatti, una percentuale rilevante del prezzo pagato per gli articoli (RED) viene devoluta

in beneficenza, tanto da portare aiuti a, letteralmente, milioni di persone. In maniera simile, JustGiving, opera tra l'altro sia per abbattere i costi di gestione delle associazioni caritative, che altrimenti incidono con una cifra che va dal 5 al 13 per cento delle loro spese, sia per facilitare la ricerca di fondi, fornendo alle associazioni visibilità e supporto. Si tratta di un aiuto offerto a più di 9000 associazioni, con un risultato di diverse centinaia di milioni di sterline raccolti in pochi anni (p. 269). JustGiving è un esempio di *infraetica*, cioè di infrastruttura che ha un enorme impatto etico per l'attività che svolge e che favorisce (pp. 261-262). Lo studio dell'*infraetica* in questi anni si sta ampliando in numerose direzioni, per esempio studiando l'*e-trust* o la trasparenza informazionale (Taddeo 2009; Taddeo 2010; Turilli, Floridi 2009). In quest'ambito, sarebbe di grande interesse espandere la ricerca verso le *infraetiche* per eccellenza che sono le strutture di legame, estendendo la IE all'ambito della filosofia sociale (per un primo passo in questa direzione, Terravecchia 2020). Le riflessioni sulla moralità distribuita consentono di prendere coscienza dell'importanza e della rilevanza etica delle ICT e l'effetto che può avere la "*mindless morality*", così da orientare l'azione a favorire un'*infraetica* che promuova il bene morale distribuito e sfavorisca il male.

#### 4. Considerazioni conclusive

Quella di Floridi intende essere un'operazione di *design* concettuale, come altrove egli sostiene essere, del resto, l'intera pratica filosofica (Floridi 2019, cap. 2): attraverso alcune nozioni e il metodo dei LoA, l'autore ha costruito una macroetica non standard, naturalistica, realista, ontocentrica, orientata al paziente piuttosto che all'agente, che ricorda temi e intuizioni spinoziane, buddiste e shintoiste, per ammissione dello stesso Floridi (pp. xiv, 307, 316, 326), ma si potrebbe aggiungere almeno anche neoplatoniche quanto all'ontologia. La IE da lui svolta sembra compatibile con la visione del mondo giudeo-cristiana (p. 328) ed è capace di rileggere altre tradizioni etiche (per esempio Floridi riformula l'imperativo categorico kantiano con: «*Act so that you never treat the infosphere as a means but also always as an end at the same time*» (p. 77). Anche se qualche passo è stato fatto (cfr., ad esempio, Floridi, Cowls, Beltrametti et al. 2018; Floridi, Cowls 2019; Öhman, Watson 2019), resta ancora tanto da fare, bisogna percorrere molta strada per passare dai principi elencati dall'autore alla loro applicazione e per capire fino a che punto prevalga un principio o l'altro, ovvero intervengano considerazioni di contorno. Questo però non mi pare significhi

l'inapplicabilità della teoria di Floridi, come gli è stato ingiustamente rimproverato (pp. 313-314). Nel complesso, la IE di Floridi è un ambito di ricerca promettente, per la concettualizzazione che elabora (p.e. infosfera, inforg, LoA, male artificiale, moralità distribuita) e per un suo nuovo approccio ai quesiti classici (p.e. cos'è il bene? cos'è il male? cosa significa essere responsabili?) che non ripropone in gergo nuovo il già detto, ma costituisce un banco di prova con cui si occuperà di filosofia dell'informazione non potrà non cimentarsi.

### **Bibliografia**

- Carnevali B., 2012, *Le apparenze sociali. Una filosofia del prestigio*, Bologna, il Mulino.
- Ess C., 2020, *Digital media ethics*. Third Edition, Cambridge, UK, Polity.
- Fabris A., 2018, *Etica per le tecnologie dell'informazione e della comunicazione*, Roma, Carocci.
- Floridi L., 1999, *Philosophy and Computing. An Introduction*, London-New York, Routledge.
- Floridi L., 2009, *Infosfera. Etica e filosofia nell'età dell'informazione*, trad. it. di M. Durante, Torino, Giappichelli.
- Floridi L., 2010, *Information. A Very Short Introduction*, Oxford, Oxford University Press (trad. it. di M. Durante, *La rivoluzione dell'informazione*, Torino, Codice, 2012).
- Floridi L., 2011, *The Philosophy of Information*, Oxford, Oxford University Press.
- Floridi L., 2014, *The Fourth Revolution. How the Infosphere is Reshaping Human Reality*, Oxford, Oxford University Press (trad. it. di M. Durante, *La quarta rivoluzione. Come l'infosfera sta trasformando il mondo*, Milano, Raffaello Cortina, 2017).
- Floridi L., 2019, *The Logic of Information*, Oxford, Oxford University Press (trad. it. parziale di M. Durante, *Pensare l'infosfera. La filosofia come design concettuale*, Milano, Raffaello Cortina, 2020).
- Floridi L., Cows J., Beltrametti M. et al., 2018, «AI4People2018. An Ethical Framework for a Good AI Society: Opportunities, Risks, Principles, and Recommendations», *Minds & Machines*, 28, pp. 689–707.
- Floridi L., Cows J., 2019, «A Unified Framework of Five Principles for AI in Society», *Harvard Data Science Review*, 1(1).
- Origi G., 2015, *La réputation*, Paris, Presses Universitaires de France (trad.

- it. di G. Origgi, *La reputazione. Chi dice che cosa di chi*, Milano, EGEA, 2016).
- Öhman C.J., & Watson D., 2019, «Are the dead taking over Facebook? A Big Data approach to the future of death online», *Big Data & Society*, 6(1).
- Nida-Rümelin J., Weidenfeld N., 2018, *Digitaler Humanismus. Eine Ethik für das Zeitalter der Künstlichen Intelligenz*, München/Berlin, Piper (*Umanesimo digitale. Un'etica per l'epoca dell'intelligenza Artificiale*, trad. it. G.B. Demarta, Milano, FrancoAngeli, 2019).
- Taddeo M., 2009, «Defining Trust and E-Trust: Old Theories and New Problems», *Journal of Technology and Human Interaction*, 5(2), pp. 23–35. □
- Taddeo M., 2010, «Modelling Trust in Artificial Agents, a First Step toward the Analysis of E-Trust», *Minds and Machines*, 20(2), pp. 243–57. □
- Terravecchia G.P., 2017, «The Imperative of Reputation Between Social and Moral Norms», in *Phenomenology and Mind*, 13, pp. 184-188.
- Terravecchia G.P., 2020, «Infraetica e legame sociale», *Scenari*, 12, pp. 209-218.
- Turilli, M., Floridi, L. 2009, «The Ethics of Information Transparency», *Ethics and Information Technology*, 11(2), pp. 105–112.

---

**APhEx.it è un periodico elettronico, registrazione n° ISSN 2036-9972. Il copyright degli articoli è libero. Chiunque può riprodurli. Unica condizione: mettere in evidenza che il testo riprodotto è tratto da [www.aphex.it](http://www.aphex.it)**

Condizioni per riprodurre i materiali --> Tutti i materiali, i dati e le informazioni pubblicati all'interno di questo sito web sono "no copyright", nel senso che possono essere riprodotti, modificati, distribuiti, trasmessi, ripubblicati o in altro modo utilizzati, in tutto o in parte, senza il preventivo consenso di APhEx.it, a condizione che tali utilizzazioni avvengano per finalità di uso personale, studio, ricerca o comunque non commerciali e che sia citata la fonte attraverso la seguente dicitura, impressa in caratteri ben visibili: "www.aphex.it". Ove i materiali, dati o informazioni siano utilizzati in forma digitale, la citazione della fonte dovrà essere effettuata in modo da consentire un collegamento ipertestuale (link) alla home page [www.aphex.it](http://www.aphex.it) o alla pagina dalla quale i materiali, dati o informazioni sono tratti. In ogni caso, dell'avvenuta riproduzione, in forma analogica o digitale, dei materiali tratti da [www.aphex.it](http://www.aphex.it) dovrà essere data tempestiva comunicazione al seguente indirizzo ([redazione@aphex.it](mailto:redazione@aphex.it)), allegando, laddove possibile, copia elettronica dell'articolo in cui i materiali sono stati riprodotti.

In caso di citazione su materiale cartaceo è possibile citare il materiale pubblicato su APhEx.it come una rivista cartacea, indicando il numero in cui è stato pubblicato l'articolo e l'anno di pubblicazione riportato anche nell'intestazione del pdf. Esempio: Autore, *Titolo*, <<[www.aphex.it](http://www.aphex.it)>>, 1 (2010).

---