

APULIA THEOLOGICA

RIVISTA DELLA FACOLTÀ TEOLOGICA PUGLIESE

«Viandanti
della stessa carne,
figli della stessa terra...»
(*FD8*)

Rocco D'AMBROSIO
Saverio DI LISO

Vincenzo DI PILATO
Paolo FRIZZI

Giacomo LORUSSO
Francesco MARTIGNANO
Luigi RENNA

Antonio BERGAMO
Giovanni DEL MISSIER – Roberto MASSARO
Vincenzo MARINELLI
Maria Carmela PUTTI
Francesco SCARAMUZZI

1 ANNO VII
GENNAIO / GIUGNO 2021

EDB



*4er tutto ciBche riguarda la direzione e la
redazione)manoscritti, libri da recensire,
invii per cambio, ecc.Pindirizzare a*

APULIA
THEOLOGICA

Largo San Sabino, 1 – 70122 Bari
Tel. 080 52 22 241 ■ Fax 080 52 25 532
rivista@facoltateologica.it

DIREZIONE EDITORIALE
ED AMMINISTRATIVA

Direttore
Vincenzo DI PILATO

RiVédirettore
Francesco SCARAMUZZI

Comitato di reda`ione
Annalisa CAPUTO – Francesco MARTI-
GNANO – Salvatore MELE – Luca DE SANTIS –
Pio ZUPPA

Pebretarioamministratore
p. Santo PAGNOTTA op

/ roprietà
Facoltà Teologica Pugliese (Bari)

Direttore E esponsaSile
Vincenzo DI PILATO

*Le recensioni vanno spedite all'indirizzo
rivista@facoltateologica.it
apth@facoltateologica.it*

Gli autori riceveranno l'estratto
dell'articolo pubblicato in pdf

La rivista t soggetta a Peer Review.

*Le norme redazionali sono consultabili
nelle ultime pagine della rivista e all'indie
rizzo [http://www.facoltateologica.it/
apuliatheologica](http://www.facoltateologica.it/apuliatheologica)*



**Centro
z ditoriale
Dec oniano**

*4er l'amministrazione,
gli abbonamenti,
la vendita dei fascicoli, ecc., rivolgersi a*
Centro Editoriale Dehoniano
Via Scipione Dal Ferro 4
40138 Bologna
Tel. 051 3941255
Fax 051 3941299
ufficio.abbonamenti@dehoniane.it

Qbbonamento E(E0
Italia € 50,50
Italia annuale enti € 63,50
Europa € 70,50
Resto del Mondo € 80,50
Una copia € 31,00

*L'importo dell'abbonamento puBessere
versato sul conto corrente postale Ej 22(1
intestato al C.: .S .
Centro : ditoriale S ehoniano a .ò .L. U
8 ologna*

ISSN 2421-3977

*ò egistrazione del Dribunale di 8 ari
n. 3468/2014 del 12/9/2014*

: ditore
Centro Editoriale Dehoniano,
Bologna
www.dehoniane.it

a tampa
LegoDigit srl, Lavis (TN) 2021

SOMMARIO

FOCUS

LUIGI RENNA

La Fratelli tutti nel solco della «fedeltà dinamica»

della Dottrina sociale della Chiesa:

una nuova pagina di magistero sociale

attenta ai segni dei tempi » 5

PAOLO FRIZZI

I paradossi della globalizzazione e la fraternità inevitabile:

la sfida di papa Francesco per causare un mondo aperto » 29

SAVERIO DI LISO

Fraternità: una categoria originale? » 49

ROCCO D'AMBROSIO

La migliore politica alla prova del populismo » 75

GIACOMO LORUSSO

Un estraneo sulla strada » 91

VINCENZO DI PILATO

L'Oltre di Dio rinvia all'altro del fratello.

Le religioni al servizio della fraternità » 117

FRANCESCO MARTIGNANO

Camminare «liturgicamente» sulla via del buon samaritano.

Spunti liturgici alla luce di Fratelli tutti » 141

ARTICOLI

FRANCESCO SCARAMUZZI

«Questa tradizione, che trae origine dagli apostoli,

progredisce nella Chiesa» (DV 8).

Una riflessione sullo sviluppo del pensiero teologico

a partire dalla voce «Tradizione»

del Dizionario di Teologia dommatica (1943) » 175

ANTONIO BERGAMO

Fragilità e generatività. Note e sentieri teologici..... » 205

MARIA CARMELA PUTTI

«Sulla soglia della coscienza».

La persona in Karol Wojtyła: dimensione del «confine» del «fine»..... » 219

GIOVANNI DEL MISSIER – ROBERTO MASSARO

Etica della comunicazione in tempi di crisi » 233

VINCENZO MARINELLI

La missione pastorale della Chiesa al tempo dei social..... » 241

RECENSIONI..... » 255

GIOVANNI DEL MISSIER – ROBERTO MASSARO*

Etica della comunicazione in tempi di crisi

I mezzi di comunicazione sociale assumono un'indubbia rilevanza nei frangenti delle emergenze e quella causata dal Covid-19 non è la prima circostanza drammatica che ha richiesto la collaborazione dei media. Proprio per questo nel tempo si sono sviluppati codici di autoregolamentazione etica dei giornalisti e apposite normative statali e internazionali.¹ Infatti, nelle circostanze caotiche e problematiche come quelle generate da un'epidemia o da catastrofi naturali o provocate dall'uomo, attraverso l'informazione le istituzioni pubbliche hanno il preciso dovere di prevenire il diffondersi del panico irrazionale e di implementare misure efficaci per fronteggiare gli eventi al fine di assicurare l'ordine e la salute dei cittadini. Ciò fa parte essenziale del bene comune della società, in funzione del quale esiste e trova piena legittimazione il potere civile.²

Risulta, pertanto, essenziale poter disporre di un'informazione equilibrata e precisa, presentata con obiettività e accuratezza; quanto più possibile fondata su basi scientifiche rigorosamente comprovate; capace di evidenziare le valenze più significative e le connessioni principali con altri aspetti del fenomeno oggetto di prevenzione. È, certamente, un diritto naturale del pubblico ricevere un'informazione veritiera, rispettosa della

* Giovanni Del Missier è docente di Teologia morale presso l'Accademia Alfonsiana – Roma (gdelmis@gmail.com)
Roberto Massaro è docente di Teologia morale presso la Facoltà Teologica Pugliese – Bari (donrobertomassaro@gmail.com)

¹ Cf. ASSOCIATION OF HEALTH CARE JOURNALISTS, *CoreTopic: Coronaviruses/ Covid-19*: <https://healthjournalism.org/covid-19> (accesso: 10 agosto 2020); COUNCIL OF EUROPE – COMMITTEE OF MINISTERS, *Recommendation CM/Rec (2011)7 of the Committee of Ministers to member States on a new notion of media (adopted on 21.09.2011)*: https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectID=09000016805cc2c0 (accesso: 10 agosto 2020).

² Cf. L. BRESLOW, «Determinants of public health», in S.G. POST (a cura di), *Encyclopedia of bioethics*. 3rd edition, vol. 4, MacMillan, New York 2004, 2202-2205.

dignità di tutti i soggetti coinvolti e capace di promuovere un'ampia solidarietà sociale.³ Va superata, però, una certa visione «mitica» dell'informazione completa, esaustiva e asettica, in favore di una «cultura del punto di vista», dichiarato e motivato, tollerante e costruttivo. Rispetto a questo tipo d'informazione, il destinatario deve disporsi a una ricezione attiva, consapevole e critica, per interpretare correttamente i messaggi ricevuti e per confrontarli con quelli provenienti da altre fonti, al fine di assumere le modifiche comportamentali raccomandate con convinzione personale motivata e senza subirle passivamente. D'altro canto, le fonti istituzionali quando forniscono i dati ufficiali e presentano le misure per la prevenzione e il contenimento del virus devono curare la trasparenza, la precisione e la chiarezza della loro comunicazione, offrendo la possibilità di un confronto autentico con i giornalisti, al fine di prevenire ogni sospetto di censura o di occultamento di notizie rilevanti.

1. Il ruolo dei professionisti della comunicazione

Una grave responsabilità etica che incombe sui professionisti della comunicazione è quella di essere consapevoli della notevole influenza che sono in grado di esercitare sull'opinione pubblica. A loro è richiesto un elevato livello di competenza tecnica per veicolare messaggi non prevaricanti e adeguati alle esigenze delle varie fasce di popolazione, insieme a una mentalità di servizio verso gli utenti nel rispetto della loro intimità e delle diversificate convinzioni morali, culturali e spirituali presenti nella realtà sociale (competenza etico-deontologica). A tal fine ogni comunicazione giornalistica dovrebbe inserirsi in un dibattito pubblico autenticamente pluralista poiché solo un simile contesto consente e stimola la ricerca della verità da conoscere e del bene da attuare.

Chiaramente possono risultare molteplici le forme di uso manipolatorio dei mezzi di comunicazione sociale e le violazioni del diritto all'informazione obiettiva, come la presentazione parziale della verità con occultamento deliberato di elementi rilevanti; la diffusione di notizie non confermate da un adeguato *fact-checking*; i silenzi su aspetti che possono mettere in dubbio il pensiero dominante; la combinazione indistinta di fatti e giudizi di valore; l'accentuazione esagerata di aspetti emotivi e irrazionali; il coinvolgimento con interessi politici, ideologici

³ Cf. PONTIFICIO CONSIGLIO DELLE COMUNICAZIONI SOCIALI, *Communio et progressio*, istruzione pastorale sugli strumenti della comunicazione sociale pubblicata per disposizione del concilio ecumenico Vaticano II, 23 maggio 1971, n. 29: AAS 63(1971), 593-656; *Catechismo della Chiesa cattolica*, n. 2495.

ed economici... Tutto ciò può insinuare come oggettivo ciò che non lo è, alimentando sentimenti morbosi, producendo opinioni tendenziose, favorendo pregiudizi e pilotando scelte conseguenti.

Queste tendenze manipolative della realtà si sono manifestate come particolarmente virali nel corso della fase di esordio e del successivo *lockdown* causato dal Covid-19, soprattutto in seguito al massiccio uso della comunicazione digitale e dei *social networks* da parte di milioni di utenti. Spesso con scarsa consapevolezza, essi hanno assunto un doppio ruolo nella comunicazione: quello di *pro-sumers*, cioè non solo *consumers* dell'informazione in quanto destinatari dei messaggi circolanti in rete, ma anche *producers* nel momento in cui pubblicavano notizie o le rilanciavano sulle proprie pagine personali o attraverso le applicazioni. Ciò ha creato una vera e propria epidemia di disinformazione, in parallelo a quella sanitaria, appositamente definita *disinfodemia*.⁴ Tale fenomeno è chiaramente correlato alla proliferazione in rete delle *fake news* e alla creazione delle *filter bubbles* o *echo chambers*. Più in generale, si tratta della *post-verità* ovvero un tipo diffuso di comunicazione «caratterizzata da un forte appello all'emotività, che basandosi su credenze diffuse e non su fatti verificati tende a essere accettata come veritiera, influenzando l'opinione pubblica».⁵

2. La necessità di un'alfabetizzazione mediale

La digitalizzazione e la profilazione automatica della navigazione *on-line* fa sì che riceviamo quasi esclusivamente notizie conformi alle opinioni già acquisite, contribuendo a estremizzarle e restringendo le nostre prospettive, rese impermeabili a ogni idea difforme. Ci si ritrova, così, rinchiusi in un circolo autoreferenziale e rassicurante che rilancia costantemente un panorama plasmato a nostra immagine e somiglianza. Mancando di un confronto critico, obiettivo e pluralista, si finisce per rimanere prigionieri di inevitabili distorsioni della realtà. Ciò contribuisce a produrre aggregazioni di utenti chiuse, conformiste e omologate, all'interno delle quali viene rafforzata un'informazione che

⁴ Cf. UNESCO, *Combating the disinfodemic: working for truth in the time of Covid-19*: <https://en.unesco.org/covid19/disinfodemic> (accesso: 10 agosto 2020).

⁵ http://www.treccani.it/vocabolario/post-verita_%28Neologismi%29/ (accesso: 10 agosto 2020). Deriva dal termine inglese *post-truth* coniato nel 1992 dal drammaturgo serbo-americano Steve Tesich e presente nell'articolo «A Government of Lies», in *The Nation*, January 6th 1992, 12-14. È stata scelta come parola dell'anno 2016 dagli *Oxford Dictionaries*.

tende a polarizzarsi su posizioni estreme, improntate al senso di indignazione, complottismo, denigrazione e odio che possono sfuggire al controllo sociale e avere pesanti conseguenze nel mondo reale.⁶

Il dramma della disinformazione è lo screditamento dell'altro, la sua rappresentazione come nemico, fino a una demonizzazione che può fomentare conflitti. Le notizie false rivelano così la presenza di atteggiamenti al tempo stesso intolleranti e ipersensibili, con il solo esito che l'arroganza e l'odio rischiano di dilagare.⁷

Simili osservazioni risultano ancora più importanti se si confrontano con i recenti studi sul cervello umano. Questi, infatti, hanno dimostrato che l'interazione con l'ambiente cambia il modo in cui percepiamo e conosciamo la realtà. Si tratta del fenomeno della neuroplasticità, ossia «la proprietà del sistema nervoso di potenziare o diminuire i legami sinaptici tra i neuroni sulla base dell'elaborazione degli stimoli ambientali».⁸ Il nostro sistema nervoso sarebbe, quindi, in grado di riorganizzarsi continuamente, modificandosi. Integrare, pertanto, un sistema di *input* informazionali tendenti alla rabbia e all'indignazione può modificare in senso negativo il modo abituale di pensare e di agire dell'uomo.

Per contrastare questo fenomeno è indispensabile definire regolamenti giuridici per la verifica delle identità degli autori in rete e per il controllo dei contenuti da parte dei gestori delle piattaforme digitali,⁹ insieme a un'alfabetizzazione mediatica funzionale del vasto pubblico degli internauti, con particolare riguardo alla verifica delle fonti d'informazione. È indispensabile e urgente avviare un processo di auto-educazione a un rapporto critico con la comunicazione digitale nelle sue molteplici forme, per discernere il modo in cui si è presenti in rete e le motivazioni che sostengono l'agire, non solo per evitare di offuscare l'interiorità, avvelenare le relazioni e perdere la libertà, ma anche per non oscurare i flussi di informazioni attendibili dai quali, in situazione di pandemia, può dipendere la vita delle persone che devono assumere comportamenti sanitari corretti. I progressi tecnologici possono costituire davvero una fonte di crescita per l'uomo, ma «come sarebbe

⁶ Cf. M. GRANDI, *Far Web. Odio, bufale, bullismo. Il lato oscuro dei social*, Rizzoli, Milano 2017; W. QUATTROCCHI – A. VICINI, *Liberi di crederci. Informazione, internet e post-verità*, Codice Edizioni, Torino 2018.

⁷ FRANCESCO, *La verità vi farà liberi* (Gv 8,32). *Fake news e giornalismo di pace*, messaggio per la 52ª Giornata mondiale delle comunicazioni sociali, 24 gennaio 2018, n. 1. Cf. anche I. MAFFEIS – P.C. RIVOLTELLA (a cura di), *Fake news e giornalismo di pace. Commenti al Messaggio di Papa Francesco*, Morcelliana, Brescia 2018.

⁸ P. FLORETTA, «La rete ci forma?», in *Credere Oggi* 5(2019), 54.

⁹ Cf. G. PITRUZZELLA – O. POLLICINO – S. QUINTARELLI, *Parole e potere. Libertà d'espressione, hate speech e fake news*, Egea, Milano 2017.

bello se alla crescita delle innovazioni scientifiche e tecnologiche corrispondesse anche una sempre maggiore equità e inclusione sociale! Come sarebbe bello se, mentre scopriamo nuovi pianeti lontani, riscopriamo i bisogni del fratello e della sorella che mi orbitano attorno!».¹⁰

3. Spunti per una rinnovata etica della comunicazione

Centrale in questo ambito è l'assunzione di una vera e propria etica della comunicazione nell'utilizzo dei media digitali che richiede la chiara consapevolezza dei diversi livelli di veridicità con i quali è possibile confrontarsi in internet.¹¹ Un conto è muoversi sul piano dell'esperienza e comunicarla alla propria cerchia di lettori virtuali come un vissuto proprio, con risonanze emotive, ricadute esistenziali e riflessioni intellettuali. Qui la *verità come disvelamento* si dà come un aspetto del reale che si colloca a monte del vero e del falso: si tratta di un evento vissuto e/o percepito, un accadimento singolare, che proprio per questo non può pretendere di assurgere a chiave interpretativa univoca di un fenomeno universale!

Altra cosa è, invece, presentare una *verità come corrispondenza* ovvero attestare, rappresentare ed esprimere giudizi sulla realtà e sui modi con cui essa si presenta. A questo livello è essenziale illustrare, dichiarare e argomentare senza alterare, falsificare, confondere o sovrapporre, poiché una tale mistificazione è in grado di produrre un disorientamento esistenziale rispetto al mondo in cui abitiamo e che cerchiamo di rendere comprensibile attraverso la comunicazione. Altrettanto importante è essere pienamente consapevoli che molteplici sono i modi di generare «corrispondenze» tra discorso e realtà: alcune di esse sono empiricamente falsificabili e possono essere espresse in linguaggio formale (ipotesi, formule e teorie scientifiche), altre corrispondenze possono offrire solo ragioni sufficienti e valutazioni di merito (è l'approccio della filosofia e della teologia), altre ancora sono capaci di creare veri e propri mondi possibili, attivando i sensi e l'immaginazione in maniera eloquente (come accade nell'arte, nella poesia e nella musica).

A questo livello teorico si può concepire autenticamente la *verità come etica del discorso*, nel quale conta come viene strutturato il processo comunicativo, i suoi presupposti e le sue linee di sviluppo, la competenza nell'uso dei codici che gli sono propri e l'intenzione soggettiva

¹⁰ FRANCESCO, *Videomessaggio al TED2017 di Vancouver*, 26 aprile 2017, in *L'Osservatore Romano* (27 aprile 2017), 7.

¹¹ Cf. S. NATOLI, *Scene della verità*, Morcelliana, Brescia 2018.

che muove a comunicare. Qui la menzogna si connota come volontà deliberata di sedurre e di ingannare, attraverso la manipolazione della relazione fiduciale che sta alla base di una comunicazione autentica, per mezzo della falsificazione dei contenuti, il mancato rispetto delle procedure di verifica o attraverso un uso equivoco dei livelli d'interpretazione della realtà (percezione, rappresentazione e teoria) che non dovrebbero mai venir confusi. Proprio per arginare queste mistificazioni ci sembra corretto affermare l'esistenza di un obbligo morale a innalzare il grado di consapevolezza personale e di conoscenza collettiva, educando(ci) all'amore per la verità e alla ricerca seria e documentata da svolgere anche in rete, come pratica di vita ed esercizio d'intelligenza. Si tratta di un cammino di ricerca che va fatto insieme alle sorelle e ai fratelli di tutta la famiglia umana, come ci ricorda, opportunamente, papa Francesco nella sua ultima enciclica *Fratelli tutti*:

Possiamo cercare insieme la verità nel dialogo, nella conversazione pacata o nella discussione appassionata. È un cammino perseverante, fatto anche di silenzi e di sofferenze, capace di raccogliere con pazienza la vasta esperienza delle persone e dei popoli. Il cumulo opprimente di informazioni che ci inonda non equivale a maggior saggezza. La saggezza non si fabbrica con impazienti ricerche in internet, e non è una sommatoria di informazioni la cui veracità non è assicurata. In questo modo non si matura nell'incontro con la verità. Le conversazioni alla fine ruotano intorno agli ultimi dati, sono meramente orizzontali e cumulative. Non si presta invece un'attenzione prolungata e penetrante al cuore della vita, non si riconosce ciò che è essenziale per dare un senso all'esistenza. Così, la libertà diventa un'illusione che ci viene venduta e che si confonde con la libertà di navigare davanti a uno schermo. Il problema è che una via di fraternità, locale e universale, la possono percorrere soltanto spiriti liberi e disposti a incontri reali (n. 50).



La rilevanza dei nuovi mezzi di comunicazione sociale è emersa con dirompenza nell'attuale situazione pandemica. Non solo le autorità civili si sono servite dei social network per implementare la diffusione di efficaci misure di sicurezza, ma anche la gente comune ha assunto il doppio ruolo di pro-sumer: consumatore e produttore di informazione. Ne è nata una vera e propria disinfodemia col proliferare in rete di numerose fake news. L'articolo si propone di evidenziare l'urgenza etica di un'alfabetizzazione mediale e la grave responsabilità che incombe sui professionisti della comunicazione per poi giungere a elaborare dei nuovi criteri per una rinnovata etica della comunicazione, partendo da un concetto di verità intesa come etica del discorso.



The relevance of the new social media has emerged with disruption in the current pandemic situation. Not only did civil authorities use social networks to implement the spread of safety measures, but ordinary people have also assumed the dual role of prosumers: consumers and producers of information. A real disinfodemic was born with the proliferation, through the media, of a great quantity of fake news.

The article aims to highlight the ethical urgency of media literacy and the serious responsibility of communication professionals, and concludes with the development of new criteria for a renewed communication ethics, starting from a concept of truth understood as discourse ethics.

**COVID-19 – COMUNICAZIONE – SOCIAL NETWORK – DISINFODEMIA
– VERITÀ**