

Comunicare la speranza in un mondo in continua e rapida evoluzione. La voce di Francesco in alcuni Messaggi delle Giornate Mondiali della Comunicazione Sociale

Renato Butera*

► SOMMARIO

Il testo esamina l'evoluzione della comunicazione e il suo rapporto con la speranza e la verità, partendo dagli insegnamenti del Concilio Vaticano II, in particolare dalla *Gaudium et spes*. Sottolinea come la Chiesa abbia riconosciuto la comunicazione come essenziale per l'evangelizzazione e per comprendere un mondo in rapida trasformazione, che aspira alla convivenza pacifica. L'autore esplora il passaggio all'era della "post-verità", caratterizzata dalla diffusione di disinformazione, dalle *fake news*, e dall'influenza dei *media* digitali, che spesso portano alla "tribalizzazione" della comunicazione, al fenomeno della polarizzazione e alla accentuazione delle solitudini. Il saggio si concentra sul magistero di papa Francesco, evidenziando il suo coraggioso impegno a umanizzare la comunicazione, promuovendo un dialogo basato sulla prossimità, l'ascolto e la diffusione della gioia e della speranza, valori fondamentali per contrastare la frammentazione e riaffermare l'incontro. Infine, si pone l'accento sul coraggio della franchezza temperato dalla mitezza, e sull'urgenza di disarmare le "guerre verbali" e l'odio, ribadendo che la comunicazione responsabile è essenziale per distinguere la verità dalla menzogna e ricostruire la fraternità.

► PAROLE CHIAVE

Dialogo; Incontro; *Media* Digitali; Polarizzazione; Responsabilità.

***Renato Butera:** è Professore Straordinario di Teoria e tecniche dell'informazione giornalistica presso la Facoltà di Scienze della Comunicazione Sociale dell'Università Pontificia Salesiana, Roma.

Premessa

Sono passati poco più di sessant'anni dal Concilio Ecumenico Vaticano II e la società ha avuto una evoluzione rapidissima in cui una delle manifestazioni più evidenti ed eloquenti è la comunicazione sociale, sempre più digitale, tecnologica e *social*. L'epoca che stiamo vivendo avrebbe dovuto caratterizzarsi come altamente sociale, ma le relazioni comunicative avvengono in una modalità ambigua, segnata dalla iperconnettività che ha cambiato, ridotto, e in alcuni casi persino annullato, corrispondenze, legami e "amicizie" facendo emergere individualismi e solitudini paradossalmente "sociali", e dando estrema importanza a "informazioni" e dati, che alimentano narrazioni che non sempre contribuiscono pacificamente alla verità e al bene di tutti.

In un mondo segnato dunque da tali rapidi, e "ambigui", mutamenti culturali e tecnologici, la Chiesa riconosce che comunicare non è solo trasmettere informazioni, spesso orientate al sospetto e al dubbio, ma soprattutto educare alla verità, al bene e alla speranza. La comunicazione, infatti, diventa uno strumento essenziale per favorire relazioni vere, fisiche, una crescita integrale della persona e per consolidare la coesione sociale, contrastando i rischi di frammentazione e individualismo tipici della contemporaneità. Con un dialogo educativo aperto e autentico, la Chiesa si è impegnata a fare della comunicazione un ponte di riconciliazione e una risorsa per la costruzione di una cultura fondata sulla dignità umana, sulla giustizia e sull'inclusione, in particolare in una delle voci più autorevoli che è stata quella di papa Francesco. In questo contesto, l'educazione alla comunicazione diventa un atto di responsabilità e di speranza, capace di guidare le nuove generazioni verso una vita più umana e autenticamente libera.

Nei tre passi di questa riflessione, ci si propone di esplorare in filigrana la profonda dimensione educativa insita nella comunicazione secondo la prospettiva della Chiesa cattolica, partendo dalla straordinaria eredità conciliare della *Gaudium et spes* ripresa e concretizzata da papa Francesco, autenticamente uomo e voce della "gioia" e della "speranza", qualità che hanno contrassegnato il suo pontificato

1. Le sollecitudini della *Gaudium et spes*

Sessant'anni fa la *Gaudium et spes* assumeva il compito responsabile della Chiesa di accompagnare con il dialogo l'uomo della contemporaneità in un contesto di crescente trasformazione in cui si stagliavano e definivano luci e ombre, aneliti e sfide, speranze e angosce. La comunità umana, sconvolta da due conflitti mondiali, aspirava a un'epoca di ricostruzione e di pace, di sviluppo e di amicizia. Così la Chiesa, in quella *Primavera dello Spirito* che fu il Concilio Ecumenico Vaticano II, avviava un processo di rinnovamento intrinseco per comprendere le necessità del mondo contemporaneo e contribuire alla rigenerazione dell'umanità. Il bisogno di «conoscere e comprendere» il mondo contemporaneo e i suoi «mutamenti» culturali e sociali, si convertiva nell'imperativo risoluto «di scrutare

i segni dei tempi e di interpretarli alla luce del Vangelo».¹ La Chiesa intuì che per evangelizzare bisognava comunicare, anzi che l'evangelizzazione è comunicazione² e che Gesù, come dichiarerà qualche anno dopo, è il perfetto comunicatore.³ Capì altresì che per trasmettere efficacemente la fede di cui era depositaria, doveva conoscere e utilizzare i modi nuovi della comunicazione. Doveva cioè imparare a comunicare in modo nuovo, utilizzando anche i mezzi della comunicazione.⁴

Se l'*Inter Mirifica* è lo specifico documento che il Concilio ha dedicato agli strumenti di comunicazione sociale, quali sono gli assunti più inerenti alla comunicazione, e nello specifico al comunicare la speranza, contenuti nella Costituzione Pastorale "sulla Chiesa nel Mondo contemporaneo"? In estrema sintesi rileviamo quelle più vicini al tema di questo contributo.

A partire dalla sollecitudine per l'essere umano che le proviene dalla sapienza evangelica e dalla sua storia millenaria, la Chiesa sentiva il dovere di ricordare alla società contemporanea che comunicare implica una grande attenzione alla persona e alla comunità umana. Sia i *media* unidirezionali che quelli relazionali, cioè i *media* sociali di più recente generazione, nello svolgere il loro intrinseco compito di informare, formare e intrattenere, contengono l'intrinseca aspirazione al vero, al bene e al bello, e l'uomo contemporaneo per non perderne il contatto, anzi, per ravvivarlo, ha bisogno di rendere più umano il suo agire comunicativo. La società del nostro tempo riconosce l'informazione come una delle produzioni umane oggi imprescindibili per la promozione del bene comune. Infatti, la possibilità di accedere a una informazione libera e pluralista, attendibile e verificata, facilita la ricerca della verità, agevola il superamento di disuguaglianze economiche e sociali «tra i membri e tra i popoli dell'unica famiglia umana» e concorre a confermare la giustizia sociale, l'equità, la dignità, la pace sociale e internazionale.⁵ L'intelligenza, così come la coscienza, favoriscono nell'uomo la ricerca della verità e del bene non solo nell'ambito fenomenologico, ma anche oltre, nella "realtà intelligibile".⁶

Anche per la *Gaudium et spes* l'istanza educativa è prioritaria. Solo la formazione può contribuire a una partecipazione responsabile e costruttiva e superare l'individualismo, oggi più che mai accentuato dai *media* relazionali. Anche i *media* creativi possono sostenere un livello culturale più alto e ampio dell'animo umano in grado di riconoscere quanto la bellezza sia indispensabile a rendere l'essere umano più umano: «Si può pensare legittimamente che il futuro

¹ CONCILIO VATICANO II, Costituzione pastorale sulla Chiesa nel mondo contemporaneo, *Gaudium et spes* (GS), 7.12.1965, n. 4, in «Acta Apostolicae Sedis» 58 (1966) 15, 1025-1115: 1027. D'ora in poi si usa l'abbreviazione: «AAS».

² Cf. CONCILIO VATICANO II, Costituzione Dogmatica sulla Divina Rivelazione *Dei Verbum*, 18.11.1965, in «AAS» 58 (1966) 12, 817-835.

³ PONTIFICIA COMMISSIONE PER LE COMUNICAZIONI SOCIALI, Istruzione Pastorale *Communio et Progressio* sugli strumenti della Comunicazione Sociale, 23.05.1971, n. 11, in «AAS» 63 (1971) 8, 593-656: 597-598.

⁴ Cf. CONCILIO VATICANO II, Decreto sugli Strumenti di Comunicazione Sociale *Inter Mirifica*, 04.12.1963, in «AAS» 66 (1964) 3, 145-157.

⁵ Cf. GS, n. 29.

⁶ Cf. GS, n. 15. Si rinvia a: R. BUTERA, *La comunicazione tra la Chiesa e il mondo contemporaneo: crisi o sfida?*, in «Itinerarium» 21 (2013) 53-54, 89.

dell'umanità sia riposto nelle mani di coloro che sono capaci di trasmettere alle generazioni di domani ragioni di vita e di speranza».⁷

Tra le novità del mondo contemporaneo la *Gaudium et Spes* rileva il concetto di “cultura umana” includendo in essa anche i *mass media*, unidirezionali e in prospettiva anche quelli di interfaccia digitale. Al paragrafo 54 il documento effettua una interessante analisi:

Le condizioni di vita dell'uomo moderno, sotto l'aspetto sociale e culturale, sono profondamente cambiate [...]. Di qui si aprono nuove vie per perfezionare e diffondere più largamente la cultura. Esse sono state preparate da un grandioso sviluppo delle scienze naturali e umane, anche sociali, dal progresso delle tecniche, dallo sviluppo e dall'organizzazione degli strumenti di comunicazione sociale. [...] I modi di vivere e i costumi diventano sempre più uniformi; l'industrializzazione, l'urbanesimo e le altre cause che favoriscono la vita collettiva creano nuove forme di cultura (cultura di massa), da cui nascono nuovi modi di pensare, di agire, di impiegare il tempo libero; lo sviluppo dei rapporti fra le varie nazioni e le classi sociali rivela più ampiamente a tutti e a ciascuno i tesori delle diverse forme di cultura, e così poco a poco si prepara una forma di cultura umana più universale, la quale tanto più promuove ed esprime l'unità del genere umano, quanto meglio rispetta le particolarità delle diverse culture.⁸

Ma i “nuovi modi di vivere”, sono già invecchiati o condizionati dai nuovi modi di comunicare. Tutto avviene velocemente, tutto è rapido, tutto è *overload*. La comunicazione ha regole che condizionano la realtà e creano un ecosistema relazionale inedito e per certi versi paradossale. Si hanno più possibilità di interazione, ma lo si fa dietro cortine di solitudine e di immaginazione a volte anche poco ortodossa. Si può fruire e produrre comunicazione, ma tutto è controllato e utilizzato da oligarchie facoltose e irraggiungibili.⁹ È ormai riduttivo stimare i *media* nella loro caratteristica di strumentalità. Oggi bisogna considerarli come sistema culturale e sociale in continuo divenire in cui l'agire è condizionato, influenzato e forzato, dallo stesso sistema in cui l'utente ha scelto di inserirsi.¹⁰ È perciò necessario operarvi responsabilmente per ri-umanizzare la cultura delle relazioni re-innestando il mandato dell'evangelizzazione.

Tra le esortazioni più urgenti la Costituzione conciliare suggerisce la promozione di una cultura “retta”, una nuova cultura, alla cui configurazione contribuiscono anche i *mass media* (vecchi e nuovi). Una cultura che «deve mirare alla perfezione integrale della persona umana, al bene della comunità e di tutta la società umana».¹¹ È questo un obiettivo che ha bisogno della speranza perché è l'attitudine che più di altre supera le polarizzazioni potenzialmente provenienti da interessi politici ed economici, e restituisce alla cultura il nucleo essenziale intrinseco alla comunicazione che è l'unità, la coesione sociale, cioè la valorizzazione delle differenze e l'eliminazione delle discriminazioni. La cultura perciò

⁷ GS, n. 31.

⁸ GS, n. 54.

⁹ Cf. D. LYON, *La cultura della sorveglianza. Come la società del controllo ci ha reso tutti controllori*, Luiss University Press, Roma 2020.

¹⁰ Cf. M. SORICE, *Sociologia dei media. Un'introduzione critica*, Carocci, Roma 2024.

¹¹ GS, n. 59.

deve essere libera, inviolabile, autonoma, scevra da ideologie marcate, partecipativa, aperta a tutti e alle minoranze. Semmai un limite le proviene dall'attenzione alla persona e dalla conformità alla dignità di ogni membro della comunità umana: «Tutto questo esige pure che l'uomo, nel rispetto dell'ordine morale e della comune utilità, possa liberamente investigare il vero, manifestare e diffondere la sua opinione, e coltivare qualsiasi arte; esige infine, che sia informato secondo verità degli eventi di carattere pubblico».¹²

La *Gaudium et spes* insiste sulla promozione di una "cultura integrale" che si declina nell'accesso democratico alla varietà delle sue forme. Nello specifico, le arti e, deduttivamente, i *media* creativi. A loro modo, essi

cercano di esprimere l'indole propria dell'uomo, i suoi problemi e la sua esperienza nello sforzo di conoscere e perfezionare se stesso e il mondo, di scoprire la sua situazione nella storia e nell'universo, di illustrare le sue miserie e le sue gioie, i suoi bisogni e le sue capacità, e di prospettare una migliore condizione dell'uomo. Così possono elevare la vita umana, espressa in molteplici forme, secondo i tempi e i luoghi.¹³

Il criterio che suggerisce la Costituzione pastorale è il dialogo «ispirato dal solo amore della verità e condotto con la opportuna prudenza»;¹⁴ un confronto inclusivo, interessato al bene di tutti e che perciò non esclude nessuno:

Ogni uomo è portatore e destinatario della verità. Il dialogo è dialogo vero quando è bilaterale, quando promette e assicura le condizioni perché la comunicazione avvenga nella duplice direzionalità dell'esprimersi (trasmettere) e dell'ascoltare (ricepire), in modo equilibrato, sincero, verace, indirizzato alla verità e al bene, alla sua condivisione partecipata, alla comunione.¹⁵

2. Un contesto trasformato: tra la *Gaudium et spes* e la contemporaneità

Abbiamo attraversato un periodo della contemporaneità che Jean-François Lyotard ha definito con la nozione di "postmoderno",¹⁶ indicando il passaggio da un'era avviata con il declino delle grandi narrazioni della filosofia, della religione e delle ideologie, a una successiva che si specifica per la parcellizzazione della conoscenza e la relativizzazione di ogni fondazione scientifica, etica e politica. Da tale delegittimazione è plausibile sostenere che sia scaturita la teoria del "pensiero debole" concepita da Giovanni Vattimo con cui, pur non rinnegando il valore della tradizione passata, si è accertata la dissoluzione dell'universalità dei valori e del frastagliamento delle verità.¹⁷ Il filosofo e sociologo polacco Zygmunt Bauman, inoltre, ha individuato e descritto il concetto di "liquidità" applicandolo

¹² GS, n. 59.

¹³ GS, n. 62.

¹⁴ GS, n. 92.

¹⁵ BUTERA, *La comunicazione tra la Chiesa e il mondo contemporaneo: crisi o sfida?*, 91.

¹⁶ Cf. J.-F. LYOTARD, *La condizione postmoderna*, Feltrinelli, Milano 2014.

¹⁷ Cf. D. ANTISERI, *Le ragioni del pensiero debole. Domande a Gianni Vattimo*, Borla, Roma 2000; anche: G. VATTIMO - P.A. ROVATTI (Edd.), *Il pensiero debole*, Feltrinelli, Milano 2009.

alle forme di socialità umane e dando origine a un termine, divenuto ormai popolare, con cui ha voluto esprimere flessibilità e allo stesso tempo volubilità e debolezza.¹⁸

Con l'impiego massiccio di *Internet* e dei *media* sociali si è generato un complicato malessere della verità caratterizzato dalla profonda crisi in cui sono sprofondate le narrazioni.¹⁹ Siamo approdati, così, a una fase della contemporaneità per cui è stata coniata la locuzione di "post-verità".²⁰ L'espressione è stata usata per la prima volta nel 1992 dal drammaturgo serbo-americano Steve Tesich sulla rivista statunitense *The Nation*. Il termine è poi virato verso gli ambiti della politologia e della comunicazione politica, ritornando di moda agli inizi del millennio e di recente nel 2016, anno in cui l'informazione ha cominciato a utilizzarla con più preponderanza in riferimento al *referendum* per la Brexit e alle elezioni presidenziali negli Stati Uniti, accomunati dallo scandalo conosciuto come "Cambridge Analytica".²¹

In concomitanza, il prestigioso *Oxford Dictionaries* ha scelto *Post-Truth* come parola dell'anno dando la seguente specificazione: «Relativo a circostanze in cui le persone rispondono più ai sentimenti e alle convinzioni che ai fatti».²² La differenziazione tra "sentimenti" e "convinzioni" non è di poca rilevanza dato che queste determinano l'accoglienza e il condizionamento della formazione delle opinioni. Perciò, a proposito, Byung-Chul Han parla di "Infocrazia" indicando l'interesse e il potere delle "democrazie" e di altre autorità in generale a gestire l'informazione e a crearne molte altre che vanno oltre l'informazione stessa.²³ Qualche anno prima (2008), il politologo francese Dominique Moïsi ha evidenziato come *Internet* e i *media* sociali hanno contribuito alla predisposizione a bolle mediatiche e come attraverso la rete di *followers* e gli attestati dei *like* si è generato un flusso incontrollato di informazioni la cui stragrande maggioranza non è verificata contribuendo così all'aumento esponenziale delle *fake news*.²⁴ La pletora di notizie provenienti dalle varie applicazioni e piattaforme, sfugge a quel procedimento di autenticazione che nella professione giornalistica seria e onesta si chiama verifica, per cui il volume di informazioni non controllate determina

¹⁸ Cf. Z. BAUMAN, *Modernità liquida*, Laterza, Bari 2011.

¹⁹ Cf. B.-C. HAN, *La crisi della narrazione. Informazione, politica e vita quotidiana*, Einaudi, Torino 2024.

²⁰ Cf. L. MCINTYRE, *Post-verità*, UTET Università, Torino 2019.

²¹ Cf. C. WYLIE, *Il mercato del consenso. Come ho creato e poi distrutto Cambridge Analytica*, Longanesi, Milano 2020. La Cambridge Analytica è una società di *marketing* e consulenza politica al centro del caso che nel 2018 la vide protagonista per l'utilizzo illecito dei dati personali di milioni di utenti di Facebook senza il loro consenso per scopi di propaganda elettorale. Per approfondire, vedi anche: S. DELLA PIAZZA, *Il caso Cambridge Analytica*, in «DirittoConsenso» (21 dicembre 2021), <<https://www.dirittoconsenso.it/2021/12/21/il-caso-cambridge-analytica/>> (consultato il 22.04.2025).

²² «Relating to circumstances in which people respond more to feelings and beliefs than to facts»: OXFORD LEARNER'S DICTIONARIES, *Post-Truth*, in <<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/post-truth>> (consultato il 22.04.2025).

²³ Cf. B.-C. Han, *Infocrazia*, Einaudi, Torino 2023.

²⁴ Cf. D. MOÏSI, *Geopolitica delle emozioni. Le culture della paura, dell'umiliazione e della speranza stanno cambiando il mondo*, Garzanti, Milano 2009. Sulle "fake news", vedi: R. BUTERA - P. SPRINGHETTI (Edd.), *È la verità che fa liberi. Dalle fake news al giornalismo di pace per una informazione responsabile*, LAS, Roma 2018.

l'aumento di fenomeni come la *Misinformation* e la *Disinformation*.²⁵ A queste si aggiunge la *Malinformation* la cui intenzionalità è dolosa perché si basa sulla volontà di estrapolare dal loro contesto fatti realmente accaduti, ma utilizzandoli fuori contesto per fuorviare, alterare, nuocere o manipolare.²⁶ Tutti questi processi hanno indubbiamente contribuito al cambiamento della nostra percezione e del nostro rapporto con la verità lasciando sempre attiva la consapevolezza del sospetto e del dubbio. L'essere umano è diventato una miniera di dati la cui "estrazione" avviene attraverso l'uso di Internet e dei *media* sociali, i quali, a loro volta, sono lo strumento che gli restituiscono la falsa consapevolezza di poter agire in libertà.

Il panorama appena descritto ci porta a riflettere sulla "corruzione" della verità e a provare a recuperare un significato ancora universalmente proponibile. Tutta la storia della filosofia teoretica, nel corso dei millenni sino ai nostri giorni, è il tentativo di rispondere alla domanda *che cos'è la verità?* (la domanda di Pilato a Gesù nel Pretorio), per cercare di trovare una definizione più condivisa universalmente. "Verità" è un vocabolo che ha attratto e coinvolto svariati ambiti dello scibile umano. Con il termine si designa la «conformità o coerenza a principi dati o a una realtà obiettiva».²⁷ *Ens et verum convertuntur*, spiegava Aristotele e da questa primordiale spiegazione si dipanano le altre di autorevoli filosofi. Il termine richiama per la comunicazione anche un valore etico che secondo il filosofo tedesco Karl Otto Apel si declina in veracità, imparzialità e dialogicità,²⁸ requisiti che a loro volta si completano con tre attitudini qualificanti necessarie: l'onestà intellettuale, la buona fede e la sincerità. Chi comunica, dunque, deve essere autentico, credibile.

Tra le intuizioni più interessanti e vicine alla concezione di verità nella comunicazione, quella di Pietro Barcellona appare tra le più originali e connesse al tempo che viviamo. L'intellettuale siciliano scriveva che «la verità non appartiene al territorio della logica, del razionalismo astratto e neppure al salto nel buio del misticismo della fede», ma è «l'esperienza dell'aderenza alla vita nella situazione concreta che, di volta in volta, consente di afferrare se stessi e il rapporto con l'altro e con il mondo in una congiunzione affettiva che contiene, senza cancellarli, il bisogno d'amore e l'istanza dell'indipendenza del Sé».²⁹

Ora, in un contesto come quello appena sinteticamente delineato, è lecito domandarsi come è cambiata la percezione della verità nell'uomo, come inten-

²⁵ «La *Misinformation* è la diffusione involontaria di informazioni false senza l'intenzione di nuocere, mentre la *Disinformation* è un'informazione falsa progettata per fuorviare gli altri e diffusa deliberatamente con l'intento di confondere realtà e finzione. Identificare e contrastare la diffusione di informazioni errate e disinformazioni rappresenta una sfida importante nel panorama informativo sempre più complesso del XXI secolo»: (tradotto da *Misinformation and Disinformation*, in «Britannica», <<https://www.britannica.com/topic/misinformation-and-disinformation>> (consultato il 22.04.2025).

²⁶ Cf. SORICE, *Sociologia dei media. Un'introduzione critica*.

²⁷ "Verità", in *Vocabolario Treccani Online*, in <<https://www.treccani.it/vocabolario/verita/>> (consultato il 22.04.2025)

²⁸ Cf. K.O. APEL, *Etica della comunicazione*, Jaca Book, Milano 2006.

²⁹ P. BARCELLONA, *Incontro con Gesù*, Marietti, Genova-Milano 2011, 109.

dere oggi profondamente il significato di verità. Ma soprattutto, come comunicare la speranza in un contesto accidentato da verità manipolate, relativizzate, personalizzate e utilizzate per gli interessi di gruppi di potere politico ed economico sempre più focalizzati, esclusivi ed escludenti?

Papa Francesco nel suo messaggio per la LII Giornata Mondiale della Comunicazione sociale (GMCS), “La verità vi farà liberi (Gv 8,32). *Fake news* e giornalismo di pace” consegna una visione della verità secondo lo spirito cristiano che deve caratterizzare il lavoro dell’operatore della comunicazione. Scrive Francesco:

Nella visione cristiana la verità non è solo una realtà concettuale, che riguarda il giudizio sulle cose, definendole vere o false. La verità non è soltanto il portare alla luce cose oscure, “svelare la realtà”, come l’antico termine greco che la designa, *aletheia* (da *a-lethès*, “non nascosto”), porta a pensare. La verità ha a che fare con la vita intera. Nella Bibbia, porta con sé i significati di sostegno, solidità, fiducia, come dà a intendere la radice *’aman*, dalla quale proviene anche l’Amen liturgico. La verità è ciò su cui ci si può appoggiare per non cadere. In questo senso relazionale, l’unico veramente affidabile e degno di fiducia, sul quale si può contare, ossia “vero”, è il Dio vivente. [...] L’uomo, allora, scopre e riscopre la verità quando la sperimenta in sé stesso come fedeltà e affidabilità di chi lo ama.³⁰

Alla relativizzazione della verità e ai suoi trasformismi applicativi, hanno certamente contribuito i *mass media* e i *media* digitali fornendo alla comunicazione umana nuove e più rapide forme comunicative che se da una parte arricchiscono le conoscenze e le relazioni umane, dall’altra le complicano e le parcellizzano in *cluster* e *communities* sempre più “frammentazione” e polarizzate. I *social network* prima e i *media* sociali in seconda istanza hanno aumentato le possibilità di comunicazione realizzando l’idea romantica del mondo come un *villaggio globale* teorizzata da Marshall McLuhan, ma allo stesso tempo stanno contribuendo a generare inconsapevolmente la “tribalizzazione” della comunicazione.³¹ Utilizzando le parole d’esordio della *Communio et progressio*, il modo di comunicare, dell’uomo, attraverso le più recenti tecnologie digitali, ha perso di mira l’obiettivo della comunione e dello sviluppo dei popoli, causando processi comunicativi privi di passione partecipativa, di anima; e soprattutto creando le *filter bubble* e le *echo chamber* che assicurano una *comfort zone* personalizzante che asseconda “verità comode”, e il bisogno di appartenenza e di approvazione. È perciò improrogabile *resettare* il modo di comunicare dando vita a processi di condivisione che contrastino gli individualismi, soggettivi e di gruppo, per attivare una comunicazione vera che riaccenda la speranza. Infatti, nonostante le potenzialità dei *media* sociali l’uomo contemporaneo è più solo e soffre la perdita della speranza; è iperinformato, ma paradossalmente più disinformato e malinformato; ha alla

³⁰ FRANCESCO, *Messaggio per la LII GMCS*. «La verità vi farà liberi (Gv 8,32). *Fake news* e giornalismo di pace» 24.01.2018, in «AAS» 110 (2018) 2, 249-254: 252.

³¹ Il sito “Articolo 21” indica le seguenti componenti primordiali di identità della tribalizzazione: soma (razza), idoli (religione), dominanza interna (oppressione delle minoranze), chiusura verso l’esterno (xenofobia), in <<https://www.articolo21.org/2018/02/macerata-la-tribalizzazione-nuovo-modello-di-societa/>> (consultato il 22.04.2025).

facile portata di mano possibilità di coinvolgimento e collaborazione a livello globale, ma soffre quella che papa Francesco chiamava “globalizzazione della indifferenza”. Nel messaggio su citato, Francesco fa appello all’istanza formativa, convinto che «educare alla verità significa educare a discernere, a valutare e ponderare i desideri e le inclinazioni che si muovono dentro di noi, per non trovarci privi di bene, “abboccando” ad ogni tentazione».³²

3. Papa Francesco, voce della speranza

Papa Francesco è stato certamente un testimone di quella verità “infrazionabile” che è Gesù Cristo. La fede, e la responsabilità di pontefice, lo hanno sostenuto nel suo modo personale di comunicare caratterizzato dal coraggio della franchezza (*parresia*), mitigato e sostenuto dalla speranza. Di papa Francesco si evidenzia soprattutto il suo ricorrere alla parola *gaudium*, gioia, termine che ha caratterizzato il suo magistero sin dalla prima esortazione apostolica *Evangelii Gaudium*, *magna charta* del suo servizio che ha avuto nell’altro termine “*spes*”, speranza, il costituirsi di un binomio a sostegno del suo agire comunicativo. Non è gratuito, o forzato, affermare che Francesco è stato il Papa della *Gaudium et spes*, il pontefice,³³ (costruttore di ponti) che ha profondamente rianimato e sostenuto, vivendolo da protagonista, il dialogo tra la Chiesa e la società contemporanea, nella decisa volontà di umanizzare sia la Chiesa che il Mondo, ravvivando il rapporto tra l’uomo e Dio. In questa convinzione ci sostiene un pensiero di Luigi Pareyson che affermava: «Dio è l’unico altro che colma l’insufficienza senza sopprimere la totalità della persona, anzi garantendola. Il che del resto risulta chiaro, sol che si approfondisca il fatto che l’uomo, più che essere in rapporto con Dio, o avere rapporto con Dio, è rapporto con Dio».³⁴

Papa Francesco ha avuto a cuore la comunicazione intesa come prossimità. Nel suo primo messaggio per la XLVIII GMCS dal titolo “Comunicazione al servizio di un’autentica cultura dell’incontro”, ha proposto il brano evangelico del Buon Samaritano³⁵ come parabola del comunicatore nella convinzione che chi comunica si fa prossimo e che la comunicazione ha il suo potere nella “prossimità”. Nel documento si evince come l’ascolto, il parlare con la mitezza del cuore e il rendersi presenti per vedere, diventano il paradigma della comunicazione e la risorsa per un dialogo fecondo. Il messaggio è intriso dello spirito della *Gaudium et spes*. In esso si conferma l’impegno della Chiesa di dialogo con l’uomo d’oggi «per portarlo all’incontro con Cristo». Una Chiesa che sa farsi presente e sa dialogare con il mondo contemporaneo può contribuire a umanizzare la società e le sue periferie esistenziali in cerca di speranza. «In questo contesto la ri-

³² FRANCESCO, *Messaggio per la LII GMCS*.

³³ «Pontefice, dal latino *pontifex -ficis*, che tradizionalmente si ritiene composto di *pons pontis* “ponte” e tema di *facere* “fare”: inizialmente il termine designava forse colui che curava la costruzione del ponte sul Tevere»: <<https://www.treccani.it/vocabolario/pontefice/>> (consultato il 22.04.2025).

³⁴ L. PAREYSON, *Esistenza e persona*, Il Melangolo, Genova 1985.

³⁵ Cf. *Lc* 10,25-37.

voluzione dei mezzi di comunicazione e dell'informazione è una grande e appassionante sfida, che richiede energie fresche e un'immaginazione nuova per trasmettere agli altri la bellezza di Dio». ³⁶

Nel 2017 il messaggio per la LI Giornata ha avuto come sottotitolo "Comunicare speranza e "fiducia" nel nostro tempo". In esso il termine "speranza" è contenuto per ben nove volte insieme a fiducia (sei volte), binomio fortificato dal versetto di Isaia «Non temere, perché io sono con te» (Is 43,5). Contiene anche il lemma "gioia", ed è utilizzato in riferimento al Regno che non deve essere rubato dai seminatori di discordia e infelicità (la zizzania). Il Papa utilizza l'immagine del «pane fragrante e buono», prodotto dal grano diviso dall'erba cattiva, come metafora del lavoro dei professionisti della comunicazione. Il messaggio si presenta come una catechesi sulla buona comunicazione, una esortazione rivolta a tutti per una «comunicazione costruttiva» che, rifiutando i pregiudizi, «favorisca una cultura dell'incontro», della prossimità, per «imparare a guardare la realtà con consapevole fiducia». La buona comunicazione non scade nel buonismo o in un «ottimismo ingenuo», semplicistico e inutile, che originerebbe soltanto disinformazione. Il messaggio però non dimentica che l'informazione segue il cinismo di un "precepto" fondamentale nella professione giornalistica, *bad news is good news*, che regola la produzione e "fa vendere" quasi esclusivamente quelle notizie che narrano le vicende di una umanità scossa dal «dramma della sofferenza», vissuta in ogni angolo del globo a causa di eventi di cui a volte l'essere umano stesso è vittima, ma spesso carnefice. Diversamente dalla buona notizia, che rischia di non fare presa, «il dramma del dolore e il mistero del male vengono facilmente spettacolarizzati». La buona comunicazione aspira, invece e soprattutto, a ravvivare la speranza e la fiducia attraverso la «ricerca di uno stile comunicativo aperto e creativo, che non sia mai disposto a concedere al male un ruolo da protagonista, ma cerchi di mettere in luce le possibili soluzioni, ispirando un approccio propositivo e responsabile nelle persone a cui si comunica» con narrazioni «contrassegnate dalla logica della "buona notizia"», e cioè quella di un Dio che da sempre è coinvolto nella storia dell'umanità e che si è reso solidale in ogni situazione di sofferenza umana. Infatti, il Vangelo non è privato della sofferenza: in Cristo la sofferenza è provata più diffusamente in solidarietà con la condizione umana, lì dove si sperimenta dolorosamente la caduta e il fallimento. È qui dove la speranza, che non delude chi ha fiducia, «fa germogliare la vita nuova». La comunicazione contrassegnata dalla logica del Vangelo, conclude il messaggio, sa «discernere in ogni avvenimento ciò che accade tra Dio e l'umanità, riconoscendo come Egli stesso, nello scenario drammatico di questo mondo, stia componendo la trama di una storia di salvezza». La speranza, «la più umile delle virtù», è il filo che ordisce la trama della storia dell'uomo contemporaneo. ³⁷

Francesco pubblica il messaggio per la LIX GMCS in occasione del "Giubileo della Speranza" del 2025. Al messaggio dà il titolo "Condividete con mi-

³⁶ FRANCESCO, *Messaggio per la XLVIII GMCS*. «Comunicazione al servizio di un'autentica cultura dell'incontro» 01.01.2014, in «AAS» 106 (2014) 1, 113-116: 116.

³⁷ Cf. IDEM, *Messaggio per la LI GMCS*. «Non temere, perché io sono con te» (Is 43,5). *Comunicare speranza e fiducia nel nostro tempo*» 24.01.2017, in «AAS» 109 (2017) 2, 163-166: 166.

tezza la speranza che sta nei vostri cuori (cf. 1Pt 3,15-16)”. In esso la voce “speranza” è contenuta ventotto volte. Il messaggio, essendo stato il suo ultimo, si pone come chiusura del suo magistero sulla comunicazione e di tutto il suo mandato di pontefice, intriso dei principi contenuti nel binomio “gioia e speranza” della Costituzione Pastorale del Concilio Vaticano II. Il messaggio è inteso come un invito a «essere comunicatori di speranza» e a «tenere in alta considerazione «la responsabilità personale e collettiva verso il prossimo»».

Consapevole della situazione che sta vivendo la società umana, segnata da disinformazione e polarizzazione, e dalla concentrazione nelle mani di pochi dell’uso di dati e informazioni, il Papa riconosce che «oggi la comunicazione non genera speranza, ma paura e disperazione, pregiudizio e rancore, fanatismo e addirittura odio». Perciò l’impegno «coraggioso» affidato a giornalisti e comunicatori è quello di disarmare quella comunicazione che usa le parole come «lame», di ammansire le «guerre verbali» praticati da troppi *talk show* televisivi, di mitigare l’aggressività delle dichiarazioni di odio dei *media* sociali sempre in cerca di un nemico, correggere l’alterazione della percezione della realtà causata dal nuovo fenomeno conosciuto come “dispersione programmata dell’attenzione”. «[...] Assistiamo, spesso impotenti, a una sorta di atomizzazione degli interessi, e questo finisce per minare le basi del nostro essere comunità, la capacità di lavorare insieme per un bene comune, di ascoltarci, di comprendere le ragioni dell’altro».

Le parole di papa Francesco fanno appello alla prossimità della comunicazione e, così, poter «riaccendere la speranza in un tempo così travagliato» nell’uomo contemporaneo senza alimentare «illusioni o paure». ³⁸ Il Pontefice indica le qualità di una comunicazione sostenuta dalla speranza, «attenta, mite, riflessiva, capace di indicare vie di dialogo», di intessere comunione, di accompagnare e prendersi cura: «Essere testimoni e promotori di una comunicazione non ostile, che diffonda una cultura della cura, costruisca ponti e penetri nei muri visibili e invisibili del nostro tempo». ³⁹ Ciò richiede di avere cura della vita interiore personale, di praticare la mitezza e il rispetto dell’altro, di evitare che la comunicazione sia condizionata da reazioni istintive, di praticare una comunicazione capace di risanare, di dare spazio alla fiducia. ⁴⁰

In tutto il suo servizio di pastore della Chiesa universale papa Francesco ha insistito sul bisogno di umanizzazione della comunicazione. L’insistenza sui temi della prossimità e dell’incontro, valorizzati da una predisposizione del cuore nell’accogliere e accompagnare, ha dato personalità alla riflessione di Francesco sulla comunicazione che ha vissuto in prima persona quanto ha comunicato. La sua eredità è credibile perché coraggiosa: non si è fermato davanti a nessuna difficoltà, esercitando la franchezza temperata dalla mitezza e diffondendo

³⁸ IDEM, *Messaggio per la LIX GMCS. «Condividete con mitezza la speranza che sta nei vostri cuori (cf. 1Pt 3,15-16)»* 24.01.2025, in <<https://www.vatican.va/content/francesco/it/messages/communications/documents/20250124-messaggio-comunicazioni-sociali.html>> (consultato il 22.04.2025).

³⁹ *Ibidem*.

⁴⁰ Cf. *Ibidem*; cf. 1Pt 3,15-16.

gioia e speranza. Nell'ultimo incontro con giornalisti e comunicatori a Roma per il Giubileo, ha dichiarato:

La parola "coraggio" deriva dal latino *cor, cor habeo*, che vuol dire "avere cuore". Si tratta di quella spinta interiore, di quella forza che nasce dal cuore che ci abilita ad affrontare le difficoltà e le sfide senza farci sopraffare dalla paura. Con la parola "coraggio" possiamo ricapitolare tutte le riflessioni delle Giornate Mondiali delle Comunicazioni Sociali degli ultimi anni, fino al Messaggio che porta la data di ieri [24 gennaio 2025]: ascoltare con il cuore, parlare con il cuore, custodire la sapienza del cuore, condividere la speranza del cuore. In questi ultimi anni è stato dunque proprio il cuore a dettarmi la linea guida per la nostra riflessione sulla comunicazione.⁴¹

Proprio perché ultimo sul tema, il messaggio si presenta come un testamento che ha bisogno di essere approfondito, meditato. In esso emergono: la missione del comunicatore, che è una vocazione più che una professione e tale qualità dà anima e spessore al proprio compito di operatore dell'informazione; il tema della verità per la ricerca della quale molti giornalisti e comunicatori mettono a rischio la propria vita; il tema della libertà, senza la quale non può esserci servizio alla società e si rischia di essere schiavi dei potenti: «La libertà dei giornalisti fa crescere la libertà di tutti noi. La loro libertà è libertà per ognuno di noi». La libertà è strettamente vincolata alla verità. Così afferma nello stesso discorso:

Un'informazione libera, responsabile e corretta è un patrimonio di conoscenza, di esperienza e di virtù che va custodito e va promosso. Senza questo, rischiamo di non distinguere più la verità dalla menzogna; senza questo, ci esponiamo a crescenti pregiudizi e polarizzazioni che distruggono i legami di convivenza civile e impediscono di ricostruire la fraternità.⁴²

Francesco insiste anche su un'altra interpretazione della libertà intesa come coraggio di fare scelte umanizzanti che liberano da quelle dipendenze che imputridiscono il cervello e corrompono il cuore, come il continuo «*scrolling*» sui *media* sociali.

Affiora ancora il tema della responsabilità, peculiare nella funzione del comunicatore che chiede capacità di visione e di ascolto, oltre che di studio e riflessione. È una responsabilità che trova le espressioni giuste, costruttive, di analisi onesta senza predisposizioni allo schieramento o allo scontro, il più possibilmente obiettiva. Infatti, «il linguaggio, l'atteggiamento, i toni, possono essere determinanti e fare la differenza tra una comunicazione che riaccende la speranza, crea ponti, apre porte, e una comunicazione che invece accresce le divisioni, le polarizzazioni, le semplificazioni della realtà».⁴³

Viene indicato il tema della necessità di una alfabetizzazione mediatica che generi un pensiero critico, favorisca il discernimento, incrementi la partecipazione attiva e affronti la sfida della cosiddetta "dispersione programmata

⁴¹ IDEM, *Discorso ai partecipanti al Giubileo della Comunicazione*, 25.01.2025, in <<https://www.vatican.va/content/francesco/it/speeches/2025/january/documents/20250125-giubileo-comunicazione.html>> (consultato il 22.04.2025).

⁴² *Ibidem*.

⁴³ *Ibidem*.

dell'attenzione". E infine, viene altresì suggerito il tema della narrazione e del suo potere «trasformativo», perché il "narrare" sia un invito a fare esperienza della partecipazione e non lasci indifferente. Tale caratteristica ha una ricaduta importante anche sulla catechesi e sullo stile che dovrebbe coltivare e mantenere per suscitare fascino e partecipazione. Uno *storytelling* che sia anche «*hopetelling*», poiché «raccontare la speranza significa vedere le briciole di bene nascoste anche quando tutto sembra perduto, significa permettere di sperare anche contro ogni speranza». ⁴⁴

È questa una grande eredità che papa Francesco lascia alla comunicazione e, di conseguenza, alla catechesi che è trasmissione e condivisione dell'esperienza di fede cristiana. È un invito forte alla gioia e alla speranza, la *gaudium* e la *spes* che hanno dato carattere allo stile comunicativo che papa Francesco ha dichiarato già nel suo primo messaggio per la GMCS: ⁴⁵ «Comunicare è uscire un po' da sé stessi per dare del mio all'altro. E la comunicazione non solo è l'uscita, ma anche l'incontro con l'altro». ⁴⁶

Communicating Hope in a World in continuous and rapid evolution. The Voice of Francis in some Messages for the World Social Communication Days

► ABSTRACT

The text examines the evolution of communication and its relationship with hope and truth, starting from the teachings of the Second Vatican Council, in particular *Gaudium et Spes*. It highlights how the Church has recognized communication as essential for evangelization and for understanding a rapidly changing world that aspires to peaceful coexistence. The author explores the transition to the "post-truth" era, characterized by the spread of disinformation, fake news, and the influence of digital media, which often lead to the "tribalization" of communication, the phenomenon of polarization, and the accentuation of loneliness. The essay focuses on the teaching of Pope Francis, highlighting his courageous commitment to humanizing communication, promoting a dialogue based on proximity, listening, and the spread of joy and hope, fundamental values for countering fragmentation and reaffirming encounter. Finally, the emphasis is placed on the courage of frankness tempered by gentleness, and on the urgency of disarming "verbal wars" and hatred, reiterating that responsible communication is essential to distinguish truth from lies and rebuild brotherhood.

► KEYWORDS

Dialogue; Digital Media; Encounter; Polarization; Responsibility.

✉ butera@unisal.it

⁴⁴ *Ibidem*.

⁴⁵ Cf. IDEM, *Messaggio per la XLVIII GMCS*.

⁴⁶ IDEM, *Discorso ai partecipanti al Giubileo della Comunicazione*.