

Dieci anni di Papa Francesco: comunicare per evangelizzare

Nicosia , 24 maggio 2023

Buon pomeriggio a tutti voi e grazie per l'invito.

Abbiamo celebrato da qualche settimana il decimo anniversario dell'elezione di Papa Francesco e tanto è stato scritto e detto sul suo modo di comunicare.

Vorrei soffermarmi qui innanzitutto su quello che ritengo essere il “cuore” del messaggio di Francesco, cioè ciò che ritroviamo nell'esortazione “*Evangelii gaudium*”, vera *road map* del suo pontificato. Lo scorso 11 gennaio 2023, il Papa ha dato inizio a una nuova serie di catechesi alle udienze generali del mercoledì e ha voluto dedicarle “passione di evangelizzare”, lo zelo apostolico, che Francesco stesso ha presentato come “un tema urgente e decisivo per la vita cristiana”.

Non si comprende Papa Francesco, né la sua comunicazione, se non si parte da qui, cioè da quella che continua ad essere l'unica ragion d'essere per cui esiste la Chiesa, l'unico grande compito che ci riguarda come cristiani: annunciare il Vangelo di Gesù e favorire l'incontro con Lui attraverso la nostra testimonianza. Un compito comunicativo che ci coinvolge tutti come operatori della comunicazione e coinvolge tutti nel popolo di Dio. *Da Evangelii gaudium* fino ad oggi, il Papa ha ripetuto un'infinità di volte che la fede cristiana si comunica per “attrattiva” e non per “proselitismo”, e che la missione cristiana non ha nulla a che vedere con la propaganda o il marketing, ma nemmeno ha qualcosa a che fare con le nostre strategie studiate a tavolino e il nostro protagonismo.

Nella vita cristiana, il primo passo e anche ogni autentico passo successivo accade per “attrattiva”. È lo stesso Gesù Cristo che stesso attira i nostri cuori di ogni tempo, e li trasforma abbracciandoci con la sua misericordia, chiamandoci, accogliendoci, guarendoci. Se non si comprende questa dinamica, è davvero difficile comprendere il magistero di Papa Francesco, i suoi gesti, il suo modo di comunicare e anche di concepire la comunicazione, una comunicazione che è fatta di ascolto dell'altro, di parlare con il cuore, di incontri veri.

Tante critiche, qualche volta sguaiate, feroci o irridenti, che troviamo sui social media o su siti web che si dicono cattolici non tengono conto dell'approccio del Papa. Un approccio che è fondamentale capire. Francesco è ben cosciente che in molte parti del mondo e sempre più anche nei nostri Paesi europei, la fede cristiana non è più conosciuta e appartiene sempre meno alla cultura del popolo. C'è bisogno di un nuovo annuncio, di ritornare alle origini, di comunicare l'essenziale. L'annuncio della fede – ci insegnano *Evangelii gaudium* e tanti gesti e esempi di Francesco – non passa attraverso le battaglie culturali, gli anatemi, le condanne. Come nel 2010 con molta lucidità aveva affermato Benedetto XVI durante il suo viaggio in Portogallo: “Quando, nel sentire di molti, la fede cattolica non è più patrimonio comune della

società e, spesso, si vede come un seme insidiato e offuscato da ‘divinità’ e signori di questo mondo, molto difficilmente essa potrà toccare i cuori mediante semplici discorsi o richiami morali e meno ancora attraverso generici richiami ai valori cristiani”. Perché “il semplice enunciato del messaggio non arriva fino in fondo al cuore della persona, non tocca la sua libertà, non cambia la vita. Ciò che affascina è soprattutto l’incontro con persone credenti che, mediante la loro fede, attirano verso la grazia di Cristo, rendendo testimonianza di Lui”.

Non sono i discorsi, i grandi ragionamenti o vibranti richiami ai valori morali a toccare il cuore delle donne e degli uomini di oggi. Non servono per la missione le strategie del marketing religioso e proselitista. Né la Chiesa di oggi può pensare di vivere nella nostalgia della rilevanza e del potere che aveva nel passato. Questi primi dieci anni di pontificato Papa Francesco ci hanno insegnato che oggi la missione passa attraverso la testimonianza personale e comunitaria ed è fatta di accoglienza, ascolto, condivisione, tratti di cammino fatti insieme, pazienza. Passa soprattutto attraverso la vita, gli sguardi, i gesti e – se necessario – anche le parole di chi mostra il volto di un Dio misericordioso che ci aspetta, ci cerca, ci vuole abbracciare e risollevarci.

Solo in questa prospettiva comprendiamo il perché di tanti gesti di Francesco: apertura e accoglienza verso tutte le persone, in qualsiasi condizione si trovino. Non vuol dire cambiare la dottrina, o scambiare il male per il bene, confondere il peccato con la virtù. No, non è questo. Significa invece imitare Gesù. In ogni pagina di Vangelo lo vediamo sovvertire usanze, tradizioni religiose, codici di comportamento, perbenismo. In ogni pagina di Vangelo lo vediamo avvicinarsi ai peccatori, agli impresentabili. In tante pagine del Vangelo lo vediamo toccare gli intoccabili. E, come ci insegna l’eloquente episodio evangelico di Zaccheo, per essere incontrati e abbracciati dal Signore non è necessario aver fatto un catecumenato, aver seguito corsi di catechismo o di teologia, aver partecipato a percorsi penitenziali. Basta essere lì quando passa.

La chiave di lettura del pontificato di Francesco è, secondo il mio parere, la “via della misericordia”, nella consapevolezza che oggi, nelle frenetiche società occidentali dove tutti sono iper-connessi ma spesso più soli, dove il consumismo di vuole individui invece che comunità, dove non è più conosciuto l’ABC del cristianesimo, c’è bisogno di donne e di uomini che comunichino la bellezza del Vangelo ascoltando, parlando con il cuore, incontrando, guardando negli occhi, condividendo. E questo è un compito che riguarda tutti i battezzati, perché tutti i cristiani, se vivono la loro fede, la comunicano attraverso la vita di ogni giorno. La buona comunicazione – ripete spesso il prefetto del nostro Dicastero, Paolo Ruffini - non è una questione tecnica o organizzativa ma riguarda la comunione tra persone.

Permettetemi ora di offrire qualche spunto alla nostra discussione. Vorrei comunicarvi ciò che ho imparato in questi anni.

Innanzitutto, non parliamo di “strategie” comunicative, perché se è vero che è necessario pianificare la comunicazione istituzionale e progettare le risposte alle crisi (come, ad esempio, quella degli abusi sessuali), in realtà **non è possibile che sia una strategia per la Chiesa in uscita**, quella che ci propone Papa Francesco. Perché la Chiesa in uscita non può essere il risultato di una strategia, perché l’evangelizzazione – come abbiamo già detto - non può essere il risultato di una strategia e mai e poi mai di una strategia di marketing.

2. Se non è una questione di strategia, cos’è la comunicazione per una Chiesa in cammino? È una questione di conversione e di visione. È una questione di passione per la realtà. Significa lasciarsi “ferire” dalla realtà che si vede e si incontra. Significa abbandonare i linguaggi autoreferenziali, gli schemi mentali autoreferenziali e uscire dalla logica del rispondere e del controbattere entrando nelle polemiche dei social network. Significa essere umili, perché - grazie a Dio - chi comunica, chi comunica attraverso di noi, chi diffonde il Vangelo attraverso la nostra testimonianza, non siamo noi, ma lo Spirito Santo.

3. Cerco di spiegare cosa intendo con ciascuna di queste affermazioni. Conversione e sguardo: la buona comunicazione è fatta da giornalisti che si convertono giorno per giorno. Conversione significa cambiare le nostre coordinate, il nostro punto di vista, il nostro modo di vedere le cose. E dobbiamo sempre chiederci cosa c’è al centro, cioè qual è il nostro baricentro. Con la sua testimonianza, Papa Francesco ci insegna a rischiare, a guardare oltre, a essere “decentrati”, “sbilanciati” verso l’altro.

4. La comunicazione è una questione di modo di vedere le cose. La comunicazione di una Chiesa in uscita dipende dagli occhi con cui guardiamo la realtà: siamo capaci di appassionarci? Siamo capaci di appassionarci alla realtà, cioè alle storie delle persone che incontriamo? Siamo interessati agli esseri umani che incontriamo? Un buon comunicatore è una persona curiosa, appassionata e interessata alla realtà. Pensiamo alla decisione di Papa Francesco di fare il suo primo viaggio nell’isola italiana di Lampedusa: un viaggio non programmato, fatto senza un entourage, senza le autorità politiche.... Un viaggio deciso perché era rimasto sconvolto dalle notizie dei barconi con i migranti rovesciati in mare e dalla sorte di questi nostri fratelli e sorelle.

5. C’è di più. È fondamentale, come ho detto, lasciarsi “ferire” dalla realtà. Un buon giornalista, un buon comunicatore, un comunicatore della Chiesa in uscita non è mai qualcuno che guarda la realtà come un medico guarda il corpo sottoposto ad autopsia. Il giornalista, il comunicatore non è estraneo alla realtà. Non può e non deve guardarla dall’alto, dall’esterno, da dietro lo schermo di un computer. Papa Francesco nei suoi ultimi Messaggi per la Giornata delle Comunicazioni Sociali ci ha invitato a consumare le suole delle nostre scarpe. Ci ha chiesto di “andare e vedere”, prendendo

sul serio l'invito di Gesù ai suoi primi seguaci: "Venite e vedrete!". Ci chiede di ascoltare e ci chiede di "parlare con il cuore".

Quello di Gesù non è un insegnamento teorico, non è innanzitutto una dottrina, un sistema filosofico, un insieme di principi da applicare, una raccolta di regole morali da applicare per vivere bene. Quello di Gesù è l'invito a condividere una vita, la sua vita. A stare insieme a Lui. Comunicare la Buona Novella non può essere diverso. Non saremo mai buoni comunicatori, buoni giornalisti, se guardiamo la realtà senza immergerci in essa, senza consumare le soles delle scarpe, senza sporcarci le mani, senza condividere la sofferenza di chi incontriamo. Il buon comunicatore si lascia "ferire" dalla realtà, come Gesù nel Vangelo: Gesù non è indifferente alla realtà che incontra. Si lascia convincere dallo sguardo di sua Madre a compiere il suo primo miracolo alle nozze di Cana. Si lascia commuovere dalla vedova di Nain e risuscita suo figlio dai morti. Si commuove alla vista della moltitudine che vaga come un gregge senza pastore. In Gesù la realtà non scivola come l'acqua sulle pietre. Essere uomini significa lasciarsi ferire dalla realtà.

Essere comunicatori e giornalisti di una Chiesa in movimento significa lasciarsi ferire dalla realtà che incontriamo. Significa entrarci dentro, mettersi allo stesso livello del nostro interlocutore. Mi ha colpito molto il fatto che il viaggio del Papa nelle Filippine nel gennaio 2015 sia stato deciso nel dicembre di due anni prima, quando ha saputo del grande tifone che aveva colpito in particolare Tacloban. È per questo che ha voluto andare. E per andarci ha sfidato un nuovo tifone quella mattina, lasciando Manila in aereo.

6. Per guardare la realtà in questo modo dobbiamo lasciare che la realtà ci incuriosisca, ci influenzi, ci cambi. Solo chi ha incontrato la realtà in questo modo è in grado di raccontarla in modo credibile e convincente. Non perché sono "di parte", non perché appartengono a un partito, anche se è il partito della Chiesa, il partito della religione cattolica. No, il buon giornalista, il buon comunicatore non è mai di parte. Ma non è nemmeno "asettico", "sterile". Solo chi si lascia ferire e appassionare dalla realtà sa raccontarla.

7. Ecco come credo vada interpretato l'invito del Papa a una Chiesa in uscita nel campo della comunicazione. Farò alcuni esempi che hanno a che fare con il lavoro dei media vaticani, che hanno certamente il compito di comunicare ciò che il Papa fa e dice, ciò che i dicasteri della Santa Sede fanno e dicono. Ma, come un cuore che batte, oltre a condividere queste informazioni e queste testimonianze con il mondo intero utilizzando tutte le piattaforme possibili e trasmettendo e scrivendo in 51 lingue diverse, la comunicazione dei media vaticani ha anche il compito di raccogliere e riportare le notizie che arrivano dalle Chiese e dalle comunità locali, mettendole in circolazione. Perché il cristianesimo vissuto, il bene che grazie a Dio accade inaspettatamente nelle nostre comunità, deve essere messo in circolazione.

Il bene che accade, le storie di bene che accadono, sono come l'ossigeno nel sangue: ci permettono di vivere. Una delle iniziative più belle che abbiamo realizzato negli ultimi due anni è stata quella di raccontare come l'enciclica *Laudato si'* sia stata presa sul serio e vissuta nelle periferie del mondo, da singoli, gruppi, parrocchie, comunità, imprenditori, giovani.... Questa enciclica è di gran lunga il documento più riuscito di Papa Francesco per parlare al di fuori della comunità cristiana. Abbiamo cercato di raccontare “storie *Laudato si'*” vissute e applicate. Abbiamo prodotto video, articoli, trasmissioni radiofoniche in molte lingue per raccontare la conversione ecologica di una piccola parrocchia in Thailandia, così come le iniziative di un imprenditore sociale in Brasile; abbiamo raccontato di gruppi di giovani che hanno preso sul serio la questione della sostenibilità ambientale e della salvaguardia del creato per la loro vita.

Perché non basta l'analisi, non basta ripetere il contenuto del magistero del Papa, non bastano le parole, anche se ben confezionate. Non bastano le strategie di comunicazione: la Chiesa non è un'azienda, non è un'entità politica. Per comunicare dobbiamo trovare testimoni, dobbiamo raccontare storie, dobbiamo far conoscere vite cambiate, vite di impegno, vite di lotta. Alcuni decenni fa, il grande Papa Paolo VI disse che il nostro tempo ha bisogno di testimoni più che di maestri. Abbiamo bisogno di testimoni, perché nel conoscerli e nel raccontarli troviamo le ragioni del nostro vivere, del nostro credere, del nostro comunicare.

8. Per comunicare la Chiesa in movimento secondo quanto ci testimonia Papa Francesco, ci è chiesto innanzitutto uscire dal nostro linguaggio autoreferenziale, che parla solo a chi sa già, a chi è dentro, a chi capisce. La prima carità di una buona comunicazione è parlare con semplicità e non dare mai nulla per scontato: tutti devono capire, tutti devono poter capire. Bisogna lottare contro l'autoreferenzialità. Il buon comunicatore non si mette mai su un piedistallo, non si erge a giudice della realtà e degli altri. Un buon comunicatore non pronuncia frasi fatte.

9. E qui vorrei spendere qualche parola sulla comunicazione di crisi, che ha a che fare con la drammatica questione degli abusi sessuali nella Chiesa, o con gli scandali legati al denaro. Dobbiamo sempre dire la verità e nient'altro che la verità (come ci chiede il patrono dei giornalisti Francesco di Sales), anche se a volte è conveniente non dire tutta la verità che conosciamo. Ma non dobbiamo mai pensare di essere i moralizzatori, i giudici, i puri, i buoni, i perfetti, i puliti. Perché ci sarà sempre qualcuno più puro, migliore, perfetto e pulito di noi a fare la prossima campagna di moralizzazione. Il comunicatore cristiano – almeno questa è la mia esperienza personale - sente il peccato che c'è nella Chiesa come una ferita nella sua propria carne, perché se non è solo un comunicatore ma anche un cristiano, sa di essere lui stesso un peccatore. E quindi non può chiamarsi fuori, non può fare il Savonarola. Quando parliamo di peccati e di offese nella Chiesa dobbiamo essere umili, dobbiamo mostrarci feriti, non dobbiamo pensare di **difendere** qualcosa.

Non dobbiamo avere paura di mostrare la nostra vulnerabilità. Perché nella nostra vulnerabilità c'è la nostra forza. Il cristiano non è forte perché è forte. Ma è forte nella debolezza perché si converte continuamente, cioè guarda a un Altro, si fa aiutare da un Altro, non confida in sé stesso, non riposa in se stesso. Essere umili significa saper chiedere perdono. Papa Francesco ce lo ha insegnato, ad esempio nel caso degli abusi in Cile. Ha riconosciuto di aver commesso un errore. Più pensiamo di essere "strateghi", più pensiamo di essere protagonisti della comunicazione e dell'informazione, oltre che dell'evangelizzazione, più il nostro EGO si gonfia e finiamo per ingannare noi stessi.

10. Una buona comunicazione a volte significa rispondere con il silenzio. A volte significa anche porre le domande giuste piuttosto che dare risposte prefabbricate. Lo abbiamo visto chiaramente nell'atteggiamento di Papa Francesco nel caso McCarrick. Il Vescovo di Roma nel 2018 è stato al centro di un attacco violento e senza precedenti, in cui un ex nunzio apostolico, un arcivescovo, ha chiesto le sue dimissioni. Il Papa non è entrato nella polemica immediata. La risposta chiarificatrice è arrivata per tempo, con il Rapporto McCarrick, che ha dimostrato l'assoluta inconsistenza delle accuse mosse a Francesco dall'arcivescovo Carlo Maria Viganò. È stato un esempio di buona comunicazione.

11. Buona comunicazione per una Chiesa in uscita che segue la via della misericordia significa usare i social network per creare reti, per raggiungere tutti, per costruire ponti, senza mai entrare nella logica della polemica immediata. Senza lasciarsi trascinare - come umanamente spesso ci viene voglia di fare - in battaglie, discorsi di odio, in repliche per controbattere. Non dobbiamo mai pensare di essere superiori. A volte si sente dire che i cristiani nella società di oggi non devono avere un complesso di inferiorità. **In realtà, non dovrebbero mai avere un complesso di superiorità.** Siamo poveri Cristi e peccatori, tutti noi, a cominciare dal Vicario di Cristo. Siamo poveri peccatori salvati per grazia, perché Gesù ci ha guardato, perché Gesù ci ha perdonato. Siamo poveri, non siamo strateghi. Riconoscere che siamo poveri, peccatori, parte della realtà e dell'umanità su cui contiamo è il punto di partenza per una buona comunicazione e una buona informazione.

12. Concretamente, cerchiamo di seguire l'esempio e la testimonianza del Papa. Cerchiamo di raccontare storie di vita. Cerchiamo di entrare nella realtà raccontando la vita delle persone. Vi ho già parlato dell'esempio delle "storie Laudato si". Abbiamo fatto qualcosa di simile con l'enciclica "Fratelli tutti". Non parliamo solo del contenuto dell'enciclica, ma cerchiamo di raccontare "storie di fraternità" vissute, di fraternità in azione. Tra uomini e donne appartenenti a culture e religioni diverse, che si aiutano e si proteggono a vicenda. Credo che il servizio più grande che possiamo fare al Papa, come media vaticani e cattolici, sia quello di andare a cercare il bene - il tanto bene - che esiste intorno a noi, per raccontarlo e comunicarlo. E questo va fatto utilizzando tutti, ma proprio tutti i mezzi di comunicazione, tutti gli strumenti che la tecnologia ci offre.

L'Osservatore Romano, il giornale cartaceo (e oggi anche digitale) della Santa Sede, quest'anno compie 163 anni. La Radio Vaticana compie quest'anno 92 anni. La Chiesa non ha mai avuto paura delle nuove tecnologie, ma le ha sempre utilizzate. Dobbiamo stare attenti a usarle e a non farci usare. Dobbiamo stare attenti a comunicare la vita **senza credere che il mezzo sia il messaggio**. Senza innamorarci come adolescenti dei nuovi media, credendo che essere sui social network sia sufficiente per comunicare. Noi comunichiamo ciò che siamo, e se siamo vuoti, autoreferenziali, schematici, se parliamo solo con slogan (e anche la “Chiesa in uscita” può correre il rischio di essere uno slogan se non diventa carne e sangue, mani e piedi, amore concreto e vicinanza), comunicheremo solo parole vuote. Parole belle e precise, ma vuote. Parole incapaci di incidere su chi ci guarda e ci ascolta. Solo chi vive il messaggio che comunica può comunicarlo.

Infine, permettetemi una parola sul ruolo della comunicazione in tempo di guerra, visto il tempo drammatico in cui viviamo e che vede il Papa unico leader mondiale realista, nel senso che vede la realtà delle cose e il rischio che stiamo correndo, a motivo della guerra di aggressione della Russia contro l'Ucraina, un conflitto scoppiato nel cuore dell'Europa cristiana. I mezzi di comunicazione hanno svolto negli ultimi decenni un ruolo chiave nell'orientare l'opinione pubblica: sono stati infatti usati per “indirizzare” i sentimenti delle persone durante le guerre, per “creare” l'immagine del “nemico malvagio” così da facilitare il consenso verso operazioni belliche, interventi armati, etc. Rileggendo la storia più recente possiamo trovare molti esempi su questo, tanto da poter affermare che oggi ogni guerra si vince prima con la propaganda, indirizzando l'opinione pubblica, e soltanto dopo con le armi.

L'enorme espansione e diffusione dei *social media*, la possibilità offerta a chiunque di commentare le notizie (vere o false che siano) ha potenziato di molto queste strategie di orientamento dell'opinione pubblica. Lo dimostra l'uso massiccio dei social media che viene fatto dai politici e anche da esponenti dei Governi. Questo fenomeno si è accompagnato a quello delle cosiddette *fake news* – notizie parzialmente o totalmente false – che vengono usate per creare consenso. Una delle caratteristiche del tempo in cui viviamo, che è il tempo rapido degli *smartphone*, della perenne connessione, dei *social*, la possiamo individuare nella semplificazione della realtà. I messaggi veloci, i commenti “a caldo”, le invettive scritte di getto magari mascherandosi dietro un *nickname*, richiedono sempre che la complessità della realtà venga semplificata, venga ridotta. Tutto deve essere bianco o nero, buono o cattivo. È la logica di chi, invece di appassionarsi a conoscere la realtà dei fatti nelle sue inevitabili molteplici sfumature, preferisce la semplificazione e la banalizzazione basata sul proprio pregiudizio o sui messaggi interessati di chi cerca di orientare l'opinione pubblica.

Anche per questi motivi è giusto ribadire che la diffusione dei *social* e la possibilità per chiunque di aprirsi un blog e mettere online dei commenti, non ha diminuito la necessità di buon giornalismo professionale. Proprio il buon giornalismo

professionale può fare molto per favorire una cultura della non violenza e della pace. E in che modo può farlo?

- a. Innanzitutto, non semplificando mai la realtà secondo le convenienze di una parte. Questo rischio di semplificazione della realtà emerge con molta evidenza anche nel caso di notizie legate alla religione e al suo uso distorto e blasfemo per giustificare la violenza e il terrorismo. Un caso palese è l'identificazione strumentale tra cristianesimo e Occidente – e dunque tra cristianesimo e politiche dei Paesi occidentali – che viene propagandata dai media dell'estremismo islamista. Ma è anche palese l'identificazione strumentale tra Islam ed estremismo, tra Islam e radicalismo, tra Islam e terrorismo che purtroppo talvolta troviamo in alcuni media occidentali i quali dimenticano che negli attentati di matrice islamista la percentuale più alta di vittime nel mondo si registra tra i fedeli musulmani. Presentare quanto sta accadendo oggi come una “guerra” tra Islam e Cristianesimo è una falsità che – appunto – non tiene conto della realtà dei fatti.
- b. Un secondo modo di favorire una cultura della non violenza e della pace da parte dei media è strettamente legata all'uso del linguaggio. Le parole sono importanti, le parole possono essere usate come pietre, le parole possono uccidere. È per questo che un buon giornalismo professionale dovrebbe evitare la demonizzazione dell'avversario, l'uso di parole di scherno, di odio. Il linguaggio violento costruisce una *forma mentis* che può facilitare il passaggio ad atteggiamenti concretamente violenti.
- c. Ha detto Papa Francesco ai membri dell'Associazione Stampa Estera in Italia nel maggio 2019:

“Vi esorto a operare secondo verità e giustizia, affinché la comunicazione sia davvero strumento per costruire, non per distruggere; per incontrarsi, non per scontrarsi; per dialogare, non per monologare; per orientare, non per disorientare; per capirsi, non per fraintendersi; per camminare in pace, non per seminare odio; per dare voce a chi non ha voce, non per fare da megafono a chi urla più forte”.
Aggiungeva il Papa: *“In un tempo in cui, specialmente nei social media ma non solo, molti usano un linguaggio violento e spregiativo, con parole che feriscono e a volte distruggono le persone, si tratta invece di calibrare il linguaggio e, come diceva il vostro Santo protettore Francesco di Sales nella Filotea, usare la parola come il chirurgo usa il bisturi (cfr cap. XXIX). In un tempo di troppe parole ostili, in cui dire male degli altri è diventato per molti un'abitudine, insieme a quella di classificare le persone, bisogna sempre ricordarsi che ogni persona ha la sua intangibile dignità, che mai le può essere tolta. In un tempo in cui molti diffondono fake news, l'umiltà ti*

impedisce di smerciare il cibo avariato della disinformazione e ti invita ad offrire il pane buono della verità”.

Umiltà, spirito di servizio al pubblico, ricerca della verità, attenzione al linguaggio, capacità di ascoltare e raccontare il bene, rispetto dell'altro: questo contribuisce a favorire una cultura della non violenza e della pace. Questo contribuisce a una buona comunicazione. E una buona comunicazione, come ci insegna il Papa, è fondamentale per annunciare il Vangelo.

Grazie