
Diocesi: Cerignola, pubblicato il libro “Dietro la notizia, il volto. Fake news e reti sociali” di De Marzo e del vescovo Renna

Con la prefazione di Vincenzo Corrado, direttore dell'Ufficio nazionale per le Comunicazioni sociali della Cei, è in libreria in questi giorni il volume “Dietro la notizia, il volto. Fake news e reti sociali” di Alejandro De Marzo, sociologo della comunicazione nell'Università “Aldo Moro” di Bari, e di mons. Luigi Renna, vescovo di Cerignola-Ascoli Satriano. Il testo, pubblicato dalla casa editrice “La Meridiana” di Molfetta, nel fornire un'attenta analisi dell'odierno “contesto mediatico”, definisce “Cos'è la comunicazione”, “Come funzionano le fake news” e “Come contrastarle”, suggerendo inedite piste di riflessione per “un'etica della comunicazione 2.0”. La prima parte, redatta dal docente, illustra l'articolata realtà della comunicazione; le pagine successive, a firma del vescovo, rivelano il significato profondo del comunicare, nella consapevolezza che “dietro ogni contatto” vi è “un volto” e, quindi, delle relazioni, che occorre intrecciare alla luce della verità, elemento fondamentale “per costruire una comunità”. “È diventato più che mai urgente imperativo deontologico di ognuno di noi – sostiene De Marzo – saper comportarci comunicativamente con lealtà, rispetto, esemplarità tecnica, originalità e vitale creatività”, senza dimenticare, come sottolinea il vescovo Renna, che “l'atto del comunicare esige responsabilità verso se stessi, per la dignità di cui è protagonista chi pronuncia parole, per chi è destinatario di comunicazione”. “La responsabilità passa per il discernimento, perché si possa cogliere l'intenzionalità di ogni discorso, la sua possibilità di armonizzare e creare relazioni o di distruggerle”. Un testo che, scrive Corrado nella prefazione, “si addentra nel contesto mediatico contemporaneo, analizzandolo e proponendo una visione etica rinnovata che punti alla costruzione della grande comunità umana”.

Filippo Passantino