



G. MASTROFINI, *Info-etica. L'informazione e le sue logiche*, Prefazione di p. Federico Lombardi, Bologna 2010, pp. 136

L'A., giornalista alla Radio Vaticana, intende mostrare come, quando si parla di informazione e mass media, l'impostazione teorica debba fare i conti con la realtà delle scelte concrete e degli interessi che le sostengono. In questa prospettiva, non si può evitare una riflessione sugli interessi economici e finanziari; sull'influsso dei media sui modelli di comunicazione interpersonale; sul problema del linguaggio oggi utilizzato. La comunicazione non è più solo un settore, ma il sistema globale e complessivo nel quale si è immersi: l'etica della comunicazione non è solo argomento di interesse per chi lavora nei mass media, ma per chiunque viva un atto comunicativo, da attore o da spettatore. Occorre contrastare la tendenza diffusa a non favorire la consapevolezza comunicativa del grande pubblico che, per la maggior parte, pensa che quello che i media propongono coincida con l'intera realtà.