



4. Una Parola di vita

Quale Parola ci può allora accompagnare e sostenere lungo il cammino? La consapevolezza che Gesù è la lieta notizia per eccellenza e che, attraverso lo Spirito Consolatore, continua a mandarci sulla strada degli uomini e delle donne del nostro tempo, con la stessa paura dei discepoli appena usciti dal Cenacolo, ma anche con la stessa certezza: "Ecco, lo sono con voi tutti i giorni fino alla fine del mondo..." (Mt

28,20). A noi il compito di essere sale e luce contagiosi: "Voi siete il sale della terra; ma se il sale perde il sapore, con che cosa lo si renderà salato? A null'altro serve che ad essere gettato via e calpestato dalla gente. Voi siete la luce del mondo; non può restare nascosta una città che sta sopra un monte..." (cfr. Mt 5,13-14).



VIRALE

ESSERE CONTAGIOSI... NEL BENE



LE 10 parole DELLA COMUNICAZIONE/10



La parola alla parola

La storia della parola “virale” è interessante: deriva dal latino “virus” che può significare: *umore, succo*, ma anche *veleno*. Fu nel XVI secolo che questo termine entrò più stabilmente nel gergo medico, descrivendo un pus contagioso. E solo alla fine dell’Ottocento fu attribuito a un agente infettivo di nuova scoperta, più piccolo dei batteri. In medicina, da allora, ‘virale’ indica sia ciò che è relativo ai virus, sia ciò che è da essi

causato: pensiamo alla carica virale che risulta, ad esempio, da un’analisi del sangue o all’epatite virale. Secondo l’Accademia della Crusca l’aggettivo, con questo significato, viene introdotto in italiano nel 1961. All’incirca dal 2005 in poi si iniziano a trovare, anche nella nostra lingua, attestazioni di un impiego di *virale* in un senso nuovo, riferendosi a un’informazione che si propaga velocemente soprattutto tramite i nuovi media.

In realtà, già precedentemente i vocabolari registravano un’espressione come *virale marketing* (o anche *marketing virale*), che arriva nella nostra lingua nel 2000, come ‘strategia per pubblicizzare un prodotto commerciale, basata sul passaparola tra gruppi omogenei di consumatori’. È solo dal 2014 infine che i dizionari italiani registrano l’aggettivo *virale* da solo, con il nuovo significato che ora spiegheremo in modo più dettagliato.



2. La parola della rete

Quando si parla di *new media* il termine “virale” compare molto spesso. Ma cosa significa questa parola, soprattutto quando connessa alle cosiddette tecnologie 2.0?

Con virale si intende *un contenuto che si diffonde molto rapidamente tramite i nuovi mezzi di comunicazione*. Il messaggio, analogamente alla diffusione di un virus, viene trasmesso espandendosi molto velocemente, da persona a

persona, tramite il principio del passaparola o attraverso i new media. Ciò che rende virale un contenuto sono senza dubbio il forte grado di coinvolgimento che porta con sé e la capacità di “attecchire” in una o più comunità virtuali, le quali sono in grado di trasmetterlo in modo veloce e, soprattutto, gratuito.

Il contenuto trasmesso può avere diverse forme: dal brano musicale, dal video alla semplice foto o messaggio postato sui social network, siti web e software; tali contenuti, se giudicati particolarmente interessanti, scherzosi e di tendenza, vengono condivisi, copiati e linkati dagli utenti sui loro spazi online. Chissà quanti

ve ne saranno venuti in mente in questo momento, vero? Ultimamente si definisce virale non solo il contenuto... ma anche il suo contenitore! Che dire del *selfie*?



3. La parola e la vita

Siamo consapevoli che il contenuto virale è definito e ha una certa informazione, ma non è in grado di diffondersi da solo? Il suo successo dipende dalle persone che ‘infetta’. Solo loro, accattivate, possono replicarlo, condividendolo.

E allora perché non mettiamo in atto nella nostra vita e soprattutto nelle nostre relazioni di tutti i giorni la sfida propositaci da papa Francesco nel Messaggio della 51a Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali, dal titolo: *Non temere io sono con te (Is 43,5). Comunicare speranza e fiducia nel nostro tempo?* Certamente il contesto in cui viviamo è difficile, a volte scoraggiante, ma non per questo dobbiamo sentirci esonerati a dare più spazio alle notizie basate sulla realtà del bene, della speranza, della fiducia, della non rassegnazione di fronte al male (che non può avere l’ultima parola)... Dobbiamo invece, e forse ancora di più, sentirci chiamati a un discernimento più impegnativo sulla cultura dei media, sulle notizie che comunichiamo e facciamo circolare sui social e anche nei rapporti personali. Ognuno di noi può fare riferimento a esperienze, persone e storie che raccontano la centralità della persona e il bene come concreta solidarietà, fraternità, amore.

C’è un amore più grande che è in grado di affrontare la logica della “forza”, che spesso muove il mondo e tutto il suo contorno. Questo amore è evidente, anche se a volte nascosto, soffocato, in croce. Noi possiamo cercare di svelarlo, nonostante i nostri limiti, i nostri egoismi, i nostri errori. Per questo moltiplicare le occasioni di condivisione, di confronto, di ascolto reciproco è una via per rendere “virali” le storie positive e nello stesso tempo promuovere il riconoscimento veloce delle *fake news*, e smascherare i falsi che inquinano le notizie.

Vogliamo impegnarci, come ci ricorderebbe oggi don Mazzolari, noi e non gli altri? La tecnologia è una grande risorsa e va sfruttata, ma non sostituisce il fattore umano, la dinamica relazionale della stretta di mano, del sorriso, della pacca sulla spalla, dell’abbraccio al momento opportuno... Una sfida che non è mai del tutto definita e che ricomincia ogni giorno, alla ricerca di una bellezza che è sempre intorno a noi, anche quando sembra scomparsa.