

Il dibattito

I responsabili dei media promossi dalla Cei e il presidente della federazione settimanali cattolici hanno concordato sulla necessità di una comunicazione polifonica e sulla capacità di fare rete. Per una comunicazione senza complessi di inferiorità

Radio Vaticana. Sempre più «social» per incidere nel continente digitale

E' stato presentato ieri nella sede della Radio Vaticana il portale dell'emittente del Papa, www.radiovaticana.vu. In fase di rinnovamento, il direttore generale, padre Federico Lombardi, ha sottolineato che la Radio Vaticana è sempre più un editore multimediale impegnato a portare a tutti il messaggio della fede e il magistero del Pontefice. Cambiano dunque gli strumenti, non la missione.

La filosofia che anima il rinnovamento del portale della radio è quella di essere sempre più dinamici, sempre più «social» per portare la Parola di Dio e del Papa a tutti, anche nel continente digitale. Un work in progress, co-

me ha voluto precisare padre Lombardi: «Il nostro sito è stato rinnovato pensando di venire meglio incontro a questa situazione nuova della comunicazione e dei nostri frutti... Stiamo parlando sempre - quando siamo alla Radio Vaticana - di 37 lingue, di dieci e passa alfabeti differenti...». Un lavoro dunque che continua, anche pensando al prossimo viaggio di papa Francesco in Asia. Da 15 anni, ha aggiunto, l'emittente vaticana investe sempre più energie e impegno nella comunicazione multimediale e ora anche sui social network. La Radio Vaticana è presente su Facebook con 17 profili in diverse lingue, ha sei account Twitter in sei lingue, e nove canali su YouTube. E sui social network Weibo e QQ per gli utenti cinesi. Tutto disponibile anche su smartphone e tablet. Lo sforzo per raggiungere soprattutto i nativi digitali si è inoltre rivolto nella realizzazione di App scaricabili gratuitamente e visibili su iOS, Android e Windows Mobile.



Libertà e sinergie, i media cattolici e la sfida di raccontare il mondo

Direttori a confronto. Le notizie oltre selfie e cupole informative

ROMA

L'immagine è quella della polifonia. O se si vuole dell'orchestra. Voci e strumenti che non rinunciano certo alla loro identità e fanno udire ognuno il proprio suono, ma in accordo con gli altri. Così deve essere anche tra i media cattolici, nella nuova stagione delle sinergie che ci si appresta a vivere. «Far rete per fare comunione», ha detto il direttore del Sir, Domenico Delle Foglie. «Non pensarsi come una televisione a circuito chiuso, ma come una finestra aperta sul mondo», ha aggiunto di direttore di TV2000, Paolo Ruffini. «Dire parole di speranza all'uomo disperato di oggi», ha sottolineato il presidente della Fisc, la Federazione dei Settimanali cattolici, Francesco Zanotti. «Facciamo parte della Chiesa, la Federazione dei Settimanali cattolici, Francesco Zanotti, direttore di Avvenire, ha fatto notare: «I nostri media sono un giacimento di energia, grande tesoro per il Paese. Non dobbiamo avere dunque complessi di inferiorità, perché possediamo le parole per dialogare proficuamente anche con chi non è cretente».

I tre direttori dei media promossi dalla Cei e il presidente della Fisc hanno preso parte ieri a una tavola rotonda sul tema "La comunicazione della Chiesa nell'era della convergenza mediale", organizzata nell'ambito del Convegno sul decennale del Direttorio delle Comunicazioni sociali e moderato da don Ivan Maffei, vice direttore dell'Ufficio nazionale e presidente della Fondazione Ente dello Spettacolo. La sinergia polifonica, hanno concordato i quattro relatori, oltre che una conseguenza necessaria della comunicazione ecclesiale, è anche un'esigenza richiesta dalla particolare situazione odierna. Soprattutto in presenza di quelle che Tarquinio ha chiamato le «cupole informative che condizionano pesantemente la fruizione delle notizie e che amputano la realtà». Per questo, ha aggiunto il direttore di Avvenire, in un'epoca di «informazione selfie» che spesso si riduce a «nero elenco di notizie», la «grande sfida» è costruire giornali e media alternativi, cioè «che prescindano il più possibile da certe fonti avvelenate dell'informazione».

I rapidi cambiamenti sono un altro elemento da tenere presente. «Nel mondo della comunicazione - ha fatto notare Delle Foglie - è cambiato tutto. Quindi a accettiamo la sfida e cambiamo anche noi, o lo cose ci sfuggiranno di mano». Il Sir, ad esempio, ha introdotto la «diretta Twitter» dell'udienza generale del Papa, che viene ora seguita con diverse modalità: tweet, lanci di agenzie e video di sintesi di un minuto. Anche Avvenire, ha aggiunto Tarquinio, non è più solo un giornale di carta, ma è presente sul web e nei social network. Allo stesso modo, TV2000, come ha rilevato Ruffini, nel suo proposito come «finestra che guarda e che racconta il mondo», intende essere sempre di più uno strumento «interessante per tutti, per chi crede e per chi non crede e anche per chi



Un momento del confronto sulla comunicazione della Chiesa. Da sinistra: Francesco Zanotti, presidente della Fisc, Paolo Ruffini, direttore di rete di TV2000, Marco Tarquinio, direttore di Avvenire e Domenico Delle Foglie, direttore del Sir

crede diversamente». Il cambiamento e la necessità della rete, ha poi ricordato Zanotti, riguardano anche «i giornali diocesani», la cui vocazione specifica è quella di «raccontare storie che restano confinate nei territori, magari in

quelle che Papa Francesco chiama periferie geografiche ed esistenziali. «Le nostre testate - ha sottolineato il presidente della Fisc - in tal modo si fanno compagnie di viaggio delle persone e ne ascoltano le vicende gioiose o dolorose, con i piedi

di ben piantati per terra, ma con lo sguardo rivolto all'infinito. Anche questo è un modo di fare orchestra. Suonando con strumenti diversi la stessa musica.

Mimmo Muolo
© RIPRODUZIONE RISERVATA



Sul campo, aperta e multimediale Così oggi comunica la Chiesa italiana

AVVENIRE

Dal 1968 il quotidiano dei cattolici italiani Oggi ancora più vicino e «accessibile»

Avvenire è il quotidiano nazionale dei cattolici italiani. Nato da un'idea di Paolo VI - che voleva un nuovo giornale che raccolgesse l'eredità di due storiche testate come L'Italia di Milano e L'Avvenire d'Italia di Bologna - Avvenire dal 4 dicembre 1968 è uno strumento d'informazione e di giudizio sul mondo contemporaneo che negli anni si è via via arricchito con una pubblicazione bimestrale dedicata ai bambini, *Popotus*, e due mensili: *Non genitori & figli* sulla realtà familiare e *Luoghi dell'infinito* su arte e cultura. Una sfida informativa ormai lanciata anche nell'oceano di internet. Ed è proprio alla sua versione digitale che Avvenire ha dedicato le novità più recenti. Da ottobre, infatti, ha reso

Avvenire

disponibile ai lettori la copia on line già da mezzanotte. L'edizione digitale del giornale è offerta come benefit a tutti gli abbonati, senza costi aggiuntivi. Inoltre ogni articolo pubblicato sull'edizione digitale del giornale o sul sito può essere «ascoltato» grazie a un sofisticato sistema di lettura automatica. Con una presenza (anche sui social network) che si conferma a 360 gradi in una società plurale.

FISC E SIR

La rete dei 190 settimanali diocesani e l'agenzia per l'informazione religiosa

Una rete virtuosa di condivisione e comuniione che, partire dalle risorse dei diversi territori locali, offre un ampio progetto informativo e culturale: è il volto della Federazione Italiana settimanali cattolici (Fisc) e del Servizio Informazione religiosa (Sir). Due realtà strettamente connesse il cui cammino è iniziato il 27 novembre 1966 con la nascita della Fisc: numerosi settimanali cattolici locali si riunirono per dare maggiore

organicità alle tante iniziative editoriali sorte alla fine dell'Ottocento su impulso della «Rerum novarum». Oggi alla Fisc aderiscono 190 settimanali diffusi in circa 160 diocesi per un milione di copie diffuse a settimana. Dalla rete della Fisc nel 1988, con l'appoggio della Cei, è nata l'agenzia Sir: il primo Sir settimanale risale al 13 gennaio 1989. Il 21 giugno 1990 il Sir diventa bimestrale, mentre i grandi quotidiani sono partiti il 9 novembre 1994. Nel 1995 l'agenzia, nata per valorizzare l'informazione religiosa all'interno del sistema informativo nazionale, sbra su internet con un sito, mentre nel 2001 nasce Sir Europa. Nel 2010 è stato realizzato un sito interamente rinnovato. Oggi il Sir è una vera e propria agenzia di stampa che serve sia i settimanali diocesani sia le testate nazionali.

SIR

TV2000

Non solo notizie e appuntamenti liturgici Una televisione audace, tra fede e periferie

In principio fu il satellite: il 9 febbraio del 1998, alle 18,30, iniziavano ufficialmente le trasmissioni di Sat2000, l'emittente voluta e sostenuta dalla Conferenza Episcopale Italiana per far entrare, nelle case degli italiani, la bellezza del Vangelo. L'orizzonte era il grande Giubileo del 2000, con la cifra dell'Anno Santo che entrava anche nel logo del canale. L'obiettivo, ambizioso e dichiarato, era di contare nel panorama televisivo italiano, incastrito nel duopolio Rai-Mediaset, realizzando un canale tematico, non confessionale, aperto alle innovazioni tecnologiche e capaci di offrire lo sguardo cristiano sul mondo. Nel 2009 la prima svolta: il canale prende il nome di TV2000 in ragione della sfida di puntare sul digitale terrestre misurandosi con i dati Auditel. Il 1° maggio 2014 il cambio di linea editoriale inaugura una stagione dove l'informazione torna a essere predominante, senza per questo abbandonare il ritmo dato al palinsesto dagli appuntamenti liturgici. Nuovi programmi e nuovi spazi per interpretare il

dinamismo impresso alla Chiesa da Papa Francesco, puntando sul racconto della realtà, senza reticenze e con un pizzico di audacia, per un'emittente che guarda alle periferie e agli uomini che le abitano, ma continua a raccontare il grande Mistero della fede. (C.Cat.)

TV2000

RADIO INBLU

Un palinsesto radiofonico completo a disposizione di tutte le emittenti nazionali

Radio InBlu è un progetto radiofonico nazionale di ispirazione cristiana al servizio delle emittenti sul territorio. Propone un palinsesto completo che ciascuna radio può integrare all'interno della propria programmazione, in una logica di collaborazione e condivisione. L'ossatura del palinsesto è l'informazione, a partire dai radiogiornali trasmessi ogni ora, a cui si affiancano programmi di approfondimento su temi sociali, culturali e religiosi. Non mancano i momenti di riflessione spirituale e le dirette di grandi eventi ecclesiastici. Ampio spazio è dato alla musica, con una conduzione brillante e una ricca selezione di brani. Nel nuovo palinsesto tante le novità. Come il programma Piazza InBlu dal martedì ai venerdì dalle 9,06 alle 10; con ospiti in studio e l'intervento in diretta degli ascoltatori con telefonate, sms, mail e social network, il programma tratta dei temi più attuali. Il lunedì, nello stesso orario, inInBlu - Lo Sport: il sabato l'economia. Ecclesia, storico quotidiano di informazione religiosa si è rinnovato: va in onda in diretta alle 13,36 di ogni giorno, da lunedì a sabato, e propone anche una rubrica dedicata alle parole di Papa Francesco nella Messa in Santa Marta. Rivisitato e rafforzato da una co-conduzione l'appuntamento Pomeriggio InBlu (15-17). Subito prima, dalle 12,06, va in onda in diretta Cosa c'è di buono? Infine alle 18,12, dal lunedì al venerdì, nella trasmissione

Buona la prima, anticipazioni sugli argomenti forti dei quotidiani in edicola il giorno dopo.

inBlu