

portaparola

portaparola@avvenire.it

32

MARTEDÌ
20 NOVEMBRE 2012

MEDIA & cultura

AV

le parole di Roma 2002



Questo Convegno evidenzia per la comunità ecclesiastica un'istanza di per sé non nuova, ma che occorre assumere con immediata vigore e concretezza. Se da anni la Chiesa in Italia opera per lo sviluppo del progetto culturale nel suo complesso, ora appare evidente che un'attenzione puntuale e mirata deve essere riservata alle forme della cultura che nascono dal sistema mediatico e si alimentano delle sue influenze sempre più pervasive

Cardinale Camillo Ruini
«Parabole mediatiche», 7 novembre 2002

LA FRASE



Viviamo in una società che non sempre condivide gli insegnamenti di Cristo, e che a volte cerca di ridicolizzare o di emarginare la Chiesa, volendo confinarla nella sfera privata. Per accogliere queste immense sfide, la Chiesa ha bisogno di testimoni credibili

Benedetto XVI ai vescovi francesi, 17 novembre

«Parabole mediatiche», una svolta

DI GIACOMO GAMBASSI

Un evento che s'è per la Chiesa italiana ha segnato la presa di coscienza che esiste un variegato e dinamico popolo delle comunicazioni sociali a servizio dell'evangelizzazione. Lo diceva il vescovo di Macerata-Tolmino-Recanati-Cingoli-Treia, Claudio Giuliodori, presidente della Commissione episcopale per la cultura e le comunicazioni sociali. Un appuntamento di grande entusiasmo che ha sollecitato a iniziativa di Cei e con un mondo in espansione, oggi il direttore dell'Ufficio nazionale Cei per la comunicazione sociale, monsignor Domenico Pompili.

Nel novembre di dieci anni fa si teneva a Roma il convegno Cei «Parabole mediatiche», attualmente sparito nel dicitore fra comunità ecclesiastica e mass media. Per tre giorni (7-9 novembre) appassionanti delle nuove frontiere dei linguaggi e operatori pastorali si confrontarono con esperti e studiosi, primi di abbraccio e protagonisti dei cambiamenti in atto. «Per capire il significato di quel- l'evento, il primo nel suo genere in Italia», afferma Giuliodori, alla guida della guida dell'Ufficio nazio-

nale per le comunicazioni sociali e organizzatore del Convegno — bisogna ricordare la scelta dell'episcopato italiano che aveva dedicato il primo decennio del terzo millennio al tema *Comunicare il Vangelo in un mondo che cambia*. E in questo contesto ha avuto luogo il «Parabole mediatiche», con l'intento di offrire un'occasione di incontro ai nostri operatori della comunicazione e, nello stesso tempo, per affrontare assieme le sfide poste dalle nuove tecnologie mediatiche».

All'inizio anche l'eredità del Convegno ecclesiastico nazionale di Palermo del 1995. «Chi partecipò all'appuntamento di Roma — ricorda Pompili — si rese conto che andava definitivamente affrontata la questione del rapporto imprendibile fra cultura e comunicazione, come era stata già definita nella prima assemblea ecclesiastica». Inoltre — aggiunge Giuliodori — in quegli anni cresceva la grande avventura della Chiesa italiana nel campo dei media nazionali che, oltre al consolidamento di *l'Espresso*, *l'Espresso* italiano, *Sabato* e il circuito radiotelevisivo *Rai 3/Beta*. La partecipazione «tanto numerosa e vivace fu per tutti una piacevole sorpresa ed ebbe l'effetto di sdoganare un mondo che per molti versi sembrava essere ai margini della vita ecclesiastica e politica», ricorda il vescovo di Maserata. Il frutto più importante è stato la spinta al direttorio *Comunicazione e missione* del 2004 che, afferma Pompili, «ha offerto un quadro di riferimento concettuale ma anche operativo di assoluto valore per far sì che il nostro impegno a delineare una nuova figura nella dinamica ecclesiastica: quella dell'animatore della comunicazione e della cultura».

Sulla scia di *Parabole mediatiche* sono arrivati altri incontri nazionali. «Il convegno *Testimoni digitali* — spiega Giuliodori — ha concluso nel 2010 un decennio straordinario sulla comunicazione del Vangelo consolidando i passi compiuti e ha aperto la riflessione sulle nuove tecnologie e sulle nuove forme hanno nulla a che fare con la missione della Chiesa», *Salvo 2000* e il circuito radiotelevisivo *Rai 3/Beta*. La partecipazione «tanto numerosa e vivace fu per tutti una piacevole sorpresa ed ebbe l'effetto di sdoganare un mondo che per molti versi sembrava essere ai margini della vita ecclesiastica e politica», ricorda il vescovo di Maserata. Il frutto più importante è stato la spinta al direttorio *Comunicazione e missione* del 2004 che, afferma Pompili, «ha offerto un quadro di riferimento concettuale ma anche operativo di assoluto valore per far sì che il nostro impegno a delineare una nuova figura nella dinamica ecclesiastica: quella dell'animatore della comunicazione e della cultura».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

10 anni fa il convegno Cei che aprì una pagina nuova per la Chiesa e i mass media

L'energia di quei giorni ha cambiato tutto

DI UMBERTO FOLENA

Dieci anni fa, alcune cose erano note, altre ignote. Sapevamo che i cattolici italiani, impegnati in molte missioni tantissimi, un piccolo esercito dalla molteplice vocazioni e mansioni. Sapevamo che le energie profuse dal mondo cattolico erano ragguardevoli. Avevamo la certezza che certe tradizioni, dalle radici solide e profonde, erano sopravvissute alla fine del secolo. I cattolici non muovevano né ieri né ieri l'altro, ma molto più indietro nel tempo. E la tradizione non è acqua fresca. Non sapevamo, però, quanto questo piccolo esercito avesse voglia di ritro-

varsi e tentare un riflessione comune. Ignoravamo se il desiderio di abbracciare una stessa causa e alcuni obiettivi, pur mantenendo ciascuno le proprie peculiarità e le differenze, fosse possibile. I protagonisti di *Parabole mediatiche* — fu forse condiviso. Per essere esplicativi fino in fondo, non sapevamo quanti avrebbero risposto al nostro appello. Se saremmo stati i soliti no, oppure il mondo mediatico cattolico avrebbe dovuto affrontare un altro esercizio: cercare di difendere la sua voglia di avventura. Perché avvertivamo in quel 2002, il mulioso dei media stava cambiando, in quale modo nessuno lo poteva dire con esattezza ma stava mutando e

molto presto niente sarebbe stato più come prima. E questo — per chi crede all'evangelizzazione che fa sul serio i conti con i segni del tempo, per chi crede che il Vangelo viva solo se incarna la dimensione importante. Era una priorità.

Diedi anni fa abbiamo scoperto di essere in tanti, con la stessa passione e determinazione di vivere l'avventura dei mass media, circoscrivendo il suo ruolo e nella sua terra, cioè l'identità interiore. Con questi fondamentali slogan di proposte domande e cercare di capire. Con la medesima sana inquietudine che non ti fa mai sentire «arrivato». E con l'irrefrenabile voglia di imparare, che è il migliore antidoto per

precipitare nella china tragica e fatale di troppi operatori dei media, d'ogni ispirazione e fede: fare i saputelli... A *Parabole mediatiche* ci siamo ritrovati quindi. Con un'energia incredibile. Ma non eravamo una vera comunità. Potremmo non sentirci a lungo, forse. Operare attraverso mezzi diversi e non facili a incontrarsi, a volte. Ma dieci anni fa è scoppiata una consapevolezza comune: apparire a una grande «conferenza dei mediocattolici» con radici e obiettivi condivisi.

Da allora ci pensiamo al plurale. E siamo una cosa sola. È il nostro felice paradosso.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

MEDIA & cultura



Il Logos deve incidere le nostre culture e i suoi frutti, cosicché ciò che non era fruibile venga purificato e non divenga soltanto fruibile, ma buono. Ultimamente è solo il Logos che può condurre le nostre culture alla loro autentica purezza e maturità, ma il Logos ha bisogno dei suoi servitori, dei «coltivatori di sìmoni». L'intervento necessario presuppone competenza, conoscenza dei frutti e del loro processo di maturazione, esperienza e pazienza.

Cardinale Joseph Ratzinger
«Parabole mediatiche», 9 novembre 2002



Servono operai che, con il genio della fede, sappiano farsi interpreti delle odiene istanze culturali, impegnandosi a vivere questa epoca della comunicazione non come tempo di alienazione e di smarrimento, ma come tempo prezioso per la ricerca della verità e per lo sviluppo della comunicazione tra le persone e i popoli. La testimonianza dei credenti trova nel mondo dei media e della cultura un campo vastissimo di espressione.

Giovanni Paolo II, udienza ai partecipanti a «Parabole mediatiche», 9 novembre 2002

PORTAPAROLA

Il viaggio continua
È ormai quasi sei mesi dal lancio del giornale nella nuova veste editoriale e grafica. Così «Avvenire» si presenta a «Parabole mediatiche» illustrando la grande novità (a cominciare dal logo), che oggi è familiare ma che dieci anni fa era ancora piuttosto sorprendente. Insieme al nuovo «Avvenire», allo stand del quotidiano debutta il progetto Portaparola con il primo dei quali si formula le idee-guida di un'iniziativa destinata espressamente alle parrocchie. All'indomani del convegno, poi, nacque questa pagina. Che non si è più fermata, a testimonianza della crescente vitalità mediatica nella Chiesa italiana.



Un momento di «Parabole mediatiche», il grande convegno Cei del novembre 2002

Elisa Manna (Censis)

«Così l'effervescente dei credenti ha contagiatò lo stile di comunicare»

DI STEFANIA CAREDU

Qui i aspetti della comunicazione, della cultura e dell'antropologia non sono secondari rispetto a quelli economici: i media infatti veicolano un sistema di valori e norme che sarà solidale con i valori dei ceti dirigenti. Ma Manna, oggi responsabile del settore Politiche culturali del Censis, raffermava con convinzione la centralità della comunicazione a dieci anni dal Convegno *Parabole mediatiche* dove presenta una delle relazioni più apprezzate.

Qui è cambiato il rapporto tra giovani e cultura rispetto a quanto emerse dalla ricerca che lei presenta nel 2002? Il fenomeno più evidente è l'esplosione dei social network. Il consumo è spostato sui nuovi media e si è diversificata. La platea è oggi meno omologata rispetto a dieci anni fa quando il consumo fa di sé un'esperienza di socialità generalista. I nuovi media hanno caratteristiche più attive e più socializzanti, ma non hanno sottratto niente i rischi reali, dalla pedofilia alla possibilità che minori non sufficien- temente curati possano fornire informazioni a persone sconosciute né gli aspetti di delicatezza sul piano antropologico: nei social network il concetto di amicizia può essere travato e c'è il rischio di una sessualità virtuale, come dimostra il fenomeno dei «predatori».

Come valuta il cambiamento di comportamenti?

Lo spostamento di interessi dei giovan

ani più attivi, più vigili, è una tendenza

che ha fatto da catalizzatore sul mondo cattolico che era ancora un po' assortito sui temi della comunicazione e della cultura. Certo, la stampa laica resta sotto di tipi di valutazione edifica, mostra una certa residenza elettorale

della Chiesa, ma la reazione delle televisioni che provano a recuperare terreno proponendo contenuti violenti e di forte impatto.

Così ha rappresentato «Parabole mediatiche» per il protagonismo dei cattolici nel campo della comunicazio-

ne?

E l'evento che ha fatto da catalizzatore sul mondo cattolico che era ancora un po' assortito sui temi della comunicazione e della cultura. Certo, la stampa laica resta sotto di tipi di valutazione edifica, mostra una certa residenza elettorale

della Chiesa, ma la reazione delle televisioni che provano a recuperare terreno proponendo contenuti violenti e di forte impatto.

Così ha rappresentato «Parabole mediatiche» per il protagonismo dei cattolici nel campo della comunicazio-

ne?

E l'evento che ha fatto da catalizzatore sul mondo cattolico che era ancora un po' assortito sui temi della comunicazione e della cultura. Certo, la stampa laica resta sotto di tipi di valutazione edifica, mostra una certa residenza elettorale

della Chiesa, ma la reazione delle televisioni che provano a recuperare terreno proponendo contenuti violenti e di forte impatto.

Così ha rappresentato «Parabole mediatiche» per il protagonismo dei cattolici nel campo della comunicazio-

ne?

E l'evento che ha fatto da catalizzatore sul mondo cattolico che era ancora un po' assortito sui temi della comunicazione e della cultura. Certo, la stampa laica resta sotto di tipi di valutazione edifica, mostra una certa residenza elettorale

della Chiesa, ma la reazione delle televisioni che provano a recuperare terreno proponendo contenuti violenti e di forte impatto.

Così ha rappresentato «Parabole mediatiche» per il protagonismo dei cattolici nel campo della comunicazio-

ne?

E l'evento che ha fatto da catalizzatore sul mondo cattolico che era ancora un po' assortito sui temi della comunicazione e della cultura. Certo, la stampa laica resta sotto di tipi di valutazione edifica, mostra una certa residenza elettorale

della Chiesa, ma la reazione delle televisioni che provano a recuperare terreno proponendo contenuti violenti e di forte impatto.

Così ha rappresentato «Parabole mediatiche» per il protagonismo dei cattolici nel campo della comunicazio-

ne?

E l'evento che ha fatto da catalizzatore sul mondo cattolico che era ancora un po' assortito sui temi della comunicazione e della cultura. Certo, la stampa laica resta sotto di tipi di valutazione edifica, mostra una certa residenza elettorale

della Chiesa, ma la reazione delle televisioni che provano a recuperare terreno proponendo contenuti violenti e di forte impatto.

Così ha rappresentato «Parabole mediatiche» per il protagonismo dei cattolici nel campo della comunicazio-

ne?

E l'evento che ha fatto da catalizzatore sul mondo cattolico che era ancora un po' assortito sui temi della comunicazione e della cultura. Certo, la stampa laica resta sotto di tipi di valutazione edifica, mostra una certa residenza elettorale

della Chiesa, ma la reazione delle televisioni che provano a recuperare terreno proponendo contenuti violenti e di forte impatto.

Così ha rappresentato «Parabole mediatiche» per il protagonismo dei cattolici nel campo della comunicazio-

ne?

E l'evento che ha fatto da catalizzatore sul mondo cattolico che era ancora un po' assortito sui temi della comunicazione e della cultura. Certo, la stampa laica resta sotto di tipi di valutazione edifica, mostra una certa residenza elettorale

della Chiesa, ma la reazione delle televisioni che provano a recuperare terreno proponendo contenuti violenti e di forte impatto.

Così ha rappresentato «Parabole mediatiche» per il protagonismo dei cattolici nel campo della comunicazio-

ne?

E l'evento che ha fatto da catalizzatore sul mondo cattolico che era ancora un po' assortito sui temi della comunicazione e della cultura. Certo, la stampa laica resta sotto di tipi di valutazione edifica, mostra una certa residenza elettorale

della Chiesa, ma la reazione delle televisioni che provano a recuperare terreno proponendo contenuti violenti e di forte impatto.

Così ha rappresentato «Parabole mediatiche» per il protagonismo dei cattolici nel campo della comunicazio-

ne?

E l'evento che ha fatto da catalizzatore sul mondo cattolico che era ancora un po' assortito sui temi della comunicazione e della cultura. Certo, la stampa laica resta sotto di tipi di valutazione edifica, mostra una certa residenza elettorale

della Chiesa, ma la reazione delle televisioni che provano a recuperare terreno proponendo contenuti violenti e di forte impatto.

Così ha rappresentato «Parabole mediatiche» per il protagonismo dei cattolici nel campo della comunicazio-

ne?

E l'evento che ha fatto da catalizzatore sul mondo cattolico che era ancora un po' assortito sui temi della comunicazione e della cultura. Certo, la stampa laica resta sotto di tipi di valutazione edifica, mostra una certa residenza elettorale

della Chiesa, ma la reazione delle televisioni che provano a recuperare terreno proponendo contenuti violenti e di forte impatto.

Così ha rappresentato «Parabole mediatiche» per il protagonismo dei cattolici nel campo della comunicazio-

ne?

E l'evento che ha fatto da catalizzatore sul mondo cattolico che era ancora un po' assortito sui temi della comunicazione e della cultura. Certo, la stampa laica resta sotto di tipi di valutazione edifica, mostra una certa residenza elettorale

della Chiesa, ma la reazione delle televisioni che provano a recuperare terreno proponendo contenuti violenti e di forte impatto.

Così ha rappresentato «Parabole mediatiche» per il protagonismo dei cattolici nel campo della comunicazio-

ne?

E l'evento che ha fatto da catalizzatore sul mondo cattolico che era ancora un po' assortito sui temi della comunicazione e della cultura. Certo, la stampa laica resta sotto di tipi di valutazione edifica, mostra una certa residenza elettorale

della Chiesa, ma la reazione delle televisioni che provano a recuperare terreno proponendo contenuti violenti e di forte impatto.

Così ha rappresentato «Parabole mediatiche» per il protagonismo dei cattolici nel campo della comunicazio-

ne?

E l'evento che ha fatto da catalizzatore sul mondo cattolico che era ancora un po' assortito sui temi della comunicazione e della cultura. Certo, la stampa laica resta sotto di tipi di valutazione edifica, mostra una certa residenza elettorale

della Chiesa, ma la reazione delle televisioni che provano a recuperare terreno proponendo contenuti violenti e di forte impatto.

Così ha rappresentato «Parabole mediatiche» per il protagonismo dei cattolici nel campo della comunicazio-

ne?

E l'evento che ha fatto da catalizzatore sul mondo cattolico che era ancora un po' assortito sui temi della comunicazione e della cultura. Certo, la stampa laica resta sotto di tipi di valutazione edifica, mostra una certa residenza elettorale

della Chiesa, ma la reazione delle televisioni che provano a recuperare terreno proponendo contenuti violenti e di forte impatto.

Così ha rappresentato «Parabole mediatiche» per il protagonismo dei cattolici nel campo della comunicazio-

ne?

E l'evento che ha fatto da catalizzatore sul mondo cattolico che era ancora un po' assortito sui temi della comunicazione e della cultura. Certo, la stampa laica resta sotto di tipi di valutazione edifica, mostra una certa residenza elettorale

della Chiesa, ma la reazione delle televisioni che provano a recuperare terreno proponendo contenuti violenti e di forte impatto.

Così ha rappresentato «Parabole mediatiche» per il protagonismo dei cattolici nel campo della comunicazio-

ne?

E l'evento che ha fatto da catalizzatore sul mondo cattolico che era ancora un po' assortito sui temi della comunicazione e della cultura. Certo, la stampa laica resta sotto di tipi di valutazione edifica, mostra una certa residenza elettorale

della Chiesa, ma la reazione delle televisioni che provano a recuperare terreno proponendo contenuti violenti e di forte impatto.

Così ha rappresentato «Parabole mediatiche» per il protagonismo dei cattolici nel campo della comunicazio-

ne?

E l'evento che ha fatto da catalizzatore sul mondo cattolico che era ancora un po' assortito sui temi della comunicazione e della cultura. Certo, la stampa laica resta sotto di tipi di valutazione edifica, mostra una certa residenza elettorale

della Chiesa, ma la reazione delle televisioni che provano a recuperare terreno proponendo contenuti violenti e di forte impatto.

Così ha rappresentato «Parabole mediatiche» per il protagonismo dei cattolici nel campo della comunicazio-

ne?

E l'evento che ha fatto da catalizzatore sul mondo cattolico che era ancora un po' assortito sui temi della comunicazione e della cultura. Certo, la stampa laica resta sotto di tipi di valutazione edifica, mostra una certa residenza elettorale

della Chiesa, ma la reazione delle televisioni che provano a recuperare terreno proponendo contenuti violenti e di forte impatto.

Così ha rappresentato «Parabole mediatiche» per il protagonismo dei cattolici nel campo della comunicazio-

ne?

E l'evento che ha fatto da catalizzatore sul mondo cattolico che era ancora un po' assortito sui temi della comunicazione e della cultura. Certo, la stampa laica resta sotto di tipi di valutazione edifica, mostra una certa residenza elettorale

della Chiesa, ma la reazione delle televisioni che provano a recuperare terreno proponendo contenuti violenti e di forte impatto.

Così ha rappresentato «Parabole mediatiche» per il protagonismo dei cattolici nel campo della comunicazio-

ne?

E l'evento che ha fatto da catalizzatore sul mondo cattolico che era ancora un po' assortito sui temi della comunicazione e della cultura. Certo, la stampa laica resta sotto di tipi di valutazione edifica, mostra una certa residenza elettorale

della Chiesa, ma la reazione delle televisioni che provano a recuperare terreno proponendo contenuti violenti e di forte impatto.

Così ha rappresentato «Parabole mediatiche» per il protagonismo dei cattolici nel campo della comunicazio-

ne?

E l'evento che ha fatto da catalizzatore sul mondo cattolico che era ancora un po' assortito sui temi della comunicazione e della cultura. Certo, la stampa laica resta sotto di tipi di valutazione edifica, mostra una certa residenza elettorale

della Chiesa, ma la reazione delle televisioni che provano a recuperare terreno proponendo contenuti violenti e di forte impatto.

Così ha rappresentato «Parabole mediatiche» per il protagonismo dei cattolici nel campo della comunicazio-

ne?

E l'evento che ha fatto da catalizzatore sul mondo cattolico che era ancora un po' assortito sui temi della comunicazione e della cultura. Certo, la stampa laica resta sotto di tipi di valutazione edifica, mostra una certa residenza elettorale

della Chiesa, ma la reazione delle televisioni che provano a recuperare terreno proponendo contenuti violenti e di forte impatto.

Così ha rappresentato «Parabole mediatiche» per il protagonismo dei cattolici nel campo della comunicazio-

ne?

E l'evento che ha fatto da catalizzatore sul mondo cattolico che era ancora un po' assortito sui temi della comunicazione e della cultura. Certo, la stampa laica resta sotto di tipi di valutazione edifica, mostra una certa residenza elettorale

della Chiesa, ma la reazione delle televisioni che provano a recuperare terreno proponendo contenuti violenti e di forte impatto.

Così ha rappresentato «Parabole mediatiche» per il protagonismo dei cattolici nel campo della comunicazio-

ne?

E l'evento che ha fatto da catalizz