

Portaparo- la

portaparo@avvenire.it

le parole di Roma 2002

32 MARTEDÌ 20 NOVEMBRE 2012

MEDIA & cultura



«Questo Convegno evidenzia per la comunità ecclesiale un'istanza di per sé non nuova, ma che occorre assumere con i nedito 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
«Parole mediatiche», 7 novembre 2002



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 sicomori»: l'intervento necessario presuppone competenza, conoscenza dei frutti e del loro processo di maturazione, esperienza e pazienza.

Cardinale Joseph Ratzinger
«Parole mediatiche», 9 novembre 2002



Servono operai che, con il genio della fede, sappiano farsi interpreti delle ardite 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 comunione 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 «Parole mediatiche», 9 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 sola sfera privata. Per accogliere queste immense sfide, la Chiesa ha bisogno di testimoni credibili
Benedetto XVI ai vescovi francesi, 17 novembre

«Parole mediatiche», una svolta

DI GIACOMO GAMBASSI

Un evento che «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 definisce il vescovo di Macerata-Tolentino-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 interrogare in profondità con un mondo in espansione», spiega il direttore dell'Ufficio nazionale Cei per la comunicazione sociali, monsignor Domenico Pompili.

Nel novembre di dieci anni fa si teneva a Roma il convegno Cei «Parole mediatiche, autentico spartiacque nel dialogo fra comunità ecclesiale e mass media. Per tre giorni (7-9 novembre) appassionati delle nuove frontiere dei linguaggi e operatori pastorali si confrontarono con esperti e studiosi, prima di abbracciare Giovanni Paolo II e ricevere dal Papa il mandato a «essere protagonisti dei cambiamenti in atto».

«Per capire il significato di quell'evento, il primo nel suo genere in Italia», afferma Giuliodori, allora alla 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 che ha preso corpo *Parole 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'origine anche l'eredità del Convegno ecclesiale nazionale di Palermo del 1995. «Chi partecipò all'appuntamento di Roma -ricorda Pompili- si rese conto che andava definitivamente affrontata la questione del rapporto imprescindibile fra cultura e comunicazione, come era stata già definita nella grande assemblea ecclesiale». «Inoltre -aggiunge Giuliodori- in quegli anni cresceva la grande avventura della Chiesa italiana nel campo dei media nazionali che, oltre al consolidamento di *Avvenire*, vedeva nascere l'odierna *Ti2000* (allora *Sat2000*) e il circuito radiofonico *InBlu*».

La partecipazione -tanto numerosa e vivace fu per tutti una piacevole sorpresa ed ebbe l'effetto di sgombrare un mondo che per molti versi sembrava essere ai margini della vita ecclesiale e, a volte, anche un po' autoreferenziale», ricorda il vescovo di Macerata. 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 assoluta nitidezza». Da lì è scaturito «l'impegno a delineare una nuova figura nella dinamica ecclesiale: quella dell'animatore della comunicazione e della cultura».



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

Sulla scia di *Parole 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 sull'impatto che hanno nella missione della Chiesa. *Testimoni digitali* ha voluto ribadire la volontà della Chiesa di essere presente in queste nuove realtà, soprattutto nel mondo dei social network, ma non per pura omologazione o per rincorrere mode».

Le sfide per i prossimi anni? «La Rete -dice Pompili- restituisce a tutti la possibilità di parlare, e questo cambiamento di prospettiva ci chiede di abituarci. Poi occorre passare dalla connessione alla comunione, come ha ricordato Benedetto XVI nell'omelia di Pentecoste quando ha sottolineato che il moltiplicarsi delle possibilità non è detto produca una migliore qualità relazionale. Infine c'è bisogno di investire sulle persone. Perché la tecnologia non si sostituisce all'intelligenza, alla creatività e alla generosità. Ed è compito soprattutto dei giovani portare il loro contributo nello spazio digitale così decisivo per annunciare il Vangelo all'uomo di oggi».

non precipitare nella china tragica e fatale di troppi operatori dei media, d'ogni ispirazione e fede: fare i saputelli... A *Parole mediatiche* ci siamo ritrovati in tanti. Con un'energia incredibile. Ma soprattutto è nata una 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: appartenere a una grande «comunità dei media cattolici» con radici e obiettivi condivisi. Da allora ci pensiamo al plurale. E siamo una cosa sola. È il nostro felice paradosso.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

PORTAPAROLA

Il viaggio continua
Erano passati appena sei mesi dal lancio del giornale nella nuova veste editoriale e grafica. Così «Avvenire» si presentò a «Parole mediatiche» illustrando la grande novità (la cominciare dal logo), che oggi ci è familiare ma che dieci anni fa era ancora piuttosto sorprendente. Insieme al nuovo «Avvenire», allo stand del quotidiano debuttò il progetto Portaparo con il primo depliant che formulava 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.

Elisa Manna (Censis)

«Così l'effervescenza dei credenti ha contagiato lo stile di comunicare»

DI STEFANIA CAREDU

«Gli aspetti della comunicazione, della cultura e dell'antropologia non sono secondari rispetto a quelli economici: i media infatti veicolano un sistema di valori e una società sarà solidale nella misura in cui essi proporranno contenuti adeguati». Elisa Manna, oggi responsabile del settore Politiche culturali del Censis, riafferma con convinzione la centralità della comunicazione a dieci anni dal Convegno *Parole mediatiche* dove presentò una delle relazioni più apprezzate.

Com'è cambiato il rapporto tra giovani e cultura rispetto a quanto emerse dalla ricerca che lei presentò nel 2002?

Il fenomeno più evidente è l'esplosione della pluralità dei media. Il consumo mediatico dei giovani si è spostato sui nuovi media e si è diversificato. La platea è oggi meno omologata rispetto a dieci anni fa quando il consumo era dominato dalla tv generalista. I nuovi media hanno caratteristiche più attive e più socializzanti, ma non vanno sottovalutati né i rischi reali, dalla pedofilia alla possibilità che minori non sufficientemente consapevoli possano fornire informazioni a persone sconosciute, né gli aspetti di delicatezza sul piano antropologico: nel social network il concetto di amicizia può essere travasato e c'è il rischio di una sessualità virtuale, come dimostra il fenomeno dei video autoprodotti.

Come valuta il cambiamento di consumi mediatici?

Lo spostamento di interesse dei giovani dalla tv ai nuovi media è da considerarsi complessivamente positivo,

anche se non c'è stato quell'impatto sull'approfondimento culturale che inizialmente veniva prospettato. Il fenomeno però va monitorato perché, malgrado varie battaglie, le recenti normative a tutela dei minori hanno aperto alle esigenze del mercato, a scapito della tutela stessa. Oltre al rischio della superficialità dei nuovi media, bisogna tenere presente la reazione delle televisioni che provano a recuperare terreno proponendo contenuti violenti e di forte impatto. Cos'ha rappresentato «Parole mediatiche» per il protagonismo dei cattolici nel campo della comunicazione?

È un evento che ha fatto da catalizzatore sul mondo cattolico che era ancora un po' assopito sui temi della comunicazione e della cultura. Certo, la stampa laica resta sorda a un tipo di valutazione critica, mostra una certa resistenza derubricando i cattolici a «bacchettoni» quando invece tentano di denunciare il deterioramento antropologico della nostra società, profondamente individualista, erede di un modello di vita imposto per anni dalla tv commerciale. Rispetto al passato, i cattolici sono più attivi, più vigili, c'è una nuova effervescenza, ma il mondo laico non fa da cassa di risonanza. Che cosa fare allora per incidere in modo più efficace?

È necessaria tanta pazienza e perseveranza. Bisogna costruire alleanze che non siano strumentali o politiche ma di principio in diverse aree culturali, trovando sintonie su alcuni temi fondamentali, come ad esempio quello dell'influenza dei media sui minori.

© 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 POLENA

Dieci anni fa, alcune cose erano note, altre ignote. Sapevamo che i cattolici italiani impegnati nei mass media erano tantissimi, un piccolo esercito dalle molte radici solide e profonde, erano e sono una cosa seria. Il impegno dei cattolici non nasceva né ieri né 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 tradizioni, fosse soltanto nostro -noi organizzatori di *Parole mediatiche*- o fosse condiviso. Per essere espliciti fino in fondo, non sapevamo quanti avrebbero risposto al nostro appello. Se saremmo stati i soliti no, oppure il mondo mediatico cattolico avrebbe avvertito almeno un poco la nostra stessa urgenza, allegria, voglia di avventura. Perché questo avvertimento in quel 2002. Il multiverso dei media stava cambiando, in quel 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 dei tempi, per chi crede che il Vangelo vivo solo se incarnato -era decisamente importante. Era una priorità. Dieci anni fa abbiamo scoperto di essere in tanti, con la stessa passione e determinazione di vivere l'avventura dei mass media, ciascuno nel suo ruolo e nella sua terra, con l'identica intensità. Con la stessa formalità, voglia di porre 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