L'incontro del corso Anicec ieri alla Cattolica (Fotogramma)

Ieri alla Cattolica la presentazione del nuovo percorso di formazione Da Giuliodori, Pompili e il rettore Anelli l'invito a favorire l'incontro

il corso Anicec

Gli animatori della comunicazioni «testimoni» digitali del Vaticano II

DA MILANO **GIACOMO GAMBASSI**

Compirà cinquant'anni fra tre settimane. Ma a distanza di mezzo secolo il decreto conciliare sulle comunicazioni sociali *Inter mirifica* resta una bussola con la sua forza profetica e, per certi versi, dirompente. Anche per chi è alle prese con web e social network.
Sono gli animatori della comunicazione e della cultura, punti di riferimento nella comunità cristiana che vuole dialogare con i media. E per formare questi «apostoli» digitali della Parola torna il corso Anicec promosso dall'Ufficio nazionale per le comunicazioni sociali insieme con l'Università Cattolica. Ieri pomeriggio, nella sede di Largo Gemelli a Milano, durante l'incontro sul tema «Capire i media oggi per essere protagonisti» è stato presentato l'itinerario rinnovato e ampliato ma, di fatto, è stata chiusa anche l'edizione precedente con la consegna degli attestati.
«Gli effetti dell'*Inter mirifica* – ha spiegato monsignor Domenico Pompili, sottosegretario Cei e direttore dell'Ufficio nazionale – si sentono ancora oggi». Come dimostra «la questione antropologica legata ai media», l'invito a leggere i cambiamenti massmediali alla stregua di «un salto non solo quantitativo ma qualitativo» e l'impegno a usare un «linguaggio che sia universale ma sappia anche penetrare nelle coscienze di ciascuno».
Del resto, ha sottolineato il rettore della Cattolica, Franco Anelli, nell'era digitale «tutti siamo potenziali comunicatori» e accanto alla sfida di «capire come funzionano i media» c'è bisogno di avere un «approccio al messaggio che sia al tempo stesso fedele e corretto, ma anche accattivante».
Un aiuto arriva dal corso che vede fra i padri fondatori l'attuale assistente ecclesiastico generale della Cattolica, il vescovo Claudio Giuliodori. «L'iniziativa – ha ricordato – è nata con la pubblicazione del Direttorio Cei *Comunicazione e missione* del quale nel 2014 ricorrono i dieci anni». Un testo che ha permesso di «dare piena cittadinanza nella comunità ecclesiale a questo ambito» tanto che, accanto ai verbi «annunciare» e «trasmettere» il Vangelo, la Chiesa italiana ha inserito anche «comunicare». In fondo, ha sottolineato Fausto Colombo, direttore del Dipartimento di scienze della comunicazione, «nella sovrabbondanza generata dalla tecnologia, il fine della comunicazione resta l'incontro fra le persone».
Al rapporto fra Chiesa e comunicazione è stata dedicata la tavola rotonda moderata da don Ivan Maffeis, vice direttore dell'Ufficio Cei. «L'idea rilanciata dal Concilio – ha detto Ruggero Eugeni, docente di semiotica dei media – è quella che la Rivelazione è di per sé un evento comunicativo. E occorre riacquistare la consapevolezza di tutto ciò». Ecco perché, ha aggiunto Chiara Giaccardi, docente di sociologia e antropologia dei media, «non abbiamo nulla a che fare con il marketing della fede». Anzi, l'animatore ha il compito di «smontare i pregiudizi» sul digitale e creare ponti fra le generazioni. Da Armando Fumagalli, ordinario di teoria dei linguaggi, che ha proposto un'analisi sui grandi media (dal cinema alla tv) l'invito alla comunità ecclesiale a «puntare su una comunicazione che raggiunga tutti, anche chi fa fatica a comprendere le elaborazioni teologiche».

© RIPRODUZIONE RISERVATA