

Portato

28 MARTEDÌ 3 DICEMBRE 2013

MEDIA & cultura



Da domenica scorsa il cambio di veste grafica e di «spasso»: 12 diocesi per un unico «annuncio»

Il nuovo Lazio 7 e Avvenire: avanti insieme

DI ALESSANDRO PAONE *
Domenica mattina, alla fine delle Messe, mi sono precipitato in edicola per prendere la copia di Avvenire. Abituamente leggo il giornale dal tablet, ma stavolta c'era una novità che non dovevo perdersi: il nuovo Lazio 7. Ho vissuto personalmente il progetto di rinnovamento grafico e editoriale di questo inserto, e la gioia di avere tra le mani il frutto di un lavoro partito nel 2000 e ripreso tre anni fa, è stata davvero grande. Fu monsignor Domenico Pompili a avviare, da quel tempo, questo cambia-

mento, e con lui e don Ivan Maffei, ora entrambi ai vertici nazionali, sono stati decisi alcuni punti cardine per far decollare un progetto rimasto nel cassetto per troppo tempo. Il primo punto che abbiamo sviluppato è stato quello di strutturare una redazione che coordinasse il lavoro delle diocesi per avere un prodotto che parlasse di più del territorio. Da qui l'inserimento di due pagine di apertura, a carattere regionale, e non più la pagina delle diocesi che a rotazione passava in pool position. Altro punto forza è stato un lavoro di confronto e ascolto delle diocesi interessate al rinnovo e di quelle che avrebbero potuto entrare, anche se ancora non ancora presenti su Lazio 7. Questo ascolto ha richiesto tempo sia per la ricchezza e la diversità di ciascuna realtà diocesana, sia per la struttura degli uffici e del territorio. Le paure iniziali, dovute a un sistema editoriale sconosciuto di gestione delle pagine, all'idea di doversi vedere frequentemente dovendo aggiungere ulteriori mansioni alle tante che ognuno ha già quotidianamente, sembrava quasi spostare l'ago della bilancia sul «rimaniamo dove siamo». È stato decisivo, in questo, l'apporto di Avvenire

che ha messo a disposizione le proprie risorse, umane ed economiche, per lo start-up e per i contatti diretti con i vescovi delle diocesi laziali, facendo vedere come il vecchio Lazio 7 non fosse più «comunicativo». L'investimento fatto, quindi, avrebbe portato a uno strumento in grado di parlare alla gente, diventando ve non più solo del «locale», ma con una dimensione «regionale». Questa è stata la carta vincente. Così, dopo due numeri zero, siamo riusciti a partire. La data di avvio, la prima domenica di Avvenire, è stata una scelta significativa: tempo di attesa, inizio di un nuovo anno liturgico, proposta per una nuova dimensione per comunicare Cristo incarnato nella storia. Attesa non più di un bambino. Attesa del Risorto che tornerà e ci chiede di annunciare, già oggi, la speranza della sua venuta con segni concreti e parole di vita delle nostre realtà sociali. Personalmente trovo bella anche una coincidenza inaspettata. Da domani anche Avvenire avrà una nuova veste grafica: sarà segno di una rinascita insieme? * Incaricato per le Comunicazioni sociali del vescovo di Roma

LA FRASE Oggi, quando le reti e gli strumenti della comunicazione umana hanno raggiunto sviluppi inauditi, sentiamo la sfida di scoprire e trasmettere la «mistica» di vivere insieme, di mescolarci, di incontrarci, di prenderci in braccio, di appoggiarci. Papa Francesco, esortazione apostolica «Evangelii gaudium», 24 novembre

DI DOMENICO POMPILI *
Forse non tutti ricordano l'esitazione che aveva accompagnato l'approvazione dell'Inter mirifica, il primo documento licenziato dal Concilio Vaticano II. Cinquant'anni dopo, le titubanze sono solo un ricordo di fronte a quello che l'Inter mirifica ha prodotto nella Chiesa. Il documento si introduceva, peraltro, con una splendida affermazione circa «le meravigliose invenzioni della tecnica... che più direttamente riguardano le facoltà spirituali dell'uomo e che hanno offerto nuove possibilità di comunicare» (n. 1), il che lasciava trapelare lo sguardo originale con cui guardava a questa novità dei tempi moderni. La scelta dell'Inter mirifica non è stata più abbandonata e di lì sono andate consolidandosi alcune linee di sviluppo che oggi si fanno più chiare. Ne enumero almeno tre. La prima: la scelta di un approccio non specialistico, che fa degli strumenti della comunicazione sociale non un fatto tecnico, ma una questione antropologica, dove la variabile umana appare decisiva. La seconda: la percezione di un cambio d'epoca e non solo di un'epoca di cambiamenti, direbbe papa Francesco. L'Istruzione pastorale del 1971 (Communio et Progressio), che verrà redatta per dare compimento all'incomputezza dell'Inter mirifica, pone un interrogativo che presagisce la rivoluzione digitale che sta per appalesarsi: «A questo punto si pone un problema molto difficile, se siamo cioè alla soglia di un'era totalmente nuova della comunicazione sociale oppure se, in altre parole, nelle comunicazioni si sta operando non soltanto un progresso di quantità, ma anche di qualità» (n. 181). La terza: la sfida di un linguaggio che dovrebbe giungere a tutti, ma con la capacità di penetrare dentro la coscienza di ciascuno. Non alla massa impersonale degli individui anonimi ed equivalenti, ma ad ogni singolo membro della famiglia umana, facendo appello proprio alla sua irripetibile unicita. Paolo VI, nella Evangelii nuntiandi (8 dicembre 1975) lo dice con chiarezza: «Nel nostro secolo, contrassegnato dai mass media o strumenti di comunicazione sociale, il primo annuncio, la catechesi o l'approfondimento ulteriore della fede, non possono fare a meno di questi mezzi (...). Posti al servizio del Vangelo, essi sono capaci di estendere quasi all'infinito il campo di ascolto della Parola di Dio, e fanno giungere la Buona Novella a milioni di persone. La Chiesa di sentirebbe colpevole di fronte al suo Signore se non adoperasse questi potenti mezzi,

Inter mirifica

Il dialogo con i media attuale dopo 50 anni

che l'intelligenza umana rende ogni giorno più perfezionati; servendosi di essi la Chiesa «predica sui tetti» il messaggio di cui è depositaria; in loro essa trova una versione moderna ed efficace del pulpito. Grazie ad essi riesce a parlare alle moltitudini. Tuttavia l'uso degli strumenti di comunicazione sociale per l'evangelizzazione presenta una sfida: il messaggio evangelico dovrebbe, per il loro tramite, giungere a folle di uomini, ma con la capacità di penetrare nella coscienza di ciascuno, di depositarsi nel cuore di ciascuno, come se questi fosse l'unico, con tutto ciò che egli ha di più singolare e personale, e di ottenere a proprio favore un'adesione, un impegno del tutto personale» (n. 45).

Inter mirifica, Communio et progressio e Evangelii nuntiandi sono il triangolo concettuale da cui ripartire se vogliamo riannodare i fili di un rapporto, quello tra fede e comunicazione, che a ogni epoca si presenta in modo nuovo. Un rapporto che oggi deve misurarsi con le sfide del digitale. La novità oggi è il fatto di trovarsi in una stagione che gli Walter Ong aveva definito di «oralità secondaria». Per un verso siamo tornati a scrivere su smartphone e tablet, per un altro verso questa comunicazione è quasi parlata e segnata da una ricerca di interlocuzione che cerca relazioni prima che contenuti, e che utilizza forme colloquiali, gergali, contratte molto più vicine alla lingua parlata che a quella scritta. McLuhan definiva questa oralità secondaria, rintracciabile allora nel linguaggio giovanile e oggi in quello della Rete come «visible speech»: «parola parlata visibile» più che «parola scritta». Parola che, in ogni caso, mette al centro la relazione. Come sottolinea anche l'ultimo Rapporto Censis-Ucsi, intitolato L'evoluzione digitale della società, «Le tecnologie digitali si stanno fondendo con la nostra dimensione corporea e mentale (...) perché di fatto non sono più i media, cioè qualcosa che sta "in mezzo" tra una cosa e l'altra. Gli strumenti digitali sono la cosa che si forma dalla fusione di noi stessi con i dispositivi telematici. Per questo motivo, si può sostenere che è in corso una vera e propria evoluzione della specie, un salto qualitativo delle nostre attitudini e capacità». Non basta però registrare la novità sul piano quantitativo, con tutte le curiosità sulla dieta mediatica che si trasforma e sulla priorità dell'uno o l'altro strumento, o la loro convergenza. Occorre mettere a tema lo scarto qualitativo che la novità tecnica comporta, e che ci aiuta a rileggere nella giusta prospettiva il rapporto tra ciò che è nuovo e ciò che è antico, tra le meravigliose invenzioni e i bisogni antropologici originari: la rinnovata centralità della relazione, che precede ogni passaggio di contenuti e ne è condizione imprescindibile. E, dunque, riconoscere, che, grazie anche alle meraviglie della tecnica, oggi il linguaggio è relazionale prima che referenziale. Come ben ci mostra, peraltro, papa Francesco con la sua catechesi quotidiana in cui parole e azioni, medium e messaggio coincidono. Anche nei nuovi ambienti digitali dunque, se riusciamo a farci testimoni, il medium più prezioso siamo noi. * direttore Ufficio Cei comunicazioni sociali



Concilio Vaticano II, i Padri conciliari escono dalla Basilica di San Pietro, ottobre 1962

Intuizioni, proposte e idee del decreto conciliare «lette» alla luce del web 2.0

A ROMA

LATERANENSE, DOMANI UNA GIORNATA DI STUDIO
La frontiera della comunicazione sociale è stato messo in evidenza dal Concilio Vaticano II con l'Inter mirifica promulgata il 4 dicembre 1963. Ai cinquant'anni del documento è dedicato un convegno promosso per domani dalla Pontificia Università Lateranense - in particolare attraverso il Centro studi e ricerche sul Concilio - in collaborazione con il Pontificio Consiglio delle comunicazioni sociali, l'Ufficio nazionale Cei e l'Ufficio per le comunicazioni sociali del vicariato di Roma. «Inter mirifica, cinquanta anni fra tra le meraviglie è il titolo dell'evento che si terrà nell'Aula Paolo VI. La sessione mattutina sarà aperta alle 9.30 dai saluti dell'arcivescovo Claudio Maria Celli, presidente del Pontificio Consiglio delle comunicazioni sociali, e del vescovo Enrico dal Covolo, rettore della Lateranense. Quindi sarà affrontata la dimensione storica dell'«inter mirifica», con monsignor Dario Edoardo Viganò, direttore del Centro televisivo vaticano, e lo storico Federico Ruzzi, della Fondazione per le scienze religiose di Bologna. Nel pomeriggio la riflessione sull'importanza del decreto nella Chiesa universale (con monsignor Paul Tighe, segretario del Pontificio Consiglio delle comunicazioni sociali), nella Chiesa italiana (con monsignor Domenico Pompili, direttore dell'Ufficio nazionale per le comunicazioni sociali) e nella Chiesa di Roma (con don Walter Inesio, direttore dell'Ufficio diocesano). Il saluto conclusivo sarà di Antonio Preziosi, direttore di Radio Uno e del Giornale Rai Rai.

«La qualità? Ha la persona al centro»

DI GIACOMO GAMBASSI

Un testo di sorprendente attualità. Quando a Fausto Colombo si chiede come leggere l'Inter mirifica a cinquanta anni dalla promulgazione del decreto conciliare sulle comunicazioni sociali avvenuta il 4 dicembre 1963, il docente di teoria e tecniche dei media all'Università Cattolica di Milano che dirige il Dipartimento di scienze della comunicazione e dello spettacolo spiega che ci sono passaggi del testo che «sembrano scritti adesso». E aggiunge: «Fra le meravigliose invenzioni su cui il Vaticano II poneva l'accento e che erano di stampo, la radio, la televisione e il cinema, oggi possiamo far rientrare la possibilità offerte dal digitale, come dimostra l'attenzione della Chiesa a queste nuove frontiere». Professore, il decreto sottolinea che per l'annuncio del Vangelo la comunità ecclesiale «ritiene suo dovere servirsi anche degli strumenti di comunicazione sociale». Direi che il punto chiave sta nella congiunzione «anche». Pensiamo al pontificato di papa Francesco: Bergoglio sta usando molto le nuo-

ve tecnologie, come Twitter. Ma il fulcro è l'abbraccio con la persona. E quell'«anche» ci dice la misura della saggezza della Chiesa: i media sono strumenti di integrazione dell'incontro e non il fine. Nel documento si parla di diritto all'informazione. È ancora attuale quel richiamo? È cruciale. Certo, ciò che conta è che l'informazione sia utile all'uomo, ossia di qualità. Cosa che nessun mezzo garantisce di per sé. Sono le persone che la assicurano. Così entra in campo la legge morale cui si riferisce l'«inter mirifica». Per usare bene i mezzi di comunicazione serve prima di tutto considerare il contenuto che va adattato a ciascun medium. Poi il decreto indica il ruolo del contesto: significa tenere presente l'intento, le persone, il luogo, il tempo. Di



Fausto Colombo
Il massmediologo della Cattolica, Colombo: un testo di grande slancio da riprendere in mano

fatto sono le regole di fondo della comunicazione. E per fare una buona comunicazione non basta essere sicuri dei contenuti ma occorre misurare quanto si incide sull'altro. Inoltre riferirsi alla legge morale vuol dire fare attenzione alla forza di suggestione, proteggere i deboli, costruire una sapienza in chi riceve. Di fatti i mezzi di comunicazione danno il loro meglio quando vengono impiegati in termini pastorali, cioè camminando con l'altro e mettendolo sullo stesso piano di chi trasmette il messaggio. Nel documento si anticipa la necessità della «media education». L'Inter mirifica afferma che la società non è estranea alla qualità dei media. Perché i media non cadono su terreni non arati. Il disordine non ogni giorno con l'esperienza, le capacità, l'educazione. Ciò implica anche a una respon-

sabilità personale. Poi il decreto evidenzia già il ruolo dell'opinione pubblica: adesso, nell'era del web 2.0, è ancora più vero. Allora come è possibile una buona comunicazione? Superando una logica solo tecnicistica. Secondo il documento conciliare, non conta la persuasione, ma far passare i valori. La stesura del decreto è stata travagliata. Visto il risultato straordinario, la dialettica è stata importante. Anzi, dovremmo forse riprendere l'idea che il confronto all'interno della comunità ecclesiale è salutare. Oggi papa Francesco chiede alla Chiesa di «cercare i lontani» nell'esortazione apostolica «Evangelii gaudium». Magari anche con i media. Il Pontefice ci testimonia che occorre farsi prossimo. Del resto la parola «comunicazione» ha dentro di sé il vocabolo «azione». Comunicare è andare incontro all'altro e prendersene cura. Come ci esorta il Papa e come possiamo fare anche noi seguendo il suo esempio.