

ROBERTAPAROLA

26 | MEDIA & CULTURA

Martedì
8 Novembre 2016

«Vita Trentina», 90 anni dalla parte delle periferie

DIEGO ANDREATTA

La storia ma anche l'impegno attuale dei settimanali cattolici si può leggere come il tentativo di dare voce alle periferie, non solo geografiche, indicate dal Papa. Per *Vita Trentina*, fondato nel 1926 come voce di coraggio della diocesi, questa è l'interpretazione al centro della tre giorni di celebrazioni del Novantesimo, da giovedì a sabato nella sede comunale di Palazzo Geremia e al Polo diocesa-

no Vigiliarium. L'11 novembre sarà l'ex direttore del giornale trentino Ivan Maffei, oggi portavoce Cei, a confrontarsi col direttore di *Avvenire* Marco Tarquinio e il direttore del Tgr nazionale Vincenzo Morgante su «Le periferie trovano voce», presenti le autorità locali e l'arcivescovo. Monsignor Lauro Tisi augura a *Vita Trentina* di essere «un'umile bussola, capace d'indicare strade possibili» nella presentazione dello speciale di 80 pagine con 90 parole affidate al commento di altrettante firme trentine: un coro di voci per sottolineare identità e servizio del settimanale.

Il programma del Novantesimo si è aperto ieri con la mostra fotografica «Il mondo accanto» di Gianni Zotta, fotoreporter di *Vita Trentina*, che insieme al compianto maestro Flavio Fagnanello ha raccolto 50 fotografie di sole ombre. La serata di domani sarà dedicata a un libro autobiografico di monsignor Giuseppe Grosselli, la mattina di sabato a un confronto tra social e carta, col presidente Fice Francesco Zanotti. Nel pomeriggio la figlia di Alcide De Gasperi, Maria Romana, firma di *Avvenire*, racconterà l'amicizia del padre con il primo direttore di *Vita Trentina* monsignor Giulio

Delugan. Infine il concerto del Freedom Gospel Choir davanti alla Basilica di Santa Maria Maddalena con un'inedita proiezione video-mapping. Il programma sarà diffuso dalla radio *Trentino inBlu* che da oltre 25 anni affianca il settimanale.



Lo speciale per i 90 anni



MASSIMILIANO PADULA*

Educarsi alle visioni mediatiche del contemporaneo per capire, discernere e tutelare. E nello stesso tempo condividere e coinvolgere persone che, nei propri territori, abbiano voglia di mettersi in gioco con quei «meravigliosi doni di Dio» che sono i mezzi di comunicazione. L'Aiart, l'associazione nata nel 1954 per formare e preservare gli spettatori della nascente programmazione televisiva, continua il suo cammino non dimenticando che agire autorevolmente non può prescindere da una necessaria presa di coscienza personale. Per questo motivo venerdì e sabato 50 delegati da tutta Italia si incontreranno a Roma per confrontarsi sulle nuove sfide associative di fronte alla complessità crescente dello scenario tecnologico. E lo faranno con la con-

Una delle sfide di fronte a cui si trovano le famiglie oggi è quella educativa, resa più complessa dalla realtà culturale attuale e dalla grande influenza dei media

Nuovi cittadini per nuovi media

sapevolezza che i media incrociano le nostre esistenze fino a orientare scelte, costruire relazioni, favorire conoscenza, causare criticità. Il compito dell'Aiart è di essere bussola all'interno di questo universo che, con la diffusione del digitale, si è fatto ancora più caotico e impercettibile. Il lavoro dell'associazione inizia, però, già nella prima metà degli anni Cinquanta. L'impulso dato da Pio XII e da Luigi Gedda fu fondamentale per creare un gruppo di interlocutori che potesse garantire la moralità dei programmi del servizio pubblico. Quell'impegno ha attraversato fasti e decadenze del contesto radio-

televisivo. Dalla bellezza della tv pedagogica alle ambiguità di quella commerciale, fino alle tante riforme governative di sistema, l'associazione ha sempre messo al primo posto il bene degli spettatori. Lo ha fatto con i suoi gruppi di ascolto, facendo pressione sulle istituzioni e protestando attraverso i giornali. Sempre con uno stile attento alla dignità della persona e proiettato nella ricerca della verità. Vicina alla Chiesa italiana e plurale nel suo sguardo e nelle sue riflessioni, l'Aiart nei decenni ha cambiato volto. Da semplice strumento di vigilanza è diventata centrale culturale a 360 gradi.



Il presidente Padula

Ne sono esempio la sua rivista storica *Il Telespettatore* che proprio quest'anno compie mezzo secolo, la più recente pubblicazione di alta divulgazione *La Parabola* e numerosi corsi di formazione e i convegni organizzati in tutta Italia. Il prossimo appuntamento formativo intende proprio gettare le basi per un ulteriore salto di qualità: superare i limiti di una spettatorialità sempre più partecipativa e frammentata e creare i presupposti di una vera e propria cittadinanza mediale, nella quale lo spettatore, da soggetto passivo (e deresponsabilizzato), diventa attore, un autore in grado di esprimersi, narrarsi e rappresentarsi sul Web con coscienza e buon senso. «Responsabilità» e «competenza» diventano, dunque, le fondamenta dell'impegno che l'associazione profonde nei luoghi tradizionali della sua azione: in famiglia, nelle scuole, nelle parrocchie e nelle istituzioni. Si tratta di un progetto ambizioso ma su cui l'Aiart ha deciso di scommettere, dando il proprio contributo «affinché i media – come scrive papa Francesco nella *Laudato si'* – si traducano in un nuovo sviluppo culturale dell'umanità e non in un deterioramento della sua ricchezza più profonda».

*presidente nazionale Aiart

L'EVENTO
Due giorni di riflessioni per rilanciare l'impegno

«Numeri e media. Dalla realtà reale alla realtà percepita». Ne parlerà Nando Pagnoncelli, presidente Ipsos, introducendo la due giorni di formazione «Da spettatori a cittadini mediatici. L'Aiart di fronte alle sfide della contemporaneità» venerdì e sabato a Roma. Interverranno Domenico Delle Foglie, direttore del Sir e presidente Copercom (Comunicazione ecclesiale e mondo associativo) e Filippo Ceretti, pedagogista dell'Università di Bolzano-Bressanone («Uomo e visione nella post-medialità»). Massimiliano Padula racconterà l'associazione «tra memoria e futuro». A coordinare il seminario sarà il vice presidente Giovanni Baggio. Sabato l'attività laboratoriale sulle «buone pratiche». L'Aiart ha sede a Roma in via Aurelia 468 (email: presidente@aiart.org; 06.66048450).



Una foto del progetto «Guardi mediati» promosso da Aiart Veneto con lavori di liceali

GLI STRUMENTI

Tre schermi nel logo rinnovato E dal 2017 una collana di libri

Nuovo logo, nuovo sito, nuova collana e presenza incisiva sui social network. L'Aiart pianifica la comunicazione in modo coordinato. Nel logo entrano, con l'acronimo rinnovato, tre micro-schermi sovrapposti. «L'idea» spiega il presidente Padula «è richiamare la tradizione cromatica del tubo catodico e raccontarci attraverso i tre schermi che rappresentano il nostro legame



con la visione: una tradizionale davanti al televisore, una crossmediale con i molteplici dispositivi digitali e una personale che rimanda al nostro essere produttori e spettatori». La nuova collana «La Parabola» edita da Ets sarà inaugurata a inizio 2017, esordio con un libro sui cinquant'anni di «Our World», primo evento in mondovisione.

Competenti e responsabili: gli utenti «crossmediali» nella nuova proposta Aiart

Torino. Con i genitori dei più piccoli l'analisi e la scelta dei cartoni animati

La sezione Aiart di Torino ha realizzato un video per spiegare l'associazione e le nuove necessità di educazione ai media. Il lavoro ha partecipato anche alle selezioni dei programmi per l'accesso della Rai: «Abbiamo saputo che il video è stato molto apprezzato» spiega l'ex insegnante Giusy Renzani, vicepresidente Aiart Torino e membro del Comitato nazionale di presidenza – ma per motivi di ordine tecnico non potrà essere trasmesso. Ci riproveremo, anche su invito del Corecom Piemonte. Le interviste sono comunque disponibili su You tube («Alla scoperta dell'Aiart-Piemonte») e riassumono le finalità dell'associazione, tenendo conto della necessità di continuo aggiornamento. «La comunicazione mediale deve essere letta in un'ottica più ampia, in modo da evitare la schiz-

zofonia da social network. È necessaria una lettura più umanistica, perché i media siamo noi». Di particolare interesse gli incontri con i genitori di bambini delle scuole materne: con l'aiuto di alcuni professionisti, analizzano i cartoni animati per comprendere meglio quali siano i più opportuni. «Dopo il convegno nazionale di Roma – conclude Giusy Renzani – saremo pronti a riprendere le nostre attività sul territorio. Dobbiamo riportare al centro l'uomo, non il mezzo, che è una nostra creazione. È la persona a dover essere oggetto della nostra attenzione».

Daniilo Poggio

Matera. Anche un «censimento» per capire i consumi della gente

Quartiere San Giacomo, periferia di Matera. Corre il 2011 e, per iniziativa dell'Aiart, 1.000 dei 7.000 abitanti del rione vengono sottoposti a una sorta di censimento singolare: il test intende appurare il grado di cultura mediale in un quartiere di Matera. «I risultati sono stati sorprendenti» osserva Domenico Infante, materano, già segretario nazionale dell'Aiart, e oggi membro del comitato di presidenza dell'associazione. «L'idea» spiega il presidente Padula «è richiamare la tradizione cromatica del tubo catodico e raccontarci attraverso i tre schermi che rappresentano il nostro legame

È in quella iniziativa una delle pietre miliari del contributo che l'Aiart della città dei Sassi ha saputo costruire per il territorio. «Quel progetto ci servì molto» evidenzia Infante «perché i risultati, preoccupanti, furono subito dibattuti con le istituzioni cittadine e i dirigenti scolastici con i quali venne condiviso un cammino di informazione e formazione la cui ricadute sono spalmentate negli anni successivi».

Vito Salinaro

San Donà di Piave. Parole e foto: le reti sociali esigono formazione

Qual è il messaggio della foto che posto su Facebook o che invio su Whatsapp? Può avere un significato per chi la riceve? Immaginarsi se lezioni scolastiche così intriganti non affascinano i liceali che Sandra Costa e i suoi collaboratori dell'Aiart di San Donà di Piave (provincia di Venezia) ma diocesi di Treviso) incontrano sempre più spesso. E con loro anche i ragazzi delle medie e perfino i bambini delle scuole dell'infanzia. Un'educazione a tappeto sull'uso dei nuovi social.

A tutti i livelli, anche nell'insegnamento della religione. Foto e linguaggi non solo autentici ma pregnanti. «La prima domanda quando abbiamo intenzione di fare un clic e di postarlo» spiega Costa agli studenti «è di immaginare cosa ne fanno gli altri. E cioè se altri serve o meno. Anche la foto di una pizza se accompagnata da uno sguardo diver-

buso dei nuovi mezzi di comunicazione. «La lotta al bullismo passa da qui». Le lezioni ai ragazzi, magari con ore trascorse a spiegare come si realizza uno scatto o un video efficaci, si alternano con corsi di formazione per i docenti. Una scommessa è la rete, non solo oggetto di studio ma metodo operativo condiviso con tante associazioni».

Francesco Dal Mas