



PORTAPAROLA

È a tutti evidente come, nello scenario attuale, la "social network community" non sia automaticamente sinonimo di comunità. Nei casi migliori le "community" riescono a dare prova di coesione e solidarietà, ma spesso rimangono solo aggregati di individui che si riconoscono intorno a interessi o argomenti caratterizzati da legami deboli. Inoltre, nel social web troppe volte l'identità si fonda sulla contrapposizione nei confronti dell'altro... ci si definisce a partire da ciò che divide piuttosto che da ciò che unisce...

Papa Francesco
Dal Messaggio per la 53esima Giornata mondiale delle comunicazioni sociali (domenica 2 giugno 2019)

C'è una «community» per tutti

Così cinque comunicatori cattolici, protagonisti del convegno che si è tenuto nei giorni scorsi ad Assisi, ci aiutano a comprendere come la tecnologia detti legge nella gestione dei nostri rapporti personali

Siamo uomini o algoritmi? Domanda paradossale, ma nei fatti pertinente: è a tal punto affidata alla tecnologia la gestione di parti rilevanti della nostra vita che c'è da chiedersi se ancora sapremmo prescindere. Intanto gli algoritmi dettano legge, intronettendosi in modo apparentemente arbitrario (in realtà tecnicamente inesorabile) nelle nostre frequentazioni online, traducendo nel loro linguaggio astratto la concretezza di legami umani. Di questi, al-

lora, cosa ne resta, e cosa diventano? Una questione tutt'altro che speculativa, se si pensa a quanto anche il senso della relazione e lo stesso spirito comunitario dipende da persone (da credenti) ormai abituate ad appaltare allo smartphone una parte significa-

tiva dei propri rapporti personali. Ancor meno si sottrae a questo sottile e dilagante dispotismo digitale l'informazione ecclesiale, che si rivolge a utenti interni ma anche a chi sta al di fuori della comunità cristiana. La Chiesa si trova così a testimoniare, con la

propria stessa presenza e comunicando ciò che fa, quel senso della comunità che la società va smarrendo e del quale diventa preziosa custode a nome di tutti. Anche di questo ha ragionato nei giorni scorsi ad Assisi, il convegno dell'Ufficio nazionale per le comunicazioni sociali. Interessante sbirciare negli appunti che 5 comunicatori cattolici protagonisti delle giornate assisane condividono con noi. (E.O.)

PIACENZA

Incontrare le persone e lasciarsi interrogare per raccontare l'opera di Dio nella vita quotidiana

DAVIDE MALOBERTI

Una parola mi ha accompagnato nei giorni del convegno ad Assisi: «Scava». Ho cercato di capire che cosa potesse significare. L'ho intuito - o almeno mi sembra - durante la visita serale alla basilica inferiore di San Francesco condotta, fra gli altri, dal Custode, padre Mauro Gambetti. È stato lui più volte a sottolineare: «La chiesa in cui ci troviamo è come un grembo: con Cristo possiamo rinascere, proprio come ha fatto Francesco». Tre metri sotto l'altare di quella chiesa è sepolto il Poverello di Assisi. Mi sono detto: siamo sottoterra, bisogna continuare a scendere, a scavare. Per trovare cosa? Le motiva-

zioni profonde per lavorare nel campo della comunicazione, e cioè la spinta dello Spirito Santo; il rendere attuale, oggi come agli inizi, la meraviglia del primo incontro con il Signore, quello che ti dice che vale la pena raccontare Lui e la sua opera nella vita della gente. Per fare questo - è stato sottolineato più volte al convegno - occorre incontrare le persone, lasciarsi interrogare, scavare nella loro ricerca di una speranza. Si arriva a un convegno come questo nella speranza illusoria di sentire spiegare la ricetta che fa vendere di più. Senza risorse in questo campo non si combina molto. Ma tutto dipende dal punto di partenza. Occorre ripartire da Cristo. Senza di Lui non si va da nessuna parte.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ALBANO

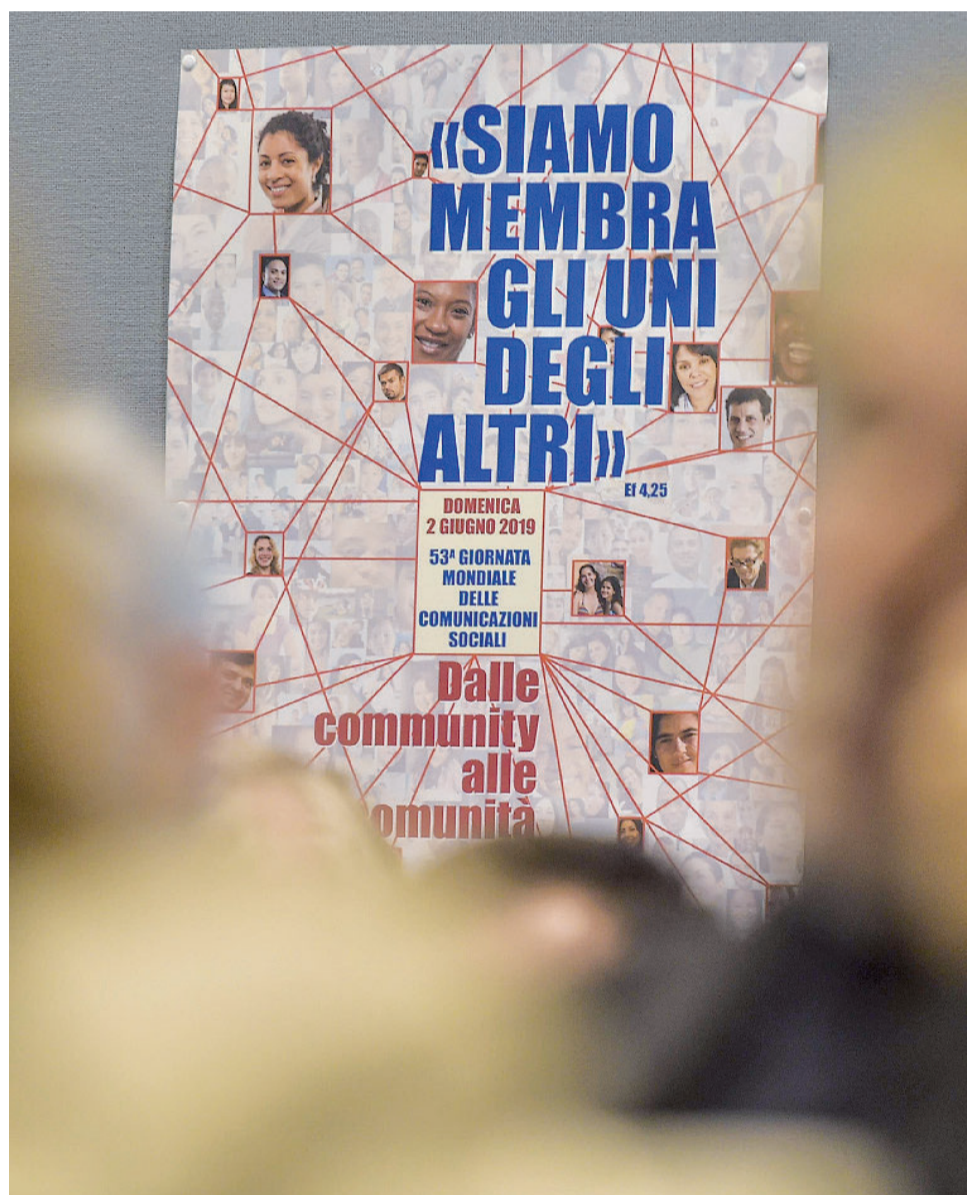
La Rete sembra il paese dei balocchi, ma si rischia di fare la fine dell'asino

ALESSANDRO PAONE

Più che una Rete sembra il paese dei balocchi, luogo di divertimento e di servizi gratuiti, dove poter passare del tempo o incontrare persone. Tutto gratis. Esiste, però, anche un'altra faccia della medaglia perché, se da una parte ci viene offerto un servizio gratuito, dall'altra siamo sotto continua osservazione: tutto viene monetizzato e, alla fine, si diventa merce di scambio. Come avvoltoi, i grandi della Rete sono pronti a catturare la grande mole di informazioni, rivendendole al miglior offerente: abitudini alimentari, stili di vita, spostamenti, uso della carta di credito e chissà quali altre azioni che non ci aspettiamo possano diventare di interesse commerciale. Sicuramente non diventiamo gli asini di Colodi, instupiditi dal divertimento obnubilante, ma la similitudine è calzante e il rischio è concreto. Diventa quindi importante conoscere il meccanismo. Se è vero che non possiamo sottrarci a questo sistema, conoscendolo possiamo interagire in modo consapevole con la parte nascosta della grande Rete. L'altra parte invisibile è quella degli algoritmi. I motori di ricerca funzionano attraverso di essi. Bisogna, quindi, comprendere come agiscono per non cadere nella trappola che porta a pensare che i primi risultati sono i più attendibili. I motori non sono strutturati secondo una gerarchia di valori, hanno un sistema complesso. In realtà non siamo più noi a cercare contenuti, ormai sono essi a trovarci.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Locandina della Giornata mondiale del 2 giugno



L'ESPERTO

Archiviata persino l'idea dei «nativi digitali», tutto cambia alla svelta Oggi nella comunicazione occorre puntare sulla professionalità

GUIDO MOCELLIN

Tutto cambia: a volte lentamente, nell'arco di decenni, a volte rapidamente, nel giro di... qualche convegno su Chiesa e comunicazione. Dunque me ne torno da quello di Assisi avendo messo in soffitta (elenco i termini dal più antico al più nuovo): l'"oratorio fordista" (Johnny Dotti), grande e strutturato per impiegare il tempo libero di legioni di ragazzi; il "televisore del divano" (Vincenzo Morgante), cioè quello davanti al quale l'utente poteva solo o cambiare canale o spegnere; le "sinergie", alle quali sono preferibili le "integrazioni" perché più rispettose della specificità dei vari media (Vincenzo Corrado); il "virtuale", un concetto al quale da tempo gli studiosi hanno rinunciato perché, volgarizzato, viene erro-

neamente contrapposto al "reale" (Paolo Peverini, Rita Marchetti). Persino l'idea di "nativi" e "immigrati" non ci serve più a interpretare la popolazione che abita l'ambiente digitale: ciò che importa è che gli uni e gli altri riescano a diventare "cittadini digitali" (Stefano Pasta) e, se sono cristiani, cerchino di farsi anche "samaritani digitali" (Andrea Tomasi, echeggiando un messaggio di papa Francesco). Ma come governare il cambiamento? Attingendo alla saggezza popolare: quella di un modo di dire riminese, «tutto sta nell'incominciare» (Eugenio Savino), cioè da come le cose si impostano, e quella di un proverbio palermitano, «senza soldi non si canta Messa» (Pino Grasso), ovvero: in un comparto cruciale come quello della comunicazione occorre puntare sulla professionalità.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

CAGLIARI

Più impegno nel sostenere parrocchie e famiglie Così si può favorire il senso di appartenenza

GIULIO MAEDDU

Il cammino pastorale decennale della Chiesa italiana sta per concludersi. Le linee di fondo indicate per la crescita delle nostre comunità cristiane, dal 2010 al 2020, hanno messo al centro della riflessione e dell'azione il tema dell'educazione. In questo contesto la dimensione comunicativa ha avuto un ruolo determinante. Il convegno "#ComunitàConvergenti" ha costituito un'occasione opportuna non solo per fare il punto su quanto già si è realizzato ma anche per rilanciare una concreta operatività orientata a rendere sempre più esplicita la "vocazione" formativa degli uffici diocesani. Due ambiti, in particolare, dovranno sempre più o-

rientrare l'azione educativa dei nostri uffici. Innanzitutto quello parrocchiale. Gli uffici diocesani devono crescere nell'impegno ad assicurare a famiglie, scuole e parrocchie un supporto che aiuti a pensare, a ricostruire percorsi, a favorire senso di appartenenza e di adesione alla comunità, nella valorizzazione della multicanalità comunicativa. Tale impegno pedagogico a favore delle comunità locali, però, reclama il secondo ambito di intervento educativo che è quello dei sacerdoti e di coloro che, oggi ancora in formazione, saranno le guide delle comunità cristiane di domani. E se non sempre le proposte sembrano essere all'altezza, significa che abbiamo di fronte a noi una sfida da accogliere.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

NOLA

Il virtuale avanza in modo inarrestabile Per capire il reale però meglio la strada

MARIANGELA PARISI

In tre parole la sfida per la comunicazione ecclesiale italiana che sembra emersa con forza dalla tre-giorni di Assisi. *Realtà*. Davanti all'avanzare travolgente del virtuale, serve una voce che ne affermi il suo essere non alternativo antagonista del reale ma sviluppo e potenziamento: la dimensione algoritmica non sarà infatti mai in grado di tradurre la complessità dell'esistenza. Il futuro della comunicazione, che è molto di più del passaggio di informazioni, dipende quindi dal "ritorno alla strada", soprattutto da parte dei diversi addetti alla comunicazione. *Comunione*. Ricominciando a narrare gli uomini stando dentro le relazioni, sarà possibile favorire una comunicazione frutto di comunione. Meta questa da avere ben visibile all'orizzonte, non solo nel dialogo con "il mondo" ma soprattutto nel dialogo all'interno del corpo ecclesiale, sempre più provocato dai nuovi media anche sul piano dell'annuncio del Regno. Scegliere la "logica del like" non può essere la risposta della chiesa al cambiamento mediale, salvo non si voglia contribuire al bene comune favorendo il consolidarsi di "comunità difensive". *Professionalità*. La comunicazione richiede dunque competenza, non solo nell'uso dei nuovi mezzi e spazi di scambio informativo ma anche nella formazione necessaria all'interpretazione del quotidiano e alla cura del dialogo con i protagonisti del sociale. Come ogni azione pastorale anche quella comunicativa va fondata su una progettualità.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

FAENZA

«Il Piccolo», 120 anni attenti ai fatti

GIULIO DONATI

Un compleanno è prima di tutto motivo di festa. Un'occasione per condividere un traguardo in famiglia e con gli amici. Dunque con la città, la redazione e gli amici della Fisc. Ed è il senso del convegno "Colori d'Europa" previsto a Faenza/Forlì il 16/18 maggio. Un traguardo che è subito ripartenza perché ogni settimana i lettori attendono la nuova edizione. Come accade in rete su ilpiccolo.org. I 120 anni de *Il Piccolo*, sono anche le mie personali nozze d'argento professionali con il settimanale diocesano di Faenza-Modigliana, di cui da qualche anno sono anche direttore responsabile. Un pensiero sincero va a quanti mi hanno preceduto, ma anche a tutti i collaboratori di ieri e di oggi. Ho ereditato una grande responsabilità, nei confronti del mio vescovo e dei lettori. «Come fate a riempire tut-

te quelle pagine?». Ci chiedono. Per noi è frutto di un lavoro di scelta. E ci si arriva partendo dalla documentazione per verificarne poi l'attendibilità. La cosa vale ancor più oggi, tempo nel quale la percezione è diventata metro di verifica della realtà. Quanto parlare di temperatura percepita, ma anche di sicurezza percepita. Non è dunque sempre vero quel che è vero, ma quello che potrebbe esserlo. Ecco, per noi la sfida giornalistica dell'oggi: far emergere la verità dei fatti, per amore della fede in Gesù che professiamo. Oltre che tenere l'attenzione sulla verità che uomini e donne della comunità cristiana di Faenza, assieme al loro vescovo, vivono e annunciano quotidianamente. In qualche modo ci sentiamo eredi di chi ha iniziato questa avventura nel 1899 sentendo l'esigenza dell'annuncio cristiano oltre che del confronto a viso aperto con le ideologie socialista e massonica.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'APPUNTAMENTO

Europa e grandi sfide al convegno della Fisc

«Colori d'Europa. Le sfide del terzo millennio» è il tema del convegno nazionale che la Federazione italiana settimanali cattolici (Fisc) organizza a Faenza e Forlì da giovedì a sabato in onore di due compleanni particolarmente "rotondi" dei rispettivi periodici ecclesiali: «Il Momento», che taglia il traguardo del secolo di vita, e «Il Piccolo», che di anni ne compie ben 120. Le due diocesi romagnole ospitano direttori, giornalisti e operatori della stampa cattolica locale in un periodo significativo per due motivi: le imminenti elezioni europee e la pressione sulla libera stampa cattolica dei territori esercitata dai minacciati tagli ai contributi per l'editoria.

FORLÌ

«Momento» che dura da un secolo

QUINTO CAPPELLI

Il settimanale della diocesi di Forlì-Bertinoro, *Il Momento*, ha celebrato lo scorso gennaio il centenario della nascita, con un nuovo progetto editoriale e grafico di rilancio e con un convegno di 200 giornalisti, guidati da don Ivan Maffei, direttore dell'Ufficio nazionale Comunicazioni sociali della Cei, e da Marco Tarquinio, direttore di *Avenire*. «Per avere un futuro, i settimanali diocesani sostengono il vescovo diocesano, Livio Corazza - devono restare fedeli alla loro missione di servizio alla verità e alla comunità anche nel mondo dei social». Fondato nel 1919 da don Giuseppe Prati, il popolare don Pippo, parroco e direttore spirituale della città romagnola, che aveva risposto con questa iniziativa all'appello di don Sturzo ai "liberi e forti", negli anni Settanta *Il Momento* fu acquistato dalla cooperativa Nuo-

va Agape, fino al passaggio definitivo alla diocesi alcuni anni fa. «Il settimanale - spiega il direttore don Franco Appi - è cambiato nella grafica, con caratteri più leggibili. Ma è cambiata anche la linea editoriale, con articoli più brevi e miglior capacità di sintesi; più spazio ad approfondimenti e alle notizie del territorio». Un altro obiettivo riguarda «l'allargamento alle iniziative che si realizzano oltre le sacrestie, per tentare di informare su una Chiesa diocesana in uscita, che provoca un dialogo con la società». Più attenzione è riservata all'impegno dei cattolici per la giustizia, la pace e la politica. Alla versione cartacea è affiancato il sito online (www.ilmomento.biz). Il rinnovamento prevede la collaborazione con i media di diocesi vicine, fra cui Ravenna-Cervia e Faenza-Modigliana. Conclude il direttore: «Quello che non cambia è l'impegno per l'evangeliizzazione dentro la storia dell'umanità».

© RIPRODUZIONE RISERVATA