

CONFERENZA EPISCOPALE ITALIANA
UFFICIO NAZIONALE PER LE COMUNICAZIONI SOCIALI

Convegno Nazionale
dei Direttori degli uffici diocesani
e degli operatori
della comunicazione sociale

Pescara, 11-13 novembre 1999

Indice

Saluto di S.E. Mons. Francesco Cuccarese pag. 5

Introduzione ai lavori

Don Claudio Giuliadori pag. 7

RELAZIONI

**Comunicazione e cultura: i media paradigma
della vita quotidiana?**

Prof. Francesco Casetti pag. 16

**La cultura dei media nell'orizzonte europeo:
opportunità e limiti per l'annuncio del Vangelo**

Padre Gabriel Nissim, o.p. pag. 21

Le nuove sfide della comunicazione diocesana

Prof. A. Robert White, s.j. pag. 27

**L'ORA DELLE SINERGIE: STRATEGIE DI COLLABORAZIONE
NELLE REALTÀ LOCALI.**

FISC, Don Vincenzo Rini pag. 38

Corallo, Dott. Luigi Bardelli pag. 43

UCSI, Dott. Paolo Scandaletti. pag. 49

Cinema e Spettacolo, Don Dario Viganò pag. 52

LA FIGURA DELL'OPERATORE PER LA CULTURA E LA COMUNICAZIONE

Presentazione del *sussidio* a cura di:

Don Claudio Giuliadori pag. 60

Dott. Vittorio Sozzi. pag. 71

**LABORATORI SUGLI AMBITI OPERATIVI
DELLA NUOVA FIGURA DELL'OPERATORE**

A. La comunicazione a servizio della comunione nella comunità cristiana	pag. 80
B. Un servizio per qualificare la comunicazione della Chiesa	pag. 82
C. La cura dell'informazione e il raccordo con i media e le antenne.	pag. 84
D. L'animazione della sala della comunità	pag. 87
E. La promozione di iniziative culturali	pag. 89
F. L'utilizzo delle nuove tecnologie a servizio della pastorale	pag. 91

"L'ONDA MEDIATICA: NUOVA BARBARIE O NUOVO UMANESIMO?"

TAVOLA ROTONDA

Interventi di: Gad Lerner, Ettore Bernabei,
Gianfranco Ravasi, Dino Boffo.

Modera: Massimo Bernardini	pag. 94
--------------------------------------	---------

S

Saluto di S.E. Mons. Francesco Cuccarese

Arcivescovo di Pescara-Penne

Viviamo in un'epoca che può definirsi, a ragione, l'epoca delle comunicazioni. In tempo reale, le notizie raggiungono tutti i luoghi del mondo, dove, la tecnologia, sia avanzata.

I mezzi di comunicazione incidono, moltissimo, sul pensiero e sui modi di vivere. Purtroppo la maggior parte dei messaggi che vengono trasmessi, denunciano una generale caduta dei valori e un preoccupante degrado morale.

Questa drammatica realtà ci interroga, profondamente, sulle nostre responsabilità di uomini e di cristiani, chiamati a dare al mondo, la nostra testimonianza.

È necessario ristabilire il primato della persona sulle cose, richiamare e rigenerare le radici cristiane, su cui si fonda, il patrimonio della nostra cultura. È necessario risvegliare il desiderio di un nuovo umanesimo che attinga alla "insondabile ricchezza di Cristo" (Ef. 3,8) e porti al mondo i valori del Vangelo e il suo messaggio di salvezza. È urgente dare, attraverso i mezzi di comunicazione, orientamenti culturali che indirizzino all'educazione, formino alla vita, riconoscano la dignità della persona e l'imprescindibilità dei valori esterni, suscitino nuovo interesse, verso le potenzialità di bene, racchiuse nel cuore umano.

Il Santo Padre, che ha tanto fortemente orientato il suo Magistero alla "nuova evangelizzazione", ha avuto modo di sottolineare, come, "la teologia, nella sua storia millenaria, ha sempre ricercato, alleati che l'aiutassero a penetrare tutte le ricchezze del piano divino, così come esso, si disvela nella storia dell'uomo e si riflette nella magnificenza del cosmo".

Numerosi seminari di studio e corsi di aggiornamento, promossi in questi anni dall'Ufficio per le comunicazioni sociali della CEI, hanno evidenziato la necessità di unire le forze per progettare sistemi informativi, che orientino modi di pensare e comportamenti ispirati, al senso cristiano della vita.

È comprensibile la preoccupazione della Chiesa di fronte al dilagare dell'informatica che riduce le comunicazioni ad una pura curiosità informativa, per cui, la cultura, oggi, diventa una piattaforma, in cui, tutto viene coinvolto, in una confusione di affermazioni e contraddizioni, purché si faccia informazione. In tale contesto si tende a trascurare e considerare irrilevanti, gli aspetti interiori e spirituali che non sono riducibili ad oggettività ed interesse informativo.

Ma il messaggio cristiano è centrale alla vita dell'uomo, come ha spesso indicato il Santo Padre. Da qui la necessità e l'urgenza di adottare responsabilmente nuove strategie per annunciare Cristo al mondo d'oggi in modo efficace, dialogico e facilmente accessibile. Gli strumenti della comunicazione in tale modo, con l'ausilio di esperti comunicatori cristiani, potranno essere utilizzati al servizio del Vangelo.

“La Chiesa, ha detto il Card. Ruini, deve prendere più seriamente a cuore le problematiche della comunicazione sociale ... puntando a mettere insieme forze molteplici secondo un progetto il più possibile coerente e sinergico, per essere in grado di offrire a tutti, notizie e interpretazioni, modi di pensare e stili di comportamento, in cui il senso cristiano della vita sia presente e concretizzato”.

Bisogna per questo trovare e prospettare, nuove vie verso attività e interessi che nobilitino l'uomo, offrendogli motivi per scegliere con convinzione e coraggio, tutto ciò che si traduce in espressione positiva della propria umanità e la esalta, invece di svilirla.

Molto valgono i buoni esempi, che edificano, spronando all'emulazione. Essi dimostrano che la migliore qualità della vita non è data dalle maggiori possibilità economiche o dal conseguente incremento dei consumi, ma dal benessere interiore che, se è coltivato in ognuno di noi, si allarga poi all'intera società.

Seguendo le accorate esortazioni del Santo Padre, adoperiamoci ad impiegare le nostre migliori risorse, per far risplendere nel 2000, la luce del Cristo Risorto.

† FRANCESCO CUCCARESE
Arcivescovo



Introduzione ai lavori

a cura di Don CLAUDIO GIULIODORI
Direttore dell'Ufficio Nazionale per le comunicazioni sociali

1.
Capaci
di ascoltare,
pronti
a parlare

Il tema che guiderà i lavori del nostro convegno “*Capaci di ascoltare, pronti a parlare: la Chiesa in Italia di fronte alla nuova cultura dei media*” pone al centro la questione dell’atteggiamento con cui la Chiesa deve affrontare questa nuova condizione culturale che tanto incide sulla mentalità e sulla stessa esperienza religiosa. È uno slogan ma non vuole risuonare solo come una frase ad effetto. Queste parole evocano da una parte la tensione ideale e dall’altra l’attitudine concreta con cui la Chiesa che è in Italia, è chiamata a sviluppare la sua missione alle soglie del terzo millennio.

La complessità e il vorticoso sviluppo dei processi comunicativi richiedono una rinnovata capacità di discernimento che, per i credenti, si realizza attraverso lo sguardo penetrante della fede. La capacità di ascoltare e la prontezza nel parlare nascono da una visione di fede, in grado di riconoscere e promuovere il bene essenziale dell’uomo e della società. In ultima analisi questo tema rimanda alla capacità di mettersi in ascolto del Cristo e con Lui dell’uomo che anche oggi, nonostante il frastuono dei media e la fragilità di tante espressioni culturali, è alla ricerca del vero, del buono e del bello. All’intelligenza credente è chiesto di intercettare le domande di senso e di verità, esplicite e implicite, per offrire a tutti l’inesauribile e insuperabile verità del Vangelo.

La prima parte, *capaci di ascoltare*, sottolinea l’attitudine tipicamente religiosa del credente che si pone in ascolto del Signore. Fin dal battesimo siamo stati segnati con un rito specifico per poter ascoltare “presto” la Parola del Signore. Da questa Parola siamo illuminati, guidati e sostenuti: “Infatti – come ci dice la lettera agli Ebrei –, la Parola di Dio è viva, efficace e più tagliente di ogni spada a doppio taglio” (Eb 4, 12). La Parola del Signore è penetrante perché è lo stesso Verbo eterno fatto carne e vivente in mezzo a noi. La Sua Parola mentre ci svela il disegno di salvezza, ci mette in grado di interpretare anche la vicenda umana e ci aiuta a cogliere tutti fermenti positivi, a discernere i rischi, a percepire l’anelito dell’uomo che cerca, nonostante tutto, la verità e il bene. Ci poniamo in ascolto del Signore e del Suo Spirito e lo facciamo immersi nel moderno areopago dei media, consapevoli che la cultura mediatica è, oggi, il campo nel quale o si sviluppa o si smarrisce la missione della Chiesa. Di fronte alla medializzazione di tutti i processi umani e sociali non è possibile

alcuna neutralità o indifferenza. È una sfida difficile, per certi versi smisurata, ma proprio per questo più affascinante. Certamente questo ritrovarci insieme affinerà e amplificherà la nostra capacità di ascoltare, potendo attingere alla Parola del Signore e alle parole di cui ci faremo dono reciprocamente.

La seconda parte, *pronti a parlare*, ci ricorda il compito fondamentale che deriva dalla vocazione cristiana. Come ci ricorda San Pietro nella prima lettera, i credenti in Cristo sono invitati ad essere: “pronti sempre a rispondere a chiunque vi domandi ragione della speranza che è in voi” (1Pt 3, 15). Non vogliamo entrare in concorrenza con il fiume di parole che ormai inonda la nostra vita e ci sommerge fino a farci sentire la nausea. Sappiamo che la missione della Chiesa e l’efficacia della sua parola non dipendono dal moltiplicarsi dei discorsi, ma dalla sapienza che li pervade. La prontezza del parlare quindi nasce non dall’eloquenza o dalla potenza dei mezzi o dalla ricerca di un effimero apparire, ma dalla forza dello Spirito che in ogni tempo rende possibile quanto avvenuto a Pentecoste quando i discepoli “pieni di Spirito Santo cominciarono a parlare in altre lingue come lo Spirito dava loro il potere d’esprimersi” (Atti 2, 4). Il rapido sviluppo dei media e il crescente livello di interazione sociale impongono alla Chiesa di recuperare il dinamismo della Pentecoste sapendo che solo se mossi dallo Spirito Santo sarà possibile incidere in profondità nella mentalità sociale e nella coscienza delle persone. È compito e dovere della Chiesa far sì che tutti possano ascoltare nella propria lingua, nel senso che è necessario saper arrivare alla gente parlando il loro linguaggio, secondo la sensibilità nuova creata dai media, senza timori riverenziali, coscienti dei nostri limiti ma, anche e soprattutto, consapevoli delle grandi potenzialità insite nel tessuto vivo e, per questo “comunicante”, della Chiesa italiana.

Con queste sollecitazioni che ci vengono dalla fede e dal nostro impegno nel campo delle comunicazioni sociali iniziamo questo Convegno. Siamo qui a Montesilvano per dare continuità al nostro lavoro ma soprattutto per guardare avanti e per fare, sulla base del cammino già avviato, ulteriori e significativi progressi. Noi, gente della comunicazione, per il ruolo che ci è proprio, desideriamo essere i sensori della comunità ecclesiale per offrire le indicazioni e gli strumenti di cui essa ha bisogno per svolgere adeguatamente la sua missione.

2.
Per la prima volta
un convegno
unitario

Continuità e novità quindi. Lo scorso anno a Trevi avevamo manifestato l’esigenza di raccordare meglio il lavoro di coloro che operano nel mondo della comunicazione. E’ maturata così, come esigenza condivisa e come scelta inderogabile, la decisione di allargare l’annuale Convegno dei Direttori degli Uffici diocesani per le comunicazioni sociali a tutti coloro che nelle realtà diocesane operano nel mondo della comunicazione e in particolare a coloro che si ricono-

scono nelle aggregazioni più significative, da quella dei Settimanali cattolici, la Fisc, a quella delle radio e delle televisioni, il Corallo, a quella dei giornalisti, l'Ucsi, al coordinamento della stampa associativa Copercom, invitando infine anche i rappresentanti dell'Accec.

Nel ringraziare i rispettivi Presidenti per la sentita adesione a questo Convegno e per la fattiva collaborazione, vorrei sottolineare come questo anno sia stato denso di ricorrenze tutt'altro che formali. Agli auguri vogliamo unire la speranza che le ricorrenze diventino il preludio per nuovi sviluppi. L'Accec ha celebrato i suoi 50 anni di vita con un importante Convegno, celebrato alla fine di ottobre, e con una pubblicazione che ne ripercorre la storia. Questa associazione che vede il suo operato legato alla tradizione delle sale cinematografiche si trova oggi sollecitata ad assumere nuove ed inedite responsabilità sul versante delle Sale della Comunità secondo le indicazioni contenute nel documento della Commissione ecclesiale per le comunicazioni sociali. *"La sala della comunità: un servizio pastorale e culturale"* è un importante documento che interpella tutta la comunità ecclesiale e su cui avremo modo di ritornare nel corso dei nostri lavori.

Anche l'Ucsi ha celebrato da poco i suoi quarant'anni. Oltre che con la presentazione di un libro in cui sono raccolti autorevoli commenti sulla presenza dei cattolici nel mondo del giornalismo, l'importanza della ricorrenza è stata sottolineata da un messaggio del Santo Padre al Presidente dell'unione. Tra i numerosi passaggi di grande interesse ce n'è uno che può essere assunto da tutti noi come prospettiva essenziale di lavoro per questo convegno e più in generale per la pastorale delle comunicazioni sociali: *"È indispensabile fornire a tutti strumenti culturali adeguati per dialogare con i mezzi della comunicazione sociale - afferma il Santo Padre in questa lettera -, allo scopo di orientarne in senso positivo le scelte informative, nel rispetto dell'uomo e della sua coscienza. Questi problemi di alta rilevanza morale interpellano la Chiesa e le aggregazioni laicali, a livello centrale e nelle articolazioni territoriali, diocesane e parrocchiali. La pastorale della comunicazione si rivela sempre più importante quale punto di riferimento sia per gli operatori dei media, che per i fruitori di essi. Vi incoraggio perciò ad intensificare la vostra azione apostolica nella consapevolezza della vostra responsabilità nella Chiesa e nella società"*¹.

Anche se non collegata ad una particolare ricorrenza, mi sembra importante ricordare l'udienza concessa dal Santo Padre ai partecipanti al Convegno del Consorzio delle Radiotelevisioni Libere Locali (Corallo) che si è tenuto in maggio. Anche in quell'occasione il Santo Padre ha voluto rimarcare l'importanza dei media cattolici e il loro insostituibile servizio. Anche di questo discorso mi è caro ricordare un passaggio che ci richiama l'importanza dei media cattolici

¹ Messaggio del Santo Padre GIOVANNI PAOLO II al Dott. Paolo Scandaletti, Presidente dell'Unione Cattolica della Stampa Italiana (UCSI), 22.09.1999, n. 4, in *"L'Osservatore Romano"*, 23 settembre 1999, p. 8.

che, nel territorio, promuovono la diffusione di una cultura attenta ai valori della fede e al bene autentico dell'uomo e della società: *“La comunicazione sociale diventa ogni giorno più complessa e assume un ruolo sempre più importante nella formazione della mentalità e nella costruzione della società civile. La stessa opera di evangelizzazione, in cui la Chiesa è particolarmente coinvolta alle soglie del terzo millennio, trova nell'uso dei media un percorso fondamentale e imprescindibile. Il vostro impegno, pertanto, non può essere considerato marginale o settoriale, anche perché la comunicazione è diventata come l'anima che dà forma alla cultura del nostro tempo”*².

Ho voluto richiamare alcuni passaggi importanti per la storia e la vita di alcune associazioni che si ritrovano oggi qui per condividere il loro cammino con i direttori degli uffici diocesani per le comunicazioni sociali, perché la ricchezza di queste esperienze diventi sempre più un patrimonio comune e condiviso. Conoscersi e creare concreti percorsi di collaborazione è la prima e fondamentale condizione per fare decisivi passi in avanti.

Questo Convegno traduce in percorsi concreti una precisa indicazione emersa a Palermo e poi ribadita a più riprese in questi anni. *“Consapevoli del ruolo sempre più decisivo che assumono i media, intendiamo promuovere in ogni diocesi – affermano i nostri vescovi nella nota che ha fatto seguito al Convegno di Palermo –, una pastorale organica della comunicazione sociale, con ufficio diocesano adeguato e animatori ben preparati, per curare la formazione dei sacerdoti, dei comunicatori e degli utenti. Ci impegniamo a far sì che i media cattolici attivino sollecitamente tra loro una rete di sinergie redazionali, gestionali, diffusionali, a livello locale e nazionale, per elevare la qualità e abbassare i costi. Chiediamo ai sacerdoti e agli operatori pastorali di sostenere e di utilizzare più largamente, nella loro formazione e nel loro servizio, i media cattolici”*³.

Raccordare e promuovere la collaborazione sul territorio, tra i media cattolici e i diversi operatori della comunicazione, è un compito fondamentale dell'ufficio diocesano per le comunicazioni sociali. Non mancano certo uffici che già da tempo si muovono su questa linea, ma gli incontri che abbiamo avuto con le realtà regionali e diocesane ci spingono a dare nuovo impulso a questo lavoro comune che, ancor prima di essere una condizione indispensabile ai fini operativi, è un essenziale e imprescindibile segno della comunione ecclesiale che deve caratterizzare il contributo della pastorale delle comunicazioni sociali alla vita della Chiesa.

Non possiamo essere cattivi maestri. Quello che siamo soliti dire agli altri, quando affermiamo che il modo di comunicare è già, in

² GIOVANNI PAOLO II, Discorso ai membri del Corallo ricevuti in udienza il 28 maggio 1999, n. 2, in *“L'Osservatore Romano”*, 29 maggio 1999, p. 5.

³ CONFERENZA EPISCOPALE ITALIANA, *Nota pastorale Con il dono della carità dentro la storia*, (26 maggio 1996) n. 29.

qualche maniera, contenuto della comunicazione stessa, vale a maggior ragione per noi. Se il nostro agire nel campo della comunicazione resta prigioniero della frammentazione, della sporadicità e di personalismi non daremo mai quella testimonianza di “comunione comunicante” che è regola per i cristiani che comunicano e segno profetico per il mondo della grande comunicazione, sempre più frantumato e per molti versi arido.

Sulla base di un sentire e di un agire pastorale fortemente connotati dalla collaborazione e dalla unitarietà sarà possibile affrontare in modo costruttivo anche alcuni snodi che saranno oggetto dei nostri lavori.

Posto come obiettivo primario del nostro ritrovarci lo sviluppo di fattive e concrete modalità di collaborazione, che ogni diocesi attiverà poi nelle forme che riterrà più opportune e secondo le esigenze peculiari di ogni realtà, il Convegno intende affrontare anche alcune questioni di particolare rilevanza per lo sviluppo della pastorale delle comunicazioni, non dimentico del contesto nuovo in cui siamo coinvolti e chiamati a responsabilità. Ecco, allora, che dalla descrizione dello *sfondo* – che abbiamo affidato al prof. Casetti, circa il rapporto comunicazione e cultura, e a padre Gabriel Nissim, che ci aiuterà a individuare le opportunità e i limiti per l’annuncio del Vangelo nell’orizzonte europeo – saremo invitati a focalizzare, con l’intervento di padre White, sulle nuove sfide che, sul versante del rapporto pastorale e comunicazione, interpellano le nostre Chiese locali. Nei nostri lavori, quindi, riprenderemo il tema delle sinergie e daremo avvio alla individuazione e alla promozione dell’operatore della cultura e della comunicazione.

Circa le sinergie avremo modo di sviluppare la nostra riflessione nella mattinata di domani attraverso i lavori che si svolgeranno all’interno di gruppi costituiti su base territoriale. I lavori di gruppo saranno introdotti da un video, curato da Sat 2000, con cui vogliamo ripercorrere le principali tappe che hanno segnato il cammino della Chiesa italiana, da Palermo ad oggi, sul versante della comunicazione. Colgo l’occasione per ringraziare Sat 2000 e l’agenzia News Press per l’attenzione che hanno voluto riservare a quanto Convegno. Quanto si è andato sviluppando in questi anni sul versante della collaborazione tra l’emittenza radiotelevisiva satellitare e le emittenti locali è certamente uno dei segni più confortanti delle sinergie possibili e della necessità che il raccordo tra nazionale e locale sviluppi tutte le sue potenzialità. Don Franco Mazza coordinerà poi gli interventi dei responsabili delle diverse realtà associative che offriranno il loro contributo alla individuazione delle forme più adeguate per sviluppare e migliorare le sinergie.

Nel pomeriggio di domani approfondiremo invece la riflessione sulla figura dell'operatore per la cultura e la comunicazione. Avremo modo di prendere visione del lavoro fatto sino ad ora e riassunto, nei suoi tratti salienti, negli atti del Convegno di Chianciano, che avete in cartella. Sarebbe bene leggere intanto le pagine iniziali del fascicolo nelle quali è riportato il sussidio sulla figura dell'operatore. La ricerca attorno a questa figura è stata sviluppata assieme ai responsabili del Servizio nazionale per il progetto culturale, con il quale si sta collaborando fattivamente anche per altre iniziative. Dopo l'introduzione ci sarà ancora lo spazio per il confronto nei laboratori che sono stati articolati in base ad alcuni ambiti operativi con cui dovrà misurarsi questa figura di operatore. Ci aspettiamo che attorno alla figura cresca poi una mobilitazione diffusa e capillare, una specie di movimento che favorisca la maturazione di persone motivate e competenti. È ovvio che la sfida non risiede solo nel riuscire a promuovere questa figura. La difficoltà più grande è certamente quella di far emergere nelle comunità ecclesiali, e in particolare nelle parrocchie, l'esigenza di un operatore che agisca, per mandato o comunque con l'attenzione della Chiesa, nel vasto campo della cultura e della comunicazione.

4.
Il Convegno
come evento
di comunicazione

Ma il Convegno non è solo un momento di confronto e di elaborazione, è anche un momento per "gustare" la comunicazione. All'esigenza di fare gustosi assaggi di comunicazione si legano infatti gli eventi proposti nei dopo cena e la tavola rotonda di sabato mattina. Tre momenti diversi che hanno in comune il fatto di proporsi come spaccati di importanti percorsi comunicativi. Questa sera ci verrà proposto un musical, curato da Don Italo Uberti. Il musical è una delle forme più diffuse di comunicazione anche nell'ambito diocesano e parrocchiale. Sarà l'occasione per sperimentare ancora una volta l'efficacia e le potenzialità di questa forma di rappresentazione. Domani sera avremo invece l'opportunità di misurarci con la grande tradizione del cinema religioso potendo vedere in anteprima il Gesù di Joung prodotto per la Rai dalla Lux vide del Dott. Ettore Bernabei che ringrazio per la sua presenza e per questa opportunità offerta ai convegnisti. La sua lunga e straordinaria esperienza nel mondo televisivo e imprenditoriale ci sarà di grande aiuto anche per il confronto di sabato.

La tavola rotonda di sabato mattina infatti è stata pensata come un dibattito a tutto campo sui temi della comunicazione e in particolare sulle sue prospettive di sviluppo che lasciano intravedere allettanti promesse anche se non mancano pericoli e minacce. Nella tavola rotonda potremo verificare quanto siano vere le parole del Papa che nel messaggio per la 33ª giornata mondiale delle comunicazioni sociali affermava: *"Guardiamo con grande speranza al nuovo*

millennio, confidando che ci saranno persone, sia nella Chiesa sia nei mezzi di comunicazione sociale, disposte a cooperare per garantire che la promessa prevalga sulla minaccia, la comunicazione sull'alienazione" (Cf n. 4). I protagonisti di questa tavola rotonda ci aiuteranno a capire dove ci porterà l'onda mediatica. Avremo con noi personaggi che, oltre ad esser certamente famosi, sono soprattutto degli attenti lettori, ognuno per la sua competenza e sensibilità, del fenomeno mediatico.

Ringrazio tutti per la collaborazione e in particolare gli Ecc.mi vescovi per la loro presenza e i relatori per il contributo che daranno alla nostra riflessione. Auguro a tutti un buon Convegno.

A large, stylized, calligraphic letter 'R' in black, positioned at the top left of the page. It is partially enclosed by a horizontal line above and a vertical line to its right.

RELAZIONI

Contributi di

- Prof. Francesco Casetti
- Padre Gabriel Nissim, o.p.
- Prof. A. Robert White, s.j.



Comunicazione e cultura: i media paradigma della vita quotidiana?

a cura del Prof. FRANCESCO CASSETTI
Pro Rettore dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano

Partirò da una breve premessa. Oggi i media costituiscono una presenza pervasiva rispetto alla nostra vita quotidiana, al punto da rappresentarne una delle componenti essenziali; anzi, una *parte integrante*. Essi infatti non sono più qualcosa che si inserisce dall'esterno sui processi culturali, economici o sociali; poiché tali processi si attuano ormai in gran parte attraverso e grazie ai media, si può ben dire che questi ultimi sono un elemento che, dall'interno, ne consentono letteralmente l'attuazione. Penso ad esempio alla crescente presenza, a fianco di relazioni tra individui basate sul "faccia a faccia", di relazioni attuate attraverso i media, dal telefono ad internet; le seconde appaiono ormai insostituibili per consentire il contatto tra le persone, tanto che spesso non sono un sostituto, ma una condizione delle prime. O, su un versante diverso ma altrettanto sintomatico, penso alla crescente presenza, a fianco del commercio tradizionale, del commercio elettronico; il secondo non solo si aggiunge al primo, ma, trasformando i caratteri dello scambio di beni e della transazione economica, trasforma i caratteri del primo. Se le cose stanno così, siamo chiamati a cambiare, di poco, ma in maniera decisiva, la nostra ottica: più che interrogarsi sugli effetti dei media sulla nostra società, converrà chiedersi che cosa è, e quali caratteristiche possiede, una *società mediatica*.

Ma che cosa è un medium? Ogni medium, in quanto strumento di comunicazione, è anche uno strumento che organizza le informazioni che vengono veicolate, e insieme uno strumento che veicolando le informazioni mette in contatto punti diversi (fonti con destinatari, destinatari tra di loro, ecc.). In questo senso i media sono strumenti (e cioè dispositivi tecnologici) che da un lato modellano rappresentazioni, dall'altro modellano relazioni. *Tecnologia, rappresentazione e relazione* sono i tre termini che definiscono ogni medium. Interrogarsi su una società mediatica significa allora cercare di vedere in che modo i media concorrono a definire il suo panorama tecnologico, il suo sistema di rappresentazioni e il suo sistema di relazioni.

Cercherò qui, sia pur in maniera sintetica, di fare qualche osservazione rispetto a questo triplice fronte.

Innanzitutto, per quello che riguarda il ruolo dei media nella definizione del *panorama tecnologico* delle nostre società, può essere utile ragionare su quella che si può chiamare la *tecnologizzazione dell'esistenza*: viviamo ormai in un mondo in cui le "macchine" assorbono tacitamente un'ampia fetta di funzioni precedentemente gestite dagli individui per così dire in prima persona. Ciò comporta, tra le molte conseguenze, due fatti che vorrei segnalare con particolare attenzione. In primo luogo le tecnologie tendono a *implicitare* un sapere che prima l'utente possedeva in proprio (un esempio è la lampada a olio, di cui bisognava conoscere il funzionamento per poterla gestire, comparato con l'interruttore della luce, che basta girare, senza per forza saper qualcosa del dispositivo che sta alle sue spalle): nel momento stesso in cui noi apparentemente aumentiamo il nostro controllo sulle cose, perdiamo il controllo sugli strumenti che usiamo. In secondo luogo queste tecnologie, e in particolare le tecnologie che consentono lo scambio e l'elaborazione della conoscenza (e i media sono tra queste tecnologie) tendono a costruire una *disparità* tra chi le possiede e le usa e chi invece non ne ha possesso e competenza: in una società in cui il sapere costituisce la risorsa primaria (il sapere: non più le armi o il denaro, come nelle epoche passate...), la ricchezza mediatica, contrapposta alla povertà mediatica, tenderà sempre di più a diventare un elemento di discriminazione tra popoli e tra individui. In questo senso l'avvento del villaggio globale non equivale all'avvento di un villaggio equilibrato e giusto: uno dei modi di pensare l'azione con e sui media, sarà anche quella di impegnarsi a farne degli strumenti che colmano le differenze tra individui e gruppi sociali "ricchi" e individui e gruppi sociali "poveri" in termini di competenze e di conoscenze.

Vorrei fare qualche osservazione in più riguardo al ruolo dei media nella definizione del sistema delle rappresentazioni della nostra società. E' evidente a tutti che gran parte delle "immagini" relative al mondo circostante che noi acquisiamo provengono dai media: la nostra "esperienza di realtà" è ormai un misto indissolubile di esperienza diretta e esperienza mediatica. Molti sono spaventati (e con qualche ragione) da questo fatto: tuttavia da sempre la nostra conoscenza proviene da un'elaborazione combinata di acquisizione diretta e di acquisizione mediata di dati. Il problema è semmai se e quanto le rappresentazioni medialie sono "distorsive" rispetto alla realtà, al punto da rompere l'equilibrio su cui da sempre il nostro processo conoscitivo si basa. A questo proposito, più che una condanna o una assoluzione in toto, mi pare giusto ricordare alcuni punti.

Primo, l'insieme delle rappresentazioni medialie forma un *sistema complesso*. Abbiamo a che fare con "immagini di realtà" numerosissime e soprattutto diversificate, sulla base sia delle fonti da cui provengono, sia dei "formati" su cui sono strutturate, sia delle fun-

zioni che sono chiamate a soddisfare. L'impressione che il fruitore ha non è quella di trovarsi in una biblioteca, con i suoi scaffali ordinati per temi o per tipi di volumi, ma piuttosto quello di trovarsi in una folla, con tanti individui che premono, si impongono all'attenzione, e poi magari scompaiono. Come è difficile definire una folla, così è difficile definire i caratteri di questo sistema complesso di "immagini": più che predicarne con sicurezza la forma, se ne possono cogliere da un lato i flussi (ad esempio il fatto che una notizia rimbalzi dalle pagine di un giornale ad un programma televisivo, fino magari a diventare soggetto cinematografico), dall'altra le grandi tendenze (ad esempio il fatto che certi temi emergano con forza, a discapito di altri, per poi incontrare magari una rapida obsolescenza). Flussi e tendenze che riusciamo a cogliere spesso, più che attraverso un'analisi sistematica, attraverso una sorta di colpo d'occhio.

In secondo luogo, le rappresentazioni mediali operano soprattutto *localmente*, o *coniunturalmente*. Ciò significa che la loro incidenza dipende dalla situazione comunicativa specifica in cui sono inserite: una scena di violenza non ha lo stesso senso in un telegiornale o in un film di finzione, né ha lo stesso senso se vista da un bambino abbandonato davanti al televisore baby sitter o da questo bambino con vicino un membro della sua famiglia, o anche con a disposizione un medium alternativo. Immesse in una situazione comunicativa, le rappresentazioni devono fare i conti con parecchi elementi in gioco: da questo punto di vista, il loro potere è assai lontano dall'essere un potere assoluto.

Infine, queste rappresentazioni sono comunque *negoziate* da chi le riceve. Non vengono assunte così come sono, ma sono sottoposte a un processo di traduzione, di appropriazione e di incorporazione che le porta a essere "fatte proprie" (o "rifiutate") da chi le fruisce. In parte ho già delineato gli assi di un tale processo: un'"immagine di realtà" viene sempre messa a confronto con altre "immagini di realtà" e con gli elementi della situazione comunicativa che possiedono rilevanza; inoltre viene anche confrontata con le esperienze di vita e di consumo di chi le riceve, in particolare con le dimensioni assiologiche e patemiche (possiamo dire: con i suoi valori e i suoi sentimenti). Il processo negoziale è un processo ricco e spesso imprevedibile: non è sempre vincente per la persona che vi è impegnata (nel caso dei media, la negoziazione è spessissimo sbilanciata...); ma appare anche sempre aperto a soluzioni più positive di quanto non si immagini.

Dunque le rappresentazioni formano un sistema complesso, operano congiunturalmente e sono inserite in un processo negoziale. Se si accettano questi tre punti, che la ricerca sul campo ha messo negli ultimi anni in rilievo, la conseguenza è che più che esprimere dei giudizi secchi su quanto i media ci propongono, è giusto valutare i processi in cui le "immagini di realtà" che ci offrono sono prese.

Capire i processi, più che fermarsi all'evidenza: per questo ci vuole evidentemente una speciale capacità di discernimento, a cui credo concorrano congiuntamente, oltre che l'insegnamento del magistero, anche la competenza degli operatori e quella degli studiosi.

Vorrei infine affrontare il problema (che a me pare in verità il più delicato) del modo in cui i media concorrono a definire il sistema delle relazioni sociali. Anche qui, conviene partire da alcune considerazioni apparentemente ovvie: non tutti i rapporti comunicativi sono rapporti mediatici; e non tutti i rapporti sociali sono rapporti comunicativi. Pensiamo a quel nucleo sociale fondante che è la famiglia: solo pochi scambi comunicativi passano attraverso i media; e solo una parte dei legami si manifestano nella forma di assi di comunicazione. In questo quadro, il problema da porre è: in che misura le relazioni mediatiche "guidano" l'altro tipo di relazioni? Ebbene, credo che il peso dei media nella nostra società, e più ancora i suoi caratteri di "società mediale", si misurino sul fatto che i rapporti medialità tendono a "modellare" gli altri tipi di rapporto. Più ancora di quanto non fanno le rappresentazioni medialità, che per la loro forza tendono talvolta a subordinare a sé le "immagini di mondo" che noi ci formiamo, sono appunto le forme di relazione messe in atto dai media che tendono a "colonizzare" le altre forme di relazione. Mi spiego con un esempio: il rapporto di immediatezza e prossimità che la televisione crea, si riflette con forza sul nostro sistema di relazioni complessivo, creando ad esempio forme di intimità e di impudicizia che altrimenti sarebbero impensabili; vedo una stretta parentela tra la possibilità di partecipare a un evento "in prima fila" (come diceva lo slogan per la Rai qualche tempo fa), la spudoratezza con cui dei ragazzi parlano di sé in alcune trasmissioni (pur manifestando un bisogno su cui conviene riflettere) e l'esigenza diffusa di mettere i propri desideri in cima al mondo, senza calcolarne le conseguenze su sé e gli altri. L'effetto è che oggi le relazioni comunicative tendono a diventare un "collante" sociale sempre più importante, e che la comunicazione si declina sempre più come comunicazione mediale.

In questo quadro, intravvedo un compito pedagogico primario: più che denunciare i media, sognando un mondo a-mediatico, mi pare essenziale sviluppare all'interno dei media forme di rapporto magari poco praticate ma autenticamente costruttive (ad esempio una televisione che anziché stupire o stordire il suo spettatore con ritmi incalzanti, gli lascia modo di riflettere, mi sembra più importante che una televisione che si limita a ospitare un numero maggiore di religiosi); così come mi pare essenziale lasciare ancora ampio spazio a media apparentemente "sorpasati", ma capaci di attivare relazioni complesse e molteplici (ad esempio, i settimanali diocesani su carta, che a qualcuno potrebbero sembrare superati dall'introduzione di internet e email, hanno una capacità di lavorare su rapporti comunicativi e

insieme su rapporti sociali – diciamo, hanno una capacità di “fare comunità” – che probabilmente rimane oggi ancora insuperata). Ciò non significa rinunciare al perseguimento di costante aggiornamento sia tecnologico che linguistico: i nostri media devono essere a un livello per così dire di eccellenza; abbiamo bisogno di trasmissioni pienamente televisive e di giornali perfettamente impaginati; ma abbiamo anche bisogno, se è necessario, di modelli e di usi che disegnino una possibile alternatività alle tendenze (vorrei dire: alle derive) attualmente in atto.

Questa diagnosi e questo auspicio trovano maggior forza se si pensa che, sul versante del sistema di relazioni, il vero obiettivo di molti media è arrivare ad una sorta di “monopolio” dei rapporti con gli utenti/ascoltatori. Voglio dire che alla base di molte politiche mediatiche, oggi, non c’è tanto la volontà di offrire un tipo di immagine del mondo piuttosto che un’altra, quanto la volontà di conquistare e di gestire audience, e cioè di acquisire e mantenere rapporti (se non altro nella forma elementare del contatto). Del resto è questa audience, sono questi rapporti, che costituiscono il “capitale” di queste emittenti, visto che è proprio questa audience, questi rapporti, che sono letteralmente venduti ai pubblicitari. Alla colonizzazione dei rapporti comunicativi e sociali attuata da molti media, si affianca dunque una loro mercificazione. Credo si debba riflettere a fondo su questa tendenza, che ha la sua manifestazione ultima nei processi di ricomposizione in corso nell’ampio settore della comunicazione e dell’intrattenimento, con la costituzione di giganteschi gruppi industriali che accorpano media diversi (cinema, libri, reti televisive, videogiochi, ecc.: si pensi al gruppo Time Warner) o ancor più che accorpano reti di comunicazione, software, produzione di programmi, fornitura di servizi e fornitura di energia (si pensi alla recente alleanza tra Viacom e CBS, o anche all’entrata nel business delle televisioni tematiche di Enel). Credo si debba riflettere su questa tendenza perché, oltre a interpretare una razionalizzazione industriale per certi versi inevitabile, essa prepara anche uno scenario culturale non del tutto tranquillizzante. Ma proprio questa tendenza mi pare giustifichi ancora di più quanto dicevo prima: anziché un rifiuto dei media, ciò che mi pare si debba perseguire è un loro uso articolato e intelligente, e persino un loro uso in contro-tendenza. Sapendo che questo comporta un largo investimento di uomini e di mezzi, ma consapevoli anche che se c’è una nostra ricchezza, questa è la sapienza nel rapportarsi alla persone, in nome di quella speciale amicizia che ci fa sentire cristiani.



La cultura dei media nell'orizzonte europeo: opportunità e limiti per l'annuncio del Vangelo

a cura di Padre GABRIEL NISSIM o.p.
Delegato UNDA per le comunicazioni sociali presso il Consiglio d'Europa

Introduzione

Il problema più importante che spicca oggi in Europa è quello di una società pluralistica, aperta, globalizzata. Questo porta con sé una reazione forte di individualizzazione (che non significa direttamente individualismo) e lo si vede nelle reazioni di tipo identitario, sia regionale, sia locale, come anche nella religione o in gruppi radunati attorno a interessi diversi.

Di là viene una difficoltà nuova a far comunità: ogni volta che questa comunità non corrisponde al gruppo più stretto di vita o non mi dà secondo i miei bisogni, o non mi consente la pienezza di vita che bramo. Difficoltà, dunque, ad accettare la presenza dell' «altro» differente da me e sentito come minaccia per la mia identità o il mio territorio. Difficoltà a sopportarne la presenza quando viene a sconvolgere la mia vita, a travolgere il mio territorio.

Il senso della comunità viene, allora, sostituito dalla percezione prioritaria dei miei diritti che le istituzioni (scuola, Stato, Europa, Chiesa) hanno il dovere di soddisfare, di adempiere. Quello che viene in prima linea, per l'individuo, non è più il «bene comune», bensì la persona individuale. Così, in tutta Europa, la globalizzazione e, quindi, il progetto europeo in se stesso, provocano un movimento profondo di individualizzazione.

In questo contesto la comunicazione appare di massima importanza: più c'è individualizzazione, più c'è necessità di comunicazione. La comunicazione, infatti, può far sì che si comunichi realmente, che si vada oltre i confini dell'individuo o del gruppo strettamente identitario. E questo movimento è rafforzato dalle nuove tecnologie digitali: moltiplicazione delle reti TV e delle radio, dirette sempre più a pubblici particolarizzati (si parla addirittura di «nicchie»; l'uso individualizzante del computer.

Inoltre, lo sviluppo dei media si fa in direzione di una comunicazione «funzionale», a scopo di effettività, non di comunicazione gratuita. Spesso la comunicazione è diretta a me, cioè al mio profitto, al consumo personale, non alla relazione in se stessa. La mèta non è l'altro da raggiungere per conoscerlo, ma il beneficio che io penso di ricavare dall'incontro. Così, nelle relazioni commerciali, così nelle relazioni politiche, così nelle TV commerciali che non cercano di

offrire un programma ai telespettatori, ma al contrario confezionano programmi in modo da offrire telespettatori alle aziende di pubblicità.

La comunicazione si riduce spesso ad essere un mezzo al servizio degli interessi particolari di persone, di gruppi sociali, di istituzioni, di Paesi (come si è visto chiaramente nei recenti conflitti). L'obiettivo è «vendere». Si rischia così di perdere il senso della comunicazione quale valore in sè, quale corrispondente a un bisogno fondamentale di ogni essere umano, di ogni società: il bisogno di far comunità, di vivere insieme.

I media oggi non sono più, o non sono più *innanzitutto*, «mezzi di comunicazione sociale» come li vede giustamente la Chiesa. Di fronte a questa situazione, a questi svolgimenti, sull'orizzonte Europeo e nel campo dei media, come esercitare la nostra missione a servizio del Vangelo?

Poichè la Chiesa stessa è una realtà dapprima locale, noi abbiamo nei nostri media cattolici l'opportunità di sviluppare questa dimensione di vicinanza alla quale il pubblico oggi è sensibilissimo. Ma nello stesso tempo, non possiamo trascurare la dimensione «cattolica», e dunque l'apertura sull'universo.

Questa dovrebbe essere una caratteristica dei media cattolici: congiungere sempre queste due dimensioni, tenerle insieme, la dimensione locale delle comunità (umana e anche cristiana), per le quali facciamo trasmissioni o giornali, e la dimensione universale, cioè *cattolica*. Universale non solo nel senso «mondiale», ma, in un senso magari più difficile, con lo sguardo ai vicini: tra regioni, paesi europei, gruppi sociali...

Partendo dall'unità ecclesiale e valorizzando le relazioni fraterne fra Chiese locali, si può sviluppare la comunicazione al di là del locale. Abbiamo, nella Chiesa, un modello di comunione e di comunicazione che va al di là dei confini politici, culturali, sociali...: «Non c'è più Ebreo nè Greco, né uomo nè donna, padrone o schiavo: siamo uno in Cristo». Come possiamo tradurre questo nella nostra comunicazione? Sarà utilissimo, anzi, urgentissimo nell'Europa di oggi.

Per esempio una radio locale cattolica di Montpellier ogni anno organizza una «festa delle nazioni», invitando molti gruppi di culture e di nazioni diverse a partecipare tramite spettacoli, espressioni diverse, canti... Di fatto l'incontro ravvicinato, dando loro la parola nei media e nella propria comunità, sviluppa la conoscenza e il rispetto reciproco.

C'è anche da sostenere, nella società e nei media non cattolici, ogni sforzo in questa direzione. Così i vescovi a Montserrat hanno chiesto di sostenere i media del servizio pubblico, come luogo privilegiato di espressione della diversità e di conoscenza mutua nella nostra società pluralistica.

Occorre riflettere sul proliferare di tante reti «tematiche». Rispondono a una domanda del pubblico, ma non si deve cedere troppo facilmente a questa tentazione, perché possono aumentare la frammentazione sociale e la difficoltà a far comunità.

E la ragione sta nel fatto che anche nei nostri media cattolici, non si deve pensare che si tratta di «cattolici che parlano a cattolici, e parlano esclusivamente di cattolicesimo». Dobbiamo invece pensare sempre i nostri programmi – o i nostri giornali – in modo aperto, perfino generalistico. Possiamo anche approfittare a questo scopo di tanti eventi – le visite del Papa in tanti paesi, il Sinodo...

Ma non ci si deve illudere: sarà difficile aprire il nostro pubblico a questa dimensione universale. Non è facile far capire come la gente, altrove, vive, pensa, com'è cristiana... Perciò sarebbe utilissimo lavorare sulla comunicabilità delle identità! Come aiutare qualcuno a capire un'altra identità? Come scambiare le memorie tra paesi o regioni che hanno una storia comune tutt'altro che pacifica?

2.1. Non dobbiamo disprezzare questa tendenza della società, ma va riconosciuta giacché proviene in gran parte dal cristianesimo che ha per tanto tempo insistito sul valore della persona rispetto al gruppo sociale, ed è una caratteristica originale della civilizzazione cristiana. Inoltre rappresenta una opportunità per il Vangelo, perché permette di distanziarsi dai comportamenti religiosi sociologici, e di avvicinarsi a una decisione personale di fede.

2.2. Per rispondere a questa mentalità, occorre dare molto di più la parola alla gente. Se oggi alcuni si allontanano dalla Chiesa, dipende anche dal fatto che nella comunità cristiana si fa fatica a parlare, ad essere ascoltati e accettati, unito al fatto che molte volte si danno loro delle risposte senza fare troppa attenzione alle loro domande. Mi sembra che c'è veramente la possibilità, nei nostri media, di dare spazio al dialogo, al confronto e alla partecipazione di tutti.

Andrebbe cambiato anche il modo di rispondere alle varie domande: non basta, nei media, rispondere curando l'esattezza dottrinale o morale. Se si guarda come funziona nei giornali o negli altri media, si è passati da una parola di tipo normativo a una parola non normativa, più di consiglio. È una parola che, vero o non vero, appare come una ricerca sincera di aiutare la gente nella propria vita, nelle proprie difficoltà.

Questo atteggiamento non appare tanto lontano da quello di Cristo stesso! Sarebbe utile a noi responsabili pastorali ascoltare le domande della gente che provengono dai media, per evitare di fare noi stessi sia le domande che le risposte! Sarebbe importante impa-

rare qualche cosa dai media per trovare quelle cose che mirano ad aiutare la gente nella loro vita, che possono sostenerla mentre porta i suoi fardelli, che possono migliorare la qualità delle relazioni.

2.3. Oggi l'autorità che rimane all'esterno non è accettata. Come dicono i vescovi Europei: «Si vede una crescente richiesta a voler decidere liberamente sulla propria vita, compresa la religione. (...) In tutti i paesi europei, l'essere umano comprende se stesso chiedendo sempre più di poter decidere liberamente la sua esistenza».

Perciò diceva P. Timothy Radcliffe, o.p., in Sinodo: «Le nostre parole a favore di Cristo non avranno autorità se non diamo autorevolezza alla loro esperienza, se non impariamo il loro linguaggio, se non accettiamo i loro doni. (...) La crisi d'autorità è risolta non con la loro sottomissione, ma con la loro proclamazione.»

Mi sembra che noi, attraverso i media, siamo capaci di mettere un tale atteggiamento in moto nella Chiesa: ne abbiamo la possibilità, se lo vogliamo. Quale tomista, sono convinto che ognuno tende verso il bene e occorre che ciascuno si lasci interpellare dalla propria coscienza. Questo atteggiamento morale non è lontano dalla sensibilità odierna.

È un'opportunità per il Vangelo quando si aiuta la gente ad assumere le proprie responsabilità, quando si educa alla libertà. In ogni modo, volenti o nolenti, siamo chiamati ad essere convincenti. Tocca a noi trovare i mezzi per questo, nella giustezza degli argomenti e la forza dei testimoni.

2.4. I nuovi media – specialmente Internet – presentano un'opportunità speciale, come dicevano i Vescovi a Montserrat, per raggiungere le nuove generazioni. Lo sappiamo: la TV, la radio, il computer, Internet, sono il loro mondo nativo, la loro cultura spontanea, il loro linguaggio. Basta guardare i piccoli davanti al computer, o i giovani che ascoltano la radio. Così affermava un responsabile della rete MTV: nella programmazione musicale c'è la possibilità di dare brevi e forti messaggi. Così fa anche una radio giovanile del Nord della Francia: ottima e modernissima musica, inframezzata da brani brevi (un minuto, un minuto e mezzo al massimo) di parole del Vangelo, di interviste o di notizie. Audience garantita!

Le relazioni in Internet appaiono come un riassunto di quanto abbiamo detto sull'individualizzazione: in un contesto di interattività, ognuno può dire la sua parola ed essere ascoltato. Non c'è più centro, nè autorità a cui riferirsi: ognuno può esprimere il proprio parere. Ne nasce un potente sentimento di appartenenza e di comunità. Poiché sono ascoltato, poiché ho la parola, mi sento a casa mia, mi sento veramente membro di una nuova forma di comunità.

C'è, dunque, da incoraggiare i giovani cattolici che sono presenti su Internet – e sono numerosi. Ma la Chiesa non deve cercare soltanto in Internet un modo moderno di trasmettere informazioni o di collegarsi con altre Chiese locali. Bisogna essere presenti nel «tessuto» stesso di Internet, nei gruppi di discussione, nei forum, per fare sentire la propria voce.

C'è l'opportunità appassionante di poter fare sentire la nostra voce a quelli che stanno «lontano». Non dobbiamo dimenticare che noi siamo diventati una minoranza nella società Europea. Non parliamo più a nome della società nel suo insieme. C'è ormai una concorrenza tra le proposte spirituali e religiose. Tante idee, tanta spiritualità, tante esperienze in circolazione: ognuno può scegliere come al supermercato. Come dicono i vescovi Europei: «Le possibilità per la Chiesa di contribuire alla costruzione della società sono diverse nelle democrazie da quello che erano nelle società feudali o totalitarie. La collaborazione tra autorità religiose e statali non esiste più. Così spariscono le forme tradizionali d'influsso che l'autorità della Chiesa e dello Stato esercitavano insieme. Le Chiese sono ormai soltanto una voce tra tante».

3.1. In tale situazione, «non è soltanto utile, ma addirittura necessario costruire anche l'incontro con l'uomo di oggi sul modo della Rivelazione divina, cioè sul modo del dialogo», come dice anche Dei Verbum (n. 2). Nel campo dei media questo si può tradurre utilizzando un metodo dialogico.

Affermare la propria convinzione, sì, ma situandola in un dialogo fraterno e accogliente delle posizioni e convinzioni altrui. Sviluppare l'atteggiamento dialogico nei confronti dell'«altro», differente da me, sarà una buona preparazione ad accogliere l'invito dell'«Altro» che è Dio, il quale ci invita a dialogare con Lui.

Vale a dire che anche la Chiesa darà il benvenuto a tutto ciò che nella società e nei media sa di dialogo. C'è da favorire quei mezzi di comunicazione veramente capaci di comunicazione *sociale*, che aiutano alla mutua comprensione. C'è da sostenere lo sforzo di quei media che scelgono questa strada.

3.2. Da parte nostra, quindi, il pensiero costante sarà rivolto a quelli che sono «lontano»: e costoro, tramite i media, staranno di sicuro ad ascoltarci o a guardarci. È importante, dunque, tenerli in considerazione sempre quando parliamo, usando un linguaggio non della «tribù» ma tale da poter parlare loro. Più spesso di quanto pensiamo, saremo capaci di toccare profondamente le loro attese. C'è tanta gente, che si sente delusa dalla Chiesa, ma che continua a spe-

rare segretamente, da parte nostra, una parola di vita, una parola che apra il cielo al di sopra di loro.

Lo vedo anche nei gruppi di esperti del Consiglio dell'Europa: aspettano da parte nostra una parola sull'etica e sui valori. Anzi, spesso la chiedono esplicitamente. E quando provengono da Paesi ex-comunisti, vogliono capire se quello che avevano imparato sulla Chiesa sia vero o no, se la nostra parola è di proselitismo o di servizio alla società.

3.3. Questo dialogo si farà non solo con le singole persone ma anche con la cultura nel suo insieme. Dare, per esempio, parola e spazio nei nostri media ai rappresentanti più spiccati della cultura (scrittori, artisti...) sarà uno dei modi per capire qualcosa a proposito dell'uomo odierno. La Chiesa darà così testimonianza di interessarsi ai cammini di umanizzazione che aprono gli uomini di cultura. Sarà anch'esso un reale servizio al Vangelo.

Ci sarà anche da preoccuparsi che la TV, principale vettore di cultura per la maggioranza della gente, non cerchi soltanto di rispondere alle domande del pubblico, ma faccia un'ampia e ricca offerta culturale.

Conclusione

Bisogna chiedersi perchè la nostra società detta di comunicazione stenta a comunicare veramente. E urgente riaprire le vie della comunicazione interpersonale tra cittadini, tra persone, tra gruppi, tra culture, popoli, nazioni.

Il pubblico brama una comunicazione di qualità.

Ecco perchè il lavoro mediatico è così appassionante: i media sono capaci del migliore o del peggio nel nostro vivere insieme. Sono capaci sia di rinforzare le reazioni di chiusura identitaria, sia invece di aprire alla comprensione fraterna.

Noi, quali cristiani, abbiamo ricevuto la missione di annunciare la pace: «Quando entrerete in una casa, augurate la pace a quelli che ci sono». E si tratta della pace nel senso biblico: non semplicemente l'assenza di guerra, bensì la pienezza della vita. Non ci sarà vita umana nel senso pieno senza vera comunicazione, perchè dove non c'è comunicazione, non ci sarà nemmeno comunione.

Noi abbiamo la splendida missione, affidataci da Cristo comunicatore, e condivisa con tutti i comunicatori, di servire la comunione, quella comunione fraterna degli uomini tra di loro, cammino di comunione con Iddio stesso, Lui che è comunione.



e nuove sfide della comunicazione diocesana

a cura del Prof. A. ROBERT WHITE, s.j.
Direttore del Centro Comunicazioni Sociali - Università Gregoriana - Roma

Credo che la posizione del direttore diocesano di comunicazione o del direttore di un settimanale diocesano sia andata gradualmente cambiando negli anni recenti. Originalmente il ruolo è stato definito come un ruolo di “portavoce”, di un “mezzo” che “trasporta” e “rende pubblico” un contenuto che è stato confezionato all’interno delle decisioni della diocesi. L’ufficio diocesano delle comunicazioni è stato collocato ai margini dell’équipe centrale della diocesi. Forse molti credono che la dimensione di “comunicazione” sia ancora molto marginale.

Cresce, però, la consapevolezza che “il medium è il messaggio”, per usare una corruzione del detto di McLuhan. I media formano una parte integrante della crescita della fede della gente. L’importanza di Radio Maria per quattro o cinque milioni di cattolici italiani è prova di questo. Quasi tutti i nuovi movimenti religiosi hanno imparato che i media sono costantemente presenti nella vita quotidiana della gente. Quindi, la nuova religiosità popolare trova la sua configurazione nel linguaggio della *cultura popolare*.

Una ragione per cui Radio Maria ha avuto un certo successo, almeno presso il pubblico a cui sono indirizzati i programmi, è che ha imparato a usare bene il linguaggio radiofonico e un genere specifico di questo. I media sono un’attività di “tempo libero”, un’attività in cui si trova “piacere”. Credo che la tesi dei teologi italiani, Pierangelo Sequeri e Bruno Forte, secondo cui l’estetica, il senso della bellezza e del piacere, rappresenta il linguaggio della fede, riveli questa nuova consapevolezza presente nella chiesa.

Per molti parroci e vescovi è sempre più evidente che per un pubblico che convive con la televisione, con la musica popolare e il nuovo cinema, l’omelia e la catechesi costruita intorno al libro e alla scuola adesso non siano capaci di comunicare. Il catechismo con le sue formule universali, facilitate per la stampa, era una espressione di religione tipica di una modernizzazione nazionalista, ma la nuova cultura, come Babin e tanti altri hanno mostrato, non è una cultura di formule universali proprie della stampa. È una cultura orale dei media audiovisivi che risponde al senso personale di identità. È una cultura di immagini, di emozioni, di musica e di partecipazione.

Tutti gli studi sulla religiosità attuale rivelano che il processo di socializzazione religiosa attraverso la famiglia e la progressiva entrata nella cultura della comunità locale – prima comunione, cresima e matrimonio – è cambiato. Ogni persona ha il proprio processo e il proprio momento per definire il ruolo che compie nella comunità cristiana. Ogni persona vive in ricerca del proprio sistema di credenze e lo costruisce gradualmente. In questa ricerca due sono le fonti importanti di informazione e di conferma delle credenze che sono importanti: la cerchia di amici che condividono gli stessi interessi e gusti e, attraverso questi amici, i generi di media che sono interessanti per questi amici. Gli studi sulla cosiddetta “chiesa elettronica” mostrano che la gente scopre un programma religioso o un “televangelista” in momenti di crisi personale e attraverso gli amici. Almeno negli studi che ho analizzato, nessuno si è consultato prima con il parroco o con il pastore locale.

La consapevolezza di queste tendenze sta convincendo molti vescovi affinché la pastorale dei media è parte integrante della pastorale della diocesi. Diversi vescovi cominciano a invitare i direttori degli uffici per le comunicazioni sociali – che dovrebbero aver compreso il ruolo dei media nella vita religiosa dei fedeli – ad entrare più direttamente nella pianificazione della pastorale e ad aiutare, con tutta l'équipe della diocesi, a formulare il messaggio del Vangelo, oggi. Credo che un vescovo si aspetti che un ufficio per comunicazioni comprenda la cultura dei media e sappia come raggiungere un pubblico che vive immerso in questo tipo di cultura.

Quando il Pontificio Consiglio per le Comunicazioni Sociali ha preparato il documento che ha avuto poi il titolo “*Aetatis Novae*” c’era un consenso fra tutti i consultati sulla necessità di integrare i media nella pastorale diocesana. Perciò le frasi centrali di *Aetatis Novae*, a mio avviso, sono racchiuse nel n° 17: “Il lavoro dei media cattolici non è soltanto un’attività supplementare che si aggiunge a tutte quelle della Chiesa: le comunicazioni sociali hanno infatti un ruolo da giocare in *tutti gli aspetti della missione della Chiesa*. Così non ci si deve accontentare di avere un piano pastorale per la comunicazione, ma è necessario che la comunicazione *sia parte integrante di ogni piano pastorale perché essa di fatto ha un contributo da dare ad ogni altro apostolato, ministero o programma*”.

Molti potrebbero dirmi che diversi responsabili delle chiese locali non sono ancora consapevoli della nuova cultura. Nella mia esperienza, comunque, anche se alcune porte rimangono chiuse, si possono sempre individuare altri spiragli. Quando si schiude una porta e viene fatto un’invito, è importante rispondere.

Nella mia esperienza, ci sono quattro tipi di sfide a cui è indispensabile dare risposta:

1. Far presente l’annuncio del regno di Dio nei mass media e far presente la testimonianza della comunità cristiana nei media.

2. Aiutare gli operatori pastorali ad entrare nel mondo della comunicazione audiovisiva.
3. Aiutare a promuovere la formazione delle "parrocchie audiovisive"
4. Aiutare i fedeli a trovare Dio nel mondo dei mass media.

Il direttore diocesano di comunicazione non può e non deve tentare di rispondere a tutte queste sfide da solo e a livello personale, ma deve adoperarsi per i seguenti passi:

1. Collegare le persone cercando risorse con coloro che vogliono offrirle.

Per esempio esistono molti gruppi che producono video e cercano un pubblico e ci sono altri che cercano un video per uso catechetico e pastorale.

2. Aiutare gli operatori pastorali ad analizzare i problemi di comunicazione e a cercare soluzioni.
3. Aiutare altri a sviluppare un piano di comunicazione e poi lasciare a costoro la realizzazione.
4. Aiutare le parrocchie a portare avanti una valutazione della comunicazione parrocchiale e formulare le possibili soluzioni lasciando, anche in questo caso, alla parrocchia il compito di realizzarle.

1. Fare presente l'annuncio del regno di Dio nei media.

(1) Nell'équipe diocesano, il responsabile per le comunicazioni sociali dovrebbe essere una persona che tiene desta l'attenzione sui settori della società non toccati normalmente dall'annuncio del Vangelo. I giovani? Gli operai? Gli intellettuali? La pastorale liturgica si preoccupa delle persone che vengono a messa. Ma la pastorale di comunicazione sociale deve preoccuparsi delle persone che non vengono a messa. Questi sono settori che forse possono essere raggiunti attraverso i media.

(2) La presenza nei media deve formare parte integrale delle differenti azioni di pastorale della diocesi. Per esempio, se la diocesi decide che un programma radiofonico è importante per i giovani, questo è più efficace se entra a far parte della pastorale per i giovani della diocesi. L'effetto del programma viene moltiplicato se sostiene gli obiettivi della pastorale giovanile. Se la messa trasmessa è orientata principalmente alle esigenze degli anziani e degli ammalati, è altrettanto ovvio che la messa alla radio o alla televisione deve essere coordinata con gli scopi, i linguaggi e i metodi della pastorale per gli anziani e per gli ammalati.

(3) Per aprire spazi nei media, conviene che il direttore diocesano conosca bene, a livello di amicizia personale, coloro che coprono ruoli di responsabilità in tutti i media importanti della diocesi sia in

quelli ecclesiali o sia in quelli del mondo secolare. Attraverso questi contatti è possibile conoscere le condizioni su cui si fa la programmazione, quali aperture esistano per introdurre eventualmente nuovi programmi.

(4) Per servire l'équipe diocesana, la pastorale della comunicazione deve avere informazione su come ogni settore del pubblico utilizza i media. Ad esempio i giovani. Quali sono i media che i giovani utilizzano maggiormente. Di questi media, quali sono generi preferiti? Nell'ambito di questi generi, quale tipo di programma o quale personaggio risulta più popolare? Come entrano i personaggi e i temi dei media nella conversazioni dei giovani? Qual è l'influenza di questi programmi sui valori e sugli atteggiamenti dei giovani? Le stesse domande sono applicabili ai bambini, alle famiglie giovani, agli anziani e ad ogni settore del pubblico.

(5) Il successo della comunicazione diocesana dipende molto dall'approccio multimediale. La presenza nella radio e nella televisione è centrale per raggiungere i fedeli di oggi, ma soltanto una dimensione della comunicazione pastorale. Per creare un contesto in cui la fede possa crescere, è importante combinare insieme diversi modi di comunicazione:

a) *presenza nella radio o nella TV:*

questo stabilisce un contatto personale diretto della voce e dell'immagine; si tratta di un medium che è simultaneo e massivo; attira l'identificazione personale e stimola una risposta che coinvolge tutta la personalità;

b) *pubblicazioni di stampa:*

consentono una lettura secondo il ritmo personale. È possibile riflettere, ritornare a leggere, o prendere appunti.

c) *La consulenza interpersonale.*

Questo permette di formulare domande più personali e private.

d) *Gruppi di discussione.*

I mass media di solito non possono cambiare atteggiamenti e valori. Il processo di coscientizzazione è il risultato di un dialogo guidato da un animatore. I media più adatti a questo sono i cortometraggi con un testo aperto disegnato per stimolare la discussione.

e) *Gruppo di azione per applicare le idee nella pratica quotidiana.*

Il principio della combinazione dei differenti media è ben conosciuto nel mondo dei media, particolarmente nell'ambito dei media educativi, della pubblicità e delle campagne educative. La BBC, per esempio, non è soltanto radio e TV, ma è l'editrice più grande della Gran Bretagna. Il modello educativo dell'Open University utilizza questa combinazione di media.

È molto probabile che già esistano nella diocesi molti di questi media e i diversi contesti comunicativi. Esiste un settimanale diocesano. Le differenti pastorali dei giovani, della famiglia, etc. già

hanno un sistema di consultazione personale e utilizzano il metodo di gruppo di discussione o gruppi di azione. Si tratta di incoraggiare il coordinamento di queste forme di comunicazione.

- f) Il sesto aspetto di presenza nei media è quello di scoprire il talento per presentare programmi. A volte il talento si scopre fra gli operatori o i volontari di un settore della pastorale. Per esempio, nella pastorale giovanile si scoprono molti grandi talenti per comunicare con i giovani. A volte il talento si trova nel mondo dei media o in giovani interessati ad entrare nel mondo dei media.
- g) Il passo relativo allo scoprire idee concrete per i media è frequentemente legato alle persone in possesso di un talento particolare per comunicare con un gruppo particolare.

Una legge di ferro per sviluppare un tipo di programmazione è quella di partire dai generi che sono importanti per il pubblico in discussione. La programmazione "religiosa" diventa un formato particolarmente adatto per questo settore di pubblico incorporando l'idea del programma, gli scopi, e i talenti disponibili.

2. Aiutare gli operatori pastorali ad introdurre il modo audiovisivo nella loro comunicazione

Cosa è il modo "audiovisivo"? Gesù, per esempio, comunicava sempre in modo "audiovisivo"

- (1) Uso del modo immaginativo e visivo.
- (2) Uso della struttura narrativa: soprattutto il contrasto del simbolismo del protagonista e l'antagonista, il contrasto e il conflitto fra queste due dimensioni, la risoluzione del conflitto.
- (3) Il modo simbolico. Sceglie un'immagine metaforica che riassume tutta una esperienza emotiva e collettiva. La bandiera della nazione o della mia squadra di calcio può svegliare grandi emozioni e promuovere l'identificazione.
- (4) Un modo che coinvolge tutta la personalità, particolarmente le emozioni e il concetto di se stesso.
- (5) Il modo partecipativo e comunitario.
- (6) Presenta un mondo da costruire e mi invita a costruirlo.

Perché il modo audiovisivo è importante? Perché questo è il linguaggio della fede. Attira l'identificazione: "voglio diventare come quello!". Attira l'impegno personale. I simboli e i racconti sono il prodotto di una comunità e attirano le persone a formare comunità.

La comunicazione della Chiesa, particolarmente dopo Trento, è diventata analitica, opposta in molti aspetti alla comunicazione audiovisiva. La stampa ci ha aiutato a mettere tutto in proposizioni astratte, lontane da immagini concrete, dai simboli, dal contesto narrativo. È un mondo già costruito che non ci coinvolge. Occorre soltanto memorizzare e obbedire passivamente. Non ci invita alla fede una comprensione razionale, senza coinvolgimento.

Il modo audiovisivo assume un modello di Chiesa più comunitaria in cui la comunicazione è meno lineare e offre maggiormente un contesto di condivisione di fede e testimonianza. I media si usano non per il trasporto di informazioni ma come un testo in cui è possibile trovare e definire la propria identità. I media si usano come punto di partenza per una discussione utilizzando i metodi della comunicazione di gruppo. Perciò è importante una nuova visione di Chiesa fra i responsabili della pastorale giovanile, della pastorale familiare e delle altre iniziative pastorali in una Diocesi. È importante adattare un modello di parrocchia in cui esiste uno spazio per l'attività dei laici impegnati e in cui i laici assumono un ruolo importante. Credo che questo modello di diocesi e di parrocchia diventa sempre più comune in Italia.

In questo contesto, il primo passo da parte di un ufficio diocesano di comunicazione è quello di conoscere i sistemi di distribuzione di video ed altri materiali. In Italia, ci sono parecchi produttori e distributori di materiale utile per la pastorale (le Paoline, i Salesiani, e molti altri) ma il blocco per l'utilizzazione di tutto questo si trova al livello di responsabili delle differenti pastorali nelle diocesi. Trovo che il fattore chiave sia dato da una istituzione disposta a lavorare a livello della diocesi e a introdurre i responsabili all'uso del modo audiovisivo. L'ufficio diocesano di comunicazione può essere un fattore importante per collegare questo tipo di istituzioni con i responsabili della pastorale. L'orientamento a livello della diocesi deve includere:

- prima di tutto, un buon inventario dei materiali disponibili;
- poi, una chiara indicazione di quali materiali audiovisivi siano utili e per quali contesti ai fini pastorali. Prima di promuovere un video, per esempio, è importante verificare che funzioni bene, per esempio, con i gruppi di giovani.

Formazione per la buona utilizzazione degli audiovisivi. Questo mi sembra il blocco principale. I sistemi di distribuzione degli audiovisivi che hanno avuto un successo notevole sono quelli che hanno organizzato corsi sulla comunicazione di gruppo e sull'uso di audiovisivi per la coscientizzazione. Scoprire e invitare persone capaci di questa formazione rappresenta, mi sembra, un servizio per la pastorale della diocesi.

3. Promuovere la formazione della "parrocchia audiovisiva"

Se l'ufficio diocesano spera di contribuire alla comunicazione pastorale, è essenziale entrare a livello di attività della parrocchia. In alcuni casi la parrocchia è ancora troppo "clericale" o non risponde alle necessità dei parrocchiani. Inoltre, i "movimenti" cominciano a prendere le funzioni della parrocchia come il proprio ambito aposto-

lico. Però la parrocchia rimane come il luogo primordiale della pastorale. Senza dubbio il futuro della parrocchia dipende dalla capacità di delegare più responsabilità ai laici. Nella parrocchia tipica, oggi, la pastorale viene realizzata attraverso un volontariato organizzato in commissioni. Esiste una commissione per la catechesi, per l'attività liturgica, la pastorale giovanile, e così via.

Molti direttori diocesani lamentano la mancanza di interesse dei parroci, ma credo che un parroco, tipico, sia semplicemente troppo occupato per rispondere.

In diverse parti del mondo ho scoperto parrocchie che hanno organizzato una "commissione per la comunicazione" la quale ha promosso con successo il miglioramento della comunicazione della parrocchia. Le attività sono molto diverse. In alcuni casi si assume la responsabilità di un bollettino parrocchiale. In altri contesti viene gestita una videoteca per le attività formative come catechesi e preparazione sacramentale o per un tipo di educazione ai media. A volte queste commissioni promuovono attività fra i giovani: cineforum, teatro...

Adesso in molte parrocchie si trovano giovani che hanno studiato comunicazione sociale e vogliono usare questi talenti per il beneficio della parrocchia. Ciò che cercano questi giovani è l'autorizzazione da parte del parroco e un po' di formazione, per esempio, sul modo di produrre un bollettino parrocchiale.

Ho cominciato ad introdurre in corsi per direttori diocesani, in differenti parti del mondo, un giorno dedicato alla formazione di commissioni parrocchiali di comunicazione. I risultati sono incoraggianti. Un direttore diocesano mi ha raccontato che ha introdotto commissioni in più di 20 parrocchie della diocesi con grande interesse da parte dei giovani delle parrocchie.

4. Come trovare Dio nei media?

La sfida più grande per la Chiesa oggi è la secolarizzazione. Una religione è un sistema di simboli, un sistema, cioè, di segni esterni che risvegliano una consapevolezza interna. Il cristianesimo ha costruito un sistema di simboli e riti attorno ai simboli propri del mondo agricolo. Quando il contadino semina, prega Dio per il buon raccolto. Quando manca la pioggia, la parrocchia prega e trova l'azione di Dio nella pioggia.

Oggi i cattolici italiani non vivono in un mondo agricolo e molti giovani non hanno mai visto una mucca o una pecora, eccetto che alla televisione!

L'immaginario del mondo oggi viene dai mass media. Ma Dio opera anche nei media, particolarmente nella struttura narrativa dei media. Ogni racconto televisivo o cinematografico comincia con la

rottura di armonia che regna all'interno di una comunità e l'azione progredisce con i tentativi di risolvere il conflitto, la confusione, il male che cresce. Ogni programma di televisione finisce con la restaurazione di armonia nella comunità.

Il desiderio più profondo in ogni persona è quello di trovare amore nella comunità. La televisione risponde a questo desiderio e lo risveglia. Alla fine, i racconti della televisione o del cinema lasciano il loro pubblico con questo desiderio risvegliato ma soltanto parzialmente soddisfatto. Il desiderio per la comunità definitiva, il regno di Dio, rimane.

Credo che la sfida di oggi sia quella di aiutare i fedeli a trovare i simboli del regno di Dio. Sfortunatamente, la Chiesa in generale, vede i media come minaccia, non come una rivelazione dell'azione di Dio nelle nostre culture. Aiutare il clero e gli operatori pastorali a comprendere il potere simbolico dei media mi sembra il lavoro più importante dei responsabili per la comunicazione pastorale.

L'

ORA DELLE SINERGIE:
STRATEGIE DI COLLABORAZIONE
NELLE REALTÀ LOCALI



Introduzione ai lavori

DON FRANCO MAZZA, vice direttore Uncs

Ringraziamo Sat 2000 per l'opportunità di visionare in sintesi un percorso di immagini che da Palermo ad oggi ha annotato appuntamenti, svolte, eventi fondamentali per la Chiesa italiana e le comunicazioni sociali.

Passiamo ora all'incontro di questa mattina sulle sinergie che ha come obiettivo quello di delineare una strategia di collaborazione nelle realtà locali.

Per far questo occorre, innanzitutto, recuperare lo sfondo, cioè riandare ai punti fermi di un cammino di Chiesa che è stato già individuato in questo breve racconto di immagini e non mancherà di essere colto sia attraverso le quattro comunicazioni in programma e sia con il contributo dei gruppi di lavoro, dove si avrà la possibilità, come operatori pastorali e operatori di media, di indicare concretamente il cammino sinergico per gli anni a venire.

Faccio richiamo ad alcuni punti imprenscindibili della riflessione ecclesiale sulle comunicazioni sociali.

Innanzitutto che la comunicazione è parte integrante di ogni piano pastorale e, di conseguenza, c'è un impegno preciso a promuovere una pastorale organica della comunicazione sociale.

Inoltre, da Palermo è stato ribadito l'auspicio e l'impegno che i media cattolici attivino tra loro una "rete di sinergie".

Da questo convegno si precisa che si tratta, in primis, di una *sinergia pastorale*: tutta la Chiesa è chiamata a scegliere la via della comunicazione e della cultura per il suo cammino di "conversione pastorale" e noi partecipiamo a questa scelta della Chiesa.

Insistere sulla pastorale però significa riprendere proprio la titolarità di una testimonianza e di una responsabilità che riguarda anche gli operatori dei media come partecipi dello stesso cammino di Chiesa. È indubbio che la valenza pastorale rileva in primo piano il ruolo di raccordo degli uffici diocesani e regionali. Non si tratta di dare un'anima, bensì di recuperare il profilo esatto delle proprie competenze e delle proprie responsabilità. Questi uffici, infatti, sono chiamati a questo ruolo strutturale di raccordo: spingere alla collaborazione, sostenere le sinergie, favorire un progetto di comunione e di cooperazione all'interno della propria Chiesa.

Oltre ad una connotazione pastorale, nella comunicazione si parla di *sinergia mediale*. Certamente può essere la prima esperienza

possibile, da cui partire per recuperare anche il resto. Ma se è vero che non ci può essere sinergia mediale senza una progettazione pastorale, e progetti di comunicazione sociale, è altrettanto fuori di dubbio che non ci potrà essere nessun tentativo di sinergia pastorale che non passi dal coinvolgimento a pieno titolo dei diversi operatori pastorali e in modo particolare, di coloro che lavorano nell'ambito dei media. Qui con il termine "media" intendiamo riferirci all'ampio e vasto campo dei media, non solamente quelli tradizionali (stampa, emittenza radiotelevisiva) ma immaginiamo una sinergia mediale aperta anche nel campo dell'animazione culturale e delle nuove tecnologie.

Ascoltiamo ora alcune esperienze. Ai nostri amici che interverranno abbiamo chiesto di dirci con quali proposte di sinergia, a livello locale e nazionale, intendono solcare il nuovo millennio. Inviterei, quindi, a raccontarci questa progettualità il presidente della Fisc, don Vincenzo Rini; il dott. Luigi Bardelli presidente del Corallo; il dott. Paolo Scandaletti per l'Ucsi; quindi, don Dario Viganò referente per il mondo del cinema e dello spettacolo della Cei.

Seguiranno, quindi, gruppi di lavoro, distinti per aree geografiche, che avranno il compito di individuare strategie e scelte fondamentali per far sì che possono funzionare le sinergie a livello locale con questi obiettivi:

1. Come rendere effettivo il ruolo di raccordo degli uffici diocesani e regionali? Quali compiti e quali iniziative per rilanciare una progettazione organica della pastorale della comunicazione?
2. Quali sono i nodi strutturali di una sinergia a livello territoriale? È possibile realizzare un monitoraggio delle risorse per una loro ottimizzazione?
3. La questione amministrativa e gestionale dei mezzi quali novità presenta a fronte di un contesto culturale che spinge sia verso l'attenzione alle identità locali che verso lo sguardo globale?
4. Come sviluppare ulteriormente la collaborazione tra la dimensione locale e quella nazionale, e oltre?

Sinergia: da questa idea è nata nel 1966 la nostra federazione, la Fisc. Una sigla che esprime collegamento e confronto tra i diversi settimanali cattolici, e soprattutto, "raccolgere insieme", far sinergia nel testimoniare il passato, l'eredità culturale sociale ed ecclesiale delle varie testate. L'idea di sinergia è sempre rimasta nella Fisc. Infatti, appena fondata la Fisc, l'idea di fare anche una sinergia circa i contenuti e i servizi, ha dato vita ad un servizio di informazione comune, il Sis (servizi informazioni settimanali). Nell'86, poi, il Consis (Consorzio nazionale servizi di informazioni settimanali) nella convinzione che le sinergie dovessero essere raccordate anche a livello economico, tecnico amministrativo e pubblicitario. Infine, sviluppando l'idea delle sinergie nei contenuti, da un'intuizione della Fisc, nel 1989, è nato il Sir, che ha preso il posto del Sis, che è diventata una realtà veramente grande, importante e che ci permette di continuare a lavorare con una migliore possibilità di comunicare idee e contenuti. Da dieci anni tra Fisc e Sir c'è una collaborazione piena, una sinergia, direi, invidiabile.

Ma guardiamo al futuro. L'azione sinergica oggi diventa una scommessa per il futuro, almeno per due motivi. Anzitutto per un motivo ideale: se è vero che la fede cristiana è per sua natura comunitaria, tutte le espressioni della fede devono essere vissute nella comunione e nella collaborazione, questo vale, quindi, anche per quella testimonianza che gli strumenti di comunicazione sociale della Chiesa intendono dare attraverso il loro specifico servizio all'informazione e alla comunicazione.

C'è, poi, un motivo *concreto*, perché se guardiamo avanti ci accorgiamo che ci attendono tempi non facili. C'è una concorrenza sempre più spietata nell'informazione, c'è una legislazione che ogni anno diventa sempre più farraginoso e sempre meno attenta al dovere di garantire il pluralismo e la democrazia informativa. Se passano certe intenzioni di leggi che noi abbiamo davanti ci rendiamo conto che metà dei nostri settimanali dovrebbero forse chiudere, basti pensare al problema postale. Quindi, una legislazione che ci mette realmente in difficoltà, costi di produzione sempre più elevati, per quanto riguarda i contratti di formazione, i contratti giornalistici e poi l'aumento spropositato delle tariffe, il servizio pubblico che fa acqua da tutte le parti. Tutto questo rischia di compromettere il nostro lavoro, con la prospettiva di vedere morire non pochi strumenti ecclesiali di informazione.

Ecco, allora, l'urgenza di creare sinergie all'interno delle singole diocesi, oppure anche tra diocesi vicine e non. Vediamo alcune indicazioni concrete.

a) *Le sinergie in diocesi*. Quelle di cui parlo sono cose certamente scontate, le conosciamo tutti, ma non sempre le realizziamo.

Anzitutto occorre una sinergia, una collaborazione continuativa tra gli strumenti di comunicazione sociale della stessa Chiesa locale. Quindi settimanale, radio e televisioni. Non poche volte sono gestiti da enti diversi, diretti da persone diverse, ma non possono continuare a ignorarsi. Il mettersi a confronto circa la linea editoriale anzitutto per quanto riguarda la linee e i contenuti, è un'esigenza indilazionabile. Il costante colloquio tra queste realtà può evitare anche degli sprechi o dei doppi lavori. Ad esempio, ci si domanda perché mandare un giornalista del settimanale e uno della radio locale ad uno stesso appuntamento, quando uno solo può andare per l'uno o per l'altra. Quindi, la prima sinergia è tra i media della stessa diocesi. Occorre, poi, sempre nella stessa diocesi, creare sinergie con tutte le espressioni associative ecclesiali che spesso realizzano propri strumenti di comunicazione e di informazione: oltre al giornale diocesano c'è quello dell'Azione cattolica, c'è quello dell'Ufficio missionario, c'è quello della Federazione degli oratori. Tanti piccoli strumenti, che alla fine fan tutti fatica a sopravvivere. C'è da domandarsi se vale sempre la pena di avere tanti strumenti, o se non sarebbe ora di fare ipotesi di collaborazione migliore, di realizzazione o anche di distribuzione. Certamente non è facile chiedere questo tipo di sinergia perché tutti hanno la loro nicchia di informazione, il loro target di utenti e bisogna certamente tener conto di tutto ma, lasciare moltiplicare le cose oggi, tenendo conto dei costi, non è certamente utile. Sinergia, quindi, con tutte le altre espressioni associative ecclesiali.

Una terza possibilità di sinergie all'interno delle singole diocesi potrebbe essere quella con strumenti ecclesiali di informazione di altro tipo, ad esempio tra il giornale diocesano e *Avvenire*. Lo dico perché già certe diocesi fanno il cosiddetto "panino"; non sempre è facile realizzarlo dal punto di vista tecnico, però direi che l'ipotesi va valutata con molta attenzione, non si tratta soltanto di un fatto economico, ma ha una valenza ideale di alto livello.

Altra ipotesi di collaborazione, di sinergia con altri strumenti, è quella della distribuzione. So che in certe diocesi ci si è accordati per la distribuzione insieme del settimanale diocesano e di *Famiglia Cristiana*: il distributore di *Famiglia Cristiana* che passa di parrocchia in parrocchia distribuisce anche il settimanale diocesano. Non è una grandissima cosa a livello ideale, ma concretamente dà dei vantaggi, sia circa l'arrivo puntuale eppoi, a volte, permette anche qualche risparmio.

Sempre a proposito di sinergia in diocesi, segnalo la necessità di una collaborazione più stretta sia con gli uffici pastorali della curia – che non sempre comprendono a fondo l'esigenza dei nostri strumenti di comunicazione – e sia direttamente con i parroci e le comunità parrocchiali, una strada questa da non trascurare per la produzione e la diffusione dei nostri giornali. Su questo fronte bisogna avere tanta pazienza in quanto non sempre gli insegnamenti del

Magistero e le indicazioni di Palermo sul comunicare sono giunti a destinazione.

b) Sinergie, in secondo luogo, tra diocesi vicine. Esistono situazioni nelle quali diocesi diverse, piccole, faticano a tenere in piedi i propri strumenti di comunicazione sociale, in particolare i settimanali. Occorre avere allora l'intelligente volontà di collaborare strettamente con le diocesi vicine. E ciò tenendo conto della duplice necessità: anzitutto, di fare uno strumento di comunicazione fruibile dal punto di vista del prodotto; inoltre confezionarlo in modo da non tradire la caratteristica *locale*, in attenzione quindi dei lettori dell'una e dell'altra diocesi. Questo non per campanilismo ma per la chiara constatazione che un sano localismo è oggi forse più che mai un'arma vincente. Accenno solo ad alcune esperienze di questi ultimi anni avvenute nella Fisc, che hanno indubbiamente motivo d'essere prese in considerazione e quindi valutate, prima di essere proposte in altre situazioni.

Da quasi 20 anni c'è "Toscana oggi", un'esperienza che ha unito in un unico settimanale le testate di ben 15 diocesi, testate che da sole faticavano a sopravvivere, e ora sono vive nell'unico settimanale regionale, che però esce in 15 edizioni diverse, per le 15 diocesi. Una realizzazione non facile ma per alcuni giornali è stata un'ancora di salvezza.

Il "progetto Sardegna": gli otto settimanali, più uno (otto iscritti alla Fisc ed uno che non è iscritto della Sardegna) grazie ad un progetto portato avanti dalla Fisc e finanziato dalla Cei, stanno valutando una nuova forma di sinergia. A differenza che in Toscana, qui si preferisce mantenere in vita le singole testate, con i loro direttori e le loro redazioni facendo nascere una redazione centrale che unificherà la grafica, preparerà servizi comuni e le pagine regionali. Il tutto sarà forse più impegnativo, nel senso che si dovranno far vivere, specialmente ai direttori, esperienze concrete e frequentissime di confronto e di discernimento comunitario.

c) Sinergie tra diocesi diverse e lontane. Da un po' di tempo si sta parlando del gemellaggio tra settimanali di diocesi diverse, tra un settimanale forte e uno meno forte, tra un settimanale del nord e uno del sud. Si tratta di un'idea ancora abbastanza vaga ma forse potrà davvero avere un futuro, proprio nel segno della solidarietà: lo scambio provvisorio di collaboratori, il frequente confronto sulle linee e sui contenuti, la condivisione di servizi e di aiuti concreti. Si è ancora nel campo dello studio preventivo ma certamente qualcosa nascerà.

Concludo. Nella certezza che il nostro è necessariamente il tempo delle sinergie, occorre avere molta fantasia, trovare il coraggio di fare esperimenti senza arrendersi anche di fronte a risultati non sempre ottimali e mantenendo una sufficiente capacità di auto critica.

F.I.S.C **Federazione Italiana Settimanali Cattolici**

La Federazione Italiana dei Settimanali Cattolici (FISC) è nata il 27 novembre 1966 – in un Convegno organizzato nei pressi del Lago di Garda nel quale si celebravano i vent'anni di fondazione del Settimanale diocesano "Verona Fedele" – non soltanto per un'esigenza di collegamento o di naturale sinergia tra i numerosi settimanali diocesani, ma soprattutto con l'intento specifico di raccogliere l'eredità culturale, sociale ed ecclesiale delle testate sorte già alla fine dell'800, nel solco del Movimento Cattolico e alla luce della *Rerum Novarum*. L'intuizione da cui nacque, di ordine ecclesiale e civile insieme, rispondeva all'urgenza, avvertita in campo mass mediale, di dar vita a un vero e proprio progetto culturale cristianamente ispirato. Il biennio 1966-1968 fu contrassegnato da un intenso dibattito sull'identità del settimanale diocesano e sull'opinione pubblica nella Chiesa. Frutto di quella ricerca appassionata fu il "*Documento programmatico per i settimanali cattolici*" che fu approvato dal Consiglio Nazionale della Fisc il 26 ottobre 1969. Quel documento costituì il fondamento istituzionale dei settimanali cattolici e, nella sua essenzialità, resta ancora la "*Charta*" di riferimento.

Tuttavia, i notevoli cambiamenti avvenuti in trent'anni sul fronte culturale e della comunicazione sociale hanno via via impegnato i responsabili dei giornali diocesani in una ricerca continua per un servizio adeguato alle nuove esigenze socioculturali e di evangelizzazione. Questa ricerca si è conclusa – dopo un prolungato dibattito e un attento confronto all'interno della Fisc – con la pubblicazione del documento "*Il settimanale diocesano, giornale della Chiesa, giornale della gente*" che si presenta come un testo di "Indicazioni programmatiche" a trent'anni dal primo documento. Questo ultimo testo ricorda le radici dei settimanali diocesani, esamina il loro significato nella società dell'informazione, collega la loro missione al Vangelo della Carità e approfondisce l'identità del settimanale diocesano. Il documento esprime la convinzione che "i settimanali cattolici, posti al crocevia del dialogo Chiesa-mondo, ancora oggi si pongono come una risorsa preziosa delle comunità locali e della Chiesa italiana".

Attualmente aderiscono alla Fisc 143 testate, con una tiratura complessiva di circa un milione di copie raggiungendo, secondo stime di marketing, quasi 4 milioni di lettori. È un patrimonio dalle radici antiche: 29 di essi sono nati nel secolo scorso ed altrettanti nei primi venti anni di questo secolo. Un buon numero di essi, poi, è nato nel clima di rinnovamento succeduto all'ultima guerra mondiale, mentre altri sono nati nel clima di intenso impegno ecclesiale succeduto al Concilio Ecumenico Vaticano II. In qualsiasi periodo siano nati, però, i settimanali sono nati non solamente da una istanza ecclesiale, ma anche da un serio impegno nel sociale. A distanza di molti anni questo impegno è rimasto la caratteristica prevalente di questa stampa che non dà solo notizie religiose ma che soprattutto offre un sostanzioso contributo all'informazione civile e pubblica locale.

I settimanali diocesani aderenti alla Fisc nell'anno 1999 sono così distribuiti:

Valle d'Aosta:	1	Umbria	2
Piemonte:	19 *	***	
Liguria:	2	Lazio:	3
Lombardia:	17	Abruzzo:	1
Veneto:	9	Molise:	1
Trentino Alto Adige:	3	Campania:	4
Friuli Venezia Giulia:	6	Puglia:	4
Emilia Romagna:	15	Basilicata:	0
Toscana:	4 **	Calabria:	3
Marche:	9	Sicilia:	7

*** Va notato che in Piemonte la "Stampa Diocesana Novarese", che nel conteggio è segnata come un solo giornale, esce però con undici edizioni che portano testate diverse; inoltre in Piemonte esiste una agenzia dei settimanali diocesani aderente in proprio alla Fisc.

** Va sottolineato che in Toscana, il settimanale "Toscana Oggi" esce, pur con unica testata, in 15 edizioni.

*** La Voce, di Perugia, è da considerare settimanale regionale, perché serve sette diocesi su otto della regione.

I settimanali aderenti alla Fisc sono quindi 118, per un totale di 142 edizioni; 143 comprendendo l'agenzia piemontese.

Come si vede la distribuzione dei settimanali è diversa tra Nord, Centro e Sud: la concentrazione maggiore è in Piemonte, Lombardia e Triveneto. Una buona presenza si ha anche in Emilia, Toscana e Umbria, mentre sono ancora sprovviste di settimanale diocesano molte diocesi del Sud. I settimanali diocesani sono anche molto diversi l'uno dall'altro, a testimonianza di una storia ecclesiale e sociale ben radicata nelle tradizioni locali. Ma l'omogeneità sta nelle finalità. Basta scorrere i titoli dei convegni svolti finora dalla FISC per rendersi conto delle tematiche che uniscono le 136 testate, fino agli ultimi, svoltosi nel 1999: "Immigrati: pericolo o risorsa?" (Faenza, aprile 1999) e "Giornali locali nell'Europa delle regioni" (Monza, ottobre 1999). A questi momenti, diretti a creare una comunanza di indirizzo culturale e che consentono anche di proporre pubblicamente la presenza dei settimanali cattolici nel "media system" italiano, si aggiungono anche altre attività specifiche: seminari di studio, stage per redattori e amministratori, meeting internazionali (Alpi - Danubio - Adria).

Un elemento di unità tra i settimanali cattolici è stato, fin dall'inizio l'esistenza di un'agenzia di servizi giornalistici comuni: il SIS ("Servizi informazioni settimanali") fino al 1988 e poi, dal 1989, il SIR (Servizio Informazione Religiosa), nato da una intuizione della Fisc e realizzato grazie all'attenta disponibilità della Cei, dotato di moderna tecnologia e realizzato da un ottimo gruppo redazionale. Accanto alla FISC, inoltre, dal 1986 opera un consorzio-cooperativa (Consis), che cura le sinergie economiche, tecnico-amministrative e pubblicitarie delle testate FISC.

Buongiorno a tutti.

Sono qui un po' condizionato da una frase-provocazione del vescovo, mons. Sanguineti, detta fra tanti spunti, stamani alla messa durante l'omelia (se riferisco bene, ma credo di essere corretto): "chi vuol salvare il proprio palinsesto lo perde". Questa affermazione ci entra dentro, mette in moto un po' di meccanismi in ciascuno di noi, per quella difesa dei nostri spazi particolari che ci hanno impedito, spesso, di fare positiva "sinergia".

Brevemente, quindi molto schematicamente, cerco di vedere *le ragioni di una mancata sinergia nel passato*.

Radio e televisioni sono arrivate... dopo e si sono inserite, nella società in generale ma anche all'interno della Chiesa, là dove ormai da tempo – gli anni di anzianità lo dimostrano – aveva preso campo e si era radicata, quella che si può definire una mentalità gutenberghiana, con la stampa; ma con la stampa e con il suo linguaggio, che è un linguaggio lineare, fatto di soggetto, di predicato verbale, di complemento oggetto, dunque un linguaggio logico, prevalentemente razionale. Questa presenza della stampa con il suo linguaggio consolidato, quando sono arrivate le radio e le televisioni anche nel nostro mondo, ha fatto sì che non sempre siano state accolte subito, capite. Quindi c'è stato *un problema di mentalità*, insieme anche ad un *problema dovuto alla nascita estemporanea* della quasi generalità delle emittenti. Le nostre radio e le nostre televisioni non sono nate programmate, in genere, magari dall'alto; sono nate per moto spontaneo, di sacerdoti e laici che un po' avevano capito, che un po' "frucchiavano" in elettronica, un po' per altri motivi. E ne sono fiorite tante, per fortuna. Molte sono nate anche perché c'era questa voglia d'annuncio. Alcune sono nate perché hanno sostituito l'altoparlante del campanile con la radio perché arrivava più in là, l'altoparlante era antiquato. Quindi una crescita svariata, diversa. È stata una nascita estemporanea non nata direttamente da una programmazione pastorale. L'inizio è stato grosso modo così. E questo, sicuramente, all'inizio non ha dato immediatamente vita a sinergie, a un rapporto sinergico fra le varie attività e tantomeno ad una programmazione pastorale che tenesse conto di questi media.

E allora come tutte le cose che nascono nuove all'interno di comunità, ci sono stati "conflitti" di assestamento, ci sono state incomprensioni dovute anche ad impreparazione, ad un non approfondimento, senza colpa per nessuno. Il mezzo nuovo ci fa ancora spesso domandare: "ma serve davvero a fare pastorale?" Quanti discorsi ancora continuano nelle nostre diocesi. "No, la vera conversione avviene nella testimonianza personale, avviene a tu per tu..." *Ci sono ancora molte riserve sull'uso dei mezzi radiotelevisivi*.

Qui siamo fra addetti specializzati nella comunicazione, e ieri abbiamo sentito conferma di tanti nostri pensieri dai relatori ottimi che ci hanno preceduto; ma abbiamo anche pensato come forse quei discorsi li avremmo voluti sentire e far sentire a tutti nelle nostre diocesi, perché non passa ancora tutto quello che abbiamo sentito ieri sera.

E poi, oltre alla crescita non programmata di tutte queste esperienze, molte di esse in mano al laicato, diciamo la verità, quando sono nate dal laicato, queste attività, da un laicato cattolico che magari le ha fatte nascere proprio perché si sentiva Chiesa; perché aveva ricevuto nella sua formazione il mandato per l'annuncio e la testimonianza nella società attraverso la famiglia, la professione, il lavoro e quindi anche attraverso la comunicazione, non sempre c'è stata consapevolezza e comprensione, perché forse, al di là delle enunciazioni di principio che facciamo fra noi nella Chiesa, *non sempre questo rapporto è vissuto come espressione di libertà di laici* che operano nella società e quindi, autonomamente fedeli nell'amore e nella sostanza alla vita della Chiesa, poi realizzano secondo le proprie vocazioni le scelte, gli inserimenti nella realtà terrestre.

Questo ci ha fatto vivere un passato di qualche decina d'anni non certo carichi di sinergia. Quando giriamo tra le nostre emittenti sentiamo il disagio dell'incomprensione che a volte c'è all'interno della Chiesa fra confratelli; ma sono cose delle quali credo si debba prendere atto con serenità, con la voglia di superarle.

Qualche *difficoltà non solo nel passato ma anche oggi* che pure abbiamo fatto una certa evoluzione, c'è *nelle sinergie a livello diocesano*. Persiste un po' *la difesa del proprio spazio*, (ma lo dico non come critica malevola perché tutti siamo operatori, magari senza colpa, di questa difesa, di questo "amore" al palinsesto che non vogliamo molare, come diceva il vescovo, quindi non è un'accusa ad altri, la diciamo anche per noi); ma abbiamo un po' la tentazione di vivere il nostro particolare. Quello che diceva prima don Rini in realtà è vero. Un po' di attaccamento, un po' di gelosia anche dei tanti settimanali, di tanti fogli e foglietti con la difficoltà di unirsi perché ciascuno sente di avere quasi una missione particolare, entro una nicchia, un linguaggio che tocca soltanto a lui.... Questo, badate bene, io non lo valuto tutto negativamente. Credo che nel momento in cui ci dobbiamo muovere *per fare sinergie, dobbiamo prendere atto di queste esigenze*. Forse bisogna pensare che sono in parte anche esigenze dettate dallo spirito che soffia in tanti di noi e ha dato l'ispirazione di fare magari un giornale per una nicchia. Certo, quando lo vediamo poi dall'alto, dal punto di vista strutturale, sentiamo che ci sembra di disperdere tante energie. Però attenzione! Entro lo sforzo di fare più sinergia possibile, attenzione anche al grande rispetto di vocazioni che sono nate in ciascuno, e quindi bisogna tentare e cercare proprio di contemplarle insieme.

Certo però. la difesa del proprio palinsesto può essere anche una tentazione.

Poi, diciamo, forse, nella Chiesa, lasciatemelo dire da laico, e lo dico anche questo con grande affetto e con grande amore e riconoscenza per tutti i pastori, qualche volta si ha la sensazione che le opere, per essere autentiche, debbano essere “timbrate”, che rientrino in un elenco ecclesiastico ben preciso secondo delle determinate caselline. Ed invece credo tutti si debba imparare a fare un salto in avanti. *Il laicato*, come ho già detto, quando è stato formato per lavorare per la consacrazione del mondo, è mandato nel mondo perché in autonomia, in libertà, secondo la grazia del proprio stato realizzi questo mandato. Bisogna recuperarlo pienamente questo rispetto, e sentirlo Chiesa, il lavoro del laicato, anche se non sempre ha un timbro di un'organizzazione curiale, amministrativa in senso stretto.

Queste sono un po' di analisi volanti per cercare di capire come nel passato a volte, è mancata la possibilità di fare sinergia e quindi auspicio perché certe difficoltà si superino per il futuro.

E allora, rapidamente, diciamo qualcosa per le sinergie del futuro.

Si reclama, spesso dicendo “andiamo al concreto”. Anche ieri, guardate, pur nelle belle impostazioni teoriche, se si rilegge attentamente, e padre White ed altri, hanno proprio dato delle indicazioni anche molto pratiche su come si può fare sinergia operativa.

Lo diceva già don Rini. Sarebbe un ripetere dire perché sulla notizia ci deve andare il giornalista del settimanale cattolico invece che quello della radio invece che quello della televisione se c'è e così via.... *perché non unificare?* Sono tutte cose pratiche, è vero, che bisogna cercare di fare, anche se a volte c'è una situazione logistica, proprio per come sono nate le cose in tempi e modi diversi, che ci impedisce di lavorare in redazione insieme. Tutte cose però che se non sono avvenute, se è difficile che avvengano, hanno *qualche* altra ragione a monte. Il persistere un po' forse anche di alcune delle cose che ho detto avanti, e poi perché, spesso, *c'è un'oggettiva difficoltà*. Non so se tutti abbiamo meditato sui tanti spunti belli dal punto di vista tecnico che gli oratori ieri ci hanno dato? Oggi il mondo è davvero cambiato. La televisione, non è solo la televisione che dà le notizie; la radio non è solo la radio che dà le notizie; soprattutto la televisione, ha fatto cambiare mentalità. Pensiamo ai *giovani* che per vent'anni sono stati tre ore e mezzo il giorno, dalla mattina alla sera davanti alla televisione! *Hanno cambiato la mentalità e sono abituati ad un altro linguaggio*. Lo diceva molto bene p. White ieri: un linguaggio che non è più gutenberghiano, è un linguaggio globale, di impatto, globalizzante: l'orecchio, gli occhi, i sensi. È un linguaggio emozionale che per l'avvento disordinato che è avvenuto in Italia, ha sconvolto, perché è un impatto che non è stato guidato politicamente, in senso positivo! È arrivato come un fiume che ha rotto gli argini, ha

invaso la nostra gente, le nostre popolazioni.... anziché arrivare dai rubinetti, dalle canalizzazioni, con ordine.... quindi ha fatto dei disastri, ed ha causato uno sconvolgimento formativo-educativo che è quello che abbiamo nel nostro mondo, e che per altro era già stato “profetizzato”. Chi aveva studiato questo fenomeno, oltre venticinque anni fa negli Stati Uniti d’America dove era già accaduto, sapeva che sarebbe avvenuto anche da noi, ed aveva scritto, bastava leggerlo. Si trattava proprio di uno sconvolgimento massiccio non tanto per i nuovi contenuti, che è un po’ l’ottica di lettura tradizionale per noi cattolici, a volte anche di tipo moralistico, ma proprio per il *diverso linguaggio*. È questo ciò che ha sconvolto.

La difficoltà a fare sinergia è a volte il *mettersi d’accordo sul tipo di linguaggio del ricettore* e quindi il linguaggio che noi dobbiamo usare nel comunicare. È qui il problema di fondo del nostro discorso sulle sinergie, secondo me. Ed è difficile oggettivamente entrare in questo discorso, ed anche sconvolgente. Ieri p. White è stato ottimista di fronte a questo discorso. Vi ricordate? Ha detto una cosa molto bella: tutto sommato oggi, il media, in particolare la televisione, parla come Gesù: per immagini, per simboli, per parabole. Aveva un linguaggio globale Gesù, questo è vero, e anche la televisione ha questo linguaggio globale di impatto emozionale. Ci stimolava dicendo che sta a noi il recupero di questa capacità di comunicare attraverso questo mezzo proprio perché è il mezzo che ha questo tipo di comunicazione. Comunque sia, si faccia giornalismo, si faccia radio, si usi qualsiasi altro mezzo, *bisogna tener conto che oggi il ricettore ha questo tipo di informazione in testa, ha questo tipo di linguaggio in testa, e allora si potrà fare sinergia. Questo è il primo convegno che facciamo tutti insieme, non ce le siamo dette a sufficienza queste cose, e forse c’era bisogno di parlarci di più fra noi. Saranno i gruppi di studio, ma c’era bisogno di parlarci molto fra noi per sgrossare un terreno che ancora non è mai stato sgrossato per poi riportarlo nelle nostre diocesi.*

Allora per concludere dico che, sul piano pratico, le sinergie cosiddette concrete delle radio e televisioni fra loro è difficilissimo farle. Ognuna ha da raccontare il proprio territorio, il proprio locale. L’unica sinergia oggi è stata inventata dalla Chiesa, con tutti i limiti di una partenza rapida, ma anche con gli aggiustamenti che sono in corso e che sono i servizi che attraverso Blu Sat e Sat 2000, dall’alto calano nelle nostre radio e nelle nostre televisioni locali. Questa è una sinergia utile. Infatti, il tentativo di fare sinergie...orizzontali, fra radio che si collegano fra loro, proprio nella misura in cui quelle radio sono valide perché rispondono ai bisogni del territorio sul quale insistono, è difficilissimo. È difficilissimo scambiarsi i programmi fra radicate emittenti locali. È un affare che non è quasi mai riuscito a nessuno. Si tenta, qualche volta, ma risolve poco.

L’unica “sinergia” che noi invece possiamo fare, che fa parte della nostra cultura, lo diceva p. Nissim ieri - lo accenno anche perché

è stato tema del convegno del Corallo - che si può e si deve fare a livello di radio, di televisioni, di media nostri, deriva da questa consapevolezza: siamo davanti al grande scenario dell'informazione globale e c'è il rischio che il Grande Fratello omologhi tutti noi per farci consumatori. Perché questo non avvenga, perché si contribuisca con forza ad essere persone e comunità, c'è bisogno di riscoprire il senso profondo delle nostre realtà locali. Allora c'è bisogno che i mezzi locali stiano "gelosamente" locali, perché abbiano la forza di portare a galla la vita reale della nostra gente, non in opposizione alla fiction che è linguaggio bello quando è artistico e quando lo usa il nostro amico Bernabei, non in opposizione, ma perché insieme alla fiction, che in qualche modo è messaggio universale che...comunica, si innesti la vita reale della nostra gente, vita d'amore, di sofferenza, di gioie, di dolori, di preghiere, di sport, di tutte queste cose, perché l'incontro nel mondo, questa globalizzazione che noi non rifiutiamo, sia un incontro fra identità, persone e comunità che si incontrano fra loro e possano costruire un mondo più bello.

CO.RA.L.L.O. Consorzio RADIO Libere Locali

Il CO.RA.L.L.O. nasce nel 1981 per iniziativa di alcuni operatori del settore radiofonico e televisivo di ispirazione cattolica tra i quali, in particolare, Franco Mugerli che per anni è stato presidente del Consorzio. Insieme alla Federcultura (Federazione delle Cooperative Culturali Italiane), questi operatori intendevano rispondere all'esigenza di difendere le piccole e grandi imprese radiotelevisive locali, espressioni di variegata esperienze culturali, politiche e religiose radicate sul territorio. Protagonista di numerose battaglie in difesa dell'emittenza locale, ha partecipato attivamente alla stesura della Legge Mammi e delle successive leggi che hanno regolamentato il settore radiotelevisivo.

Come è stabilito nel suo Statuto, si propone di essere punto di riferimento di tutta l'emittenza radiotelevisiva italiana che dichiara adesione ai principi cristiano sociali. Fin dal nascere dell'emittenza che una volta amava definirsi libera e locale e che oggi definiamo "privata", i cattolici italiani hanno guardato a questo strumento come ad una possibilità nuova di presenza nel tessuto civile e sociale italiano. All'origine, c'era il desiderio di testimoniare al mondo la propria fede, la volontà di condivisione e di partecipazione con tutto l'umano. C'era il desiderio di rendere incontrabile l'annuncio cristiano nel linguaggio del mondo.

Sollecitati dal Magistero della Chiesa e in particolare dalle note della Conferenza Episcopale Italiana in tema di comunicazioni sociali, i cattolici italiani hanno aggiunto questi nuovi mezzi che sono la radio e la televisione alla multiforme presenza di strumenti di comunicazione di cui è ricca la cattolicità italiana.

Il CO.RA.L.L.O. è, oggi, un consorzio di emittenti a cui aderiscono cooperative, società di capitali, società di persone, imprese individuali, associazioni e enti vari; raggruppa 280 emittenti tra cui 35 televisioni e 11 emittenti radio-televisive di tutto il territorio italiano. Il Consorzio fornisce ai propri associati assistenza tecnica, commerciale e sindacale e ne esercita la tutela rappresentandoli in tutte le sedi competenti.

È tra i soci fondatori di AUDIRADIO, la rilevazione ufficiale sull'ascolto della radio in Italia; membro del direttivo A.M.A.R.C., associazione mondiale delle radio comunitarie con sede in Canada; uno dei quattro fondatori e membro del direttivo della CERC, Conferenza Europea Radio Cattoliche con sede in Francia.

Nel passato il Corallo ha realizzato, in parte insieme alle emittenti associate, servizi giornalistici per poi distribuirli all'intero circuito del Consorzio; ha prodotto il settimanale radiofonico di informazione religiosa "ECCLESIA" ritrasmeso dalle emittenti associate; ha dato vita ad un'agenzia di informazione radiofonica, NEWS PRESS Srl, per offrire servizi informativi quotidiani agli associati. Inoltre, in questi anni, ha realizzato corsi di formazione per operatori del settore tesi alla qualificazione e alla professionalità degli associati.

Tra le linee operative del CO.RA.L.L.O. :

- a) sensibilizzazione delle forze politiche che si richiamano a principi cristiani e non, sul valore culturale dell'emittenza locale e sulla necessità che la nuova regolamentazione dell'etere si fondi principalmente su presupposti culturali e di servizio anziché , prevalentemente sulle leggi di mercato;
- b) maggiore sostegno all'emittenza locale associata, sia con iniziative esplicitamente economiche che con forniture di programmi, dopo aver stimolato nuove aggregazioni per una più qualificata presenza sul territorio;
- c) supporti culturali e professionali per meglio definire l'identità della presenza dell'emittenza cattolica (incontri nazionali-regionali e corsi di formazione) - anche in collaborazione con l'Incoop - regionali e interdiocesani), anche facendo della propria pubblicazione Antenne Libere uno strumento di dibattito e di dialogo, oltre che di informazione e supporto tecnico legislativo.

Tre punti: la cultura della professione, la cultura ecclesiale, le sinergie sui temi e sui contenuti.

La cultura della professione. Don Elio Bromuri, il direttore de "La Voce", settimanale delle diocesi umbre, ha scritto sull'ultimo numero: «Essere giornalista cattolico vuol dire essere anzitutto un giornalista». Per avere più precisione, più completezza, più qualità. Volendo rispondere meglio alla domanda dei lettori-utenti, urge verificare se abbiamo sempre i fondamentali della cultura professionale: se chi fa informazione possiede gli strumenti del mestiere e le basi del diritto pubblico e privato, delle lingue, dell'economia, della finanza, della storia. (Noi abbiamo in corso una serie di incontri sul senso della storia nel raccontare la vita.)

La cultura della modernità, per viverla senza timori e, per impregnarla dei nostri valori; per aggiornarla del vissuto, che la rende maggiormente credibile.

La cultura della comunicazione. Più dei telegiornali incidono sul senso della vita e sui comportamenti le storie della fiction televisiva. Chi si occupa della cultura e dell'etica dei programmisti-registi? L'UCSI ha mosso i primi passi. Dove va il potere dei media?

L'internet che si fa cloaca alla quale accedono acriticamente anche dei giornalisti: l'"infortunio" di Carlino, Nazione, Giorno sull'acquisto di un rene che era una bufala. Così la notizia Ansa pubblicata dal Messaggero degli sciacalli che sulle rovine del terremoto di Ankara si aggiravano per depredare organi era pure fonte internet autosmentita con scuse. Allora, la legislazione su questo strumento è un tema che ci interessa o no? È possibile portare anche questi siti entro la legge della stampa, ancorarli alla responsabilità penale prevista dalla legislazione presso i tribunali. Quanto meno avremmo modo di indentificare le responsabilità.

Il linguaggio della divulgazione: tra slang e cattolichese possiamo identificare il linguaggio appropriato, giusto. Forse dobbiamo tornare a leggere poesia, ritrovare il sapore delle parole.

La cultura ecclesiale. Il discorso è sulla condizione matura del laico nella Chiesa, abbinato al discorso sull'esercizio del potere nella Chiesa. Non il potere alto, quello basso, quello diffuso, quello delle comunità più che dei principi. Quindici anni fa l'Ucsi fece a Recoaro un convegno aperto ai colleghi laici, discutemmo con tutti sul potere nei giornali. Forse dobbiamo farlo ore all'interno dei media cattolici. Il 4-5 dicembre, quindi fra pochi giorni, la Cnal con la Cei ha organizzato un seminario per ri-ragionare sulla posizione del laico nella Chiesa. Si è arrivati a questo seminario attraverso un percorso accidentato. Come mai se ne è saputo così poco? Eppure il valore della diversità c'è, come è un valore l'obbedienza. A quando un'inchiesta

giornalistica sinergica, vera però, sul vissuto del laico nella chiesa italiana? Come si trovano i giornalisti cattolici nelle testate cattoliche? Sono sempre spinti a sviluppare tutta la loro professionalità? Chi dirige è pronto ad ascoltare oltre che a parlare?

I nostri colleghi all'Ucsi ci hanno chiesto di svolgere un convegno su questi temi. Come si era fatto benissimo in Francia con grandi risultati. Noi non ci siamo ancora riusciti. Vogliamo farlo assieme? Quanti sono i laici professionalmente maturi e qualificati nelle strutture ecclesiali della comunicazione; partendo dall'Ufficio nazionale a quelli regionali e diocesani, ai settimanali. Scrive il Papa al punto 5 del messaggio che ci ha inviato il 22 settembre: "I 40 anni di storia dell'Unione cattolica della stampa italiana dimostrano che la cooperazione dei laici anche in questo speciale settore di intervento culturale deve essere ricercata e alimentata mediante un'attenzione pastorale rinnovata. "Condivido quello che hanno detto don Rini e Bardelli sui tempi, e aggiungo: questi nostri convegni sono progettati con lo spirito richiamato dal Papa? Le associazioni che operano appunto nel vissuto dell'informazione vengono coinvolte prima nel progetto, nella struttura, negli impianti.

I soggetti operanti nella comunicazione sono tre: editori, giornalisti, lettori. Sono ipotizzabili confronti e cooperazioni tra di essi anche in queste sedi? Noi abbiamo una positiva esperienza: in questi ultimi sei anni abbiamo realizzato una serie di convegni aperti ai laici, al pubblico, dal nord al sud del Paese; la voce dei lettori l'abbiamo ascoltata sempre, perché ci incalzi con la domanda di qualità. Il terzo soggetto deve essere presente, noi per esperienza l'abbiamo trovato utile.

Sinergie sui temi e contenuti. Spesso noi accusiamo, fondatamente, i giornali laici di sovrapporsi ai lettori in nome di interessi e di una cultura aristocratica. I nostri media cattolici raccontano sempre il vissuto della gente, affrontano i nodi della storia? Così, buttando lì, sono presenti questi temi: il volontariato dei laici che si va diffondendo, la funzione positiva del mercato, la libera concorrenza e la cultura delle authority incide. Le bollette del telefono sono frutto dell'authority, i luoghi sociali che diventano asfittici, la pratica della democrazia dove si fa? L'etica pubblica: da Mani pulite ai furti generalizzati nei supermercati, sono centinaia di migliaia i furti che non sono degli uomini di potere, sono commessi da noi facendo la spesa. E l'evasione fiscale generalizzata?

Dunque, sinergie sulle culture e sui comportamenti. Questo ci è sembrato di dire, essendo l'Ucsi una unione di persone, di professionisti, per muovere sinergicamente gli strumenti.

U.C.S.I.
Unione Cattolica Stampa Italiana

La limpida tradizione del giornalismo cattolico, in questo Paese, ha avuto un peso determinante nella formazione di generazioni di laici impegnati. Un giornalismo che nasce e acquista rilievo sin dagli anni successivi all'unificazione nazionale, assumendo in alcuni momenti un atteggiamento di vivace reazione nei confronti dello Stato unitario liberale. La difesa della dignità e dei diritti della persona umana ha rappresentato la base dell'impegno del giornalismo cattolico nel corso degli anni a venire, fino al Concilio Vaticano II che, nel documento *Inter Mirifica* del 1963 chiama i mezzi di comunicazione sociale "le meravigliose invenzioni tecniche che offrono al genere umano validi sostegni a consolidare il Regno di Dio". E' in questi anni che nasce l'UCSI, l'Unione Cattolica della Stampa Italiana, assumendo via via una dimensione sempre più moderna e attenta al confronto politico, sociale e culturale, con le altre realtà della vita pubblica nazionale. Da allora, migliaia di giornalisti hanno operato, e continuano ad operare con il loro lavoro qualificato e con spirito di sacrificio, nei media di ispirazione cattolica e in quelli laici, con il fermo proposito di ricercare nella carità la forza evangelizzatrice del mondo contemporaneo.

Dal proficuo dibattito sulla deontologia professionale promosso dall'Unione cattolica della stampa italiana, è scaturita una coscienza generalizzata attorno ai problemi della tutela dei più deboli, dei minori e degli ammalati, dalla quale è nato un sistema di regole riconosciute ed accettate da tutti. L'idea, rilanciata anche recentemente, di un Comitato etico dei media, che vigili sulle possibili manipolazioni dell'informazione, si inserisce nella trazione culturale della dottrina sociale della Chiesa, e riafferma il principio secondo il quale, anche nel mondo della comunicazione sociale, non tutto ciò che è possibile è lecito.

L'Unione cattolica della stampa italiana ha preparato il Giubileo dell'anno 2000, vivendo il periodo di attesa con una ripresa delle lettere di S. Paolo, guidata dai pastori diocesani, e riflettendo sui passi più significativi della Scrittura. Ha vissuto l'appuntamento con il nuovo millennio come un *nuovo avvento*, nella profonda convinzione che anche gli operatori della comunicazione sociale, svolgendo con serietà e consapevolezza la propria vocazione, siano chiamati a partecipare al grande disegno salvifico di purificazione e di conversione al quale il Giubileo ha richiamato tutti gli uomini di buona volontà.

L'anno di maggior splendore di quelle che erano chiamate *sale parrocchiali* fu il 1967. In quell'anno, secondo i dati forniti dalla SIAE, sul territorio nazionale la Chiesa poteva contare su 4.194 locali regolarmente aperti al pubblico a cui si aggiungevano 1.474 locali a passo ridotto. Interessante sottolineare la disposizione secondo le aree geografiche: 3.228 sale nell'Italia settentrionale, 601 nell'Italia centrale, 173 in quella meridionale e 192 nell'Italia insulare.

I dati SIAE del 1996 attestano una mutazione di ampie proporzioni: dalle quasi seimila sale siamo passati a 559 sale di cui 541 nell'Italia settentrionale, 65 nell'Italia centrale, 29 nell'Italia meridionale e solo 14 in quella insulare.

È chiaro che questi sono dati riferiti ad una precisa tipologia di sala, ovvero quelle sale che hanno ricevuto il nulla osta ministeriale, che sono i possesso di tutti i requisiti per il pubblico esercizio e che svolgono attività regolare di cinema e/o di teatro.

La riflessione della Chiesa italiana, già a partire dagli anni Sessanta, iniziò a profilare un'altra tipologia di sala che, senza contrapporsi a quella più tradizionale che a tutt'oggi rappresenta una ricchezza importante dal punto di vista culturale, andasse ad affiancarsi come struttura più significativamente pastorale: la *sala della comunità*. Una prima nota pastorale della Commissione Episcopale per le comunicazioni, *Le sale cinematografiche parrocchiali* (1982) chiedeva che le sale perseguissero «l'obiettivo primario, identificato dall'ACEC nella sala della comunità, la cui valorizzazione è da considerare come la risposta alle istanze di rinnovamento pastorale e alle diffuse esigenze di partecipazione che emergono dalla società e ancor più fortemente dal seno della Chiesa comunione e comunità». L'intuizione di una tipologia maggiormente pastorale di sala trova la sua precisa definizione nell'ultima nota pastorale della Commissione Ecclesiale per le comunicazioni sociali, pubblicata nel marzo del 1999 e avente per titolo *La sala della comunità: un servizio pastorale e culturale*. I nn. 5-17 si impegnano a descriverne valori e caratteristiche all'interno del più ampio discorso del progetto culturale orientato in senso cristiano; leggiamo il n. 11: «il ruolo delle sale della comunità nel quadro del progetto culturale orientato in senso cristiano si colloca sul versante del ripristino e della qualificazione delle condizioni di ascolto, delle facoltà di attenzione e di elaborazione critica oggi fortemente minate da un processo di dissipazione e di relativizzazione, da una forte omologazione del gusto e dalla tendenza a vivere con superficialità. La sala della comunità si presenta come lo spazio dove autenticamente si fa cultura, cioè si coltiva il gusto, la mente e il cuore».

La percezione di questa nuova tipologia di sala della comunità, almeno in termini assolutamente generali, ha attraversato da tempo le comunità cristiane. Infatti in un'indagine socio-pastorale sull'uso dei

mezzi di comunicazione sociale nelle comunità parrocchiali d'Italia, condotta dal Laboratorio di Sociologia Pastorale di Napoli e diretta dalla dott.ssa Grazia Le Mura, su 25.822 parrocchie, tante erano il 30 maggio del '96, ben 61,5% conosce che cos'è la sala della comunità. Nonostante la precauzione che dobbiamo necessariamente avere dinanzi a questi dati statistici, il 68,9% di questo ingente numero di sale che afferma di sapere cosa sia una sala della comunità: il 61,5% ne offre anche una definizione. Si tratta di una sala attrezzata per la comunicazione e che consente una differenziazione di uso. Dietro a questi numeri stanno certamente le tradizionali sale del cinema e del teatro, ma certamente anche quelle strutture pastorali attrezzate in maniera polifunzionale dove si alternano cicli di cineforum, teleforum, videoforum ed anche alcune conferenze. E, vista la conoscenza ampia del concetto di sala della comunità, dobbiamo pensare che dietro a queste percentuali ci sia anche un buon numero di propositi e di auspici, ovvero comunità che non avendo ancora la propria sala della comunità, ha messo tra i primi posti delle priorità, proprio la realizzazione di questo formidabile spazio di creatività e di pastorale.

Oltre ai media tradizionali, come cinema, teatro, televisione e musica, la sala della comunità pone attenzione anche alle nuove tecnologie.

Il cinema anzitutto. L'UNCS in da oltre un anno ha assunto un impegno preciso nei confronti del mondo del cinema, non solo creando buone relazioni con le professionalità implicate nell'industria cinematografica, ma anche attraverso alcune scelte operative. Anzitutto una maggior qualificazione della Commissione Nazionale Valutazione Film introducendo persone competente sia a livello tecnico che a livello teologico. Da qui la valorizzazione del lavoro svolto in tanti anni, a partire dal 1934, con la realizzazione di un CD-rom che raccoglierà tutte le schede della CNVF organizzate anche a livello tematico e alcuni files significativi sul rapporto chiesa e cinema. Accanto a questo vorremmo realizzare finalmente alcuni volumi di storia del cinema che mettano in evidenza il rapporto tra il mondo cattolico e l'industria cinematografica. Altro aspetto importante è la convegnoistica di settore: lo scorso anno a Frascati si sono riuniti oltre duecentocinquanta responsabili di sale della comunità e animatori di circoli del cinema per una riflessione sul tema cinema e nuovo umanesimo. Siamo ormai in fase di preparazione di un seminario di studio per direttori di sale dal titolo: *le sale della comunità nella cultura d'impresa*.

A livello di sinergia, sul territorio, si possono costruire positivi legami con l'AGIS, che è l'agenzia generale italiana dello spettacolo, con l'ACEC, che è l'associazione che ha il mandato di rappresentanza e di tutela delle sale della comunità, con le quattro associazioni ecclesiali di circoli di cultura cinematografica che sono riconosciuti dal ministero: ANCCI, CGS, CINITI, CGS. È interessante pensare con queste

realità percorsi di educazione all'immagine, in accordo magari con Regione, Provincia e Comune chiedendo di essere titolati a rilasciare *crediti formativi*. Una interessante attività che ho sperimentato è quella di rivisitare gli aspetti problematici delle professioni dei media attraverso alcuni importanti film. Oppure anche una rilettura di alcuni passaggi storici particolarmente significativi come quello tra l'Ottocento e il Novecento. Ad esempio, c'è un film, *Padre Daens* che rappresenta in maniera particolarmente significativa la percezione dell'enciclica *Rerum Novarum* in un piccolo paese di filande dove lo sfruttamento minorile era opera di ricchi cattolici.

Quando il 36,3% delle parrocchie italiane dice di avere un gruppo teatrale, che significa? Entrare a scoprire cosa sta dietro i numeri di una indagine socio-pastorale è sempre complesso. Certo sta tutto ciò che è compreso tra due estremi: da una parte un gruppo di giovani che in un'occasione particolare si dispone e prepara una rappresentazione, dall'altra una compagnia amatoriale che in forma continuativa propone vere e proprie stagioni teatrali.

L'UNCS è da poco partito alla scoperta di questo mondo anche per le grandi difficoltà. Abbiamo organizzato un primo incontro tra persone del mondo del teatro al fine di giungere alla costituzione della Consulta Teatro analogamente a quanto è avvenuto per la Consulta Cinema. La difficoltà è emersa anche dall'altissima mortalità che ha avuto una nostra richiesta ai direttori regionali. Pochissime sono state le risposte probabilmente anche perché è difficile conoscere sul territorio quali sono i riferimenti istituzionali. Non ci siamo arenati e abbiamo iniziato una indagine conoscitiva sul territorio italiano distinguendo due grandi settori: da una parte le compagnie legate ad una comunità cristiana, dall'altra le sale della comunità di predispongono una programmazione teatrale a livello professionale. Sarà una indagine assolutamente insufficiente ma è un modo per iniziare. Anche per quanto riguarda il teatro vorremmo preparare un momento di convegnistica sul teatro antropologico e sarebbe molto interessante poter invitare Peter Brooke.

Sul territorio sono possibili alcune sinergie, almeno per quanto riguarda alcune diocesi e per quanto io attualmente conosco: in Emilia Romagna e nel Veneto esiste il GAT, Gruppo Amatoriale Teatrale, mentre in Lombardia l'associazione di riferimento è la FOM e PTL.

In collaborazione con gli uffici di pastorale giovanile e comunque con persone impegnate in ambito educativo, sarebbe importante investire la sala della comunità della possibilità di un recupero della ritualità.

Televisione. Nelle parrocchie il 3,7% dice di avere un gruppo di *teleforum*, cioè un gruppo impegnato a offrire occasioni di lettura critica della televisione.

La Chiesa italiana è molto esposta in questo ambito: da una parte ha una convenzione con RAI UNO per quanto riguarda le tra-

missioni religiose e la trasmissione della S. Messa; dall'altra ha un grosso impegno con SAT 2000. L'UNCS con l'Ufficio Liturgico Nazionale hanno organizzato un seminario di studio sui problemi della trasmissione della S. Messa.

Sul territorio sono molte le associazioni che si preoccupano di organizzare corsi di educazione all'uso critica della televisione. Importante sostenere quelle esperienze associative che, lungi dallo sterile mugugno, sappiano interloquire con i centri di ricerca non solo per un monitoraggio ma anche per accostare in maniera corretta il tema del rapporto tra rappresentazioni mediatiche e relazioni sociali.

Nell'indagine socio-pastorale diretta dalla dott.ssa Grazia Le Mura, si afferma che nel 1995, l'83,9% di parrocchie sostiene di avere dei gruppi corali, il 26,8 dice di avere dei complessi giovanili, il 15,6 dice di avere dei gruppi folcloristici, e l'1,7 di avere dei gruppi costituiti che fanno *discoforum*. Rispetto alle sinergie strutturali vi confesso la mia non conoscenza sul territorio, però credo che qui possiamo intelligentemente sfruttare un'importante esperienza promossa dalla pastorale giovanile della Conferenza Episcopale Italiana: *Hope music*, scuola di alto profilo, che in qualche modo diventa centro di raccolta delle varie esperienze sul territorio.

Un ulteriore ambito di attività della sala della comunità è legato alle nuove tecnologie ed in particolare ad *internet*. Ritengo utile citare il n. 32 della nota pastorale *La sala della comunità. Un servizio pastorale e culturale* che cerca di comporre il carattere personale dei new media con la natura squisitamente comunitaria della sala: «Due livelli di integrazione: il primo strumentale, il secondo educativo. Sul piano strumentale la predisposizione della sala della comunità all'utilizzo delle nuove tecnologie risponde a esigenze di aggiornamento funzionale. Sempre più di frequente, infatti, la didattica richiede un supporto di tecnologie informatiche, sia ai fini della presentazione multimediale dei contenuti sia per la ricerca di materiali disponibili in rete. Oltre all'ormai consolidato utilizzo della videoconferenza, non tarderà a giungere la trasmissione satellitare di programmi culturali e di intrattenimento. In tale prospettiva la sala della comunità potrebbe diventare occasione di utilizzo comunitario dei programmi satellitari. Su un piano strettamente educativo, è facile intuire come i tradizionali compiti di riflessione critica sui contenuti mediatici richiedano di essere aggiornati alle nuove esigenze del consumo».

Cinema e spettacolo

Il mondo dello spettacolo si presenta sul territorio nazionale con una difformità di presenza e di realtà che rende molto difficile l'individuazione di soggetti precisi. La difficoltà di individuazione di soggetti e associazione è minore per quanto riguarda il mondo del cinema e del teatro; aumenta in riferimento al mondo della televisione e della musica.

Cinema

C'è una sempre maggiore attenzione della Chiesa italiana al mondo del cinema. Segni di tale interesse sono: la nota pastorale *La sala della comunità: un servizio pastorale e culturale*; riqualificazione della Commissione Nazionale Valutazione Film; la consulta cinema; il convegno biennale con le associazioni di cinema (Frascati); il corso per animatori e direttori di sale della comunità; la presenza ai momenti di grande interesse per il mondo del cinema (festival, tavole rotonde...); la realizzazione di un Cd con le schede di valutazione a partire dal 1934; compilazione di una storia del cinema che mette in evidenza il rapporto tra i cattolici e il cinema.

Per quanto riguarda i riferimenti a livello locale, è necessario distinguere il coordinamento delle sale dalla animazione culturale. Il coordinamento è affidato, per esplicito mandato dei Vescovi italiani, all'Associazione cattolica Esercenti Cinema che, nel comparto cinema dell'AGIS, si affianca all'ANEC come interlocutore del Ministero e della SIAE. Nata come associazione di esercenti, dopo la nota pastorale *La sala della comunità: un servizio pastorale e culturale*, l'ACEC raggruppa anche le sale delle comunità il cui profilo non si identifica con le sale cinematografiche di pubblico esercizio, ma piuttosto come le sale polifunzionali all'interno delle quali le comunità cristiane organizzano conferenze e dibattiti, mini cicli di cineforum e corsi di formazione all'immagine...

All'interno delle sale della comunità spesso operano alcune associazioni di cultura cinematografica. Quelle riconosciute dal Ministero sono: CSC (Centro Studi Cinematografici), CinIt (Cineforum Italiani), ANCCI (Associazione Nazionale Circoli Cinematografici Italiani, CGS (Cinecircoli Giovanili Socioculturali).

Teatro

Per quanto attiene al mondo del teatro il cammino è appena iniziato. Dopo aver chiesto indicazione di significative presenze nel mondo del teatro sul territorio nazionale ai responsabili regionali della comunicazione sociale, è stato organizzato un incontro raggruppando esercenti, produttori e scrittori di teatro. Con loro sono stati invitati i referenti del mondo professionista, amatoriale e laboratoriale insieme ad alcuni docenti di storia del teatro.

L'impegno della CEI si sta orientato per ora su due aspetti:

- realizzazione di una ricerca conoscitiva delle varie realtà presenti sul territorio
- organizzazione di un convegno, analogo a quello organizzato a Frascati sul cinema, sul teatro (stiamo contattando Peter Brook).

Appena in possesso dei dati della ricerca, procederemo con la costituzione della Consulta Teatro che possa coordinare e sostenere tre livelli di presenza: sale della comunità che organizzano stagioni di teatro professio-

nista e che, solitamente di raggruppano in circuiti propri o entrano in circuiti esistenti; le compagnie di teatro amatoriale che operano nelle sale della comunità e generalmente legate alla pastorale giovanile e i laboratori teatrali.

Televisione

La Chiesa italiana si è impegnata molto nel mondo dell'emittenza radiotelevisiva. L'attivazione di Sat2000 e BluSat2000, la collaborazione con Circuito Marconi e il coordinamento capace di valorizzare le risorse locali sono indice di questa grande sfida.

Altro impegno è sul versante dell'accompagnamento e del ripensamento della trasmissione religiosa *A Sua Immagine* in onda su RAI Uno.

Sul versante della formazione, a livello locale, sono da tenere in considerazione l'Aiart e i Gruppi teleforum che in questi ultimi anni sono nati sul territorio (un significativo esempio è la Diocesi di Udine).

Musica

L'impegno nel mondo musicale è coordinato dall'Ufficio di pastorale giovanile della CEI con particolare riferimento all'esperienza di Hope Music.

L

A FIGURA DELL'OPERATORE PER LA CULTURA E LA COMUNICAZIONE

Presentazione del Sussidio.

1. Un lungo cammino di riflessione

Nell'insegnamento della Chiesa si attribuisce alla comunicazione un ruolo fondamentale sotto tutti gli aspetti della vita ecclesiale, ma quanto affermato nei documenti resta, in larga parte, disatteso. Non ci troviamo di fronte ad un semplice ritardo o ad una distrazione. Ritengo che ci sia qualcosa di più strutturale nella mancata attuazione delle indicazioni pastorali sulla comunicazione offerte dal magistero.

Tra le principali cause va rilevata la sostanziale divaricazione tra pastorale ordinaria e i processi della comunicazione. Rispetto a quanto affermato nei documenti, e cioè che la Chiesa trova nella comunicazione la via alla comunione e la condizione imprescindibile per l'evangelizzazione, registriamo una sostanziale chiusura della comunità cristiana. La vita della chiesa si regge sui pilastri della liturgia, della catechesi e della carità, mentre la comunicazione, quando viene presa in considerazione, è relegata a fattore strumentale, di cui qualcuno si fa carico più per passione personale che per una effettiva considerazione ecclesiale.

Nei principali documenti sulla comunicazione sociale, dalla *Inter mirifica* ('63), alla *Communio et progressio* ('71), fino alla *Aetatis novae* ('92), si afferma l'importanza della comunicazione sociale per la vita e la missione della Chiesa, ma non si parla molto di operatori pastorali. Ci si riferisce quasi esclusivamente ai professionisti del settore, ai giornalisti e ai responsabili dei media. È interessante notare, inoltre, che l'unica attenzione rivolta a delle figure di operatori è riferita alla formazione dei sacerdoti (Cf *Orientamenti per la formazione dei futuri sacerdoti circa gli strumenti della comunicazione sociale*, 1986). Il documento della Congregazione per l'educazione cattolica rappresenta una delle sintesi più interessanti sulla dimensione pastorale delle comunicazioni sociali e sulla necessità che vi siano operatori motivati e competenti. Quanto affermato per la preparazione dei sacerdoti potrebbe e, secondo me, dovrebbe, essere applicato a tutti gli operatori pastorali. Di fatto neppure gli stessi destinatari si sono sentiti interpellati, se, come è facile verificare, la comunicazione sociale non ha neanche messo piede nei progetti formativi dei seminari, fatta salva, ovviamente, qualche lodevole, ma rara, eccezione.

Alla comunicazione sociale viene riconosciuta una certa cittadinanza nella Chiesa solo in riferimento agli strumenti di cui è dotata una diocesi e in qualche caso come attenzione ai cattolici impegnati, come professionisti, nel settore delle comunicazioni sociali. Manca un progetto pastorale organico in ordine alla comunicazione come auspicano tutti i documenti. Tra le cause che stanno alla radice del man-

cato sviluppo di una pastorale delle comunicazioni sociali è da inserire l'assenza di operatori che in vario modo e a diversi livelli sappiano promuoverla come elemento non secondario o periferico, ma essenziale e, per molti versi, decisivo nella vita e nella missione di ogni comunità cristiana.

La nostra riflessione sull'operatore della cultura e della comunicazione si pone, almeno per quanto concerne l'ambito della comunicazione, alla radice dei problemi a cui abbiamo accennato. La distanza tra quanto affermato nei documenti e la realtà pastorale rimarrà tale sino a quando non si creerà un tessuto di operatori in grado di tradurre concretamente nella quotidianità pastorale le indicazioni del magistero.

Con questa breve valutazione, certamente incompleta e sommaria, ho inteso rendere esplicito un fatto sino ad ora poco considerato. Come in ogni altro settore pastorale, nessuno sviluppo significativo sarà possibile nel campo della comunicazione sociale, senza la presenza di operatori pienamente inseriti nella pastorale ordinaria della comunità cristiana. Come negli ambiti della catechesi e della carità sono state individuate figure precise che si fanno carico di garantire i necessari servizi così nel campo della comunicazione è necessario dare una svolta promuovendo figure di operatori che sappiano dare continuità e stabilità a questo settore pastorale. Nel piano pastorale per gli anni '90 si è proposto di creare gruppi caritas in tutte le parrocchie. Perché non è possibile pensare ad una presenza altrettanto capillare e organizzate in riferimento agli operatori della cultura e della comunicazione?

Ovviamente questa esigenza di connessione strutturale tra la pastorale ordinaria, il progetto culturale e la comunicazione sociale non comporta nessun ripiegamento della Chiesa in se stessa, né un misconoscimento dell'impegno di tanti laici che da cattolici operano nel mondo dei media. Del resto, innervare la vita della Chiesa con un forte dinamismo comunicativo non può che giovare all'impegno missionario della Chiesa stessa, non può che potenziare la sua missione nel mondo, il suo dialogo con le piazze mediatiche del nostro tempo. La nuova evangelizzazione dipende in larga misura dal modo con cui sarà comunicato il messaggio, dalla credibilità dei professionisti che da credenti operano nel settore, ma anche dalla presenza di operatori qualificati della comunicazione sociale inseriti nella pastorale ordinaria.

Sulla base di queste premesse è maturata l'esigenza promuovere la figura dell'operatore per la comunicazione. Riflessione che, come vedremo, si è poi intrecciata positivamente con quella avviata dal Servizio nazionale per il progetto culturale, per quanto concerne il versante della cultura. Dopo il Convegno svoltosi a Trevi lo scorso anno, in cui a questo tema fu dedicato un gruppo di studio, abbiamo avviato un lavoro di approfondimento circa l'identità, il profilo e i campi operativi di questa figura. Molti i soggetti coinvolti: dalla

Commissione ecclesiale per le comunicazioni sociali, al tavolo delle Sinergie, dai responsabili regionali a gruppi di esperti. Sulla base delle suggestioni e dei contributi ricevuti, e incoraggiati dalla sostanziale convergenza di tutte le persone consultate sull'opportunità di dare seguito alla riflessione con passi concreti, è stato realizzato il Seminario di Chianciano, dal 24 al 26 giugno 1999. Gli atti del Convegno sono ora a vostra disposizione, assieme al sussidio in cui si riassumono i caratteri essenziali circa la figura dell'operatore per la cultura e la comunicazione.

2. Comunicazione e cultura: nuovi percorsi per la missione della Chiesa

La denominazione attuale che identifica in termini generali questa figura di operatore fa riferimento ora alla cultura e alla comunicazione. Qualcuno potrebbe restare sorpreso per questo abbinamento non del tutto usuale. Credo però che possa risultare chiaro a tutti come in questa definizione si rifletta quanto emerso nella Chiesa italiana durante e dopo il Convegno ecclesiale di Palermo. Certamente l'ispirazione e l'orizzonte di riferimento vanno ricercati nei lavori del primo ambito. Le conclusioni e le tesi del primo ambito, dedicato come sapete a cultura e comunicazione, sono fondamentali per capire l'importanza e il ruolo di questa figura che ora diventa oggetto dei nostri lavori.

Nelle conclusioni si affermava infatti che "Cultura e comunicazione sociale costituiscono un *areopago* di importanza cruciale ai fini dell'inculturazione della fede cristiana. L'una e l'altra risultano intrecciate e interagenti, specie nell'età presente, informativa e multimediale... Un'autentica conversione della pastorale si realizza anche attraverso una sintesi dinamica fra Magistero, teologia e catechesi, e attraverso raccordi e percorsi integrati tra la pastorale della cultura e della comunicazione e ogni altra forma e ambito di pastorale ordinaria... I laici, in modo particolare nell'ambito di aggregazioni ecclesiali, sono chiamati ad offrire un contributo specifico e ad esprimere modalità profetiche di riflessione e proposta culturale, occasioni di confronto e dialogo critico con le culture, utilizzazione intelligente dei mezzi di comunicazione"¹.

Il Convegno di Palermo ha inteso inquadrare il binomio cultura e comunicazione nel contesto delle precise esigenze di rinnovamento e di "conversione pastorale" che impegnano tutti i soggetti della vita ecclesiale. Affinché questo innesto vitale possa avvenire già a

¹ Cfr. CONFERENZA EPISCOPALE ITALIANA, *Il vangelo della Carità per una nuova società in Italia*, Atti del III Convegno Ecclesiale (Palermo, 20-24 novembre 1995), ed. AVE, Roma 1997, pp. 531-535.

Palermo di sottolineava che è necessario promuovere operatori, per molti aspetti con un nuovo profilo, in grado di interpretare, con competenza e creatività, le istanze poste alla missione della Chiesa nella sfera della cultura e della comunicazione.

Nel sussidio abbiamo voluto sottolineare anche la nuova condizione in cui ci troviamo a vivere. La cultura da sempre è fonte di comunicazione, ma oggi la stessa comunicazione è diventata paradigma culturale. Come ricorda Giovanni Paolo II parlando dei mass media, “non basta usarli per diffondere il messaggio cristiano e il Magistero della Chiesa, ma occorre integrare il messaggio stesso in questa *nuova cultura* creata dalla comunicazione moderna. È un problema complesso, poiché questa cultura nasce, prima ancora che dai contenuti, dal fatto stesso che esistono nuovi modi di comunicare con nuovi linguaggi, nuove tecniche e nuovi atteggiamenti psicologici”².

Ci troviamo di fronte ad una vera rivoluzione che va a modificare i linguaggi, gli stili di vita, i comportamenti, le relazioni interpersonali e i processi sociali. Ci pare di poter affermare che: “la rapidità delle trasformazioni, il modificarsi dei linguaggi e dei costumi, la molteplicità delle agenzie comunicative, la complessità dei fenomeni culturali, la mobilità sociale, sono solo alcuni degli aspetti che esigono un profondo ripensamento delle coordinate che guidano l’azione pastorale delle nostre comunità ecclesiali”³.

Il cammino intrapreso nel quadro del progetto culturale ha reso tutti più consapevoli di quanto la nostra fede sia determinata dalla verità dell’Incarnazione del Figlio di Dio. È la presenza del Dio fatto uomo, vivente nella sua Chiesa, che ci spinge ad annunciare il Vangelo a tutti gli uomini e in tutte le situazioni. Annunciando il Vangelo la Chiesa fa cultura nella duplice prospettiva dell’evangelizzazione della cultura e della inculturazione della fede⁴.

Il legame tra cultura e comunicazione, che ha una forte valenza teologica, esige dalla comunità ecclesiale una rinnovata capacità di discernimento e nello stesso tempo dovrà ispirare nuovi percorsi pastorali in grado di porre la Chiesa come luce delle genti e vera via di salvezza per un’umanità disorientata e smarrita. Alle soglie del terzo millennio siamo chiamati a riprendere con coraggio un ruolo da protagonisti nella vita sociale e culturale del nostro paese superando, paure, sensi di inferiorità e fughe in forme di religiosità consolatoria.

La convergenza tra la comunicazione e la cultura appartiene ad un progetto di grande respiro. Ci sono a questo proposito due importanti orientamenti, espressione e conseguenza del cammino fatto

² GIOVANNI PAOLO II, Lettera enciclica, *Redemptoris missio* (7 dicembre 1990), n. 37.

³ Sussidio su “La figura dell’operatore per la cultura e la comunicazione”, in Quaderni Cei.

⁴ Cf PONTIFICIO CONSIGLIO DELLA CULTURA, *Per una pastorale della cultura*, (23 maggio 1999) nn. 2-6.

dalla Chiesa in Italia da Palermo ad oggi. Nella prossima Assemblea Generale dei vescovi Italiani che si terrà nel Maggio del 2000 verranno attivate le nuove Commissioni episcopali. Il Consiglio Permanente ha definito il numero e le competenze delle nuove Commissioni. Per quello che ci riguarda avremo una Commissione episcopale per la cultura e la comunicazione. Non è un cambiamento di poco conto. Dalla commissione ecclesiale per le comunicazioni sociali si passa ad una Commissione episcopale in cui si affronteranno, in modo unitario, i temi della comunicazione e della cultura. L'ambito della cultura passa dal Commissione episcopale per la scuola e l'università a questa nuova Commissione.

È un fatto di grande rilevanza perché la nascita di questa nuova Commissione episcopale avrà come effetto quello di far nascere in ogni regione ecclesiastica una corrispettiva Commissione guidata da un Vescovo delegato. È ovvio che anche nelle diocesi questo nuovo modo di coniugare cultura e comunicazione non potrà passare inosservato. Ci prepariamo ad affrontare una nuova stagione pastorale che avrà, passato il grande Giubileo del 2000, dei nuovi orientamenti pastorali e non è escluso che cultura e comunicazione possano diventare temi guida del primo decennio del 2000.

Il secondo fattore che conferma la bontà di questo percorso deriva dalla constatazione che in molte diocesi, di fatto, l'incaricato per il progetto culturale e il direttore dell'ufficio per le comunicazioni sociali coincidono. Sebbene nessuno abbia mai dato indicazioni in tal senso molti vescovi hanno spontaneamente valutato l'opportunità che tra i due settori vi fosse una forte e concreta unitarietà. Questo faciliterà il nostro lavoro comune, come già avvenuto in occasione del Seminario di Chianciano. In ogni caso occorrerà pensare a forme coordinate di collaborazione tra i due settori.

3. Un operatore con diversi profili

Un orizzonte così vasto, e inevitabilmente complesso, come quello offerto oggi dal binomio "comunicazione e cultura", esige da tutti i membri della comunità cristiana, ma in particolare modo dagli operatori pastorali, attitudini nuove. In questo senso possiamo dire che l'operatore a cui pensiamo è una figura sostanzialmente nuova anche quando ci riferiamo a figure che già esistono e operano in modo spesso ammirevole. In occasione del seminario di Chianciano ci siamo soffermati molto sulla opportunità o meno di definire "nuova" questa figura. Si è scelto infine di far cadere l'espressione nuova figura di operatore, in quanto si è convenuto che sia sul fronte della comunicazione come su quello della cultura molte persone già operano, da tempo, con competenza e dedizione.

Certamente non partiamo da zero ma nello stesso tempo è evidente che ci sono nuovi ambiti e contesti in cui operare e che anche

coloro che già si muovono in questi settori devono acquisire attitudini nuove. E' necessario quindi rinnovare il modo di operare di quanti già sono impegnati in questi ambiti e nello stesso tempo promuovere nuove figure di operatori.

Ci siamo interrogati molto sulle caratteristiche e sul profilo di questo operatore. Dal seminario di Chianciano sono emerse delle indicazioni abbastanza precise grazie alle relazioni, e in particolare all'intervento di S.E. Mons. Ennio Antonelli, Segretario Generale della Cei, e ai contributi offerti dai gruppi di lavoro. Tentando di offrire in sintesi le principali indicazioni emerse possiamo dire che la figura dell'operatore può avere tre profili distinti.

Un primo profilo nasce dalla presenza nella Chiesa di ministeri, ossia di servizi, strettamente connessi con le strutture pastorali che permettono alla comunità cristiana di esprimersi e di realizzare la sua vocazione alla comunione e alla missione. A fianco del ministero ordinato, e in stretto rapporto con esso, ci sono oggi tanti ministeri di fatto che permettono alla comunità di esprimere tutta la sua ricchezza e vivacità. Tra questi ce ne sono alcuni ormai ben definiti, altri che emergono secondo le esigenze e le circostanze.

Tra questi dovrebbe trovare cittadinanza il ministero dell'operatore pastorale della comunicazione e della cultura. Uso il termine "operatore pastorale" perché in questo caso il profilo è strettamente legato alla vita della comunità e alle sue strutture pastorali. Pensiamo quindi ad una figura inserita nel consiglio pastorale, a cui vengono affidati compiti precisi nell'organigramma della comunità. Una figura che opera in base ad un mandato e nel quadro di precise responsabilità definite nel piano pastorale diocesano, zonale o parrocchiale. Ovviamente non sarà una persona che opera a titolo personale e tanto meno da sola. Dovrà essere un operatore coadiuvato da una commissione, e avrà il compito di animare o coordinare altri collaboratori impegnati in settori specifici della cultura e della comunicazione. Il profilo ministeriale e la relativa assunzione di responsabilità nella comunità cristiana li qualificano come "operatori pastorali". È questa una figura ancora del tutto assente, almeno a livello parrocchiale. In alcuni casi esistono delle commissioni, ma possiamo dire che da questo punto di vista si tratta di aprire strade sostanzialmente nuove.

Un secondo profilo può essere individuato tra coloro che hanno responsabilità o promuovono iniziative che riguardano la cultura e la comunicazione. Animatori di circoli culturali, delle sale della comunità, dei gruppi teatrali, collaboratori per i giornalini e mezzi di informazione. Sono tutti coloro che operano a vario titolo in realtà e iniziative collegate con la vita della comunità ecclesiale, ma non necessariamente promosse da essa. Tutti coloro che sono coinvolti come responsabili o animatori in associazioni, circoli e gruppi che agiscono nella cultura e nella comunicazione rientrano sostanzialmente in questo secondo profilo di operatore per il quale la qualifica "pasto-

rale” appare non del tutto appropriata. Essi operano nella sfera della vita ecclesiale e in accordo con essa, spesso nelle strutture della parrocchia, ma spaziano oltre le attività strettamente pastorali. Di questi operatori ne esistono certamente molti e tanti altri se ne potrebbero trovare. Il problema in questo caso è legato alla necessità di creare forme permanenti di raccordo e di collaborazione, di valorizzare maggiormente quanto viene fatto in una prospettiva di comunità ecclesiale che comunica e fa cultura.

Molte persone operano in questi diversi ambiti e lo fanno spesso con profonde motivazioni di fede e con vivo senso ecclesiale, con competenza e generosità. È giunto il momento che il loro lavoro sia riconosciuto e adeguatamente sostenuto. Attraverso queste realtà (pensiamo al cinema, al teatro, ai circoli culturali...) la Chiesa entra in dialogo con tante persone spesso lontane e indifferenti, ma sensibili al linguaggio dell'arte, della cultura o interessate ai nuovi media. Ci sono inoltre tanti credenti che restano ai margini della comunità ecclesiale perché non trovano modalità idonee per esprimersi e per dare il loro contributo legato magari a specifiche competenze professionali nel campo della comunicazione e della cultura.

Un terzo profilo è quello che possiamo riscontrare nelle persone, soprattutto nei professionisti impegnati nei media e nei centri di cultura, che operano da cattolici in ambienti spesso del tutto estranei alla fede e ai valori cristiani. La loro testimonianza e il loro impegno sono di grandissima rilevanza per la missione della Chiesa. Anch'essi sono operatori della cultura e della comunicazione anche se il loro agire avviene in ambiti non strettamente collegati con la comunità ecclesiale e sotto la responsabilità personale. Sappiamo che spesso sono queste le persone che riescono a veicolare il messaggio cristiano in contesti altrimenti irraggiungibili. La loro esposizione è alta e spesso si sentono lasciati soli dalla comunità ecclesiale. Anche nei loro confronti va pensata una forma di coordinamento e la possibilità di favorire momenti di confronto e di formazione.

4. Una molteplicità di ambiti operativi

Ma quali sono gli spazi d'azione dell'operatore per la cultura e la comunicazione. Un'azione pastorale di più ampio respiro, coniugata con i paradigmi della comunicazione e della cultura, dovrà partire da quanto già esiste. Sono infatti molti gli ambiti in cui già esistono iniziative ed esperienze ben avviate. Nel sussidio sulla figura dell'operatore si sottolinea che le tante realtà già esistenti “meritano di essere riprese, rilanciate e ricollegate in modo più organico”. Oltre a sostenere e riqualificare l'esistente, la riflessione sulla figura dell'operatore ha messo in luce la necessità di curare aspetti e settori sino ad ora poco considerati. Tra questi:

- a. *La sensibilizzazione della comunità sui temi della cultura e della comunicazione.* Un primo ambito operativo è costituito dalla promozione della comunicazione all'interno della comunità cristiana, e tra la comunità cristiana e la società civile. Occorre rompere il cerchio di autoreferenzialità che spesso rende il vissuto ecclesiale chiuso e incapace di dialogare. La comunicazione oggi esige di essere curata dal punto di vista del linguaggio, della forma e degli strumenti.
- b. *Animare servizi specifici nell'ambito della comunicazione e della cultura.* A queste figure di operatori compete in modo specifico promuovere e animare iniziative che colleghino la comunicazione e la cultura con la pastorale ordinaria. Numerosi sono i campi di azione. Possiamo ricordare l'animazione delle sale della comunità, veri e propri spazi di comunione, di crescita culturale della comunità ecclesiale e di dialogo con la società civile⁵. Le sale vanno sempre più concepite come spazi polifunzionali per il cinema, il teatro, la musica, la televisione e attività varie di animazione culturale. Rientra in questa prospettiva il lavoro di educazione all'uso dei media, di promozione e di organizzazione di incontri e dibattiti, l'animazione di circoli culturali, la segnalazione di eventi e di fatti diocesani, regionali o nazionali da cui la comunità può trarre arricchimento.
- c. *Favorire la crescita di una comunità veramente 'estroversa'.* Porre la comunità cristiana in dialogo con il mondo è tra gli obiettivi più importanti che dovranno essere perseguiti da questi operatori. L'annuncio del Vangelo pone oggi la Chiesa di fronte a situazioni culturali e sociali inedite, che esigono una rinnovata capacità di dialogo e di confronto critico con il mondo. Nel processo di globalizzazione e di massificazione, che accompagna lo sviluppo della società in questo scorcio di fine secolo, la Chiesa può diventare un fondamentale punto di riferimento essendo per sua natura realtà universale e nello stesso tempo comunità particolare. Sono necessari operatori che sappiano coniugare senza contrapposizioni gli aspetti dell'universalità con il radicamento nel territorio.
- d. *Aprire e sperimentare nuovi percorsi di evangelizzazione.* Nuovi mondi si vanno configurando nella nostra società nel passaggio dal villaggio globale a quello telematico o virtuale. Un numero crescente di persone dialoga e crea forme di comunicazione attraverso i nuovi canali telematici. È una realtà ricca di potenzialità che può diventare per la Chiesa una nuova frontiera dell'evangelizzazione. L'impatto dell'informatica con il sapere religioso non è certamente

⁵ Cfr. la recente Nota Pastorale "La Sala della Comunità, un servizio pastorale e culturale", curata dalla COMMISSIONE ECCLESIALE PER LE COMUNICAZIONI SOCIALI ed approvata dal Consiglio Permanente nella sessione del 15-18 marzo 1999.

un tema di secondo piano, come non lo è il ruolo degli strumenti multimediali nella comunicazione della fede.

Fenomeni come l'immigrazione, con il conseguente sviluppo di una società multietnica e multireligiosa, pongono alla comunità ecclesiale e a quella civile nuove sfide sul piano della solidarietà e dell'evangelizzazione. È necessaria per la comunità ecclesiale una nuova visione culturale incentrata sull'accoglienza e sul dialogo nel pieno rispetto delle diversità, ma anche con una nuova e originale capacità di annunciare il Vangelo, restando fedeli alla straordinaria tradizione del cattolicesimo.

5. Condizioni per promuovere la figura dell'operatore

Siamo consapevoli delle difficoltà che accompagneranno l'accoglienza e la diffusione della figura dell'operatore per la cultura e la comunicazione. Non si tratta solo di promuovere un soggetto pastorale. Ci troviamo di fronte all'esigenza di modificare profondamente il tessuto e la sensibilità delle nostre comunità ecclesiali. Vorrei quindi delineare alcune condizioni prelieve senza delle quali non sarà possibile un'ampia e diffusa accoglienza di questa figura di operatore o perlomeno non si creeranno le condizioni per una sua effettiva operatività.

a. Un cambiamento di mentalità

Come prima condizione si richiede un cambiamento di mentalità nella comunità ecclesiale. È necessario che tutti diventino consapevoli che la comunicazione e la cultura sono dimensioni intrinseche della vita e della missione della Chiesa. Sappiamo bene che questo cambiamento passa in prima istanza attraverso i pastori: vescovi e sacerdoti. Occorre quindi trovare le occasioni per affrontare questi temi nei convegni diocesani, nelle riunioni del clero, nella progettazione pastorale a livello diocesano, zonale e parrocchiale.

La sensibilizzazione dei vescovi e dei sacerdoti, anche in riferimento alla figura per la cultura e la comunicazione è il primo e inevitabile passo per sperare in una qualche possibilità di sviluppo. Forse si può iniziare dai seminari riprendendo il documento a cui facevo cenno in apertura del mio intervento. Alcune esperienze fatte nell'ambito della formazione dei sacerdoti hanno dimostrato come in realtà ci sia più sensibilità di quanto si possa immaginare. Mancano le occasioni e soprattutto sono pochi coloro che possono, con competenza e convinzione, dare ragione di questo necessario cambiamento di mentalità.

b. Un progetto pastorale di ampio respiro

Per quanto concerne l'ambito della comunicazione occorre passare dalla preoccupazione per gli strumenti ad una vera e propria azione pastorale. Diventa fondamentale, da questo punto di vista il

ruolo degli uffici diocesani per le comunicazioni sociali. La crescita degli uffici diocesani per quanto concerne la loro reale presenza nelle diocesi, la qualità del lavoro svolto e l'effettiva capacità di coordinamento, procede in modo troppo lento rispetto alle urgenze pastorali. È questo un fattore di debolezza che pregiudica ogni ulteriore sviluppo e non solo per quanto concerne la figura dell'operatore.

La gestione degli strumenti è certamente importante, ma non può costituire un alibi per non far crescere una pastorale di ampio respiro nel campo delle comunicazioni sociali. Troppo spesso di fronte a proposte di maggiore impegno in questo settore da parte delle diocesi si obietta che già si spendono tanti soldi per i vari strumenti. Non si è ancora compreso che senza una diffusa sensibilizzazione della comunità ecclesiale i media resteranno sempre un problema perché, al di là dei costi, verranno sentiti come qualcosa di estraneo e marginale. Anche sul versante del progetto culturale il rischio è che ci si fermi a delle iniziative sporadiche, senza promuovere di fatto un cambiamento di mentalità e una crescita complessiva di tutta la comunità ecclesiale.

c. L'avvio di esperienze esemplari

I passi da fare sono molti e implicano notevoli cambiamenti. Non ci si può illudere che le cose cambino rapidamente, né si può pensare che tutti prendano coscienza di quanto siano centrali la comunicazione e la cultura. La strada da seguire, almeno per dare dei segnali e offrire dei punti di riferimento, è quella di avviare alcune esperienze, magari circoscritte ma ben fatte. Occorre quindi promuovere esperienze pilota in ambito parrocchiale e diocesano, dove la figura dell'operatore per la cultura e la comunicazione possa essere vista nel suo agire concreto. La possibilità di misurarsi con delle esperienze vissute aiuterà a superare diffidenze e pregiudizi. Inizialmente non ci si può aspettare una grande mobilitazione, ma dalla positiva influenza di alcune esperienze ci si può aspettare una diffusione "per contagio".

Mi permetto però di mettere l'accento sulla "esemplarità" perché se le esperienze pilota dovessero risultare approssimate o impostate male, potremmo ottenere l'effetto contrario pregiudicando l'accoglienza della proposta. È necessario partire bene verificando che ci siano le condizioni di ecclesialità, le competenze necessarie e un preciso progetto.

d. La cura sistematica della formazione

Concludo con un aspetto che pongo alla fine nella speranza, che essendo l'ultimo trattato, possa restare maggiormente impresso nella mente. Infatti la formazione non solo non è l'ultimo degli elementi ma costituisce la condizione di partenza per preparare operatori competenti e all'altezza del compito. Non mancano, per fortuna,

strutture di riferimento sia per la cultura che per la comunicazione. Sono molti in Italia i centri specializzati in grado di offrire proposte di formazione ad alto livello. Non tutti potranno accedere direttamente alle università, ma per tutti sarà possibile organizzare corsi di formazione avvalendosi della consulenza e della collaborazione degli stessi centri universitari.

Esperienze di collaborazione tra gli istituti specializzati e le realtà pastorali sono già state avviate con risultati più che positivi. Occorre però passare da iniziative sporadiche ad un lavoro sistematico di formazione. Dalla competenza e dalla preparazione che gli operatori sapranno dimostrare dipenderà anche la loro effettiva accoglienza nella comunità ecclesiale. Ad insistere su questa strada, oltre l'evidente necessità di qualificare gli operatori, ci incoraggiano anche i positivi riscontri registrati nei diversi corsi di formazione attivati, a partire dallo scorso anno accademico, negli ISSR. Attivando le vie ordinarie per la formazione degli operatori e offrendo altre occasioni mirate, non sarà difficile creare quella rete di strutture formative che farà da base alla preparazione e dalla diffusione dell'operatore per la cultura e la comunicazione.

In conclusione vorrei solo incoraggiare tutti a sentirsi coinvolti in questo momento di riflessione e di approfondimento contribuendo, con la propria esperienza e le proprie valutazioni, alla migliore definizione possibile di questa figura. I laboratori serviranno per raccogliere il contributo di ciascuno in vista di ulteriori sussidi e di strumenti per la formazione degli operatori per la cultura e la comunicazione.

Dott. VITTORIO SOZZI

Coordinatore responsabile organizzativo del servizio nazionale per il progetto culturale

1. L'orizzonte di un impegno

La proposta del progetto culturale si colloca nella prospettiva indicata dai Vescovi all'inizio degli anni Novanta, quando affermavano che «una delle mete pastorali dell'attuale decennio sarà proprio quella di mettere in più chiara luce, nella coscienza e nella vita dei credenti, l'intimo nesso che unisce verità cristiana e sua realizzazione nella carità»⁶. In particolare, ci si è posti alla ricerca delle forme in cui declinare il servizio all'uomo contemporaneo nella società occidentale, più povera di senso che di mezzi. È risultato evidente che i «cristiani, pur riconoscendo di vivere in un contesto pluralista, sono consapevoli che la verità della persona umana è ravvisabile in Gesù di Nazareth e a questo non possono mai venir meno, pena il rinunciare a essere cristiani. Sulla scorta di tale convinzione, sono consapevoli di offrire con la loro azione un servizio alla società in quanto le dischiudono un orizzonte di trascendimento umano. Si tratta di una visione antropologica, che non pretende di essere vera perché condivisa, bensì perché 'rivelata'. Siccome la cultura è un insieme simbolico nel quale si comprende e si organizza l'esistenza, i cristiani non possono che lavorare affinché si costruisca una cultura che si lascia indicare i parametri ultimi da Gesù, pur senza voler chiedere a tutti di diventare cristiani»⁷.

Il progetto culturale si concretizza perciò nell'insieme di iniziative e di strumenti con i quali ci vogliamo educare ad una testimonianza più consapevole, perché capace di rinnovare la fecondità dell'incontro tra novità evangelica e storia, che sempre è possibile dal momento in cui Dio ha scelto la strada di farsi carne per manifestare il Suo amore. È evidente che in tale prospettiva «il termine cultura viene inteso nel senso più ampio e antropologico, che abbraccia non soltanto le idee ma il vissuto quotidiano delle persone e della collettività, le strutture che lo reggono e i valori che gli danno forma»⁸. Tale progetto può essere rappresentato come un grande cantiere aperto in cui impariamo insieme, in un contesto di secolarizzazione e persino di frammentazione, a delineare una possibilità di vita dignitosa per tutti. L'apertura di un simile cantiere è la grande testimonianza di carità a cui i cristiani sono chiamati.

⁶ CONFERENZA EPISCOPALE ITALIANA, *Evangelizzazione e testimonianza della carità. Orientamenti pastorali per gli anni '90*, n. 10.

⁷ G. CANOBBIO, *Identità culturale e identità religiosa: ipotetico punto di avvio per una riflessione sul "progetto culturale" a Brescia*, "Orientamenti pastorali" 9/1999, p. 50.

⁸ PRESIDENZA DELLA CEI, *Progetto culturale orientato in senso cristiano. Una prima proposta di lavoro*, n. 2.

I contenuti si rifanno dunque alla visione cristiana della persona, ma è necessario declinarli alla luce delle coordinate di spazio e tempo in cui si trova a vivere la comunità cristiana. Pertanto, mentre si ravvisa la necessità di offrire indicazioni che contribuiscano a delineare una prospettiva nazionale del progetto, è necessario non ridursi ad essa, ma occorre cogliere lo specifico radicamento territoriale, come risposta alle situazioni di vita delle persone.

Il cammino dei primi due anni di attività ha permesso di precisare alcuni temi, presentati in *Tre proposte per la ricerca. Sussidio del Servizio nazionale della CEI per il progetto culturale*. I tre temi lanciati, quello della libertà (libertà personale e sociale in campo etico), quello dell'identità (identità nazionale, identità locali e identità cristiana) e quello dell'interpretazione del reale (interpretazione del reale: scienze e altri saperi) offrono la possibilità di articolare diversi percorsi di approfondimento su questioni nodali per la vita dell'uomo contemporaneo. Questi temi infatti, insieme alle emergenze pastorali costantemente sottolineate dal magistero (la scuola, il lavoro, la famiglia e le tematiche della vita umana), mettono in luce due grandi questioni: quella dell'educazione e quella del veloce cambiamento dei processi culturali. Le due questioni sono strettamente correlate e riguardano direttamente la vita della collettività e dei singoli. La prima, la questione dell'educazione, implica quella della trasmissione della fede, della missione e nello stesso tempo dell'orizzonte civile e morale della società, una società che può diventare multietnica, ma non può crescere e svilupparsi senza un'identità culturale.

Sulla questione dei mutamenti scientifici, tecnologici, comunicativi, legislativi, istituzionali, culturali in genere, ritorna l'osservazione già presente nella *Gaudium et spes*, laddove si articolava la definizione di cultura, e cioè che la novità non è data dal cambiamento, ma dall'accelerazione dello stesso, in termini non comparabili con alcuna altra epoca (cfr. GS 4-5).

Il metodo è caratterizzato dalle immagini della rete, della piazza, del cantiere, cioè di una realtà aperta, in movimento, in cui si trovano ad operare molti soggetti, ciascuno con la propria identità, ma in forte relazione. È questa pluralità di soggetti che concorre a disegnare il progetto, che non può essere pertanto statico, ma è continuamente arricchito dalla diversa identità degli operatori e dal loro radicamento territoriale. D'altra parte ciò che permette una convergenza è il fatto di ritrovarsi in un 'orizzonte comune' e di lavorare attorno ad alcuni 'contenuti' condivisi.

L'obiettivo di lavoro è il seguente: creare nelle molte e variegata realtà territoriali una sinergia tra persone e istituzioni che a diverso titolo e a livelli differenti concorrano a dare spessore culturale alla testimonianza cristiana. Risulta pertanto un po' forzata nella traduzione del progetto culturale la suddivisione tra animazione e ricerca.

È evidente che l'una e l'altra non possono mancare, ma più che rappresentare due aree differenti, quasi a voler distinguere lo studio dall'azione, esse richiamano la necessità di tenere unite la fatica del pensare e quella del fare.

È da potenziare dunque la modalità operativa della rete territoriale, che permette di partire dall'esistente, valorizzando le risorse di persone e di strutture già presenti ed operanti, ma permette nello stesso tempo di elaborare interventi che interpretino i bisogni e le attese presenti in una precisa comunità, rapportandola ad un cammino di più ampio respiro.

La programmazione di iniziative che favorisca il lavoro comune dei diversi soggetti attorno ad obiettivi mirati è la strada scelta per mettere in moto la dinamica di raccordo. Ci potrà essere bisogno di chi promuove occasioni di incontro e in tale prospettiva si colloca il ruolo del Servizio nazionale e dei referenti diocesani, ma occorre ribadire che i protagonisti chiamati a mettersi in gioco sono tutti i soggetti. È auspicabile che l'iniziativa di mettere insieme le persone per elaborare proposte venga assunta da quelle realtà che da tempo operano, anche autorevolmente, sul versante della mediazione culturale, superando un certo atteggiamento autoreferenziale che impedisce loro di riconoscersi come parte di un sistema. D'altra parte occorre vincere le resistenze provenienti dal campo della pastorale, che portano a ritenere irrilevanti rispetto all'impegno dell'evangelizzazione le persone e le istituzioni impegnate nel mondo della cultura. Si tratta di dare forma a nuove modalità operative, sapendo tradurre comportamenti a partire da due dimensioni fondamentali per l'esperienza cristiana: l'incarnazione e la comunione.

Va anche riconosciuta la necessità di giungere a proposte rilanciate a livello nazionale, da realizzare con il concorso delle diverse realtà. Ma esse, in tale dinamica, non sono il frutto di 'pensate' elaborate a tavolino, ma l'approdo di un laboratorio di idee e di iniziative elaborate sul campo.

2. *Quale spazio per l'operatore della cultura e della comunicazione?*

Per collocare la figura dell'operatore della cultura e della comunicazione, ritengo necessario soffermarmi su tre elementi del cammino del progetto culturale, sui quali sono già venute autorevoli indicazioni (alcune di seguito riportate), ma che meritano di essere posti alla nostra attenzione, soprattutto per le loro implicazioni pratiche.

I soggetti

«Il progetto culturale appartiene al "discernimento comunitario", indicato nel Convegno ecclesiale di Palermo come "espressione

dinamica della comunione ecclesiale e metodo di formazione spirituale, di lettura della storia e di progettazione pastorale” (CONFERENZA EPISCOPALE ITALIANA, nota pastorale *Con il dono della carità dentro la storia*, n. 25). Ciò implica che nel progetto sia coinvolta l'intera comunità cristiana e con esso si promuova una cultura della comunicazione e della comunione, della reciprocità e della responsabilità. In questo processo di discernimento comunitario e di comunicazione il progetto coinvolge in definitiva tutto il popolo di Dio. L'incontro tra fede e cultura è connaturato all'esperienza stessa di fede»⁹.

«L'esperienza mostra come la proposta di obiettivi importanti e concreti stimoli all'impegno anche persone nuove, che fino ad allora cioè erano rimaste all'esterno dei nostri consueti circuiti ecclesiali e pastorali, pur essendo credenti e sinceramente sollecite della causa della fede: anche questo deve essere un risultato del progetto culturale»¹⁰.

I soggetti del progetto culturale devono essere colti in relazione alle due prospettive complementari in cui si delinea la sua stessa finalità: «rendere più motivata e incisiva la pastorale ordinaria, stimolandola ad assumere consapevolmente il rapporto tra fede e cultura, per poter proporre la fede mediante esperienze e linguaggi significativi nell'odierno contesto culturale; dare sostegno ai fedeli laici nel compito loro proprio di esprimere la fecondità della fede nella vita familiare e sociale, nella ricerca scientifica e filosofica e nell'arte»¹¹.

Rispetto alla prima è facile riconoscere negli operatori pastorali, a partire dai presbiteri, i primi, anche se non unici, soggetti interpellati dalla proposta. Rispetto alla seconda prospettiva emerge la possibilità di sollecitare, promuovere e coinvolgere nuove figure. Anzi, la valorizzazione di soggetti singoli o associati in istituzioni ed organismi sinora marginali rispetto ai circuiti della pastorale può rappresentare una ricchezza rigenerante, se diventa l'occasione per individuare nuove possibilità di incontro reale con le persone e con le questioni vitali.

D'altra parte le sfide poste alla Chiesa ed ai credenti dalla realtà contemporanea comportano senza dubbio una qualificazione degli operatori pastorali, ma anche una capacità di creare circuiti di comunicazione che permettano di valorizzare competenze, superando lo schematismo e la rigidità dei nostri itinerari formativi.

In tale prospettiva diventa difficile elencare i soggetti chiamati a dar vita al progetto culturale, senza correre il rischio di dimenticare qualcuno. Ritengo che debbano essere valorizzate persone e risorse,

⁹ PRESIDENZA DELLA CEI, *Progetto culturale orientato in senso cristiano*, cit., n. 4.

¹⁰ C. RUINI, *Il progetto culturale nelle diocesi italiane*, "Quaderni della Segreteria Generale CEI" n. 17/1998, p. 10.

¹¹ PRESIDENZA DELLA CEI, *Progetto culturale orientato in senso cristiano*, cit., n. 2.

oltre che negli ambiti classici della pastorale, compresa la vasta realtà delle aggregazioni ecclesiali e di ispirazione cristiana, in altri 'mondi' che spesso sono considerati marginali, anche quando hanno un ruolo fondamentale nell'elaborazione del pensiero. Elenco alcune di queste realtà, senza aver la pretesa di comprenderle tutte: il mondo accademico e scientifico in genere, quello teologico, le istituzioni, i centri culturali, i mezzi di comunicazione, il mondo dell'arte, ma anche quello del cinema e del teatro, la realtà del tempo libero in genere.

La territorialità

«Se l'evangelizzazione della cultura e l'inculturazione della fede non vogliono restare confinate a livello di piccoli gruppi, ma intendono essere un fatto diffuso e di popolo, rimane decisivo in particolare il ruolo di quelle comunità radicate nel territorio che sono le parrocchie. A patto, naturalmente, che la parrocchia, come la stessa diocesi, sia intesa non in modo autoreferenziale e centripeto, bensì secondo la felice immagine usata dal Papa per indirizzare il cammino delle parrocchie romane, come comunità che cerca e trova se stessa fuori di se stessa: quindi come aperta e attenta a tutta la gente che vive sul territorio e alle istanze e agli interrogativi che la percorrono, oltre che pronta ad accogliere e a mettere a frutto tutte le energie spirituali e culturali, i doni e i carismi disponibili»¹².

La comunità cristiana ha una lunga tradizione di radicamento nel territorio, basti pensare alla struttura pastorale della parrocchia. In un tempo in cui i legami forti con le persone e con i luoghi vengono meno, occorre però ripensare una proposta di radicamento e di incontro, che aiuti a riscoprire il valore della relazione significativa, senza perdere di vista i grandi orizzonti e quindi il riferimento alle grandi questioni. Il fenomeno della globalizzazione, con le sue ricadute sulla vita delle persone, che rischiano di diventare sempre più dei semplici individui, costringe la comunità dei credenti a riconsiderare profondamente il rapporto con lo spazio e il tempo, cioè il rapporto con la concretezza della vita. Tale ripensamento comporta una disponibilità a superare schemi già consolidati in un contesto culturale in cui i confini della parrocchia di fatto coincidevano con quelli del paese o del quartiere. Oggi non è più così, non solo per la mobilità delle persone o per la presenza all'interno del territorio di soggetti e gruppi sociali che per diverse ragioni non si sentono parte della comunità cristiana. Non è più così anche perché gli stessi credenti vivono il rapporto con il territorio di appartenenza non in forma esauritiva. Del resto la dimensione della 'cattolicità' è educazione all'appartenenza ad una realtà universale, attraverso il legame forte con persone, luoghi, tradizioni. Si tratta di riscoprire quale contributo possa offrire questa esperienza ad una società che si illude di poter

¹² C. RUINI, *Il progetto culturale nelle diocesi italiane*, cit., p. 10.

costruire un villaggio globale senza il radicamento in un contesto preciso e pertanto anche limitato. Per offrire tale contributo di carattere culturale è necessario aiutare le persone, comprese coloro che non esprimono un'appartenenza ecclesiale, a mettersi in gioco, puntando sui loro interessi e sulle loro competenze, ma anche sulla loro naturale esigenza di relazioni significative.

La comunione

«La missione, inoltre, mentre presuppone la comunione ecclesiale come condizione della propria fecondità, è a sua volta generatrice di comunione, poiché mette in primo piano quel compito primario e irrinunciabile che ci deve tutti accomunare. Essendo in buona sostanza null'altro che un aspetto o una dimensione della missione, il progetto culturale può dunque stimolare nelle nostre chiese una comunione operosa, nella quale trovino pieno spazio laici, presbiteri e religiosi. Esso riceverà inoltre un apporto prezioso dall'esperienza e dalla testimonianza dei nostri missionari ad gentes, che lo aiuteranno anche a tenere i propri orizzonti il più possibile aperti»¹³.

La centralità data nei contenuti e nel metodo del progetto culturale alla persona e alla persona di Gesù Cristo, ci costringe ad andare all'essenziale della missione della Chiesa ad a ricercare modalità di relazione, nel corpo ecclesiale, ma anche con l'esterno, che permettano il raggiungimento di un obiettivo chiaro e condiviso.

Non a caso il tema della comunicazione viene collocato come snodo strategico all'interno del progetto culturale. Non si tratta solo di operare perché la testimonianza dei cristiani abbia maggiore risonanza in una società sempre più condizionata dalle informazioni. La vera sfida culturale è quella di aiutare i credenti tutti a declinare comportamenti e linguaggi che sappiano esprimere una testimonianza di amore, che è tensione alla comunione con tutti gli uomini e con il creato.

Si apre un vasto campo di rinnovamento di strutture e atteggiamenti consolidati che, al di là delle rette intenzioni, di fatto non sanno più dare testimonianza, perché elaborati di un contesto culturale superato. La sfida che il progetto culturale pone innanzitutto ai credenti ed alla comunità ecclesiale è quella di vivere l'esperienza della comunione non come il risultato di un aggiustamento interno, ma come il convergere di tutti, ciascuno per la propria parte e con la propria identità, su ciò che è essenziale in una prospettiva di evangelizzazione.

Questa scelta spiega la natura dinamica, aperta del progetto culturale, visualizzabile nelle immagini della rete, della piazza, del cantiere, cioè di realtà in cui il collegamento e la relazione sono determinanti. Perché ci sia comunione è necessario un dono che può

¹³ *Ibidem*, p. 10.

venire solo dall'Alto. Tuttavia è necessario creare le condizioni perché lo Spirito possa operare e tra queste è senza dubbio necessario dare il giusto valore alla dimensione relazionale, soprattutto in un tempo in cui essa rischia di venire vissuta in modo molto superficiale.

3. Conclusione

Ci attende un impegno di ricerca e di valorizzazione di persone che già operano in forma non strutturata o a titolo personale nel vasto campo dell'evangelizzazione. Così come dobbiamo aiutare autorevoli istituzioni cattoliche o centri culturali di più modeste dimensioni a esprimere tutte le loro potenzialità in un cammino comune, nel cantiere aperto. Siamo chiamati a creare occasioni perché chi è mosso da grande passione per l'uomo trovi il modo di entrare in relazione con le proposte con cui i credenti tentano di porsi a servizio della persona. È un incontro necessario e arricchente, anche per la comunità cristiana, impegnata a ricercare le vie per uscire dalla situazione della semplice conservazione.

Si tratta di un impegno polivalente, come necessariamente deve essere una prospettiva di lavoro che pone al centro la persona in una società in continua e rapida evoluzione, come la nostra. Del resto, come affermava il card. Camillo Ruini a conclusione dell'incontro dei referenti diocesani per il progetto culturale il 16 maggio 1998, «la cultura ha tante origini: questo vale per la cultura non di ispirazione cristiana ma vale anche per la cultura di ispirazione cristiana. Ci sono tante persone, gruppi e centri che possono fare cultura e che fanno cultura senza appartenere alle strutture pastorali, senza essere né parrocchie né diocesi, né associazioni, né movimenti, né istituti religiosi ecc. Ci sono anche realtà e istituzioni che hanno una specifica funzione di elaborazione di idee oppure di incidenza sul sociale oppure di comunicazione sociale: tutte hanno una notevole valenza culturale e interagiscono con la pastorale. E non vanno mai persi di vista i modelli di vita che circolano tra la gente»¹⁴.

¹⁴ C. RUINI, *L'identità del referente diocesano*, "Quaderni della Segreteria Generale CEI" n. 17/1998, p. 68.

L

LABORATORI
SUGLI AMBITI OPERATIVI
DELLA NUOVA FIGURA
DELL'OPERATORE PASTORALE

A

La comunicazione a servizio della comunione nella comunità cristiana

Coordina Don Agostino Valentini

La nostra società è attraversata da un mutamento epocale, per cui le chiavi d'interpretazione di ieri faticano ad aprire percorsi di cammino comune. Per molti versi si rinnova l'esperienza di Babele, dove – si badi – il cantiere chiude non per mancanza di forze (viviamo il tempo delle massime possibilità!), ma per incapacità di comunicazione: ciascuno se ne va con le proprie abilità, senza trovare modo di metterle a servizio di un progetto più ampio. Si fanno, allora, anche belle cose; si lavora, ci si spende, si costruisce con orgoglio un proprio gergo, finendo per muoversi all'interno di microcosmi che non riescono più a cogliersi in quella visione d'insieme che sola può dar loro consistenza. Lungo questa via è facile cadere in forme di rigidità mentale, oppure nel disimpegno del pessimismo e della mediocrità.

L'alternativa alla fuga da Babele è quella di chi non pretende di saltare un presente difficile da afferrare e da descrivere: “La vera complessità – scrive E. Moren – è per lo spirito una sfida, che comporta un pensiero che abbia gli strumenti necessari per affrontarla”. Chi accetta la sfida, insieme alla fatica sperimenta l'amore per questa terra e questo tempo, nella memoria di come gli avvenimenti ed i cambiamenti rimangano luogo in cui il credente può cogliere qualcosa del mistero di Dio e del suo progetto sull'umanità: sono il suo appello a guardare avanti, a superarsi, a crescere. A questo punto diventa urgente lavorare alla costruzione di una lingua comune: lingua che per molti versi la Chiesa già parla, lingua che per tanti altri è ancora tutta da scoprire.

Nel lavoro di gruppo si cerca di approfondire il ruolo dell'operatore della comunicazione sociale all'interno della comunità cristiana: quali vocaboli, e quindi quali scelte, occorrerà promuovere perché l'ideale della comunione non rimanga troppo alto, ma si traduca in lingua feriale?

Quale figura si può ipotizzare per favorire nella comunità cristiana un servizio alla comunione? Su quali registri e in quali situazioni concrete occorrerà agire per dare piena dignità al servizio della comunicazione nell'ambito della vita ecclesiale e in particolare della comunità parrocchiale?

Come la comunità ecclesiale può esser educata ad accogliere e promuovere la figura dell'operatore per la cultura e la comunicazione? Quali sono i principali ostacoli da rimuovere per dare un ruolo e uno spazio a questa figura?

Quale figura si può ipotizzare per favorire nella comunità cristiana un servizio alla comunione?

Questa la domanda a cui si è cercato di rispondere nel lavoro di gruppo, sia in base a qualche esperienza già in atto, sia riflettendo sull'interrogativo proposto. Se sono diverse e varie le situazioni ecclesiali, altrettanto sarà anche la figura dell'operatore nell'ambito della cultura e della comunicazione sociale. Oltre tutto è assai difficile intendersi in modo univoco sui termini sia di operatore che di cultura. Permanendo una diffusa ambiguità non resta che parlare di varie figure, che si differenziano a seconda del luogo, degli obiettivi concreti che si vogliono raggiungere, delle disponibilità in persone e mezzi. Una difficoltà nasce anche dal fatto che manca ancora una seria convinzione circa la priorità pastorale che oggi la comunicazione riveste nel contesto della comunità e circa il suo ruolo nel tessere comunione dentro la comunità.

Già sorgono perplessità nell'ammettere che ci debba essere uno specifico operatore in questo ambito, soprattutto in comunità piccole dove si arrischia di investire una stessa persona di differenti ruoli. Comunque, dove e se sia possibile formare tali operatori, questi dovrebbero essere in grado di costituire un'interfaccia comunicativa tra le varie realtà della comunità cristiana, e ai diversi livelli (parrocchiale, vicariale, diocesano). Quanto alle caratteristiche necessarie in tali operatori sono stati sottolineati alcuni aspetti: dovrebbe trattarsi di persona creativa, che ispira e dà fiducia, che sa stare "dentro" la cultura e sa valutare e utilizzare in modo critico i mezzi di comunicazione, che è fornita di una specifica preparazione a seconda del livello in cui è chiamata ad intervenire, che sa suscitare e scoprire talenti in modo da generare un gruppo che diventi visibile e contagioso, oltre che valido ed efficace dal punto di vista operativo.

Solo così tale operatore potrà mettersi a servizio della comunione dentro la concreta realtà della comunità cristiana.

B

Un servizio per qualificare la comunicazione della Chiesa

Coordina Mons. Duilio Corgnali

Nuovi orizzonti e nuovi spazi di evangelizzazione. Occorre prendere atto che la comparsa di nuovi linguaggi ha avuto l'effetto, più che di accrescerne il numero, di cambiare il quadro culturale preesistente. Oltre che di una sfida, si tratta soprattutto di una grande opportunità per la missione evangelizzatrice della Chiesa. Il processo di inculturazione della fede e di evangelizzazione delle culture richiede alla Chiesa di ricercare e leggere in profondità le radici culturali del proprio tempo, di ascoltare la lingua e le lingue della cultura attuale per poter parlare agli uomini e alle donne comunicando loro la memoria evangelica.

L'operatore pastorale delle comunicazioni e della cultura. Non una figura statica, ma dinamica e creativa, con capacità di interazione e relazione: ad intra, con le comunità cristiane; ad extra, con la società, le istituzioni civili e culturali. Con il gusto dell'attraversamento delle "frontiere". Non un intellettuale narcisista ma un animatore culturale. Deve saper curare e animare quei settori/ambiti che oggi risultano trascurati o poco considerati dalle comunità cristiane: mezzi di comunicazione, cinema, musica, arte, pubblicità, tempo libero, new media ...

Un operatore competente. Non basta la buona volontà, occorre una competenza plurima. Deve avere una visione "globale" della comunicazione e della cultura, deve dunque saper mettersi in rete con le realtà culturali e di comunicazione. Deve mettersi in rete con i diversi settori della pastorale e proporsi di metterli in rete. Il suo compito è quindi di raccordare realtà ecclesiale e territorio, pastorale e cultura. Si tratta, principalmente, di saper animare il territorio, promuovendo e organizzando incontri e dibattiti, animando circoli culturali e sale di comunità, interagendo con le iniziative della società civile, enti e associazioni, veicolando le varie attività zonalì o diocesane. Sperimentando nuovi percorsi di evangelizzazione e nuovi canali informativi (Internet...). Dev'essere una "testa di ponte" tra le comunità ecclesiali e la società, in grado di superare il cerchio dell'autoreferenzialità pastorale. Per questa nuova figura occorre "inventare" o sperimen-

tare nuovi percorsi di formazione alla multimedialità e alla multiculturalità. L'investimento formativo va fatto a livello diocesano ma anche sul territorio.

In che modo l'operatore della cultura e della comunicazione può favorire una maggiore e migliore comunicazione della vita della Chiesa? Quale mentalità deve emergere nella comunità cristiana per inserire la missione evangelizzatrice nella dinamica della comunicazione? Quali collaborazioni attivare e di quali strumenti dotarsi?

C

La cura dell'informazione e il raccordo con i media e le antenne

Coordina Dott. Paolo Bustaffa e Sara Melchiorri

Il “fatto religioso” anche dal punto di vista giornalistico è molto più complesso di altri: chi lo legge deve essere aiutato a comprenderlo nelle sue radici e nel suo significato profondo per trarne un libero giudizio. Chi scrive o parla di un “fatto religioso” sa che il suo racconto viene giudicato e verificato sull'obiettività, sul rigore e sull'essenzialità del linguaggio, sulla documentazione, sull'attenzione alle cause ed ai risvolti dell'avvenimento piuttosto che sulla sua strumentale, brillante ed effimera utilizzazione per la curiosità del momento.

C'è un grande problema aperto per tutti coloro che hanno a cuore l'informazione religiosa: il divario esistente tra il linguaggio giornalistico corrente e le esigenze che nascono dai contenuti complessi e densi di implicazioni e valori della notizia religiosa. Ad una rigorosa professionalità che rispetta ed applica le regole dell'informazione si aggiunge quindi un supplemento di pensiero, di memoria, di visione d'insieme che è frutto di una faticosa e costante ricerca di significati altri. Non si tratta di salire in cattedra: inquietudine, umiltà e qualità sono tre atteggiamenti professionali irrinunciabili per chi vuole raccontare lealmente la vita della Chiesa nelle sue diverse espressioni universali, nazionali e locali.

Ma quali sono le risposte dei destinatari di questa informazione? Studi e ricerche (non solo di istituti specializzati) ripropongono l'urgenza di una riflessione e di un'azione pastorali che abbiano davvero a cuore la crescita culturale della persona e della comunità. Informatori e formatori si trovano oggi insieme in un'impresa difficile, affascinante e dal sapore fortemente missionario. In questa prospettiva si inserisce la proposta di dare vita ad una rete di antenne, ad un volontariato della comunicazione diffuso sul territorio. Una rete da sostenere con servizi di formazione e di collegamento che sia frutto di una pastorale della comunicazione con idee chiare e capacità di sinergia.

L'antenna è un testimone della carità intellettuale, un cristiano che, inserito nella comunità ecclesiale, vive la fede nel proprio ambiente, una persona che ama la fatica dello studio e della ricerca, un conoscitore dei linguaggi e delle tecniche dei media, un formatore di coscienze critiche di fronte ai messaggi dei media, un cercatore e diffusore di buone notizie, un sostenitore intelligente

dei media cattolici perché convinto del contributo prezioso che essi offrono per la crescita culturale, spirituale della persona e della comunità.

È possibile non copiare il linguaggio dei grandi media per raccontare in modo intelligente, efficace e simpatico il fatto religioso? Quale contributo offrire alla comunità ecclesiale perché sappia raccontarsi suscitando interesse e interrogativi non superficiali?

Quali caratteristiche e finalità dovrebbe avere un volontariato culturale nel campo della comunicazione sociale? Chi e come deve prepararlo? Quale raccordo operativo, non solo sul piano della collaborazione giornalistica, è pensabile tra il volontariato culturale nel campo della comunicazione sociale ed i media cattolici?

Il gruppo di lavoro ha confrontato esperienze e aspettative, sottolineando in primo luogo tre considerazioni:

- 1) la necessità di creare una coscienza e una sensibilità all'interno della comunità e delle stesse realtà associative, ecclesiali e di volontariato. Una coscienza della necessità di "comunicare" e "comunicarsi".
- 2) l'importanza di curare la crescita culturale dei singoli, dei gruppi e delle comunità.
- 3) la presa di coscienza della comunicazione come forma di servizio diretto alla comunità, nel senso di promozione di iniziative concrete, precise, formative, ma anche come servizio "indiretto", mirato a incentivare una sensibilizzazione in ambito culturale e informativo.

Partendo da queste considerazioni si sono delineate alcune caratteristiche necessarie a identificare questa nuova figura (o figure?) di comunicatore, chiamato a creare una nuova coscienza e a sensibilizzare maggiormente la comunità:

- persona che aiuta la comunità a "ri-amare" la fatica e il significato del pensare, così come sottolineato dal pontefice e dal progetto culturale della chiesa italiana;
- persona che crede nelle sinergie, non solo da punto di vista tecnico (del vantaggio economico, della diminuzione dei tempi, della strumentazione), ma perché fondate sulla stima e sull'attenzione reciproche e sul rispetto delle diversità degli strumenti. Una diversità feconda, che deve essere letta e compresa come valorizzazione delle ricchezze e delle competenze dei diversi operatori;

- persona che possiede una profondità umana e una sensibilità che si saldano a una competenza professionale da aggiornare costantemente;
- persona che aiuta ad avvicinarsi al “mistero” stimolando la ricerca della Verità attraverso il racconto delle “piccole verità quotidiane”;
- persona capace di entrare in dialogo con altre culture e linguaggi senza smarrire la propria identità;
- persona in grado di stimolare la comunità a formarsi un’opinione pubblica e a impegnarsi a comunicare e diffondere il suo pensiero;
- persona che non ritiene importante rappresentare una “nuova o vecchia figura pastorale”, ma è consapevole della diversità del servizio a cui è chiamata;
- persona che non soffre di complessi di inferiorità;
- persona che ama stare con la gente, conoscerne i problemi, le dinamiche di relazione, le attese e che sappia altresì farsi strumento di dialogo e di accompagnamento;
- persona che non si riduce a essere portavoce di lamentele, ma che riesce a cogliere gli aspetti positivi dell’esperienza di una comunità e gli spunti di novità e creatività.

D

L'animazione della sala della comunità

Coordina Don Dario Viganò

Volute e animate dalla comunità ecclesiale, queste Sale della comunità diventano occasione propizia per attivare l'esperienza di alcuni percorsi anche originali: dagli incontri di animazione per i fanciulli ai dibattiti che coinvolgono tutta la comunità, ai percorsi cinematografici e teatrali, alla possibilità di incontrarsi con il mondo della musica.....

In altre parole la sala della comunità prima che essere un luogo importante per alcune attività della comunità, essa si presenta come propizia occasione per intuire, nel complesso sistema dello spettacolo, la fragilità di quei rimandi che la nostra cultura ci offre per giungere alle soglie del mistero di Dio. "Infatti - ed è sempre Giovanni Paolo II a ricordarci questo - il cuore di ogni cultura è costituito dal suo approccio al più grande dei misteri: il mistero di Dio".

Occasione straordinaria dunque per accompagnare uomini e donne del nostro tempo ad assumere, dentro questa contraddittoria cultura, uno sguardo che sappia scorgere i segni della speranza e della presenza di Dio. Attraverso tutte le possibili occasioni culturali che la fantasia e la passione per il Vangelo potrà suggerire.

Il problema dunque non è tanto quello di avere o non avere una vecchia sala del cinema parrocchiale con licenza, ma di tener conto di una struttura, piccola o grande a seconda delle possibilità, che, attrezzata minimamente con quegli strumenti di comunicazione audiovisiva, possa diventare davvero luogo di incontro e di aggregazione.

È in riferimento a tutto questo che occorre individuare figure di operatori atte a portare avanti questo progetto di servizio pastorale e culturale.

La sala della comunità, quale struttura complementare al tempio, può realizzare un positivo innesto tra la missione evangelizzatrice della comunità particolare e le complesse dinamiche della comunicazione e della cultura di un mondo sempre più secolarizzato? In che modo?

Sala della comunità e multimedialità è un binomio che può in qualche modo facilitare l'incontro e la conoscenza tra persone, credenti e non, interessate ad un percorso di ricerca o a una condivisione di esperienze?

Quale figura di operatore si può ipotizzare per l'animazione della Sala della comunità? Quali caratteristiche e quali competenze dovrebbe avere?

Nel corso del dibattito si è sottolineata la validità della sala della comunità quale "proposta" pastorale in grado di far convogliare le esigenze culturali e quelle prettamente legate all'evangelizzazione della comunità cristiana.

Oltre a confermare l'impegno di rendere operative le strutture già esistenti, si auspicava una più ordinata pianificazione territoriale perché questa opportunità possa essere accessibile ai più. Nel criterio della **sinergia** tra parrocchie, realtà culturali e istituzioni a servizio della comunità, si indicava una via privilegiata per non disperdere le forze e per una qualità all'altezza della domanda. Da parte di tutti, infine, a proposito dell'animazione della sala della comunità, si è sottolineata l'urgenza non solo di individuare figure di operatori per questo servizio pastorale e culturale ma, soprattutto di predisporre per loro degli itinerari di formazione e di aggiornamento.

E

La promozione di iniziative culturali

Coordina Dott. Vittorio Sozzi

“Il termine cultura viene inteso nel senso più ampio e antropologico, che abbraccia non soltanto le idee ma il vissuto quotidiano delle persone e della collettività, le strutture che lo reggono e i valori che gli danno forma”. Nella prospettiva indicata dalla prima proposta per il progetto culturale, dobbiamo riconoscere che alla comunità cristiana si offrono molte occasioni per proporre iniziative culturali. Tutta l’opera di evangelizzazione infatti è il frutto di un continuo confronto con la vita delle persone colte sia nella loro individualità che nella loro dimensione relazionale e sociale. L’ascolto e la condivisione hanno prodotto nel corso degli anni esperienze e strutture significative con cui la comunità cristiana ha contribuito alla crescita della persona e delle comunità, in un atteggiamento di autentico servizio all’uomo. Tali presenze hanno anche concorso a delineare itinerari formativi, favorendo la maturazione di competenze specifiche, anche di alto profilo professionale.

Alla luce dell’esperienza di questi ultimi anni sembra che si debbano evitare alcuni rischi sul versante dell’animazione culturale: quello della riduzione della testimonianza ad una sfera intimistica, senza riconoscere ad essa una capacità di promozione della persona e quindi una valenza culturale; quello dell’appiattimento di iniziative che non sanno esprimere la novità propria dell’esperienza cristiana e quello della rinuncia aprioristica al confronto con la vita reale delle persone. Questi differenti atteggiamenti spiegano anche alcune difficoltà a tenere insieme i diversi soggetti che, pur radicandosi nello stesso *humus*, faticano a concordare modalità di intervento che permettano di valorizzare una grande ricchezza di competenze e di risorse. Se non si realizza una condizione di collaborazione tra realtà differenti che operano in uno stesso territorio, l’inevitabile deriva sarà quella della frammentazione, della dispersione e quindi dell’insignificanza, con un impoverimento per la stessa comunità ecclesiale che si autoemargina da un contesto di comunicazione.

Come creare le condizioni perché cresca questo contesto? Un primo passo potrebbe essere quello di ritrovarsi attorno alle caratteristiche essenziali delle “iniziative culturali”, sulle quali già è stato detto qualcosa nel corso del primo incontro dei “referenti diocesani per il progetto culturale”.

Quali dovrebbero essere le caratteristiche (contenuti, obiettivi, metodo) tipiche delle iniziative culturali promosse nella comunità cristiana, che concorrano a delineare la proposta del progetto culturale?

Quali soggetti già esistenti ed operanti nel territorio coinvolgere per far crescere la qualità delle iniziative culturali?

Quale rapporto e collaborazione realizzare con realtà esterne alla comunità cristiana?

Dal laboratorio è emerso l'auspicio che nella scelta del raccordo dei centri culturali si privilegino coloro che hanno già una proposta significativa, anche a livello nazionale. In questi luoghi, poi, favorire la dimensione dell'ascolto o dell'attento "osservatorio" per segnalare le carenze del territorio.

Grande attenzione andrebbe posta al linguaggio che deve poter raggiungere tutti attraverso esperienze di circolazione culturale e opportuni interventi anche nei dibattiti attuali, come quelli che riguardano l'autonomia scolastica, facendosi parte responsabile delle incidenze a livello locale.

Nella prospettiva di un migliore coordinamento delle strutture, spingere, inoltre, ad un fruttuoso incontro tra gli istituti di Scienze religiose con le varie Università e istituzioni culturali operative nel territorio.

F

L'utilizzo delle nuove tecnologie a servizio della pastorale

Coordina Prof.ssa Gianna Cappello

Condizioni con cui confrontarsi	Dimensioni cruciali	Interventi più rilevanti
<p>Dirigenza</p> <ul style="list-style-type: none"> - scarsa rilevanza (credibilità) attribuita alla variabile tecnologica; - assenza di una politica articolata nel tempo; - difficoltà verso relazioni esterne ... <p>Operatori</p> <ul style="list-style-type: none"> - ansia (trovarsi in difficoltà, non avere supporti tecnici ...); - perdita di tempo (star dietro al sw, provarlo ...); - difficoltà a trovare significativi raccordi con i propri obiettivi; - perdita di identità. 	<p>Dimensioni da valorizzare</p> <ul style="list-style-type: none"> - estensione nel tempo della politica tecnologica; - radicamento di una cultura tecnologica diffusa nella diocesi; - integrazione tra: <ul style="list-style-type: none"> • tecnologie/modelli di pastorale • tecnologie/modelli comunicativi e cooperativi • tecnologie ed assetti logistici (es. cablaggio dei locali parrocchiali, spazi per auto-apprendimento integrato). <p>Fattori da controllare</p> <ul style="list-style-type: none"> - ansia degli operatori; - "abbacinamento" tecnologico (uso della tecnologia come "immagine"); - carenza di documentazione ed atteggiamenti critici. 	<p>Sostentamento/Integrazione infrastrutturale</p> <ul style="list-style-type: none"> - Quali infrastrutture di supporto nel territorio per la formazione e la sperimentazione? - Dove selezionare e sperimentare i sw? <p>Chiarezza logistico-funzionale</p> <ul style="list-style-type: none"> - Quali funzioni (comunicazione/cooperazione esterna-interna, potenziamento degli apprendimenti, individualizzazione dei percorsi, ecc.) attribuire alle tecnologie? - In quali ambienti fisici collocarle? <p>Interventi su atteggiamenti</p> <ul style="list-style-type: none"> - Come diffondere una cultura criticamente aperta alle nuove tecnologie? - Come ottimizzare la formazione? - Come spingere gli operatori a trovare integrazioni creative? <p>Trasferibilità delle conoscenze ...</p> <ul style="list-style-type: none"> - Come entrare in contatto con esperienze valide già condotte? - Come verificare e rendere fruibili le proprie esperienze (ricerca-azione)?

Globalizzazione (Internet)

accesso ad informazioni remote - comunicazione - cooperazione - comunità virtuali.

Gestione/Organizzazione (Intranet)

Sgravio

Office automation: segreteria, archivi, registri elettronici.

Razionalizzazione

Razionalizzazione della comunicazione interna (bacheche elettroniche, forum, ecc.), Banche dati, Monitoraggio di atteggiamenti e processi.

Differenziazione/integrazione

Risorsa aggiuntiva, ambienti integrati di apprendimento.

Amplificazione degli apprendimenti

Sul piano 1. *della soggettività*: amplificazione del sé, esperienze emotive intense, flusso ottimale.

2. *espressivo/motivazionale*: nuovi canali comunicativi, valorizzazione di "talenti".

3. *percettivo/cognitivo/metacognitivo*: abilità logico- astrattive / pensiero critico.

4. *delle aree culturali*: apprendimenti trasversali, multiculturalità.

Il laboratorio si è aperto con una rapida illustrazione delle dimensioni delle nuove tecnologie da valorizzare e di quelle da tenere sotto controllo, delle condizioni e degli atteggiamenti sull'utilizzo pastorale di tali tecnologie con cui confrontarsi sia a livello dirigenziale che degli operatori, e infine degli interventi più rilevanti da attuare in via preliminare (cfr. scheda convegno).

Si è poi rilevato l'alto numero di possibili applicazioni pratiche (Internet, Intranet, office automation, banche dati, forum, ecc.) per migliorare i servizi, l'accesso all'informazione e la comunicazione/cooperazione all'interno e tra le parrocchie. Si è convenuto che base imprescindibile di ogni intervento in questo campo è la formazione degli operatori pastorali, una formazione il più possibile continuata nel tempo, articolata nei contenuti e sempre a stretto contatto con l'applicazione pratica.

Infine, sono state prese in esame e discusse alcune delle iniziative (il sito, l'assistenza, i materiali, ecc.) intraprese dall'Ufficio Comunicazioni Sociali della CEI in questo campo.

L'

ONDA MEDIATICA: NUOVA BARBARIE O NUOVO UMANESIMO?

Tavola Rotonda

Interventi di:

- Gad Lerner
- Ettore Barnabei
- Gianfranco Ravasi
- Dino Boffo

Modera: • Massimo Bernardini

A conclusione del Convegno, in diretta su Sat 2000, i 300 convegnisti presenti in aula hanno seguito con grande interesse un dibattito serrato e leale sui processi comunicativi e sui rapporti tra media e mondo cattolico. Chi ha seguito dal vivo o via etere la tavola rotonda avrà avuto occasione di rimarcare espressioni suggestive e cariche di dialettica (specie tra Gad Lerner e Dino Boffo). In questo spazio riportiamo, per ciascuno degli interlocutori, alcuni dei passaggi più significativi.

LERNER

È importante stare nei mass media? Non esiste questo dubbio e soprattutto, non esiste tra voi, non esiste nella Chiesa mondiale e non esiste nella Chiesa italiana. Sono assolutamente convinto che oggi senza scuola dell'obbligo e senza televisione la gente vivrebbe peggio e non meglio. Non ho il minimo dubbio in proposito, il che non significa un'adesione supina ai meccanismi commerciali della televisione ma significa, invece, che la vera novità e la vera difficoltà che c'è in questo dubbio – se sia barbaria o umanesimo – è che ci sono tutti e due. Nei media come nella nostra società.

Il vero dubbio è un altro, perché c'è questa novità: di un Papa che sta nei mass media – eccome se ci sta! – di una Chiesa che sta nei mass media, e ci sta sempre di più, in Italia addirittura investendo risorse economiche significative nuove per stare nei media, però questi media non sono e non possono mai più essere né del Papa né della Chiesa. State in un meccanismo che non controllate e che non potete controllare, così come allargando ancor di più il discorso potremmo dire che questo fa parte della nuova realtà mondiale. È abusato questo termine della globalizzazione ma, per restare al nostro discorso, significa molto praticamente che state in Italia senza più poter dire automaticamente che l'Italia sia terra cristiana e pure che vivete una dimensione religiosa che ha perso un suo legame stretto di proprietà con delle terre, con dei popoli, con delle zone, e che l'identità ha assunto una dimensione extraterritoriale assolutamente nuova e inedita, perché come nei media così anche nella realtà si sta in mezzo agli altri, alla pari degli altri.

Quello su cui voglio insistere è che anche a proposito della citazione pasoliniana, ormai abusatissima, sulla omologazione culturale e i suoi pericoli è che, nonostante tutti i suoi pericoli, essa però fornisce agli uomini di tutto il mondo la possibilità di un alfabeto comune di un codice di comunicazione comune. E questo è un progresso formidabile, è una cosa meravigliosa. Assumiamola come tale per poi governarla, per poi starci dentro e guardate che nello starci dentro anche voi cattolici assumete poi dei linguaggi, dei meccanismi e delle regole specifiche, anche ambigue, della comunicazione e del mondo dei media. Voglio fare un riferimento a "Avvenire", al quotidiano che dirige Dino Boffo. Non c'è ombra di dubbio, lo dico anche

sul piano personale, che in questi ultimi anni c'è stata una grossa crescita di attenzione intorno ad "Avvenire" anche da parte di lettori non cattolici tra cui il sottoscritto. Questo deriva dalla consapevolezza, dalla percezione che noi abbiamo di una crescita del fenomeno religioso, della ricerca di senso, della ricerca del sacro nella nostra società col quale ci sentiamo chiamati a confrontarci. Ma non solo. Significa anche che Avvenire si è fatto – scusa il termine Dino! – un po' più furbo, usa dei meccanismi e degli espedienti giornalistici che sono tipici anche dei media laici, che consistono nell'enfatizzare talvolta certe notizie, nel giocare sulla titolazione, qualche volta nello spararla grossa e qualche volta io mi adiro a leggerlo e altre volte, invece, mi bevo gli inediti che pubblica sulle sue pagine culturali.

BOFFO

Intanto dico grazie a Gad per quello che ha detto su Avvenire, è naturalmente una recensione che apprezziamo molto anche negli aspetti critici che essa conteneva. Rispetto alle cose che lui diceva, e che venivano dette anche dagli altri colleghi, a me pare di poter dire che per noi la scelta di stare dentro il mondo dei media è una scelta tranquilla e irreversibile. Non ci passa mai per l'anticamera del cervello di chiederci se per caso abbiamo fatto male a entrare o se non sarebbe più utile uscirne. Ci stiamo e vorrei dire, se non sembra troppo enfatico, ci stiamo anche bene. È anche la nostra "acqua", siamo uomini e donne di questo tempo, vogliamo essere uomini e donne moderni, quindi il mondo dei media ci compenetra e vorremmo muoverci a nostro agio. Il problema semmai, rispetto a quello che diceva Gad Lerner, è se noi accettiamo la sfida di stare alla pari con gli altri. Questo appartiene all'alfabeto della televisione, della stampa, è chiaro che nessuno può pretendere di salire sul pulpito, è tipico del linguaggio massmediale scendere dal pulpito e parlare alla pari e correre il rischio di non essere riconosciuti per i titoli che si hanno. Qualche volta semmai abbiamo la sensazione – senza voler fare il piagnisteo – di non essere considerati alla pari, dai media laici: ci sembra di venir considerati qualche volta quasi cittadini di serie B o comunque dei *minus habentes*.

Rispetto al tema più generale io direi che se è irreversibile la nostra scelta di stare nell'acqua della comunicazione, dobbiamo tuttavia chiederci quali sono gli atteggiamenti, i comportamenti che possono risultare produttivi, interessanti, importanti in ordine al drenaggio verso la barbarie. E allora, a me pare che insieme dovremmo interpretare un pluralismo forte, non dico forte solo perché il pluralismo oggi è spietato, è un pluralismo spinto, ma forte anche in termini di vivacità culturale. E questo, per uscire anche dal rischio della omologazione: infatti, se il mondo dei media è abitato, frequentato, da voci, da testate, da televisioni e da radio che hanno delle identità che si spendono con linguaggi comuni e che hanno qualcosa da dirsi reciprocamente.

RAVASI

Gesù Cristo, quando ha comunicato lo ha fatto sostanzialmente così: «Il Regno dei Cieli è simile a ...». Ha iniziato un racconto, un vero e proprio filmato narrativo attraverso le parole, e ha annunciato il suo messaggio attraverso questo strumento che è lo strumento dei simboli, delle immagini. Ecco noi dovremmo avere la capacità non soltanto di riflettere le nuove immagini all'interno delle nostre liturgie o della nostra comunicazione, ma anche qualche volta usare le nostre risorse narrative per comunicare quei messaggi. Ritornare alla parabola insomma.

LERNER

... È che la Chiesa italiana ha avuto una presenza efficacissima e direi vincente nei media quando si trattava di affrontare il terreno sociale e politico e, viceversa, è stata perdente sul terreno spirituale e culturale. Questo lo trovo paradossale ma è verificabile. Tutte le volte che io ho avuto in trasmissione un direttore diocesano della Caritas a parlare dell'immigrazione, della prostituzione, della droga, io ho avuto una presenza forte, autorevole, uno che "bucava il video", perché la gente buca il video quando capisci che non ti racconta storie, non fa chiacchiere, ti rappresenta un mondo vero, un lavoro vero, che ha rappresentanza sociale e questo le dà forza comunicativa. Allo stesso modo, sul terreno politico sappiamo bene l'impatto della battaglia sulla questione della scuola, anche lì è venuta gente militante, pronta anche a litigare, a alzare la voce e a battersi.

Perché invece questa stessa efficacia, questa stessa presenza non riusciamo a verificarla su un terreno come quello spirituale e culturale che pure oggi vede nella nostra società un grande risveglio, una grande ricerca, un grande interesse?

BOFFO

... Non c'è dubbio che sulle verità ultime – fino all'esplosione degli ultimi anni di questa nuova sensibilità, di questo risveglio per il sacro – l'argomento religioso, almeno per due o tre decenni, è stato emarginato dai media. Questo è incontestabile. Non se ne poteva parlare. Da qualche anno fa audience, addirittura le tematiche religiose finiscono per tirare di più di quelle sociali. Ma noi abbiamo introiettato dentro di noi questa intimidazione culturale che per decenni ci è stata imposta. Ricordo un dibattito, un anno e mezzo fa a Roma, dove all'attuale direttore di Repubblica venne posto questo quesito: sarebbe disposto nel suo giornale in vista del Giubileo a parlare e a far parlare di più della persona festeggiata, cioè di Dio? Di Gesù Cristo e naturalmente il riferimento poi è a Colui che l'ha mandato e al Padre, cioè di Dio? La risposta non è arrivata, probabilmente per cautela. Io non la giudico però, in cuor mio, registravo questa sensazione. C'è ancora una sorta di velata censura. Si può parlare dei cattolici, della politica dei cattolici, della solidarietà dei cattolici, delle

divisioni e dei successi dei cattolici, ma di ciò che rende cattolico, cioè della ragione ultima, di ciò che mi fa essere cristiano, Gesù Cristo, su questo c'è ancora, mi permetto di dire, una "larvata" censura. Questo secondo me ha finito anche per contagiare noi e ne parliamo con una certa timidezza. La riprova però che la tua osservazione è del tutto vera, è la vera motivazione per cui un paio di anni fa, la Cei, ha deciso di buttarsi nell'avventura televisiva. L'ha fatto per mille motivazioni che si dicono, ma ce n'è una che di solito non si dice e che a mio avviso è quella più vera: noi sentivamo il bisogno come cattolici italiani di ridarci un laboratorio che ci insegnasse il mestiere di stare in televisione, di fare testi per la televisione, di avere registi, di avere esperti della luce eccetera,. Perché era un mondo sul quale finivamo per essere esclusi o autoesclusi. Questa è una delle ragioni per le quali noi abbiamo riaperto il capitolo della televisione e ci siamo dati addirittura una esperienza nostra.

BERNABEI

Nel settore della comunicazione, e in particolare di quella televisiva, credo forse un errore che hanno fatto i cattolici in passato, me compreso, era di credere che l'emittenza fosse il punto centrale e risolutivo di tutta la comunicazione, quindi il controllo di quella poteva sembrare che fosse il controllo di tutta la comunicazione. Non è così. Invece è giusto quello che ha detto Boffo: si tratta di entrare in laboratorio. Ormai bisogna che i cattolici si rendano capaci di ideare, di realizzare comunicazione, come fa bene l'Avvenire nella carta stampata, come ha cominciato a fare Sat 2000, perché il problema è proprio quello: i cattolici non devono più parlare di cultura, devono fare cultura.

LERNER

... Io non la vedo quella censura, mentre avverto molto una rigidità vostra. Vedo, naturalmente episodi singoli di anticlericalismo, di grossolanità, non sarò certo io a negarli, ma non credo che siano quelli il fattore dominante. Vedo, invece, come la difficoltà a misurarsi in pubblico intorno alle verità più profonde, più sentite, intorno non solo ai dogmi, ma anche intorno alle strutture e alla autorità della Chiesa.

Voglio fare solo l'esempio di due libri: il comunista torinese Marco Revelli, ha appena pubblicato da Bollati Boringhieri un piccolo pamphlet su una vicenda di zingari, una vicenda terribile, un libro molto discutibile, anche se interessante. Ebbene questo comunista torinese, ha un filo di ragionamento e di rimpianto su cos'era Torino, la Torino operaia, la Torino della solidarietà, come accoglieva gli altri e come oggi li rifiuta. In più punti esplicitamente richiama il bisogno di una ri-cristianizzazione di Torino. Un altro libro, anche questo in campo sociale, Romano Madra - un filosofo che ha lavorato molto con Emanuele Severino, uno che ha fatto il '68, ha fatto politica con me; ha

appena pubblicato un libro che si intitola "L'animale visionario" rivolto proprio a quelli che hanno fatto la grande rivolta e che oggi vengono convinti da tutto e da tutti che invece dobbiamo accettare il mondo così com'è perché è il migliore dei mondi possibili, e dobbiamo accettare le sue logiche. Egli individua proprio nella dimensione religiosa la speranza di una non accettazione supina delle ingiustizie di questo mondo così com'è. Ecco questi vengono veramente da lontano, da altrove rispetto a voi. Credo che voi facciate spesso fatica a riconoscere questi fermenti e soprattutto vi dia un fastidio enorme, ecco quanto tu dici che siamo noi che censuriamo gli argomenti religiosi, io invece ho l'impressione che vi dia alla fin fine un fastidio davvero tremendo tutte le volte che noi ce ne impicciamo, nel senso che vi sembra irrispettoso che noi discutiamo quelle che per voi sono verità indiscutibili.

BOFFO

Io non credo che a noi cattolici dia fastidio che i media cosiddetti laici, definito laico perché si interessino delle cose cattoliche interne proprio al credo cattolico. Magari ne parlassero di più. Ti dico però quello che a me eventualmente può dare un minimo di fastidio. Esce un documento sulle indulgenze in vista del Giubileo, immediatamente la stampa laica per giornate intere fa solo esempi di come si possono lucrare le indulgenze, tutte cose assolutamente banali per cui a me viene da dire che aveva assolutamente ragione Lutero. Noi per due giorni abbiamo dovuto innalzare al cielo dei laici potenti, inascoltati, per dire: "Amici e colleghi giornalisti, provate ad andare al di là dell'indice di quel sussidio, e vedere anche che cosa si dice nell'introduzione circa la verità delle indulgenze, perché se no ci fate una caricatura madornale...".

RAVASI

Aggiungo a favore di quello che diceva, che noi quando siamo coinvolti, però lo siamo. Io devo dire che il mondo laico tante volte mi coinvolge, io scrivo tutte le domeniche su un giornale che è laico, che ha delle venature anche massoniche qualche volta, che sul problema per esempio della bioetica ha certamente un atteggiamento molto polemico nei confronti nostri, quando interveniamo, non abbiamo sempre quella capacità di comunicazione, quel linguaggio, quella capacità per ragioni molteplici per cui alla fine presentiamo il nostro messaggio in maniera estremamente rigida o in maniera estremamente fluida.

BERNABEI

Credo che la televisione in tutto il mondo, non soltanto in Italia, è in una fase di transizione, di crisi. In America per esempio 5 anni fa le grandi emittenti non potevano produrre nulla in proprio, dovevano solo acquistare da produttori esterni. Poi questa legge è stata modificata, oggi le grandi emittenti, le tre grandi, sono diventate tutte pro-

prietà di grandi società di produzione cinematografica, quindi pensate che razza di trasformazione. Anche in Italia l'assetto attuale mi sembra abbastanza provvisorio, poi ce ne sarà uno più definitivo quando anche il Parlamento sarà in grado di legiferare su questo argomento. Ma, tornando al tema nostro, come evitare la barbarie e come ritornare verso un nuovo umanesimo, io credo che anche in questo settore della comunicazione i cattolici debbano studiare, prepararsi per diventare buoni professionisti della comunicazione. È inutile lamentarsi della cattiva televisione, bisogna essere capaci di fare una buona televisione, una buona televisione per tutti, e in questo sono d'accordo con Lerner. Modestamente noi questo "Gesù" che abbiamo fatto, l'abbiamo fatto pensando prima ai non credenti, lo dico chiaramente. Abbiamo scelto quell'attore perché potesse parlare a quelli che non conoscono Gesù Cristo, non a quelli che Lo conoscono, sperando che quelli che Lo conoscono abbiano magari un po' di pazienza.

BOFFO

Circa il Giubileo. Io credo che noi non vediamo l'ora di trasformare questo grande appuntamento in un'occasione di coinvolgimento generale. Dico: non vediamo l'ora. Noi non vogliamo viverlo da soli questo appuntamento e perché le mie non sembrino parole gratuitamente offerte sul minuto vorrei citare un esempio: quando qualche settimana fa la Chiesa italiana ha vissuto la Giornata nazionale delle comunicazioni sociali, in prima pagina di *Avvenire* io ho invitato a scrivere due bravissimi colleghi laici, il direttore del "Diario" e un opinionista della Stampa, due colleghi di orientamento politico diverso, e tuttavia laici e super laici, Gad Lerner li conosce molto bene. Hanno detto cose belle e scomode per noi, li abbiamo pubblicati in prima pagina, non ho pubblicato contestualmente nessuna risposta di ufficio per non sembrare che la nostra era una scelta estetica. Ci hanno detto quello che ritenevano di dirci, la non risposta non era passività, ma era testimoniare nel nostro piccolo che volevamo pensarci sopra le cose che ci dicevano, mi sembrava di cattivo gusto opporre subito una reazione che tu chiameresti aziendale. No, ascoltiamo, non ci fanno paura neppure i rimproveri pesanti. E tuttavia, consentimi la domanda che non vuole essere stucchevole: voi siete disposti a farvi coinvolgere? Perché vedi Gad, io credo che per coinvolgerci reciprocamente occorre che noi stipuliamo un patto, cioè ci mettiamo d'accordo su un dato metodologico, di stile, cioè un patto di disarmo, disarmo dalle armi della retorica almeno più bieca, dalle armi della contrapposizione più becera, nella quale possiamo cadere anche noi. E tuttavia, in questo disarmo bilaterale, quanto allo stile, al modo, alla volontà di capirci, di ascoltarci, lasciami dire che qualche volta ho l'impressione che siamo noi più interessati, più diligenti, più scrupolosamente attenti a capire le critiche che gli altri ci vogliono rivolgere, di quanto i cosiddetti laici siano disposti a fare nei

nostri riguardi. Non mi pare che ci sia una reciprocità piena, probabilmente dobbiamo scontare, quella che tu chiameresti la stagione della cristianità, lo diciamo alla presenza di un testimone e di un attore di prim'ordine di quella stagione, Ettore Bernabei. Probabilmente nella categoria dei laici è talmente viva ancora quella stagione in cui potevamo dare l'impressione di opprimere opinioni diverse dalla nostra, che oggi in qualche modo ce la fate pagare. E tuttavia il Giubileo, come fatto comunitario, collettivo che ci coinvolge entrambi, possiamo farlo solo se anche voi ci state, non basta che noi vi facciamo la corte, che tra l'altro non deve essere una corte mielosa, ci dobbiamo trattare da persone serie che hanno argomenti razionali da spendere. Avvertendo peraltro, Gad, per giocare in maniera scoperta, che in questo disarmo bilaterale non ci può essere il disarmo, uso un termine che ai laici non piace ma che appartiene alla nostra dottrina e lo spiego subito, non ci può essere un disarmo per noi da quella che riteniamo la Verità. Se tu mi dici che è una Verità che non dobbiamo imporre categoricamente ad alcuno, sono totalmente d'accordo; che dobbiamo imparare ad offrirla in amicizia e in simpatia con linguaggio accattivante sono assolutamente d'accordo. Io ti posso promettere che noi questa Verità vogliamo rappresentarla nelle sedi pubbliche, ma anche nelle sedi informali, come un punto di vista da mettere accanto ad altri punti di vista, ma almeno lasciateci la cittadinanza del punto di vista, cioè lasciateci almeno la nostra idea di poterla offrire, di poterla proporre; voi accettate di confrontarvi come vi confrontate con mille altre posizioni, con mille altre idee.

LERNER

È inevitabile, questo intervento di Dino Boffo conferma che lui è un ottimo giornalista d'opinione, io gli dico sempre, in privato che di questi tempi leggo *Avvenire* come una volta si leggeva il *Manifesto*, cioè quel giornale che ti suscita provocazioni, che guarda la realtà da punti di vista molto diversi da quelli a cui sei abituato, che ti spiazza, e che come tale ti coinvolge. Però come sempre nel giornalismo d'opinione, si deve essere anche molto schematici. In questa "noi" e "voi" è chiaro che io qui non rappresento i laici come tu non rappresenti i cattolici e che la vera novità con cui poi ci confrontiamo sono le grandi differenze, le grandi divisioni all'interno di questi due mondi, per cui io posso dirti che accetto il disarmo unilaterale mentre magari Eugenio Scalfari che nel mio giornale conta un pochettino, lui non lo accetta. Ti posso dire che probabilmente a me viene più facile dialogare con te e trovarmi d'accordo con Enzo Bianchi che con Maurizio Blondel o Cesare Cavalleri, ma credo che anche questo non sia altro che una ovvietà, e dietro diciamo a questo riconoscimento c'è forse il vero fatto di fondo e io trovo anche probabilmente la vera "vostra" difficoltà – uso anch'io di nuovo il vostro perché è più comodo anche se è sbagliato – la vera difficoltà è che quello su cui si fa fatica a ragionare e

che invece a me interessa moltissimo sono le vostre divisioni. Le vostre divisioni sono per me molto interessanti e non, badate bene, perché devo fare del giornalismo scandalistico, far vedere che ci sono dei casini anche nella Chiesa, che litigate anche voi, no, non per questo, c'è anche questo nei giornali, c'è anche nel tuo, c'è nel mio, i giornali vivono anche di questo divertimento, ma è una ragione credo sinceramente più profonda quella per cui invece le vostre divisioni mi intrighino profondamente e questo riguarda anche esattamente il Giubileo. Per me parlare di Giubileo, entrare in dialogo con voi sul Giubileo, significa riflettere su che cosa è la Chiesa oggi, rifletterci da non credente, io non sono cristiano, e quindi quando guardo la Chiesa mi interessa moltissimo la sua storia per riflettere su quali sedimenti ha lasciato, quali conseguenze oggi noi viviamo della storia e dei comportamenti passati della Chiesa, e mi interessano molto le sue scelte politiche sociali e etiche di oggi. Ecco, dentro al Giubileo io vedo grande come una casa questa divisione tra voi, la rispetto, ma la vedo.

BERNABEI

La fiction porge modelli di comportamento, la gente non se ne rende conto, e li accetta, quindi ora se vogliamo che tutti abbiano questi modelli di comportamento di una società virtuale che poi non esiste perché il telefilm americano è un ottimo esempio di organizzazione tecnica, finanziaria, veramente ammirevole, ma pericolosissimo sul piano dei contenuti, perché presenta un'umanità che non esiste nemmeno negli Stati Uniti, perché negli Stati Uniti. La scelta _____ è il localismo, non il localismo come atteggiamento di mediocrità, di piccolezza, direi quasi di micragnosità, ma le realtà come sono, perché la realtà italiana, la realtà mediterranea non è quella africana, non è quella nordeuropea. Bisogna riuscire a trovare l'universale e quindi l'interesse che tutti gli uomini e le donne possono avere da una piccola realtà, come del resto è stato il cinema americano tra le due guerre e anche del primo dopoguerra. Questo gusto delle cose vere, reali, delle situazioni, in maniera che poi la gente capisca quali sono i punti di riferimento e appunto non rimanga con le mani alzate davanti al televisore, perché voi siete tanti, sacerdoti, insegnanti. Bisogna soprattutto insegnare ai giovani ad avere un senso critico nei confronti della televisione e non accettare qualunque cosa, discuterne, e così aiutare anche gli operatori della televisione come quelli dei giornali, avere la pazienza di dire questo non ci è piaciuto, questo lo troviamo sbagliato, oppure vorremmo questa cosa di cui non ci parlate mai. Questa è un'educazione da fare.

RAVASI

Le previsioni? Il trend è certamente quello di una presenza più incisiva, più significativa e anche più creativa.