

## COMUNICAZIONE Signis e Vaticano lanciano un concorso

Un concorso per la realizzazione di poster e video rivolto a comunicatori, grafici e video maker di tutto il mondo sul tema della 52esima Giornata mondiale delle comunicazioni sociali "La verità vi farà liberi: Fake news e

giornalismo di pace". A lanciare "#giveTRUTHvisibility" sono Signis (Associazione mondiale cattolica per la comunicazione) e la Segreteria per la Comunicazione del Vaticano. La richiesta di partecipazione deve essere completata e inviata entro il 30 settembre 2018. I poster e i video saranno diffusi in tutto il mondo attraverso i membri di Signis, presenti in 90 nazioni. Dettagli per l'iscrizione al con-

corso e sul copyright sono reperibili sulla pagina Facebook [www.facebook.com/signiscompetitions/](http://www.facebook.com/signiscompetitions/).

E' In libreria intanto il volume "Fake news e giornalismo di pace" (Morcelliana, 176 pagg., 14 euro) a cura di don Ivan Mafefs, sottosegretario Cei e direttore dell'Ufficio nazionale per le comunicazioni sociali, e Pier Cesare Rivoltella, docente dell'università Cattolica di Milano.



CEI Assemblée generale dal 21 al 24 maggio sul tema "Quale presenza ecclesiale nell'attuale contesto comunicativo?"

# «Nuove forme per i media ecclesiali»

*Rivoltella: ripensare scopi e modalità comunicative nel nuovo ecosistema*

**R**ipensare gli scopi e forme dei media tradizionali della Chiesa per rilanciare la propria presenza nel nuovo ecosistema della comunicazione. Il prof. Piercesare Rivoltella, professore ordinario di Didattica e Tecnologie dell'istruzione all'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano e direttore del Cremit, svolgerà la relazione introduttiva il prossimo lunedì 21 maggio dell'Assemblée generale della Cei convocata proprio su questo tema. La presenza della Chiesa sui media, riflette con il nostro giornale, «va oltre l'uso dei media main-

stream e riguarda anche il web, e in particolare i social. Stampa e tv di questa presenza rappresentano un'eredità storica che ha assistito negli ultimi anni alla trasformazione di tutto il sistema dei media. Di questa trasformazione sono indicatori: la demediazione, la deprofessionalizzazione, le modifiche profonde del consumo. Si tratta di trasformazioni che non hanno lasciato indenni i grandi media né i media cattolici. La questione è di provare a pensare il significato di questa nuova scena comunicativa che si è andata formando per comprendere quali finalità e quali for-

me debbano avere oggi i media tradizionali della Chiesa per rilanciare la propria presenza.

**In Italia sopravvivono 188 settimanali diocesani, ma si legge sempre meno. La Chiesa ha interesse ad investire sui media?**

La Chiesa da anni segue con grande attenzione l'evoluzione dei media e ha dedicato sforzi importanti all'elaborazione concettuale e alla progettazione pastorale. Certo molto rimane da fare, e soprattutto resta da capire a quali condizioni il settimanale diocesano continui a rappresentare un'opportunità e non solo un

capitolo di spesa. Per parte sua *Avvenire* è in buona compagnia: il Paese legge nel complesso lo stesso numero di copie di quotidiani che leggeva ottant'anni fa. Questa contrazione suggerisce tante cose: che le notizie sul web arrivano prima; che nella vita concitata di oggi manca il tempo da dedicare alla lettura del quotidiano; che occorre trovare nuove regole di ingaggio e nuove condizioni per garantire ancora appeal alla carta stampata.

**Come rendere più presente la Chiesa sui media generalisti?**

La Chiesa è già presente sui me-

dia generalisti, ma spesso non fa notizia quello che vorremmo che invece la facesse. Qui il problema è la comunicazione della Chiesa, la sua capacità di adottare logiche e strategie adatte a diventare notiziabile. Per farlo occorre parlare il linguaggio di oggi, fare uno sforzo importante per tradurre discorsi e immagini della Chiesa secondo i codici della cultura di oggi. In fondo è ancora la lezione del Concilio, dove oggi però il Contemporaneo non è più il marxismo o l'esistenzialismo, ma la società informazionale e la sua cultura.

**M. B.**