
Comunicazione: Eugeni (Università Cattolica), "uscire dalle bolle del linguaggio e delle pratiche comunicazionali ecclesiaristiche per ascoltare altri soggetti"

"Un tipo di comunicazione rivolta per un verso a comunicare la fede *ad extra* e dall'altro a consolidare le relazioni delle comunità ecclesiaristiche *ad intra* è molto importante ma non è sufficiente nel contesto postmediale. Occorre anche uscire dalle bolle del linguaggio e soprattutto delle pratiche comunicazionali ecclesiaristiche per ascoltare altre forze e altri soggetti, e per collaborare con essi e talvolta per porsi come punto di riferimento sociale e civile per essi. Oggi assistiamo al fiorire di molte realtà di questo tipo nell'ambito del volontariato cattolico: queste vanno valorizzate, rilanciate e fatte conoscere sempre meglio e sentite come un patrimonio comunitario da far crescere". Ruggero Eugeni, docente di Semiotica dei media all'Università Cattolica del Sacro Cuore, ha messo in guardia dal rischio che un atteggiamento critico "si trasformi in un catastrofismo pessimistico che non vede spazi di azione religiosa, politica e civile" durante il convegno "Utente e Password. Connessioni e profezia" organizzato dall'Ufficio nazionale per le comunicazioni sociali della Cei. Quindi ha chiesto la "massima attenzione" da parte del mondo cattolico rispetto al tema della partecipazione e ha invitato a "trasformare le sale della comunità in redazioni digitali capaci di intercettare notizie, umori, iniziative positive, ma anche rischi da segnalare nei quartieri, anche collaborando con movimenti e istituzioni laiche; traducendo il tutto in articoli, video, podcast, post nei social e così via". Infine Eugeni ha richiamato il termine "hacking" nell'ambito dell'azione nel mondo dei media, specificando che "non va visto nella prospettiva di un incentivo verso lo svolgimento di pratiche illegali" quanto piuttosto come un invito "a non dare per scontati i limiti e i condizionamenti dei sistemi e dei dispositivi tecnologici, politici ed economici in cui operiamo, ma di cercare piuttosto soluzioni creative che vadano anche fuori dalle righe e dagli schemi cui siamo abituati".

Riccardo Benotti