

FMA  
dicastero per la comunicazione sociale

un'antenna  
sul mondo



il  
gong

2

## INFORMAZIONE PER IL CAMBIO

### 14 nodi

Stiamo vivendo la preparazione al Capitolo Generale XX e la comunicazione immediata, per la prima volta, è giunta in tutte le Ispettorie il 6 gennaio, via fax. Ormai questo preziosissimo strumento che coniuga telefono e fotocopia ci è divenuto indispensabile. Ha reso più rapidi e puntuali i collegamenti. Ha accorciato le distanze geografiche e le attese delle risposte. A un fax, spesso, si risponde in giornata. Eppure, anche se non tutte le case ne sono provviste, anche il fax è già stato sostituito dal modem: si vuole più velocità, minor costo, più qualità... La posta elettronica è ormai alle porte.

La comunicazione è cambiata, è sempre più in tempo reale. Ma è cambiato qualcosa nella nostra vita, oppure, questo fatto c'entra con il nostro modo di comunicare con gli altri."

Ci passano ogni giorno davanti agli occhi migliaia di immagini, ascoltiamo informazioni di ogni tipo, leggiamo sui giornali una media di 200 notizie.

Per avere una idea del flusso di informazioni sospese nell'aria basti pensare che la CNN, ia nota emittente arnericana, trasmette notizie 24 ore al giorno. L'Italia, un Paese piccolo, ha più di 700 emittenti locali oltre quelle nazionali pubbliche e private; in Argentina la Tv via cavo può portare in una piccola casa di una città di provincia ben 40 canali e a Buenos Aires le aziende di Tv via cavo sono cresciute del 60%. Le trasmissioni via satellite portano la diretta degli

avvenimenti da un capo all'altro del mondo. La prospettiva immediata è che due colossi mondiali la Microsoft (che controlla il mercato dei programmi per computer) e la McCaw (che è la più grande azienda degli Stati Uniti di telefonini cellulari) hanno fatto un accordo per lanciare in orbita entro il 2001 altri 840 satelliti. L'Europa, entro il 1996, raddoppiando la sua potenza, manderà in orbita altri tre satelliti geostazionari (cioè quelli collocati a 36.000 Km da terra) capaci di coprire tutta la superficie terrestre.

Siamo invasi dalle notizie.

In questo surplus di notizie che incalzano ad ogni ora abbiamo maturato criteri di selezione per districarci nel groviglio delle cose che ci penetrano?

Guardando la realtà in questo scorcio di millennio siamo tentati di dire che la libertà è la più grande aspirazione dei popoli.

Purtroppo i capitali si concentrano nelle mani di pochi Paesi o di poche famiglie che controllano l'informazione, che esercitano pressioni sulle decisioni politiche, che determinano una permanente soggezione dei Paesi poveri. Il meccanismo della carta stampata è il più conosciuto. Ci sono grandi agenzie, concentrate in Francia, Inghilterra e Stati Uniti, che distribuiscono l'80% dell'informazione. Naturalmente fa notizia quello che tocca più direttamente gli interessi (economici o politici) di Paesi che hanno prestigio e potere.

Mentre l'Africa riesce a superare il black out quasi esclusivamente con le guerre tribali o i colpi di Stato.

Il mondo vive questa strana contraddizione: domanda di democrazia da una parte e controllo dell'informazione dall'altra. Questa contraddizione ha a che fare con la nostra vita?

Il mondo è stato colpito dal fatto che in Vaticano funzioni una Sala Stampa per le relazioni con il mondo. È stata pure una meraviglia il fatto che il Papa abbia pubblicato «Varcare la soglia della speranza» attraverso un'editrice laica e che il libro sia stato lanciato, contemporaneamente, in 20 lingue su tutti i mercati del mondo. Le critiche sono state tante, ma molti giornali sono usciti anche con questi titoli: «Il Papa si racconta», «I pensieri di un uomo sulla vita e il mondo».

Ultimamente la IBM ha fatto uno spot con le suore, per reclamizzare l'ultimo modello di computer: un successo. Come mai?

Noi ci lamentiamo, spesso, che i media non parlano di fatti religiosi se non sono sensazionali o spettacolari, che non si interessano della religione, che non danno spazio alle cose che contano.

Tuttavia con i media abbiamo una specie di rancore: siamo da una parte consapevoli che giornali, radio e televisione incidono profondamente sull'opinione pubblica (per questo ci interessano!), ma per tutta la loro logica, il linguaggio, la scelta della spettacolarità ci sembrano lontani e poco adatti a trattare la religione e il sacro.

Ci siamo mai chieste perché quando si parla di suore, di religione, di fede questa società dell'immagine diventa così banale, superficiale, `vecchia', tanto da indurre i giovani a `cambiare canale'?

Riprendere ad uno ad uno questi `interrogativi caldi' può portare, dentro il dibattito che anima le nostre comunità nel lavoro pre-capitolare, alcuni problemi che ci avvicinano al mondo dei giovani e alla cultura di oggi. Ci si accorge che nascono nuove domande e che non si tratta più di considerare la radio, la televisione, il giornale come strumenti soltanto, ma che c'è una `cultura dei media', un sistema informativo che modifica i nostri parametri di giudizio.

È cambiato il modo di pensare alla vita, alla persona. La fedeltà alle origini ci chiede, oggi, anche la fedeltà al futuro.

## **1 - Il tempo ritrovato...**

*La comunicazione è cambiata, è sempre più in tempo reale. Ma cosa è cambiato nella nostra vita, oppure, questo fatto c'entra con il nostro modo di comunicare con gli altri?*

Un centro di ricerca ha rilevato: «Un sintomo dell'accelerazione che ci ha invaso è l'insofferenza con cui si sopporta, ad esempio, un personal computer che impiega uno o due secondi in più per operazione. La rincorsa a standard di elaborazione sempre più veloci appare senza fine: nel 1992 era già stato superato il milione di operazioni al secondo nei personal computer e oggi, dopo solo alcuni anni, si viaggia intorno ai 7,5 milioni al secondo».

Alt. Trenta secondi per rifare i calcoli.

7 milioni e mezzo di operazioni: è un vortice, da vertigini. La mente umana che è infinitamente più abile del computer, non

è in grado di seguire questa velocità. Eppure la rincorsa a macchine sempre più veloci e potenti (sono i computer, ma anche le automobili, le macchine industriali...) è solo un indicatore dell'indice di accelerazione che pervade un po' tutta la vita sociale. Oggi che la comunicazione viaggia alla velocità della luce, in che modo cambierà il modo di governare, proprio perché vengono a mancare i lunghi tempi che separavano la richiesta inviata dalla risposta? Dovrebbe essere chiaro che la velocità dei messaggi e la loro estensione nello spazio ci inducono, come difesa, a una sorta di disimpegno e di indifferenza. Ma nello stesso tempo sono una sfida per apprendere la disciplina spirituale che libera dalla passività e che aiuta a ritrovare risorse interiori di fronte alla stanchezza. Uno studioso afferma che un cambiamento sarebbe trovare la forza, una volta la settimana, di staccare il telefono, la radio, la televisione e i computer per creare un luogo in cui ri-trovarsi e recuperare anche il gioco della narrazione.

Di fronte a provocazioni, anche contrastanti, che alternano le lodi alle invettive contro i media un educatore scrive: «Sulla scena delle nuove realtà... sono possibili due comportamenti, accomunati dallo stesso errore di valutazione: l'educatore, l'adulto, può ritirarsi scandalizzato bollando con il marchio di Satana tutte le produzioni che sanno di modernità...; oppure può gettarsi a corpo morto nella realtà, cercando di `fare il pieno' di nuove tecnologie, di computers e videoclip, cercando cioè di essere moderno ad ogni costo, rincorrendo ogni moda e ogni innovazione».

Oggi, in questo intrecciarsi convulso di messaggi che si sovrappongono e si accavallano a ritmo accelerato il mondo appare un po' come una Babele comunicativa, dove si fa fatica a stare a galla e dove, addirittura, si sentono i sintomi della «nausea da informazione». Basti pensare che una persona negli Stati Uniti (e la differenza con l'Europa e il Giappone è poca) è investita ogni giorno, mediamente da 20.000 parole lette sul giornale, a cui si aggiungono le immagini di almeno un'ora e mezza di televisione, le parole di un'ora e un quarto di radio che si assommano a tutti i cartelli pubblicitari e vanno a sbattere contro i 560 spot pubblicitari. E una cifra da capogiro.

Di fronte a questo anche i tipi più abili confessano che fanno fatica ad aggiornarsi. Un professore passa dal 20 al 50 per cento del suo orario di lavoro solo per restare aggiornato sul suo argomento.

E le previsioni sui ragazzi fanno pensare: «Alla celerità con la quale va espandendosi la conoscenza, afferma il massimo specialista di trasmissioni educative degli USA, quando il bambino nato oggi si laureerà, il complesso delle cognizioni nel mondo sarà quattro volte più grande. E quando lo stesso bambino avrà cinquant'anni sarà 32 volte più grande». E il 97% delle cose conosciute nel mondo sarà stato appreso dal giorno della sua nascita in poi.

Dunque velocità chiama progresso e sviluppo chiama velocità.

Ci si trova in un cerchio chiuso, meglio, una spirale che va spezzata:

-l'accelerazione globale della vita fa sì che ogni minuto perduto costi molto più che in passato

- l'informazione, di conseguenza, deve scorrere più rapidamente di quanto sia mai accaduto
- si presentano problemi nuovi inaspettati, che richiedono una maggior quantità di informazione rispetto a quelli già noti
- ogni ritardo è dispendioso e nessuno può prendersi il lusso di sprecare il tempo
- quindi si rincorre un'informazione sempre più rapida e precisa.

Il progresso è legato a un numero maggiore di conoscenze, ma oggi la rapidità è tale che manca il tempo per leggere, ogni giorno, le produzioni relative anche a un solo argomento.

Il problema diventa, alla fine, la persona. In questo flusso inarrestabile non riesce a rielaborare le informazioni che riceve.

È così scattato l'allarme: «Si tratta di decelerare per poter regolare, controllare e preparare la mutazione. La sopravvivenza impone di rivoluzionare l'avvenire. Questa deve essere la presa di coscienza decisiva del nuovo millennio» (Edgar Morin).

Siamo, quindi a un bivio: l'accelerazione e il fascino di macchine sempre più sofisticate e veloci e la decelerazione per garantire `qualità' alla vita. Sarà possibile comporre questa divaricazione e prepararsi al cambio con realismo, inculturarsi in modo intelligente?

## \*Asterischi

La denuncia degli studiosi è questa: stiamo vivendo sotto una pressione di messaggi sempre crescente perché tutti lavorano per far sì che ogni attimo contenga il maggior numero di informazioni possibili. Qui rispunta la 'vocazione interiore' che per tanto tempo la nostra società ha emarginato.

\* Nel tempo del tutto, subito, presto, hanno ancora senso parole come silenzio, interiorità, riflessione comunicazione?

«L'accelerazione conquista tutti i settori della vita. La stessa velocità va sempre più veloce. Con l'accelerazione tecnica, con fax, TGV, Chronopost e supersonici, noi stessi siamo accelerati... È la corsa di tutta una civiltà che ci imballa.

Dobbiamo prendere coscienza di questa corsa folle in cui siamo trascinati... Corriamo verso l'autodistruzione? Verso una mutazione?

La sopravvivenza impone di rivoluzionare il divenire. Dobbiamo arrivare a un altro avvenire. Questa deve essere la presa di coscienza decisiva del nuovo millennio» (Edgar Morin).

*\* L'uso di tecnologie avanzate assicura i collegamenti veloci, ottimizza le relazioni; ma è possibile non farsi risucchiare dalla logica dell'apparenza, della spettacolarizzazione e dalla superficialità?*

La sfida di riappropriarci del tempo è sempre più controcorrente: è il tempo della memoria, il tempo del silenzio, il tempo della decisione, il tempo della preghiera, il tempo della relazione gratuita.

Tra l'accelerazione delle informazioni e la fretta che insidia la capacità di riflettere c'è tutto lo spazio per la scelta personale della riflessione. È urgente sincronizzare la bussola sui tempi della storia. «Occorre viaggiare, sapendo però che il viaggiatore digitale si trova a vivere in un mondo che gli gira intorno senza che egli si muova. E cosa avviene? A ogni passaggio, egli subisce una straordinaria rilocalizzazione: ogni volta cambia il centro organizzatore del linguaggio, dei comandi, delle funzioni, degli obiettivi e degli esiti, cioè cambia l'identità di chi agisce in quello spazio comunicativo» (Paolo Vidali).

## 2 - Selezione intelligente

*In questo surplus di notizie che incalzano ad ogni ora abbiamo maturato criteri di selezione per districarci nel groviglio delle cose che ci penetrano?*

Pervasiva, la Tv non dà soste. Una volta (e anche adesso in alcuni Paesi più poveri dell'Africa) la Tv trasmetteva soltanto qualche ora al giorno. Adesso no. Giorno e notte. E tanti canali. In modo da poter fare lo 'zapping', cioè saltare con il telecomando da un canale all'altro. Ci illudiamo così di essere diventati 'competenti', capaci di scegliere le cose che contano. Una recente ricerca dell'Università Salesiana di

Roma ha sfatato l'ipotesi di 'ragazzi competenti' in televisione. Ma non perché non la guardino. Anzi. È che mancano loro gli strumenti per scegliere e usano il telecomando selvaggio solo perché non riescono a stare senza il solletico di una proposta. Il mondo dell'informazione si è così articolato e differenziato che ogni Paese ha un lungo elenco di giornali, di settimanali, di radio e di televisioni che si preoccupano di fornire opinioni, giudizi, dati, statistiche su ogni problema. E il lettore si illude di essere libero, di avere le sue idee, le sue fonti.

Le statistiche sono indicative: nel 1991 il numero delle case dotate di videoregistratore ammontava, nel mondo, a 228.140.000, cioè al 33,7% delle case con il televisore.

Inoltre è diventato ormai impossibile controllare il flusso di videocassette che attraversano le frontiere e sono immesse clandestinamente sul mercato. In videocassetta si trova di tutto: il film straniero di qualità come la peggiore pornografia.

Nei Paesi più poveri, là dove la televisione trasmette solo qualche ora al giorno, il videoregistratore è sorprendentemente diffuso e il consumo di video incredibilmente alto.

Si va verso l'esasperazione del problema.

L'acquisto di antenne paraboliche, di cd-rom, di pay-tv che si aggiungono a quello di giornali, radio, televisione e computer hanno dilatato le possibilità: negli USA, dove gli abbonati al ciberspazio sono già milioni (ma sono in rapido aumento sia in Europa che in America Latina.), gli abbonati leggono i

giornali direttamente sul monitor, vanno facilmente da una biblioteca all'altra stando in poltrona.

Gli studiosi avvertono che lo sviluppo tecnologico ci sta portando a esiti impensabili. La prima, grave, conseguenza è che il progresso dei sistemi di comunicazione sta generando, per paradosso, più incomunicabilità.

Un altro effetto è legato proprio all'invasione, non solo delle case, ma del mondo interiore delle persone, sconvolgendo e scompaginando i riferimenti. È stato coniato il termine 'frammentazione' proprio per rendere l'idea della persona frantumata da messaggi che, spesso, le giungono senza nessun legame logico: informazione, musica, spot, sfilate di moda, drammi, fiction. Pensando alla televisione che, sempre più influenza gli altri media, si capisce che è lei, spesso, a dettare i confini del nostro linguaggio, delle nostre categorie logiche e percettive. Fino a diventare il nostro 'ambiente'. Una terza annotazione va fatta, considerando il sistema dei media: l'invasione della televisione è tale che, invece di spingere i quotidiani e i magazines a differenziarsi qualitativamente, questi si sono appiattiti sulla Tv sia nella scelta dei temi che nel modo di esporli, e la Tv sta rincorrendo modelli che prima appartenevano ai giornali popolari.

Questi dati confermano quello che ha detto un'antropologa: «Oggi, molto difficilmente entrano a far parte del proprio orizzonte di riferimento a livello sia individuale sia collettivo problemi, fatti, persone che non abbiano avuto una 'consacrazione' dai mass media: in una parola ci occupiamo solo di quei problemi, di quelle realtà che i mezzi di

comunicazione ci propongono». In questa condizione anche coloro che vogliono essere sempre aggiornati, sempre alla moda, devono trovarsi il tempo per prendere attitudini critiche nei confronti dei nuovi codici e dei nuovi linguaggi. Altrimenti, credendo che basti essere alfabetizzati sull'ultimo programma per P.C. o sull'ultimo videoclip o videogioco, si vedono sfuggire la capacità di cogliere gli sfondi sociali ed economici, politici e pedagogici sui quali le nuove tecnologie si stagliano.

L'assorbimento acritico dell'ultimo prodotto massmediale, infatti, non giova per nulla all'aggiornamento. Si moltiplicherebbero sì le informazioni, ma ne potremmo uscire poveri di idee creative, poveri di valori che consentano di ordinare i 'dati', in vista del senso della vita.

Per non essere stritolati dal meccanismo dentro cui siamo inseriti, l'unica via è riportare al centro la persona. E a questo proposito proprio la Chiesa, ha una sua parola da dire. Non tirandosi fuori dalla questione. La missione della Chiesa (e quindi anche la nostra) può esplicitarsi solo nella comunicazione, che non può essere disgiunta dalla cultura in cui si esprime. Di qui la necessità di confrontarsi e di imparare a muoversi nel nuovo areopago del sistema comunicativo. «Si tratta di una navigazione difficile giacché l'insieme del fatto comunicativo, informativo e informatico, oggi, si presenta complesso. Nient'affatto come una geografia coerente. Certo è solo un fatto: la convinzione che con l'avvento dell'informazione e della comunicazione elettronica l'umanità sta entrando in una nuova era» (Giovanni

Giovannini).

### \* **Asterischi**

Portare l'attenzione sui giovani è d'obbligo per noi. Essi 'navigano' mari più vasti di quelli di Cristoforo Colombo. Poiché l'apprendimento della vita e della cultura avviene in gran parte attraverso i media, dovremmo fornire loro mappe di percorso che li aiutino a trovare riferimenti nella 'terraferma' della propria coscienza.

*\* S.O.S. dal fronte dell'educazione: cosa occorre per non consumare soltanto, ma diventare capaci di selezionare, vagliare, riflettere?*

Ci vogliono «Cuore e testa, sì. Nonché un temperamento aperto alle esigenze di questa gioventù che per l'80% non pratica sports, ma da 3 a 8 volte la settimana ha frequentato sale cinematografiche e nella proporzione del 32% anche discoteche. Se l'educatore desidera squadernare riviste, quotidiani e libri di cultura a giovani di tal fatta (maschi), non deve dimenticare che essi non leggono: anche se adorano i fumetti nella misura del 53%. La nostra esperienza ci ha presentato dei casi di analfabeti, avidi e quanto mai riforniti di fumetti: divorano le... figure di cow-boys e di girls...» (Don Francesco Della Torre - Primo Direttore di Arese).

*\* Le comunità educanti non possono essere il luogo privilegiato del confronto in cui le diverse competenze si misurano e si formano i parametri di*

*giudizio?*

«Se esaminiamo... la comunicazione di massa, vediamo che essa sembra avere da tempo abdicato alla funzione [educativa] per divenire cassa di risonanza, anzi ampliamento di tutti i conflitti, anche quelli interpersonali. A partire dalla cronaca spicciola, in particolare la 'cronaca nera', fino alla comunicazione riguardante i grandi fenomeni politici, il linguaggio e il tono degli strumenti della comunicazione di massa (radio, quotidiani, settimanali, televisione) tende sempre di più a suscitare sensazioni forti ed eccitanti per 'vendere meglio'. Puntando sul sensazionale, calcando sui particolari che suscitano attrazione, disgusto, ribrezzo, pietà si genera una inflazione dei sentimenti e nello stesso tempo un accresciuto bisogno di emozioni sempre più elettrizzanti» (Card. Carlo Maria Martini).

*\* La comunità che si apre alla vita del mondo se non sfugge al dialogo dei tempi ordinari (le conversazioni a tavola, la conferenza, la buonanotte), non ha già occasioni per crescere?*

«Tanto per cominciare potremmo rimettere in onore l'arte del raccontare e dell'ascoltare racconti. È un'arte che i media elettronici tendono a logorare in parte perché il discorso dei media trasmette informazioni 'nuove' a un ritmo tale che le nostre storie ci appaiono superate prima che troviamo il tempo per raccontarle e in parte perché il discorso altamente raffinato dei media rende timidi i narratori dilettanti. Tuttavia

nessuna cultura può sopravvivere a lungo quando i suoi membri perdono interesse per le storie che si possono reciprocamente raccontare» (John Staudenmaier).

«Si impone un giusto equilibrio: l'uso moderato dei mezzi di comunicazione, accompagnato dal discernimento comunitario, può aiutare la comunità a conoscere meglio la complessità del mondo della cultura, può permettere una recezione confrontata e critica e aiutare infine a valorizzare il loro impatto in vista dei vari ministeri per il Vangelo» (La vita fraterna in comunità n. 34).

### **3 - Convivenza democratica**

*Il mondo vive questa strana contraddizione: domanda di democrazia da una parte e controllo dell'informazione dall'altra. Questa contraddizione ha a che fare anche con la nostra vita?*

Che il mondo diventi sempre più piccolo ce ne accorgiamo vedendo che non servono 80 giorni per girarlo tutto. Se, poi, lo consideriamo dal punto di vista informativo sta proprio diventando un villaggio: i satelliti distribuiscono a pioggia le stesse immagini sulle televisioni del mondo. Un collegamento in mondovisione non è più una cosa straordinaria.

Anche il Papa, nella Centesimus Annus, ha affermato che molti dei cambiamenti politici del 1989, che hanno riorganizzato gli equilibri mondiali, sono stati determinati dal sistema informativo.

È logico che sia in atto un processo di 'mondializzazione',



almeno per certi problemi dell'esistenza, perché le fonti della società dell'informazione sono le stesse. Il gigante nordamericano vende da solo il 79% di diritti dei programmi in tutto il mondo. Il 50% di questi diritti viene comprato dall'Europa occidentale.

Così assistiamo a fenomeni giovanili che migrano dall'oriente all'occidente e viceversa, come pure a tendenze culturali che si impongono in aree geografiche di per sé molto diverse.

Restringendo la nostra panoramica ci sembra di cogliere, a livello mondiale, un problema su cui riflettere: si tratta della domanda sempre più estesa di democrazia che affiora dovunque pur tra ambiguità di ogni genere.

In *America Latina* i temi politici e sociali sono vissuti con grande passione e partecipazione. Anche se le esperienze politiche dei vari Stati sono diverse e non sempre consolidate, il tema della partecipazione e della democrazia è vissuto con veemenza. Nel decennio perduto, che sono gli anni '80, la crisi e la conflittualità hanno generato, soprattutto in quel Continente, «una grande coscienza politica e una sensibilità per i problemi locali, comunali, circondariali... Non ci si aspetta più molto dalla gestione paternalistica dello Stato. Ci si rende conto che la democrazia è appena nata e che è un impegno da costruire... Per questo è possibile una lettura piena di speranza della crisi latinoamericana».

Anche l'*Africa* sta vivendo una stagione intensissima. Il Sudafrica ha superato le elezioni libere e l'abolizione dell'apartheid ha inaugurato un'era nuova. Il Mozambico sta

respirando la pace dopo le ultime consultazioni elettorali. Molti Paesi si vantano di aver intrapreso la strada del multipartitismo, anche se a volte, è solo apparente, o è applicato male. In pochi anni le Nazioni che si vantano di avere un regime democratico sono più di 20. La libertà in tutto il Continente africano è aspirazione profonda e conflitto permanente: non sono senza responsabilità in tutto questo le grandi potenze, con l'ambiguità della loro politica di 'assistenza' e il peso dei loro aiuti. Del resto gli scacchi della comunità internazionale di questi ultimi anni sono nella memoria di tutti. Ma il cammino verso la democrazia sembra inarrestabile, anche se difficile.

*Nell'Europa dell'Est e dell'Ovest*, in maniera e con sfumature diverse, il tema della libertà democratica ritorna continuamente.

Le vecchie democrazie sono corrose da interessi di parte e da scandali che invocano un ritorno allo spirito che ha animato la conquista dei diritti di partecipazione. Le democrazie più recenti vivono il travaglio della ricerca di nuove forme di confronto politico e di organizzazione sociale.

In questa crisi una parte notevole è giocata dai mezzi di comunicazione.

Nel *sudest asiatico* la rincorsa dello sviluppo ha demolito alcune barriere ideologiche e anche in Paesi chiusi da oltre 50 anni soffiano i venti della libertà, che necessariamente mettono in questione la gestione politica.

Tutti domandano democrazia e libertà e tuttavia, sempre più

spesso, questi valori sono a rischio non tanto dalle dichiarazioni dei governi, quanto da una prassi economica o dallo stesso sistema informativo. Il rischio della concentrazione dell'informazione nelle mani di pochi che filtrano i dati sulla base di precisi interessi non è un'ipotesi astratta. E non si tratta solo dei Paesi dove il governo controlla l'unica televisione di Stato o l'unica testata giornalistica. È anche il caso di Nazioni ad alto sviluppo, ma in cui l'oligarchia 'possiede', di fatto, il controllo dell'emittenza. Storicamente gli Stati democratici sono nati perché i ceti più poveri hanno rivendicato parità di condizione. Ma oggi, in molte Nazioni, ci si accorge che le varie democrazie stanno difendendo i diritti acquisiti dei ceti medi, ignorando il dovere di difendere i meno abbienti. Finita l'era industriale, siamo entrati nella postmodernità, si dice.

Ma là dove finisce una società organizzata verticalmente dal basso all'alto e si fa strada una società orizzontale non si realizza ugualmente la società solidale. Si parla sì di territorio, di comunità, di interdipendenza, di interculturalità, di decentramento, ma chi ha più informazioni, più cultura, più denaro corre ad occupare il centro di questa nuova società, rimandando ai margini quelli che dispongono di meno mezzi o sono più deboli.

In questo contesto, la democrazia ha cambiato volto? I conflitti sociali hanno cambiato scopo? Sembra di sì.

Sembra che la cosa più importante sia una sola: salvaguardare il proprio benessere e i diritti – privilegi conquistati .

Il tema 'caldo' della democrazia è entrato certamente anche nella riflessione educativa e i nostri ambienti, con la loro impostazione e la loro tradizione, non sono rimasti estranei a tutto questo fenomeno che esiste in ogni parte del mondo.

Tuttavia a livello mondiale 'democrazia' è uno dei temi caldi. Anche molte di noi si domandano: come educiamo i giovani a partecipare alla vita politica, a farsi carico di responsabilità, a vivere il confronto pluralista ?

I cambiamenti in atto e la stessa riflessione sul dialogo tra cultura e carisma ci fanno percepire che siamo a un punto determinante del nostro cammino.

L'informazione sarà capace di operare un cambiamento?

#### **\* Asterischi**

Restringere l'orizzonte alle nostre comunità è solo una scelta per parlare della convivenza democratica in termini educativi, e, in qualche modo, suscettibili di interventi.

La grande domanda mondiale è riformulata, nelle nostre comunità, come una diffusa richiesta di rapporti più semplici, meno strutturati, di partecipazione, di pluralismo, di condivisione di responsabilità. Ma, proprio perché anche noi viviamo le contraddizioni del nostro tempo, si notano insieme atteggiamenti di delega e fughe più o meno coscienti dall'impegno esigente.

*\* Qual è il compito dell'animatrice e della comunità per assicurare uno stile di comunità per assicurare uno stile di comunicazione semplice, armonico, partecipativo, chiaro, democratico?*

<<È importante che colui il quale ha responsabilità di guida sia un *curioso della storia*: facile a guardar fuori dal proprio recinto con occhio interessato e con desiderio di ricerca.

Per ascoltare da vicino il mondo, perché solo da vicino è possibile coglierlo nella sua complessità di problemi e di aspirazioni, è indispensabile attraversarlo, frequentarlo, leggerlo, interpretarlo, cioè dare ad esso del tempo ‘ lavorato’ e non solo distensivo, a mo’ di passeggiatina turistica o di approccio da mass media. Il superiore deve essere un meditativo della storia, poiché in essa è depositata una parte della parola di Dio. (...)

Non nutrito della storia egli stesso, ne deriva che non può stimolare il gruppo sui parametri della ‘cultura forte’.

Un istituto che non macina interrogativi, problemi, provocazioni, disagi e travagli temporali e che in tale deperimento viene lasciato e forse anche garantito, finisce col diventare un sopravvissuto, preoccupato in modo ossessivo a difendere quel poco di vita che gli rimane, tutto programmato per salvarsi>> ( *Valentino bosco* ).

*\* Perché c'è tanta fuga dalla responsabilità e tanta fatica di condivisione e onvergenza sui fini della missione e della vocazione ?*

<< Lo sforzo di costruire comunità meno formaliste, meno autoritarie, più fraterne e partecipate è considerato uno dei frutti più evidenti del rinnovamento di questi anni. (...)

Se il diffuso clima democratico ha favorito la crescita della

corresponsabilità e della partecipazione di tutti al processo decisionale anche all'interno della comunità religiosa, non si può dimenticare che la fraternità non è solo frutto dello sforzo umano, ma è anche e soprattutto dono di Dio>> ( *La vita fraterna in comunità nn. 47-48*).

«C'è una strategia del comunicare, il cui primo principio è che si comunica sempre, anche con il silenzio... È paradossale, ma in realtà la raccomandazione del silenzio è molto opportuna, perché in alcune circostanze non c'è nient'altro che possa restaurare il piano della comunicazione autentica.

Il secondo principio è che si comunica con i fatti prima che con le parole. La comunicazione non verbale ha un'efficacia di cui noi, che abbiamo il culto della parola, ci siamo dimenticati.

Il terzo assioma è che si comunica solo se non si chiama sempre in campo quello che è già successo. Al contrario, la comunicazione autentica deve essere da qui in poi.

Infine si comunica solo su un piano di parità. È vero che i ruoli stabiliscono relazioni diverse e che non sono eliminabili, ma la comunicazione autentica può avvenire solo su un piano di parità» (Gabriele Calvi).

#### **4 - Politica dell'immagine**

*Ci siamo mai chieste perché quando si parla di suore, di religione, di fede questa società dell'immagine diventa così banale, superficiale, 'vecchia', tanto da indurre i giovani a 'cambiare canale'?*

Guardando le suore e i preti, la gente facilmente conclude che il Vangelo è roba buona per i vecchietti e che la Chiesa non ha più niente da dire, oggi. Di fatto i giornali e la televisione hanno introdotto nella società un nuovo linguaggio e una nuova mentalità che fanno a pugni con il messaggio cristiano, lo scalzano alle radici.

I media, per loro natura, privilegiano solo quello che appare della realtà. Sono incapaci di esprimere il mistero e i significati interiori. Forse per questo, istintivamente, li si accusa di aver generato questa società materialistica, dell'apparenza.

Questa crisi tra 'vangelo e cultura' diventa sempre più drammatica. L'ha denunciata Paolo VI quando la televisione era ancora bambina.

Oggi ci si rende conto che il mondo dei media e quello religioso parlano due linguaggi diversissimi, che c'è una profonda incomunicabilità tra la Chiesa e la sfera del sacro e tutti gli ingranaggi dei media.

Il motivo è semplice: «La logica dei giornali è nota: una notizia 'nera' vende di più della cronaca bianca. Un amministratore pubblico corrotto fa più scalpore di cento 'giusti' ».

Questa legge è così ferrea che i giornali americani che si proponevano di stampare solo buone notizie sono falliti tutti.

Chi ha studiato a fondo il rapporto tra la Chiesa e il mondo dell'informazione, mette in rilievo, inoltre, l'antica diffidenza della Chiesa nei confronti dei media. Il mondo ecclesiastico e religioso, senza tutti i torti, ritiene che l'informazione sia

menzognera, parziale, sottomessa al potere economico o politico... mentre dovrebbe parlare con più rispetto e completezza della religione, e non ridurre un viaggio papale a un videoclip o stralciare un pensiero distortandone il significato. «Ma bisogna mettersi in testa che i media non sono solo uno strumento, ma anche una cultura. Non un mezzo per amplificare le prediche che facciamo in chiesa, ma un modo di pensare, di parlare, di vedere i fatti della vita da cui poi dipendono anche i comportamenti delle persone e delle società» (Piero Gheddo).

Un vescovo, un giorno, si lamentava con l'Abbé Pierre del fatto che i media fossero poco gentili con la Chiesa. Si sentì rispondere che forse i media non si interessano ai preti e ai religiosi perché non sono molti quelli impegnati nelle questioni che toccano 'il cuore della gente'.

Ma c'è una ragione ancora più profonda che aumenta la distanza tra il mondo ecclesiale e quello dei media. Noi abbiamo sempre pensato ad essi come a strumenti che si potevano possedere o meno, li abbiamo trattati come 'tecnologie' da smontare o mezzi da cui difendersi per la loro potenza. Invece bisogna prendere atto che la comparsa di nuovi linguaggi ha avuto l'effetto di cambiare il quadro culturale preesistente. Il nuovo modo di comunicare avrebbe richiesto, da molto tempo, alla Chiesa di cambiare non solo il 'modo di dire', ma anche il 'cosa dire'.

Oggi, nella società dell'immagine, non è fuori luogo chiedersi seriamente perché il mercato delle notizie respinge o

comunque tende a ghetizzare i messaggi che appaiono troppo complessi (come tutti i messaggi religiosi o che sfiorano il mistero) o che sono dissonanti rispetto alla cultura dominante. Perché intorno al fatto religioso si crea 'rumore' in modo da renderlo banale o insignificante.

Infatti il miglior modo per censurare una notizia non è neppure tacerla, ma farla precedere e seguire da tante altre informazioni che distolgano l'attenzione o inserirla in un contesto che la svuoti.

E, quindi, in altri termini che dobbiamo porci il problema dell'informazione religiosa e dell'immagine di Chiesa che emerge dai media. O quale immagine di vita religiosa offrono. È una domanda che, se accettiamo di guardarla in faccia, disposte ad ammettere anche le nostre colpe, invece di accusare i media di tutti i mali, forse scuoterebbe qualche cosa anche in noi.

#### \* Asterischi

È stato affermato che i media, spesso, ci danno fastidio per il loro tono, la loro invadenza, la loro parzialità, la loro banalizzazione delle cose serie e via dicendo. Ma si rileva anche la mancanza di persone preparate a parlare, attraverso di loro o si critica la presenza di religiosi o preti in televisione perché sono ambienti 'profani'. Sembra che non ci siamo ancora accorti che i media sono il nuovo areopago, il nuovo pulpito da cui si può far riflettere la gente.

*\* Non è sempre stato vero che è meglio essere che*

*apparire? Che è meglio fare e tacere? Come mai adesso si predica tanto che è urgente far conoscere il bene che si fa?*

«Oggi i mass media sono i mezzi più idonei per trasmettere, con tempestività al mondo intero, alcune situazioni di rilievo; cooperano così alla creazione dell'opinione pubblica. Là dove più rapida è la comunicazione, più rapida è la sensibilizzazione. (...) Anche per quanto riguarda la vita e la missione del nostro Istituto, la circolazione delle realizzazioni operate in questo campo risulta uno stimolo e un incoraggiamento ad aprirci e a lavorare con coraggio e speranza.

Sono messaggi che devono essere comunicati e che, riproponendoci l'impegno apostolico dell'Istituto nell'oggi storico, ne rinnovano e rafforzano il senso di appartenenza (...)» (MB XVI 323) (Madre Marinella Castagno - Nairobi 1994).

*\* Andare in televisione anche solo per cinque minuti, preparare un programma radiofonico è impegnativo: non si sa mai come si è interpretate. Non abbiamo mai pensato che ai nuovi pulpiti occorre prepararsi, accettandone il linguaggio e che essi sono le nuove frontiere di evangelizzazione?*

«Nella cultura dei mass media la Chiesa è in ritardo per un fatto preciso: si concepisce l'apostolato principalmente come contatto personale e comunicazione orale, trascurando la

cultura dei mass media. Mi pare che insistendo sui gruppi di catechesi, sulle omelie e sulle scuole cattoliche si lavori per 'conservare' coloro che sono già credenti e praticanti, ma si trascurino i cosiddetti 'lontani'. Le forme tradizionali di evangelizzazione sono utilissime e irrinunciabili, ma da sole non bastano, perché non incidono sulla cultura e sull'opinione pubblica» (Piero Gheddo).

*\* Ma per lavorare con gli strumenti moderni ci vogliono soldi...*

«Non abbiamo paura di spendere in questo ambito perché questo è denaro ben speso. Possiamo ridurre certe cose, eliminare anche alcuni ornamenti... ma non facciamo economia là dove si tratta di diffondere il bene... "In queste cose don Bosco vuole essere sempre all'avanguardia del progresso"» (MB XVI 323) (Madre Marinella Castagno - Nairobi 1994).

## L'INFORMAZIONE NELL'ISTITUTO

Da tre anni, il canale informativo dell'Istituto «DMA News» punta verso una formula giornalistica più soddisfacente. Le frequenti verifiche redazionali e il feedback dell'audience ci hanno indotte a tener fede ad alcuni criteri di base:

- **selezionare le notizie**
- **scrivere fatti, non parole**
- **dare informazioni 'fresche'**
- **vincere il black out di alcune zone periferiche con la circolarità della comunicazione**
  - **preferire il significativo al sensazionale.**

Non è sempre facile confezionare un'informazione di qualità. Per questo la redazione di News s'impegna a correggere il tiro ogni volta.

Ma non basta. È necessario un progetto condiviso, che sta decollando, per garantire: contenuti, stile, tempi, circolarità, qualità.

### **Che cosa?**

La questione contenuti è vitale per un giornale.

Anche per «DMA News» si tratta di andare alla caccia delle notizie significative e poter contare su un flusso regolare di

informazioni, che renda possibile la selezione. Nell'Istituto, per mal inteso pudore, non c'era l'abitudine a rendere pubbliche le vicende educative e l'impegno promozionale che stanno alla base del nostro lavoro. Soprattutto non si vedeva l'incidenza degli avvenimenti dei microcosmi comunitari sulla macropolitica dei vari Paesi.

«Ogni gesto quotidiano che rifiuta la menzogna - è stato scritto - destabilizza la società totalitaria». Rendersi conto del potere rivoluzionario dei nostri gesti quotidiani è una sensibilità che si sta lentamente acquistando e che giustifica il lavoro informativo.

Conseguenze:

- le notizie che giungono a «DMA News» sono più numerose
- vengono mandati via fax fogli di giornali locali per contestualizzare i fatti
- la scelta delle foto è più adeguata.

La redazione continua comunque a sollecitare le Ispettorie o singole persone con domande, interviste a distanza, telefonate etc.

## Come?

Per fare un buon giornalismo è necessaria professionalità. Anche qui è consigliabile un discernimento sui nuovi 'profili' educativi che ci aiutano ad entrare con più agilità nei 'nuovi areopaghi' dell'evangelizzazione. Finora, nell'Istituto, abbiamo privilegiato titoli di studio di tipo umanistico-

catechetico proprio per rispondere al nostro carisma. Ma se l'educazione deve essere risposta alla persona concreta che vive in un tempo storico e in una cultura ben definiti, la preparazione delle educatrici per l'oggi ha bisogno di essere integrata con tutto il discorso della cultura multimediale. Già molte università del mondo propongono curricula polivalenti. Sta a noi formulare un progetto di formazione culturale per le giovani FMA in modo che abbiano gli strumenti per un approccio adeguato ai giovani d'oggi. Anche un esperto dice: «La Chiesa non si è preoccupata di favorire l'avviamento dei giovani cattolici al giornalismo, al cinema, alla televisione. Certo che con i film non si converte nessuno ma si può risvegliare il sentimento religioso, una fede allo stato nascente che poi, se assistita, può crescere. In parole povere: con messaggi efficaci lanciati dai media moderni si può anche indurre qualcuno a tornare a quella Chiesa che ha abbandonato, per esempio, dal tempo della prima comunione. Poi è ovvio che diventerà indispensabile, e che quindi l'evangelizzazione passerà attraverso l'istruzione religiosa e i sacramenti. Ma per essere 'missionaria' la Chiesa deve prima tentare di raggiungere chi non crede, e questo tentativo passa attraverso una cristianizzazione della cultura».

Il Dicastero per la Comunicazione sociale, proprio per preparare personale, ha realizzato alcune opportunità in Roma:

- *Corso di multimedialità* (luglio-settembre 1994) Partecipanti 32 FMA di 16 Paesi diversi. Era prevista la specializzazione in giornalismo.
- *Laboratorio giornalistico* (aprile-maggio 1995). Partecipanti 25 FMA di 20 Paesi diversi.

Alcune conferenze interispettoriali, sempre sulla linea

professionale, hanno organizzato: - Corso di Comunicazione sociale ideato dalla C.I.C. e svoltosi a Bogotá (Colombia, gennaio-maggio 1993), in collaborazione con l'Università Xaveriana. Aperto a tutta l'America Latina. Partecipanti 27 FMA. - Seminario di Comunicazione, ideato dalla C.I.E.P. e svoltosi a Salamanca (Spagna, luglio 1995). Aperto alle Ispettorie della Spagna. Partecipanti 17 FMA. In molti altri Paesi è garantita a gruppi di FMA la partecipazione a corsi di preparazione e aggiornamento nel settore.

### **Quando?**

Le notizie, come le uova, tanto più sono fresche tanto più sono buone. Il problema 'tempo' per l'informazione è fondamentale.

Anche per questo si trattava di creare nell'Istituto una sensibilità che riuscisse a prevenire gli eventi e a comunicare con tempestività quelli più significativi. Su questo atteggiamento di attenzione e su una base di professionalità è stato necessario innestare strumenti tecnologici adatti perché fosse possibile percorrere le autostrade elettroniche.

Così è nato il progetto 'Rete' che collega l'Ufficio Stampa di Roma con le sedi delle corrispondenti e le traduttrici di «DMA News» attraverso modem. Lo stesso sistema di posta elettronica è stato preparato per il Capitolo.

Le conseguenze di questo nuovo metodo informativo:

- *più qualità*: i messaggi passano da un computer ad un altro attraverso la linea telefonica; la carta e i messaggi dei fax illeggibili sono superati;

- *meno tempo*: il sistema computerizzato dà la possibilità di compattare i messaggi e quindi di abbreviare il tempo di trasmissione. In più, senza far ricorso alla posta veloce, che comporta giorni di attesa, si possono correggere bozze di testi, tradotti e impaginati, nel giro di poche ore. Un esempio di casa nostra: le traduzioni di DMA News e di DMA Rivista, che sono fatte a Barcellona per lo spagnolo, a Parigi per il francese, in Irlanda e negli Stati Uniti per l'inglese, ci comportavano molti giorni di anticipo sulla stampa perché si doveva tener conto anche dei tempi della posta.

Le conseguenze negative erano evidenti: invecchiamento della notizia e difficoltà per la correzione delle bozze, che doveva essere fatta a Roma da persone che non avevano fatto la traduzione.

Attualmente, attraverso il modem, tutto avviene in modo più diretto e rapido.

- *meno costi*: il sistema Rete permette di raggiungere con il costo di una telefonata urbana i più lontani Paesi del mondo.

Si possono mandare e ricevere messaggi brevi, documenti, relazioni, articoli. Nel nostro caso notizie.

### **Dove?**

La rete può collegare fra loro tutti i nodi degli utenti, cioè quelle comunità o persone (vedi corrispondenti) che hanno installato il modem. «Quando si prevede un flusso di informazioni di una certa consistenza si consiglia l'utilizzo di 'reti' che lo facilitino. In tal caso, i computers comunicano



direttamente tra loro. Con una chiamata telefonica locale si può entrare nella rete. Chi spedisce lascia la sua informazione nella casella postale 'elettronica' per il destinatario. Quest'ultimo la potrà ricevere, entrando in rete, attraverso una chiamata telefonica locale. Con questo tipo di posta elettronica e in pochi secondi, si può spedire un messaggio ad uno, o cento o mille punti del mondo». Non si è più in presenza di un flusso unidirezionale di informazione, ma circolare. Infatti tutti gli utenti oltre che comunicare col Centro possono comunicare tra loro.

### **Perché?**

Assicurare una qualità informativa è determinante perché un'istituzione come la nostra stia al passo coi tempi e favorisca la partecipazione dei suoi membri all'unico progetto pastorale.

Il prossimo Capitolo sarà l'occasione per valutare la capacità dinamica di una rete che ci può far interagire in tempo reale con tutte le FMA del mondo. L'evento della grande Assemblea istituzionale non sarà avvertito solo dall'élite delle partecipanti, ma riuscirà a interessare la base.

Le previsioni positive del progetto 'Rete' sono molte: favorisce il rapido intercambio di notizie nelle Ispettorie (tra le case e i centri direttivi) e anche tra le Ispettorie e il centro. Un metodo per educarci all'interculturalità e all'interdipendenza;

-- è possibile l'accesso a banche-dati, corsi di formazione permanente (in vari settori) senza troppi spostamenti; - stimola a migliorare anche l'informazione interna e a passare

dal privato al pubblico le nostre notizie in modo da creare l'immagine positiva di una grande comunità apostolica.

### **PAROLE PER CAPIRE**

**Agenzia di stampa:** È un ufficio che mette in commercio notizie. È uno dei pilastri portanti della società odierna. Le notizie, raccolte attraverso una rete di corrispondenti sparsa in tutto il mondo, vengono messe a disposizione di tutte le testate giornalistiche e le emittenti televisive e radiofoniche che le chiedono. Queste, attraverso i propri redattori, vi attingono per scrivere i servizi che compaiono sul giornale. Le agenzie di stampa si sono moltiplicate dopo la seconda guerra mondiale, quando si è visto che l'informazione non è semplicemente fonte di svago, di passatempo, ma diveniva mezzo di conoscenza, strumento decisionale, chiave per modificare la realtà. Attualmente ce ne sono cinque che controllano quasi tutta l'informazione mondiale.

**Audience:** È il termine con cui si indica quante persone effettivamente si sintonizzano con una certa emittente. L'audience è il potenziale 'pubblico' che sta davanti al televisore e che decreta quindi il successo di un programma. In base all'audience, infatti, viene poi calcolato il gradimento del programma e vengono ripartiti i fondi pubblicitari. E in base all'audience, infine, che alcuni programmi vengono soppressi e altri potenziati.

**Banca-Dati:** È funzionante presso alcuni enti o associazioni, impegnati a raccogliere e schedare tutte le informazioni

relative a un determinato argomento. Per esempio i giovani, le donne immigrate. «L'osservatorio della gioventù», per esempio, presso l'Università Salesiana di Roma, è una grande banca-dati sulla condizione giovanile.

**CNN:** È una emittente statunitense che si è specializzata in 'notizie'. Trasmette informazioni 24 ore al giorno. Praticamente tutti i personaggi importanti ci tengono a conoscere cosa viene detto attraverso la CNN perché pensano, in questo modo, di sapere cosa capita.

**Diffusione:** Si indica con questa parola il numero di copie effettivamente vendute di una determinata testata. Di solito c'è uno scarto tra la tiratura e la diffusione. Infatti gli edicolanti hanno il diritto di restituire le copie rimaste invendute.

**Fax:** È lo strumento capace di trasmettere, via telefono, un documento. Funziona come una fotocopia, ma viene trasmesso a distanza. La parola deriva da facsimile.

**Home video:** È una parola che indica il consumo di videocassette in casa. Quando si parla di 'home video' in genere ci si riferisce al mercato delle videocassette che è sempre più massiccio perché cresce nelle famiglie l'uso del videoregistratore.

**Inserzione:** Indica la pubblicità su carta. Il costo dell'inserzione varia a seconda della testata giornalistica,

dello spazio occupato, della frequenza. La diversità tra Paesi ricchi e Paesi poveri si ripercuote pesantemente sulle risorse di questi ultimi.

**Internet:** È una rete di servizi che collega milioni di persone nel mondo. È nata come servizio per i militari statunitensi, ma oggi ha un potenziamento incredibile. Basta un canone molto basso mensile per essere abbonati e usufruire di un collegamento di 24 su 24 ore con altri utenti collegati nello stesso modo.

**Laser:** È un raggio luminoso potentissimo in grado di leggere informazioni scritte su un disco-laser. La scoperta della potenza del raggio laser è largamente applicata anche in medicina. Nel mondo della comunicazione sociale il disco laser e il videodisco sono supporto che permettono di accumulare un gran numero di informazioni su uno spazio piccolo. Le informazioni sono lette esclusivamente da questo raggio di luce.

**Modem:** Inserito in un computer il modem (è una piccola scheda elettronica) permette di dialogare con un altro computer. Si tratta di un servizio che si avvale di un computer unito al telefono. Con esso si può trasmettere da un capo all'altro del mondo, in pochi secondi, una lettera, un articolo, una comunicazione, ma anche immagini, grafici, suoni. Ogni utente ha la chiave per accedere al computer cui è collegato. Per rendere più facile e automatizzato il collegamento di solito ci si serve di una rete che fa questo servizio. Esiste, naturalmente, una legge per tutelare i collegamenti, soprattutto con le grandi banche-dati.

**Opinion leader:** È la persona che, in un gruppo, riesce a 'mediare' le idee. È un facilitatore. Uno che fa penetrare le opinioni.

**Offset:** È un metodo di stampa, che non richiede più il piombo, ma si serve di una matrice piana. È la grande innovazione della stampa. Ci sono anche piccoli sistemi di stampa in offset che hanno sostituito i vecchi ciclostili.

**Palinsesto:** Si chiama così l'intera organizzazione di una emittente, nell'arco di una giornata o di una settimana. Una volta i palinsesti di una emittente erano pubblicati con molto anticipo e mostravano l'ossatura, l'ideologia di una emittente. Oggi, con il telecomando e l'uso diffusissimo di 'cambiare canale' a seconda dell'interesse, ogni spettatore può costruire il proprio palinsesto.

**Pay TV:** È un sistema televisivo (in Italia è appena agli inizi, ma negli Stati Uniti ha già una lunga tradizione) che dà al telespettatore il programma che lui vuole dietro il pagamento di una quota. Si tratta di abbonarsi a una certa TV (In Italia si chiama Tele +1, Tele +2) per poter accedere per esempio a una televisione che trasmette solo film, oppure solo sport o programmi per ragazzi. Letteralmente significa televisione a pagamento.

**Posta elettronica:** Più comunemente si trova la dicitura inglese abbreviata: E-Mail. Indica una modalità di comunicazione che utilizza il computer e il telefono per spedire

informazioni, attraverso una rete di servizi.

**Redazione:** È costituita dalle persone incaricate di scrivere o preparare l'informazione per un giornale o una emittente televisiva o radiofonica. Esse curano 'il vestito' da dare alla notizia e anche 'il colore' dell'informazione.

**Satellite:** Le immagini televisive e le onde magnetiche viaggiano orinai attraverso i satelliti messi in orbita attorno alla terra. A 36.000 Km da terra tre satelliti sarebbero in grado di coprire l'intera superficie. Ma gli Stati più ricchi hanno, in realtà, il proprio satellite che affitta qualche canale ai Paesi più poveri. Questo procedimento fa sì che i Paesi più ricchi possano vendere cara l'informazione o l'esclusiva di un avvenimento. Da qualche anno, sia in Europa che in Giappone o negli Stati Uniti, sono in funzione anche satelliti più piccoli per le trasmissioni nazionali. E i televisori sono in grado, con un particolare decodificatore e una antenna parabolica, di captare il messaggio direttamente dal cielo senza aver più bisogno della selva di antenne sui tetti.

**Società dell'informazione:** Con questo termine ci si riferisce a una società in cui viene riconosciuto che l'informazione è una delle principali fonti di ricchezza. Come una volta si costruivano automobili, oggi si 'scambiano' informazioni. Chi ne ha di più riesce ad avere successo, prestigio, ricchezza.

**Spot:** Si indica la pubblicità televisiva. Una volta gli spot erano simili a brevi storie (basta pensare a Carosello). Oggi il

tempo è molto ridotto. In genere in 15 secondi si presenta il prodotto. Ciò ha portato a un aumento enorme di affollamento pubblicitario nell'arco di pochi minuti.

**Target:** Si intendono i destinatari di un prodotto. Per esempio gli omogeneizzati hanno come 'target' i bambini piccoli; «Primavera» ha come target i ragazzi/ragazze tra i 13 e i 16 anni, e così via. Si tratta di una parola inglese che è stata assunta dal gergo pubblicitario per indicare la porzione di acquirenti a cui si indirizza un prodotto.

**Televideo:** È un servizio informativo trasmesso con le onde della televisione (via terra). I televisori più recenti sono quasi sempre provvisti di questa funzione. E come una pagina scritta sul video, che l'utente sfoglia per informarsi su particolari servizi: treni, spettacoli, tempo... oppure cronaca, politica notizie dell'ultima ora. È un servizio che non richiede un costo supplementare rispetto al canone televisivo. Compare sul televisore e offre all'utente la possibilità di accedere alle ultime informazioni, all'orario dei treni e degli aerei, agli spettacoli del giorno, all'oroscopo, alle condizioni del tempo etc. Televideo si sfoglia come un giornale, per pagine, usando i tasti del telecomando. Per poter usufruire di questo servizio basta avere un televisore abilitato a questo. In Italia, già nel 1986, più di un milione di televisori erano in grado di avvalersi di questo servizio.

**Terminale:** Si chiama così il monitor (schermo televisivo) di un computer quando è collegato con altri computers di una banca-dati o è una stazione di lavoro collegata con altre (è in

rete) all'interno di una stessa azienda/istituzione.

**Tiratura:** Con questa parola ci si riferisce al numero di copie di un determinato giornale che vengono stampate. Ordinariamente il costo di una copia diminuisce se aumenta la tiratura: è una legge nel mondo della carta stampata. Infatti il lavoro di preparazione resta identico sia che si tratti di 100 copie, che di 1000.

**Videoimpaginazione:** In sintesi è la pagina composta sul video, trasformata in pellicola e successivamente stampata. L'uso massiccio del computer ha trasformato i procedimenti lavorativi del giornale. È la fase di composizione del testo e della sua distribuzione sullo spazio della pagina compiuta attraverso il computer, che utilizza un programma specifico. Chi scrive la notizia, spesso, la corregge (corregge le bozze) e la impagina esattamente come comparirà sul giornale, senza muoversi dal proprio tavolo di lavoro.

**Videotel:** È, in Italia, un servizio della SIP (la società che gestisce i telefoni), entrato in vigore nel 1986 e destinato ad aziende e professionisti. Dietro il pagamento di un canone l'utente si collega a una banca-dati richiedendo le informazioni di cui abbisogna. Accanto al telefono c'è un piccolo schermo su cui si segnano le proprie preferenze, si inoltra la richiesta e compare 'l'informazione-risposta'. È molto meno diffuso del televideo, anche se più potente e più completo come servizio, a causa del suo costo.

**Zapping:** È l'operazione che fanno i ragazzi di `saltare' qua e là tra i canali televisivi alla ricerca del programma preferito.