

AIARTINI CON GRINTA



Giovanni Baggio
Presidente nazionale Aiart

L'Aiart ha **70 anni**
ed è pronta ad affrontare
un cambiamento d'epoca
e tempi turbolenti.
La testimonianza di un agire
che va, con dinamicità e spirito
d'innovazione, positivamente
controcorrente e sempre accanto
agli utenti dei media.

 **Il fenomeno migratorio
tra media-azioni e connessioni digitali**

 **La Rai come parla
agli utenti digitali?
L'appello alla Presidente Marinella Soldi**

Editoriale

La vocazione dell'Aiart
per la comunicazione
di *Giovanni Baggio* 3

Commenti

Il "senso" dell'Aiart
dopo 70anni
di *Sandra Costa*
e *Lorenzo Lattanzi* 5

Per il risveglio
di una nuova voce cattolica
di *Domenico Delle Foglie* 8

La proposta di un'inutile App
in un sistema vecchio e in crisi
di *Luca Borgomeo* 10

Intervista

La Rai come parla
agli utenti digitali?
Intervista a *Michele Mezza*
di *Maria Elisa Scarcello* 12

Commenti

Oppenheimer, il dilemma
della scienza sul ciglio dell'ignoto
di *Francesco Ognibene* 15

Consigli di lettura

Un manifesto per una educazione
civica alla scienza
di *Gabriele Nicolò* 17

Speciale

I vari volti
della violenza sulle donne
di *Chiara Di Cristofaro*;
Simona Rossitto; *Nadia Somma* 19

Pillole di diritto

di *Riccardo Colangelo* 25

Commenti

Formare gli educatori
per educare nella società
mediatizzata
di *Piermarco Aroldi* 26

Commenti

Il fenomeno migratorio
tra media-azioni
e connessioni digitali
di *Giacomo Buoncompagni* 28

Rassegna stampa 31

FERMARE LA GUERRA

L'estendersi dei fronti di guerra nel mondo rinnova, drammaticamente, l'attualità del monito lanciato da Pio XII alla vigilia della seconda guerra mondiale: "Nulla è perduto con la pace, tutto può esserlo con la guerra". Un monito che – a più riprese e al cospetto di sempre nuove incalzanti emergenze sul versante bellico – è stato richiamato e rilanciato da Papa Francesco che ha definito la guerra, scuotendo le coscienze, anche le più sopite, "un male assoluto" e "un virus senza vaccino". In prima linea, in questo inquietante scenario, non ci sono solo coloro che combattono, ma anche quelli che la guerra la raccontano, i giornalisti, chiamati ad una duplice missione: informare e formare, in modo oggettivo, dunque bandendo faziosità e ideologie di parte. E siccome, puntualmente, il prezzo più alto la guerra lo infligge alle donne e ai bambini (con le crisi umanitarie che ne conseguono), il dovere di "dare la notizia" si accompagna al dovere di cercare di scovare e spiegare le perverse motivazioni che si annidano dietro di essa. Nel denunciare il male legato ad ogni conflitto bellico, Cesare Pavese dichiarava: "Ogni guerra è una guerra civile. Ogni caduto somiglia a chi resta, e gliene chiede ragione". Le guerre, come è dato di constatare, non si fermano: che non si esaurisca, da parte di ciascuno, l'urgenza di ghermire, in modo responsabile, il perché del cieco infuriare delle violenze. Senza mai, tuttavia, coltivare pretese di false redenzioni.

Gabriele Nicolò

Giornalista-Servizio Culturale dell'Osservatore Romano

**IL TELE
SPETTATORE**

Direttore responsabile:
Maria Elisa Scarcello
Mobile 333 1133942

Bimestrale dell'Aiart - Associazione Cittadini Mediali Onlus

Via Aurelia 468, 00165 Roma - Tel. 06 66048450

www.aiart.org - aiart@aiart.org

C/C Postale n. 45032000 distribuzione gratuita ai soci Poste Italiane SpA
Spedizione in Abbonamento Postale D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n. 46)

art. 1, comma 2 - DCB Roma - Filiale di Roma - Abbonamento annuo € 25,00

Registrazione Tribunale di Roma n. 10108 del 5/12/64

Grafica, Impaginazione e Stampa a cura di STILGRAFICA Srl Roma



La vocazione dell'Aiart per la comunicazione

Dalla radio al metaverso: sono passati 70 anni e siamo ancora in tempo, reale. 70 anni insieme agli utenti dei media, consolidando la crescita e affinando alleanza e proposta. Il saluto del presidente nazionale Aiart all'udienza concessa da Papa Francesco il 23 novembre.



Santità, grazie per questo momento che ci fa vivere con Lei! Resterà scritto nella vita di ciascuno in modo indelebile.

La nostra Associazione AIART, nata per iniziativa della Azione Cattolica, compie 70 anni di vita.

AIART ha attraversato questo lungo tempo affiancando da vicino tutte le molteplici trasformazioni del complesso mondo della comunicazione: dalla radio al metaverso, passando per la televisione e la rivoluzione digitale, senza mai dimenticare la carta stampata. Abbiamo vissuto stagioni diverse nella forma e nella sostanza della nostra attività, sempre cercando di intuire quale fosse il nostro ruolo. Grazie ai preziosi documenti del Magistero e, fra tutti, i Messaggi per la Giornata Mondiale delle Comunicazioni, ci siamo affiancati a giovani e famiglie cercando di formare e tutelarne i diritti. L'Assistente ecclesiastico e il

Direttore dell'Ufficio comunicazioni sociali della Conferenza episcopale Italiana accompagnano da sempre AIART a vivere la sua missione dando contributi importanti, ma le figure di Mons. Dario Viganò, S.E. Mons. Claudio Giuliodori e S.E. Mons. Domenico Pompili, nei loro diversi ruoli, sono state decisive per trovare il passo giusto ed il ruolo più consono alla nostra Associazione, in questa nuova epoca e nel contesto di costante evoluzione tecnologica dal fortissimo impatto sugli stili di vita, sui modi di pensare, agire ed interagire.

Grazie alle donne e agli uomini che hanno guidato e guidano AIART sia a livello nazionale sia territoriale, siamo infatti presenti in quasi tutte le regioni e province italiane, abbiamo cercato di raccogliere le provocazioni e le sollecitazioni che via via si sono affacciate.

Oggi il nostro impegno è orientato al raggiungimento

di una consapevole CITTADINANZA MEDIALE, attraverso le nostre iniziative editoriali (la nostra rivista trimestrale IL TELESPETTATORE e il nostro quaderno annuale LA PARABOLA) le attività di formazione in presenza e on line, la partecipazione a organismi di tutela degli interessi dei minori e degli utenti nel Comitato media e minori e nel Consiglio nazionale degli utenti. Abbiamo a cuore di dare il nostro contributo per sguardi che aiutino a cogliere i semi di speranza, che diano voce all'infanzia, alla disabilità, alle periferie, che parlino di pace, di sostenibilità, di accoglienza. Con tutto ciò abbiamo un unico obiettivo: che tutte le persone vivano i momenti e gli ambienti della comunicazione, reale o virtuale che sia, in modo costruttivo, responsabile, rispettoso della dignità umana.

Ci preoccupano, certo, il degrado di alcune programmazioni televisive, le posizioni



ideologiche o superficiali nell'affrontare delicati temi che ineriscono alla vita, alla famiglia, alla identità perso-

nale, la banalizzazione della sessualità, le rappresentazioni parziali del mondo giovanile soprattutto nelle serie TV,

l'impossibilità o l'incapacità da parte dei genitori di esercitare l'attenzione necessaria sul consumo di prodotti editoriali multimediali e digitali non adatti ai figli minori, le difficoltà che vivono i docenti nell'interazione con la nuova generazione, una certa fatica degli organismi dello Stato a far rispettare le norme che regolano il settore.

Ci affascina d'altro canto, la concreta possibilità di sostenere una comunicazione che sia autentica, liberante e che aiuti ciascuno a vivere con pienezza la propria umanità, ci affascina l'idea di poter aiutare i docenti ed i genitori a scoprire come la tecnologia può essere un prezioso alleato che va compreso e addomesticato, cioè integrato nel progetto culturale di ogni scuola e di ogni famiglia, ci affascina l'idea che possiamo dare il nostro contributo a che, le dichiarazioni dei diritti degli utenti, diventino realtà praticata con l'impegno di una corresponsabilità condivisa.

Santità noi cerchiamo di metterci tutto l'impegno di cui siamo capaci, ma sappiamo anche che senza la forza che ci viene dal Signore Gesù, noi non possiamo nulla.

Grazie Santo Padre per la Parola che vorrà darci, sarà per noi un prezioso indirizzo e un punto di riferimento.

**Il Presidente Nazionale AIART
Giovanni Baggio**

1953-2023

DA AIAR AD AIART



Dalla radiofonia al metaverso: 70 anni di fatti che contano

Festeggeremo i nostri 70anni con un convegno nazionale che si terrà il 23 e il 24 febbraio 2024. Sarà una grande occasione anche per rievocare la storia della radio e della televisione in Italia.

La radio, nata nel 1924, compirà 100 anni,
la televisione, avviata nel 1954, 70 anni.

Rinnoveremo l'impegno che interesserà:

I Territori Provinciali e Regionali con l'organizzazione di incontri online in date da concordare per la tutela, la partecipazione e il dibattito;

L'Editoria: dal formato all'individuazione di nuovi contenuti;

Il Sito e i social per una maggiore conoscenza della nostra azione e dei nostri contenuti;

La presenza istituzionale con i nostri componenti nel Consiglio Nazionale degli Utenti e nel Comitato Media e Minori per promuovere una tutela efficace

I Corsi di formazione accreditati presso il MIUR

La Rete per il coordinamento e la progettazione di interventi ed attività coerenti con la nostra mission

- UFFICIO NAZIONALE PER LE COMUNICAZIONI SOCIALI della CEI
- CONSIGLIO NAZIONALE DEGLI UTENTI
- COMITATO MEDIA E MINORI
- UNIVERSITÀ
- AVVENIRE
- TV 2000
- SIR
- COPERCOM
- CO.RE.COM
- FORUM DELLE ASSOCIAZIONI FAMILIARI
- METER
- MED MEDIA EDUCATION
- UCSI
- FISC
- Commissione Nazionale Valutazione Film
- AGESC
- ... ed altre ancora



Il “senso” dell’Aiart dopo 70anni

La necessità di un’associazione che si contraddistingue nel panorama nazionale e internazionale per l’unicità del suo scopo e per l’attualità di un percorso, lungo 70 anni. Con idee forti, condivisibili o meno. Interlocutore per gli utenti dei media.

L’acquisto di Twitter da parte di Elon Mask, il Metaverso lanciato da Mark Zuckerberg, le implicazioni etiche, legali e sociali legate all’impiego dell’intelligenza artificiale sono soltanto alcuni dei temi che dimostrano la necessità e la straordinaria attualità di un’associazione che tutela, orienta ed educa i cittadini mediali. L’Aiart al compimento del suo 70esimo anno è una realtà viva e vitale capace di dare senso e valore ai cambiamenti in atto nel mondo della comunicazione. Cambiamenti che – nel bene e nel male – hanno implicazioni in tutti gli ambiti della vita: dalla Scuola alla Politica, dal lavoro all’economia globale sino ad arrivare alle relazioni interpersonali. Soltanto l’Aiart nel panorama associativo nazionale e, oseremmo dire, internazionale persegue questo duplice scopo: da un lato la capacità di restituire profondità e complessità alla piatta, ipersemplicità narrazione mediale; dall’altro un orizzonte valoriale in cui la dignità dell’essere umano prevale e ha sempre la meglio rispetto a logiche esasperate di marketing che puntano a mercificarne l’immagine come pure la psiche.

L’AIART nasce nel 1953 come AIAR (Associazione Ascoltatori radio). Considerando il ruolo funzionale alla propaganda della radio nei periodi bui della dittatura, era chiara la necessità di vigilare e riflettere su ciò che veniva veicolato dai mezzi di comunicazione sociale nella nascente democrazia.

Con l’avvento della televisione, nel 1954, diventa AIART (Associazione italiana ascoltatori radio telespettatori). Tra le sue fila, competenti giuristi, tra cui numerosi esponenti politici, attenti alla legislatura che regola la comunicazione, in particolare quella dei palinsesti televisivi, a sostegno di una TV a vocazione educativa. Nel tempo apparirà chiaro il contributo di questo mezzo nell’azione di uniformare la lingua, di unificare l’Italia culturalmente – emblematico il caso del maestro Manzi.

Dagli anni Settanta, la televisione risente dell’influenza del boom economico e del concepire questo potente mezzo di comunicazione per uniformare i pensieri e i sogni degli Italiani, i loro desideri di consumo, di realizzazione sociale e di potere mediante una pubblicità sempre più invasiva, soprattutto dopo l’avvento della

TV commerciale, nel 1977. Il bisogno di educare alla consapevolezza, alla competenza nella lettura e decodifica dei linguaggi mediali e al pensiero critico, diventa la priorità dell’Associazione.

Sia a livello nazionale che regionale, gli anni Ottanta saranno dunque caratterizzati da un’intensa e allargata attività diretta all’interno dell’Associazione stessa e verso l’esterno:

- corsi di formazione per i soci e costituzione di gruppi di ascolto, importanti per l’autoformazione e per l’analisi critica delle produzioni radiotelevisive;
- corsi ed incontri finalizzati all’educazione alla lettura critica dell’immagine in movimento rivolti a insegnanti e genitori, cui partecipano anche i soci. interventi con progetti nelle scuole materne, elementari, medie e superiori;
- diffondere una vera e propria cultura pedagogica “dei media” e “attraverso i media”, con attenzione alle fasce più deboli: infanzia e terza età.

Tra gli anni Ottanta e Novanta l’AIART organizza sondaggi di valutazione qualitativa (dei contenuti dei messaggi televisivi) e quantitativa (dei tempi di frui-



zione dei programmi) che cercano di definire il rapporto Tv – telespettatore. La finalità è infatti quella di conoscere le abitudini televisive nei territori e promuovere maggior consapevolezza sull'impiego del tempo libero, sull'importanza dell'elaborazione critica dei messaggi e dell'imparare a interrogarsi sulle intenzioni comunicative di chi sta dietro al prodotto mediale. I dati raccolti sono interpretati e resi pubblici tramite conferenze, convegni, incontri con genitori e insegnanti, avviando un dialogo costruttivo tra l'Associazione e le agenzie educative dei territori.

L'esperienza di collaborazione con le scuole di ogni ordine e grado permette la realizzazione di progetti AIART con esiti di positiva ricaduta sul piano della conoscenza del linguaggio audiovisuale, in particolar modo nel raffronto con il testo scritto, al fine di offrire ulteriori strumenti di analisi operando su più piani di lettura.

Ma gli anni Novanta segnano anche un periodo di forti mutamenti sociali a livello europeo: è un tempo significativo di transizione in cui tutti sono chiamati alla responsabilità nel cambiamento storico e a interrogarsi sul proprio ruolo e sul ruolo dell'associazione. A cambiamenti positivi nell'ambito della comunicazione – il 6 agosto 1991 il CERN di Ginevra mette online il primo spazio web della storia – fa da contrappeso il decadimento dell'offerta televisiva, la pervasività di contenuti ed immagini sempre meno rispettosi dell'infanzia, dal talk al reality show. Questo muove l'AIART a orientare gli incontri di forma-

zione per genitori ed insegnanti su tematiche collegate all'educazione in relazione a TV, informazione e intrattenimento e alla valorizzazione del tempo libero. Di qui la scelta di alfabetizzare ai linguaggi audiovisivi fin dalla scuola dell'infanzia. Si organizzano i giorni di TV spenta a casa. Sono azioni di rete che fanno conoscere la vision e la mission dell'Associazione, che, nel 2009, raccoglie oltre 50000 firme a favore di una proposta di legge per introdurre la media education nei programmi scolastici: una vera battaglia di civiltà.

Gli anni Duemila vedono l'impegno di AIART aprirsi a importanti ricerche nazionali per affrontare questioni controverse, ancor oggi di profonda attualità:

- “Media e identità: la formazione dell'identità personale e sociale attraverso i media”, studio curato nel 2006 da Nicoletta Vittadini;
- “La donna usata nella pubblicità”, una ricerca pubblicata nel 2012, a cura di Paola Panarese, con la prefazione di Adriano Zanicchi;
- “Internetpatia”, uno studio del 2014, in cui sono stati presi in esame 61 casi in 34 province italiane; varia la casistica della patologia: dai poker-dipendenti al controllo compulsivo di e-mail e chat. Per combattere la dipendenza, fondamentale il ruolo della scuola. I dati sono stati poi elaborati dall'Ambulatorio dipendenze da internet del Policlinico Gemelli, diretto da Federico Tonioni. Parallelamente alla ricerca, l'AIART organizza la campagna contro la pubblicità

del gioco d'azzardo, pubblicità che nel 2018 viene stoppata da un decreto legge a difesa della dignità della persona;

- “Il ‘caso Italia’. I media e la tutela dei minori nei principali paesi europei”, ricerca pubblicata nel 2015, con la prefazione di Paolo Celot, Socio Fondatore dell'EAVI, un'organizzazione internazionale senza scopo di lucro registrata a Bruxelles che sostiene l'alfabetizzazione mediatica e la piena cittadinanza.

Ed è proprio il concetto di diritto a una piena cittadinanza che nel 2017 guida la scelta di denominare Aiart Associazione cittadini mediali, anziché Associazione Spettatori; un'evoluzione naturalmente identitaria giacché “online e offline sono le due facce dello stesso territorio da abitare in modo consapevole”. A rappresentare graficamente l'idea di evoluzione identitaria, un nuovo logo. In tal modo si istituzionalizza il passaggio sostanziale dal concetto di “spett-attore, colui cioè che aspetta e fruisce del contenuto ricevuto, a cittadino, colui che non solo fruisce di contenuti mediali ma li progetta, li produce e ne è responsabile” (Massimiliano Padula).

Dal 2020, i corsi nazionali di formazione online vedono il coinvolgimento attivo dei giovani. Una nuova indagine conoscitiva viene curata dal giovanissimo socio Pasquale Macchia di Potenza; si tratta di un focus sull'esperienza della didattica digitale attraverso lo sguardo delle ragazze e dei ragazzi della scuola secondaria di secondo grado. La voce dei ragazzi è stata proposta in più eventi formativi, tramite



“Teen panel. Il digitale secondo noi: parlano i ragazzi”, coordinati dallo stesso Macchia.

Le pubblicazioni di studi, ricerche e indagini affrontate vengono divulgate tramite convegni e dibattiti pubblici, dando vita a progetti educativi capaci di rispondere ai bisogni emersi. Indagare per ri-mediare.

Se da una parte è importante dare continuità a progetti e iniziative fino ad oggi realizzate in termini di denuncia, di tutela, di sensibilizzazione di formazione attraverso buone pratiche trasferibili e adattabili nelle diverse realtà territoriali, occorre un ulteriore passo. Uscire, andare a trovare, usando l'espressione di Papa Francesco, con attenzione alla marginalità, allo scarto, alle periferie sociali e interiori. Fare formazione laddove c'è l'abbandono delle istituzioni, nelle sacche di povertà educativa del nostro Paese, nelle periferie geografiche ed esistenziali.

Di seguito, alcuni passi importanti che muovono in questa direzione:

– *Ridare voce all'infanzia* (2022). AA.VV., è l'ultimo volume della collana AIART “La parabola. Studi per ricerche sulla cittadinanza mediale” edito da Mazzanti Libri. Il saggio apre con l'articolo “La scomparsa dell'infanzia”, di Mariolina Ceriotti, la quale ci dice che “per poter apprendere, concentrarsi, giocare, regolare il proprio comportamento, i bambini continuano ad avere bisogno di un contesto favorevole, che solo il mondo adulto può costruire intorno a loro. Per crescere sereni e sviluppare al meglio i propri doni hanno

bisogno di poter essere pienamente bambini in un mondo di adulti”...responsabili.

– *Critical Watcher per Orientaserie* è il progetto PCTO (ex alternanza scuola lavoro) rivolto a ragazzi e ragazze della scuola secondaria di secondo grado che vede la formazione di recensori di serie TV. Andare a trovare i ragazzi nel loro mondo, che è anche quello delle storie messe in scena nelle serie in cui si immergono. Analizzare storie, contesti e personaggi della messa in scena anche alla luce delle competenze esistenziali e dell'Agenda 2030. Le migliori recensioni prodotte dai gruppi di ragazzi, vengono inserite nel sito Orientaserie, uno spazio creato da esperti di comunicazione dell'Università Cattolica in collaborazione con l'Aiart.

– *I patti digitali, per un'educazione di comunità all'uso della tecnologia*, nel cui sito dedicato si legge che “La sfida per un uso più sano del digitale si vince soltanto insieme”, convinti che “L'educazione digitale è efficace se viene offerta in modo coordinato da parte di una comunità (genitori, scuole, pediatri, istituzioni, oratori, scout, associazioni, società sportive...) in cui ci si supporta a vicenda”. Patti Digitali riunisce Il Centro di Ricerca “Benessere Digitale” dell'Università di Milano-Bicocca e tre associazioni attive nel campo dell'educazione consapevole all'uso dei media (Mec, Aiart Milano e Sloworking). In un manifesto, i punti principali di un patto da stipulare e da cui farsi orien-

tare, monitorando e verificando insieme le ricadute.

– *L'essere nelle Istituzioni* – Comitato Media e Minori, CNU (Consiglio Nazionale degli Utenti), Osservatorio Media e Minori presso il Corecom del Lazio – a rappresentare l'infanzia, consapevoli che la “tutela dei minori nei media è un argine fragile e spesso minacciato”. Ogni seduta, ogni verbale, deve essere “usato”, fatto oggetto di riflessione, di proposte e di rilancio dentro l'organismo competente,, sui tavoli istituzionali, sulla stampa, sui tavoli di progettazione. Nulla deve andar perduto.

Va detto che, purtroppo, la crisi dell'associazionismo tocca anche l'Aiart. Non ci sono ricette facili per poterla affrontare né si può sperare di recuperare entusiasmi perduti ricordando con nostalgia i tempi passati. Tuttavia riteniamo importante lanciare alcuni interrogativi per trovare insieme soluzioni o strade percorribili:

- ancora possibile testimoniare l'importanza di una cittadinanza mediale e impegnarsi all'interno di un'organizzazione di volontariato senza alcun scopo di lucro?
- Quali percorsi formativi e associativi possono riaccendere la motivazione a iscriversi e a partecipare alla vita dell'Aiart?
- Come avvicinare e rendere protagonisti i giovani all'interno dell'Aiart?
- Come attivare sinergie con istituzioni e altre realtà associative sul territorio?

Sandra Costa

Lorenzo Lattanzi

Vicepresidenti Nazionali AIART



Per il risveglio di una nuova voce cattolica

Da quanto tempo una posizione pubblica condivisa dai cattolici non trova spazio nel dibattito nazionale? La voce dei cattolici nel mondo della comunicazione e l'esigenza di una riflessione interna alle comunità cristiane. Ce lo racconta Domenico Delle Foglie.

Quanto spazio trova la voce dei cattolici nel mondo della comunicazione? A domanda tagliente... risposta affilata. Intanto occorre circoscrivere l'orizzonte all'Italia dove la presenza religiosa ha il suo punto di riferimento nella sede apostolica. Inoltre è utile distinguere fra l'attenzione che viene riservata al Papa più che alla Chiesa, allo Stato Vaticano più che al popolo credente. Distinzione essenziale perché il Papa ha dalla sua la capacità di essere sempre protagonista. Del resto, tra il secolo scorso e i nostri giorni si sono succedute figure altamente mediatiche, capaci di tenere la scena a lungo non solo attraverso il magistero, ma anche con i gesti e la vicinanza al popolo. Da Pio XII a Paolo VI passando per Giovanni XXIII, per approdare a Giovanni Paolo II, Benedetto XVI e Francesco, non si può certo dire che i Papi siano stati assenti dalla scena pubblica. Anzi, ciascuno con la propria personalità e il proprio carisma ha saputo catalizzare l'interesse dei media. Basti pensare alla fortuna di espressioni (made in Francesco)

come "costruire ponti e non muri" o "Chiesa ospedale da campo"... Oppure alla svolta vaticana verso l'Asia e il dialogo con la Cina.

Tutt'altro discorso riguarda il popolo di Dio, la comunità credente, l'associazionismo cattolico (nelle sue forme più diverse) e le figure pubbliche di forte ispirazione cristiana, in grado di meritare l'attenzione dell'informazione e dell'opinione pubblica. Su questa precisa prospettiva dovrebbe essere ulteriormente affinata l'analisi, anche all'interno della comunità credente, partendo dalla piena consapevolezza dei profondi cambiamenti che si sono susseguiti a cavallo dei due secoli.

In estrema sintesi proviamo ad elencarli: la secolarizzazione senza valori sostitutivi, l'individualismo esasperato, la nascita e il consolidarsi di sovranismi populismi e nazionalismi, la radicalizzazione del discorso pubblico, la vittoria del modello capitalistico di sviluppo, l'esplosione della digitalizzazione e della comunicazione social, la crisi delle appartenenze, i processi di disintermediazione, la bomba

ecologica ed ambientale, e per finire il ritorno della guerra, gli affanni del pacifismo, le migrazioni di massa e il crollo della natalità. È del tutto evidente che il mondo cattolico, nelle sue diverse articolazioni, si è trovato profondamente a disagio nel maneggiare questi dossier.

Proprio da questa inadeguatezza e da questa mancata riflessione interna alle comunità cristiane nasce l'incapacità a ritagliarsi anche solo un posticino nell'agorà. A essere tenuti da conto nel dibattito pubblico, a essere rispettati e a guadagnarsi un minimo di consenso. Ecco, se non ci fosse stato Francesco a levare una voce altissima sul tema dell'ambiente, delle migrazioni, delle povertà e della crisi demografica, i credenti sarebbero stati capaci di farne un motivo di forte mobilitazione? Per essere sinceri sino in fondo, questo non è ancora pienamente avvenuto. Fatte le debite eccezioni (vedi la Comunità di Sant'Egidio e i media cosiddetti cattolici, in particolare quelli editi dalla Conferenza episcopale italiana), forse dovremmo prendere atto di una crisi profondissima della presenza