

60 AUTORI NELLO STUDIO CORALE CURATO DA VANIA DE LUCA E MARICA SPALLETTA

C'è un «media-virus» da capire per aprire insieme strade nuove

FRANCESCO OGNIBENE

«Il Covid-19 ci ha obbligato a lasciare una riva per approdare per sempre a un'altra, e i media, e con essi le nuove tecniche utilizzate, hanno inclinato le vele sfruttando al meglio i pericolosi venti contrari. Tuttavia, è possibile ripartire se alla tecnica si aggiunge il senso, che orienta la bussola della vita verso il nostro comune destino». Lo scrive padre Francesco Occhetta, gesuita, scrittore di *Civiltà Cattolica*, introducendo *Pandemie mediali. Narrazioni socializzazioni e contaminazioni del mediavirus* (Aracne, 580 pagine, 28 euro), studio a molte mani curato da Vania De Luca, presidente nazionale dell'Ucsi (Unione cattolica Stampa italiana), vaticanista di RaiNews 24, e da Marica Spalletta, associata di Sociologia dei Processi culturali e comunicativi alla Link Campus University. Che i comunicatori abbiano responsabilità ben oltre la qualità del racconto di quanto va accadendo non è forse immediato ma non per questo meno certo: «Dalle giuste domande che i media (e ancor più l'informazione) riusciranno a porre – aggiunge Occhetta –, e dalle parole nuove che saranno capaci di generare, potranno nascere lavori, spazi e relazioni diverse». Siamo più in là della cronaca: quella che passa per le pagine dei giornali, sui siti informativi, nei notiziari e approfondimenti televisivi e radiofonici, come dentro il vortice inesausto dei social (mai tanto attivo e aggregante) c'è la costruzione di un immaginario condiviso in buona parte nuovo, il prendere forma e consolidarsi di un tessuto di evidenze collettive sulle quali la società intera si riconosce, senza neppure ammetterlo o vederlo. Il ruolo dei media – sensori dell'umore comunitario – è nevralgico: secondo padre Occhetta «improvvisamente lo *storytelling* è entrato in crisi, e i media hanno riscoperto lo

storydoing, l'arte di narrare attraverso i fatti. Si narrano storie attraverso le azioni, perché passare dallo *storytelling* allo *storydoing* significa passare dal dire al fare. Si sente il bisogno di un sistema dei media che crei e motivi, coinvolga e tocchi, oltre a informare». L'intrecciarsi di notizie e riflessioni in questi mesi ha indotto De Luca e Spalletta a metter mano ora a un vero studio che ha l'ampiezza della ricerca ma il piglio stilistico del racconto corale, articolato in 7 parti, 45 saggi e 60 autori, non tutti comunicatori. Nata sulle pagine di *Desk*, la rivista dell'Ucsi, la collaborazione tra le due curatrici le ha portate a lavorare attorno all'idea del «media-virus» per «avviare una riflessione a più voci, dialogo tra diversi mondi, sensibilità e professionalità». Ispirandosi al Papa della *Fratelli tutti* («Il cumulo opprimente di informazioni che ci inonda non equivale a maggior saggezza»), Vania De Luca indica il senso di questo consistente sforzo intellettuale collettivo: «Fare memoria della lezione del Covid per indicare strade nuove». Ed è questo ciò che davvero conta.

La presidente dell'Ucsi e la sociologa coordinano un ventaglio di punti di vista con l'obiettivo di decifrare cosa cambia con il racconto del virus



