

Verso la Giornata diocesana di Avvenire: a Chiesa di Casa la buona comunicazione che non si misura a “like”

«Una buona comunicazione non si misura con i like». Così si è espresso Francesco Ognibene, caporedattore centrale di *Avvenire*, intervenuto durante la nuova puntata di *Chiesa di casa*, il talk di approfondimento pastorale della Diocesi che questa settimana ha preso spunto dalla Giornata diocesana del quotidiano *Avvenire* che si celebra domenica 29 ottobre in tutte le parrocchie. «Non è detto, infatti – ha proseguito il giornalista – che un post con molte interazioni abbia effettivamente reso un servizio ai lettori». Ed è proprio su questa dinamica tra comunicatori e lettori che si è incentrata la trasmissione.

Sulla stessa linea tracciata da Ognibene si è mosso anche Filippo Gilardi, coordinatore della redazione di *TeleRadio Cremona Cittanova*, che si occupa della comunicazione istituzionale della Diocesi di Cremona. «Un buon interrogativo che possiamo porci riguarda la notizia, il contenuto di ciò che comunichiamo, che non va confuso con il mezzo. Il rischio che spesso corriamo è quello di appiattirci sugli strumenti, perdendo così di vista i bisogni del lettore».

Quello di focalizzarsi sul mezzo, sulla piattaforma, è un pericolo che si corre soprattutto nella comunicazione veicolata dai social. «Oggi la notizia va data il prima possibile – ha commentato Claudio Gagliardini, esperto di comunicazione online e collaboratore di *Riflessi Magazine* – anche per esigenze di mercato. Ma è necessario prestare attenzione alle valutazioni sui fatti. Un giudizio troppo

affrettato potrebbe non essere corretto e, molto spesso, viene rifiutato dai lettori».

Una riflessione a partire dai fatti, dunque, appare necessaria, ma necessita di un certo lasso di tempo per essere formulata in modo serio. «Da un lato ce lo impone la deontologia – ha sottolineato Ognibene – e dall'altro lo stile comunicativo che rappresentiamo e a cui apparteniamo, ossia quello ecclesiale. È fondamentale prendersi dello spazio per valutare, comprendere e, solo a quel punto, esprimersi. Questo significa incontrare i bisogni del lettore».

Parole, quelle di Ognibene, che sembrano controcorrente rispetto ai titoli flash cui siamo abituati. «Con l'esperienza di *Riflessi Magazine* – ha spiegato Gilardi – tentiamo di fare proprio questo: strutturare titoli che siano in grado di suscitare il desiderio di approfondire le notizie, così da creare relazioni, tra le persone e con il territorio».

Per Gagliardini è proprio questa la chiave: far sì che gli strumenti comunicativi siano a servizio delle persone e dei loro bisogni di interazione, informazione e relazione.

Per la Diocesi di Cremona, dunque, la giornata dedicata al quotidiano *Avvenire* si prospetta come un'occasione utile per ragionare e riflettere, ancora una volta, sul senso e sul valore della comunicazione e delle necessità delle persone.