



Lunedì 11 Aprile 2011

Condividi su        

archivio news

Dal 17 aprile i nuovi spot informativi

La pubblicità della Chiesa



Si intitola "Chiesa e pubblicità. Storia e analisi degli spot 8x1000" il libro di mons. Dario Edoardo Viganò (Ed. Rubettino 2011, pp. 146, euro 14), recentemente presentato presso la Pontificia Università Lateranense. Nei quattro capitoli è ricostruito innanzitutto il contesto nel quale è maturata la revisione del Concordato, fino agli accordi che hanno dato vita al nuovo sistema di sostegno alla Chiesa cattolica; viene, quindi, proposta una ricognizione sull'evoluzione della televisione italiana, soffermandosi sui cambiamenti che hanno caratterizzato la pubblicità, prima commerciale e poi sociale; trova spazio compiuto l'analisi semiotica delle varie fasi che hanno segnato lo sviluppo della comunicazione per l'8xmille; infine, sono offerti alcuni solidi spunti per un ripensamento della strategia comunicativa, con soluzioni non convenzionali.

Nel corso della presentazione (*nella foto*), mons. Enrico del Covolo, Rettore Magnifico, ha aiutato a collocare il saggio all'interno della cultura digitale e delle nuove forme di marketing che questa ha generato. "Viviamo in una regione di «non luoghi» - ha evidenziato - dove la gente si sfiora senza incontrarsi; abitiamo la città delle comunicazioni istantanee, con l'obiettivo di modellarla sulla città celeste. Anche questo testo è segno della volontà di educare, muovendosi all'interno di tale orizzonte".

"Accanto alla riconosciuta competenza nel campo della comunicazione, della semiologia e della cinematografia, è probabilmente l'ottica della teologia pastorale ad aver ispirato all'autore l'idea di interrogarsi con rigore di metodo sull'imprevisto connubio fra Chiesa e pubblicità, realizzato in Italia dagli spot televisivi a sostegno delle firme per destinare alla Chiesa cattolica l'otto per mille" ha evidenziato mons. Mauro Rivella, Sottosegretario della CEI, salutando positivamente una ricerca, che "ci aiuta a ripercorrere il cammino ventennale compiuto dalla Chiesa, facendosi carico della sfida di parlare a tutti gli italiani con lo strumento più diretto e penetrante della comunicazione televisiva, indifferenziata e generalista per eccellenza, che è la pubblicità".

Mons. Rivella si è soffermato in particolare sul primo capitolo del libro, che spiega l'*humus* storico e politico nel quale è maturata la revisione del Concordato fra lo Stato e la Chiesa, siglata nel 1984.

Alla presentazione, dove hanno portato il loro contributo anche il critico televisivo Aldo Grasso e il regista della campagna pubblicitaria, Stefano Palombi, è intervenuto Matteo Calabresi, responsabile del Servizio per la promozione del sostegno economico alla Chiesa cattolica: "Il bello di queste storie è che sono vere - ha sottolineato quest'ultimo -, opere di bene che grazie alle firme di tanti italiani e all'impegno e a volte il coraggio di tanti sacerdoti riescono a raggiungere le persone in difficoltà in Italia e nei Paesi in via di sviluppo".

L'obiettivo della nuova campagna informativa - che partirà domenica 17 ed è stata presentata martedì 12 aprile in conferenza stampa - è quello di offrire risposte semplici e chiare, dando la possibilità di toccare con mano la realtà degli interventi a cui l'8xmille ha destinato un contributo, verificando così cosa significhi la messa in comune dei beni per obiettivi di pastorale, carità e sostentamento dei sacerdoti. L'invito, per chi vorrà proseguire l'approfondimento ben oltre le storie raccontate dagli spot, sarà (sempre a partire dal 17 aprile) sul sito www.chiediloaloro.it, dove sarà disponibile il resoconto in presa diretta di come ogni opera abbia arricchito il territorio in cui è stata realizzata.

 Campagna 8 x 1000 (conferenza stampa 12 4 2011).doc stampa pagina  invia ad un amico

Informazioni legali | Tutela della Privacy

CEI Conferenza Episcopale Italiana, Circonvallazione Aurelia, 50 - 00165 Roma - Tel.

+39.06663981

POWERED BY: [soluzioni software SEED](#) - server farm IDS & Unitelm