CEI: MEDIA SI APPROPRIANO DEI SIMBOLI E NE STRAVOLGONO SENSO

=
(AGI) - CdV, 7 apr. - "La cultura contemporanea si appropria indebitamente di opere dal profondo significato spirituale a scopi commerciali, ma lo fa stravolgendo radicalmente il loro significato originario, e rimettendo in circolo a livello di massa (a differenza dell'arte, che comunque resta un patrimonio accessibile a pochi perche' richiede un impegno ermeneutico non indifferente e lontano dai modi diffusi di conoscenza) un significato distorto che finisce con il diventare dominante".
Lo denuncia uno dei documenti preparatori del Convegno "Testimoni digitali. Volti e linguaggi nell'era crossmediale" promosso da due organismi della Cei: l'ufficio Nazionale delle Comunicazioni Sociali e il Servizio del Progetto Culturale.
Il riferimento e' in particolare a una nota industria finlandese che si e' appropriata di un dettaglio dell'affresco mchelangiolesco della Creazione: "non e' un caso - si legge nel testo - che la vampirizzazione pubblicitaria dell'immagine della Creazione abbia isolato i due avambracci e le mani, con le dita che si avvicinano, rimuovendo la comunicazione attraverso lo sguardo. E non solo perche' (almeno nel momento in cui il logo e' stato brevettato) la comunicazione attraverso il telefono cellulare non consentiva di vedersi, ma perche', come nella retorica tecno-entusiasta contemporanea, l'enfasi e' sulla possibilita' della connessione (che ha luogo prima di tutto tra dispositivi tecnici) piu' che sulla realta' della comunicazione, che avviene tra esseri umani nella loro integrita'". (AGI)
Siz (Segue)
071659 APR 10

SEQUENZA DELLE PRIME 20 NOTIZIE COLLEGATE

07/04/2010 - 17:00:56	Agenzia: **Agi1** Cat. : **POLITICA**

CEI: MEDIA SI APPROPRIANO DEI SIMBOLI E NE STRAVOLGONO SENSO (2)=

(AGI) - CdV, 7 apr. - "Come in tanti altri casi - continua la nota - il simbolo, da interfaccia tra la dimensione del finito e quella dell'infinito e da strumento di elevazione e valorizzazione dell'umano in quanto capace di dilatare l'orizzonte di comprensione, viene ridotto a puro segno in un sistema immanente di equivalenze, biunivocamente e meccanicamente associato e un solo significato (la marca) e strumentalmente utilizzato per fini commerciali".
Il Convegno - che fa seguito al precedente incontro del 2002 che ebbe per titolo Parabole mediatiche" - si aprira' il 22 aprile con l'introduzione di mons. Mariano Crociata, segretario generale della Cei, e con Nicholas Negroponte, tra i massimi esperti mondiali di Internet, fondatore e direttore del Media Lab del Mit. Tra i tanti relatori - semiologi, sociologi, massmediologi, religiosi - si alterneranno Mario Calabresi, direttore de La Stampa, mons. Dario Edoardo Vigano', preside dell'Istituto pastorale Redemptor Hominis alla Pontificia universita' lateranense, mons. Claudio Giuliodori, presidente della Commissione Cei per la Cultura e le Comunicazioni sociali, padre Antonio Spadaro, redattore di Civilta' Cattolica, Mons. Claudio Maria Celli, presidente del Pontificio

consiglio delle comunicazioni sociali, Francesco Casetti, direttore del dipartimento di Scienza delle comunicazioni all'Universita' cattolica del Sacro Cuore di Milano. Il momento clou sara' sabato 24 aprile nell'Aula Paolo VI: qui si terra' la sessione finale dal titolo "Il tempo dei testimoni digitali", introdotto da mons. Domenico Pompili, portavoce della Cei. Seguira' la tavola rotonda con Lorenza Lei, vicedirettore generale della Rai, padre Federico Lombardi, direttore della sala stampa vaticana, e Marco Tarquinio, direttore di Avvenire. Sara' invece il card. Angelo Bagnasco, arcivescovo di genova e presidente della Cei a porgere il saluto dei partecipanti a Benedetto XVI. (AGI)
Siz
071659 APR 10

07/04/2010 - 17:00:54	Agenzia: **Agi1** Cat. : **POLITICA**

CEI: MEDIA SI APPROPRIANO DEI SIMBOLI E NE STRAVOLGONO SENSO =
(AGI) - CdV, 7 apr. - "La cultura contemporanea si appropria indebitamente di opere dal profondo significato spirituale a scopi commerciali, ma lo fa stravolgendo radicalmente il loro significato originario, e rimettendo in circolo a livello di massa (a differenza dell'arte, che comunque resta un patrimonio accessibile a pochi perche' richiede un impegno ermeneutico non indifferente e lontano dai modi diffusi di conoscenza) un significato distorto che finisce con il diventare dominante".
Lo denuncia uno dei documenti preparatori del Convegno "Testimoni digitali. Volti e linguaggi nell'era crossmediale" promosso da due organismi della Cei: l'ufficio Nazionale delle Comunicazioni Sociali e il Servizio del Progetto Culturale.
Il riferimento e' in particolare a una nota industria finlandese che si e' appropriata di un dettaglio dell'affresco mchelangiolesco della Creazione: "non e' un caso - si legge nel testo - che la vampirizzazione pubblicitaria dell'immagine della Creazione abbia isolato i due avambracci e le mani, con le dita che si avvicinano, rimuovendo la comunicazione attraverso lo sguardo. E non solo perche' (almeno nel momento in cui il logo e' stato brevettato) la comunicazione attraverso il telefono cellulare non consentiva di vedersi, ma perche', come nella retorica tecno-entusiasta contemporanea, l'enfasi e' sulla possibilita' della connessione (che ha luogo prima di tutto tra dispositivi tecnici) piu' che sulla realta' della comunicazione, che avviene tra esseri umani nella loro integrita'". (AGI)