
Diocesi: Milano, nuovo logo per i media diocesani, “per una chiesa in uscita”

Una rappresentazione essenziale della facciata del duomo di Milano, disegnata con un unico tratto; il cerchio che la racchiude e che lascia “uscire” la Madonnina; i grandi riquadri stilizzati della pavimentazione della piazza: sono gli elementi principali del nuovo logo di “Chiesa di Milano”, nome che accomuna gran parte dei media della diocesi ambrosiana, la cui realizzazione editoriale è affidata alla società Itl. “L’idea è quella di rappresentare una Chiesa che unisce tradizione e modernità e che si apre alla piazza per essere il riferimento di una grande comunità di persone”, si legge in una nota dell’Ufficio diocesano comunicazioni. Il nuovo logo ha esordito ieri, prima domenica dell’Avvento ambrosiano, nella testata di “Milano Sette” (l’inserto settimanale di “Avvenire” diffuso in tutta la Lombardia) ed è da oggi presente sul portale della diocesi e in tutti i profili social (Facebook, Instagram, Twitter). Allo stesso modo comparirà d’ora in poi nelle produzioni video a cura di Itl trasmesse da Telenova (canale 18 del digitale terrestre), emittente di proprietà di Multimedia San Paolo con cui la diocesi ha un accordo di collaborazione. Il logo, inoltre, è una delle novità della risistemazione del canale YouTube diocesano, che progressivamente si strutturerà con una sorta di palinsesto e una serie di playlist, ognuna con una propria sigla identificativa: gli eventi più rilevanti della vita della diocesi, gli interventi dell’arcivescovo, le registrazioni integrali di alcuni convegni, i documentari, le rubriche. <https://www.youtube.com/watch?v=Ck8yHteKNVc>

Gianni Borsa