

NUOVI MEDIA E NUOVO UMANESIMO

Chiesa e comunicazione il cantiere è sempre aperto

Il «Direttorio» alla prova dei media che cambiano



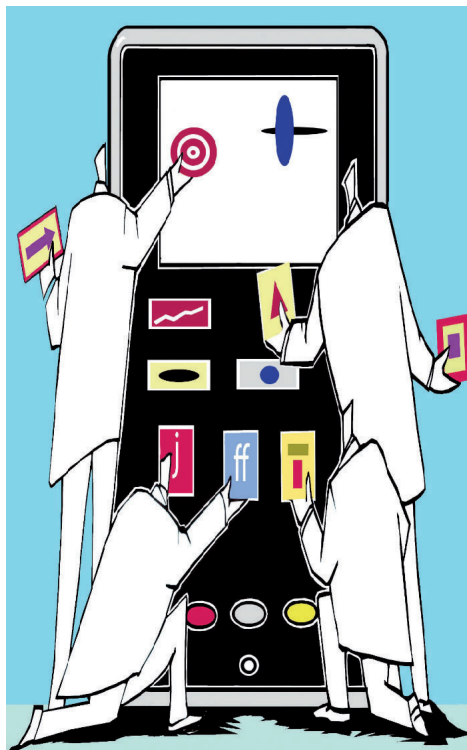
di Umberto Folena

Aprite occhi e orecchie. Soprattutto aprite cervello e cuore. E poi, soltanto poi, parlate. Commentate. Criticate. Elogiate. Annunciate. In quindici parole, *Comunicazione e missione* può essere riassunto così, non senza temerarietà. In realtà, 203 paragrafi distribuiti in otto capitoli non si potrebbero racchiudere neanche in centocinquanta parole. Ma il senso del *Direttorio sulle comunicazioni sociali nella missione della Chiesa* è quello. La cultura – in senso antropologico, lo stesso assunto dalla tradizione recente della Chiesa a partire dalla costituzione conciliare a *Gaudium et spes*, nel senso di insieme di «modelli di pensiero e stili di vita» – e la comunicazione non sono cosa "altra" rispetto all'annuncio del Vangelo; al contrario, l'evangelizzazione non può farne a meno. In altre parole – le quindici parole – la passione per Gesù Cristo è passione per gli uomini, tutti; ossia per ciò che gli uomini, vicinissimi e lontanissimi, pensano, dicono e fanno. Ai cristiani ciò interessa, se sono davvero cristiani, ossia uomini che cercano di uniformarsi a Cristo, pensando agendo parlando come farebbe lui. E i mass media, oggi, sono il principale strumento che plasma e rilancia modelli di pensiero e stili di vita. Il *Direttorio* – nel senso di «strumento che indirizza», la Rivoluzione francese non c'entra – spiega tutto ciò ricorrendo alla teologia, alla sociologia e alla mass mediaologia. Nei suoi 203 paragrafi si riconoscono facilmente competenze diverse, com'è logico per un'opera complessa. A modo suo è un documento fondativo. Fonda, anche se in gran parte delle diocesi già esistevano, gli Uffici per le comunicazioni sociali; definisce i compiti dell'Ufficio nazionale; traccia il profilo di una nuova figura pastorale, quella degli animatori della cultura e della comunicazione. È un testo ambizioso, ad esempio quando spiega quale sia l'obiettivo del piano

A dieci anni dal «Direttorio sulle comunicazioni sociali nella missione della Chiesa» una riflessione alla luce dei nuovi strumenti

pastorale "integrato" per le comunicazioni sociali: «Il cambiamento di mentalità di tutti i membri della comunità» (101). Cultura e comunicazione, infatti, permeano tutti gli ambiti della pastorale e non possono finire in qualche recinto, o angolo, o "apposito settore". Forse proprio questo è l'ultimo, estremo, più arduo obiettivo di un *Direttorio* che non chiede soltanto «cosa da fare», ma un cambiamento di mentalità...

La mentalità non si cambia in pochi minuti, neanche in pochi anni. Per questo il *Direttorio* è una sorta di «laboratorio», un cantiere tuttora aperto. Un testo che andrebbe riletto e aggiornato di continuo, perché profondamente inserito nel tempo, nella storia e nel mondo che cambiano. Un solo esempio, il più semplice. Il documento nasce tra il 2002 e il 2003, la stesura definitiva è dell'autunno del 2003 e viene approvato nell'assemblea generale della Cei del maggio 2004. È inevitabile che il social network, che tanto peso oggi hanno nella nostra vita, e quindi nell'orientare pensieri e comportamenti, non ci siano. Facebook nasce ad Harvard nel febbraio 2004. Quando il *Direttorio* veniva pensato e scritto, semplicemente non esisteva. Oggi è il sito Internet più visitato al mondo, con oltre un miliardo di utenti, in più di



L'EVENTO

A confronto sulla missione di comunicare

Oggi e domani si tiene a Roma (The Church Village, via Torrerossa 94) «Comunicazione e missione, dieci anni dopo», evento speciale per celebrare il *Direttorio «Comunicazione e missione»*. L'appuntamento, organizzato dall'Ufficio nazionale per le comunicazioni sociali della Cei, è inserito nell'ambito del tradizionale corso Anicoc per gli animatori della cultura e della comunicazione. Momento centrale, oggi pomeriggio, l'incontro di tutti i responsabili diocesani e regionali delle comunicazioni sociali, introdotto da monsignor Nunzio Galantino, segretario generale della Cei, monsignor Claudio Giuliodori, presidente della Commissione episcopale per la cultura e le comunicazioni sociali, e monsignor Domenico Pompili, direttore dell'Ufficio nazionale per le comunicazioni sociali. Dopo gli interventi di saluto, la tavola rotonda con i direttori delle principali testate cattoliche italiane: Lucio Brunelli (Radio InBlu), Domenico Delle Foglie (Agenzia Sir), Paolo Ruffini (Tv2000), Francesco Zanotti (presidente Fics) e Marco Tarquinio (Avvenire); moderatore: don Ivan Maffei, vicedirettore dell'Ufficio per le comunicazioni sociali. A seguire, una relazione di monsignor Paul Tighe, segretario del Pontificio Consiglio per le comunicazioni sociali, incentrata sull'uso dei social media nella comunicazione della Chiesa e sull'account Twitter di Papa Francesco @Pontifex. La riflessione verrà introdotta e discussa da Chiara Giacardi, ordinaria di Sociologia e antropologia dei media all'Università Cattolica del Sacro Cuore.

70 lingue diverse. E Internet? Nel 2003 vi si collegavano 13 milioni di italiani; oggi sono più del triplo. Non si parla neppure di smartphone, l'iPhone viene lanciato sul mercato dalla Apple nel 2007 e gli anni immediatamente successivi all'uscita del *Direttorio* vedono una diffusione vorticoso della telefonia cellulare interattiva. Oggi siamo in qualche modo "connessi" a uno strumento di comunicazione quasi 24 ore su 24 (molti italiani senza quasi). Nel *Direttorio* tutto questo non può esserci; ma oggi ci sarebbe eccome. Un progetto, dunque. Che a sua volta nasce da un progetto. Ci sono gli orientamenti pastorali del decennio scorso, *Comunicare il Vangelo in un mondo che cambia*, dove il verbo è appunto "comunicare". C'è il convegno, il primo promosso dalla Commissione episcopale per la cultura e la comunicazione, *Parole meditative. Fare cultura nel tempo della comunicazione*, tenuto a Roma dal 7 al 9 novembre 2002, dove per la prima volta convergono mille tra giornalisti e comunicatori del mondo cattolico, di ogni origine e sigla, con l'udienza conclusiva da Giovanni Paolo II nell'aula Paolo VI. Convegno che dal 22 al 24 aprile 2010 ha conosciuto una sorta di secondo tempo con l'appuntamento *Testimoni digitali. Volti e linguaggi nell'era crossmediale* concluso da Papa Benedetto. Ma non basta. Il

grande laboratorio ha conosciuto altre tappe. In un certo senso, un incontro antesignano fu quello delle "Antenne" promosso da Avvenire il primo maggio 1997, dove cominciò a prendere forma il Progetto Portaparola, che avrà la sua consacrazione a Bibione nel 2008. E prima ancora, volendo, c'è il Convegno ecclesiale di Palermo (1995). Oggi si sottolinea come la Chiesa debba sentirsi «in uscita». Ma già allora un invito pressante era a farsi «Chiesa estroversa», ossia rivolta non su se stessa ma verso quel mondo in attesa del Vangelo. *Una Chiesa estroversa e missionaria* è il titolo che introduce i paragrafi dal 51 in poi; e la condizione per essere «estroversi» (123) è la «presenza di una nuova figura di animatore» che aiuti la comunità parrocchiale ad essere «più capace di comunicare» e i parrochiani tutti a crescere in «abilità critica», per sapere leggere e ascoltare, con il cervello e con il cuore («Gli animatori offrano a tutta la comunità spunti e occasioni per interpretare i fenomeni del nostro tempo offrendo chiavi di lettura ed educando al senso critico», 135). E siamo di nuovo alle quindici parole.

Ecceci tornati da dove siamo partiti, al numero 2: «Nulla di ciò che l'uomo oggi pensa, dice e fa è estraneo ai media; e i media esercitano un'influenza, con varie modulazioni, su tutto ciò che l'uomo oggi pensa, dice e fa. Compito della Chiesa è annunciare il messaggio di salvezza a questa società, a questi uomini. Per riuscire è necessario discernere e rinnovare». Sono lo stesso spirito e gli stessi argomenti di *Gaudium et spes* 1: «Le gioie e le speranze, le tristezze e le angosce degli uomini d'oggi (...) sono pure le gioie e le speranze, le tristezze e le angosce dei discepoli di Cristo, e nulla vi è di genuinamente umano che non trovi eco nel loro cuore». Un documento così attento, severo ed esigente sulla comunicazione non poteva essere redatto in un linguaggio paludato, impeccabile ma faticoso. In "documentese". Tutte le buone, sagge regole per rendere un testo scorrevole e leggibile senza rinunciare alla profondità sono rispettate. Per ogni frase, un solo soggetto. Quasi nessuna subordinata e incisi in quantità omeopatiche. Nomi concreti preferiti sempre ai nomi astratti. Forme passive solo quando strettamente necessario (non lo sono quasi mai). Tanti piccoli accorgimenti che rendono il *Direttorio* un testo che scivola via senza ingorghi. E soprattutto un testo "modulare" pronto per eventuali correzioni, revisioni, integrazioni. In questo senso, un testo modernissimo. Controllare per credere. www.chiesacattolica.it/comunicazione/ucs_2012/attivita/00004047_Direttorio_sulle_comunicazioni_sociali_nella_missione_della_Chiesa.html.

Contribuisce a «salvare» il Natale

abolito la parola Natale, con un generico Holiday. È vero che non c'è più il nas? È proprio così e se da un po' disorienta, dal che l'audience non sembro con la qualità. Antale, rendere relativa ogni a cancellare quella che si srola, sembra essere l'opebida, se non la più incira epoca. E il cibo, spesente perfetto per capolotti, portandolo alla subliecesso... e dimenticanche intrinseco che è nutri e quindi partecipazione, tuonava dal pulpito colto ribuzzo il mio parroco

del quartiere Feltrino di Milano, don Luigi Borotti. Era una predica del Natale di quando ero bambino, dove lui cercava di evocare quanto grande fosse l'amore di una mamma per i suoi figli. Il pensiero andava subito alla mangiatola dov'era stato posto Gesù bambino, che poi è diventato davvero pane per l'uomo che cerca la vita eterna (ed è incredibile questa connessione dell'inizio e del dopo). C'è sempre la metafora del cibo nella vita dell'uomo e molto dentro all'Vangelo, ma questo è un cibo che non finisce, come l'acqua della samaritana che disseta in eterno. Il cibo è dunque lo spunto per dire che c'è un nutrimento ancora più grande in quell'orizzonte impercettibile della nostra misura; ma il nanismo di quella che viene definita "società fluida" non lo

vuole sapere, lo occulto, lo nasconde. C'è scarsa audience a Natale: sempre di più, se si pensa che è il giorno dove si ritrova la famiglia, che talvolta ha perso qualcosa dei suoi connotati. E si preferisce, più consciamente che inconsciamente, occultare una domanda con altro: il cibo dentro la sua forma, i regali, la festa... la vacanza. Legato a questo Natale, sempre sul mio libro *Adesso*, ho scelto una frase di Pascal, che dice: «Per salvaguardare la libertà delle sue creature, il Dio Cristiano ha messo nel mondo abbastanza luce per chi vuole credere; ma ha lasciato anche molte ombre per chi non vuol credere». Però a Natale, nel bene o nel male, non merita d'essere spenta la sua luce... anche se ha poca audience.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

© RIPRODUZIONE RISERVATA