

Il tema

All'ateneo della Santa Croce il convegno sulla comunicazione della Chiesa, con il cardinale Burke, padre Lombardi e monsignor Arrieta

DA ROMA STEFANIA CAREDDU

Autentica, credibile, efficace. Sono gli aggettivi che devono connotare l'informazione religiosa e allo stesso tempo i criteri guida per gli operatori della comunicazione. Perché, con diversi linguaggi e attraverso la narrazione di storie, si possa trasmettere la vitalità dell'esperienza di fede. Un compito non facile, ma certamente ineludi-

L'informazione religiosa, autentica ed efficace

bile per i direttori e i portavoce delle istituzioni della Chiesa. È il messaggio lanciato dal seminario «Comunicazione della Chiesa: volti, persone e storie», organizzato dalla Facoltà di Comunicazione della Pontificia Università della Santa Croce che, per tre giorni, ha riunito a Roma oltre 300 partecipanti provenienti da 44 Paesi. «Riuscire a raccontare storie concrete positive, far conoscere cosa è la vita cristiana nei suoi valori e nei suoi aspetti fondamentali è la comunicazione più efficace», ha rilevato padre Federico Lombardi, direttore della Sala Stampa della Santa Sede, sottolineando «l'urgenza assoluta» di portare all'attenzione dell'opinione pubblica testimonianze di vita che incarnino «la capacità di perdonare le offese, di

credere ed essere gioiosi in situazioni di estrema sofferenza, di morire per la propria fede». Di fronte alle storie «terribili ed impressionanti, il cui effetto è difficile da compensare» che hanno restituito la «veemenza e l'intensità» della problematica degli abusi sessuali compiuti da membri della Chiesa, per padre Lombardi è importante riferire vicende «di risanamento, riconciliazione e superamento delle ferite profonde». «Nella Chiesa ci sono storie stupende: raccontiamole e raccontiamole bene», è stato l'invito rivolto da Jack Valero, cofondatore di «Catholic Voices», il progetto nato in Gran Bretagna alla vigilia della visita del Papa (ormai diffuso in varie parti del mondo) per formare laici capaci di spiegare nei media la posizio-

ne della Chiesa in modo conciso e convincente. «Non dobbiamo – ha detto Valero – essere arrabbiati o in difesa, ma trovare un'intenzione positiva che vada al di là della critica che viene mossa. Con l'obiettivo di diffondere luce e non calore, senza cioè innalzare mai la temperatura del dibattito». Competenza e professionalità restano requisiti fondamentali per chi fa informazione religiosa. È necessaria «una vera e propria traduzione del linguaggio specializzato in un linguaggio accessibile al pubblico, capace di trasmettere il senso di verità», ha osservato il cardinale Raymond Burke, prefetto del Supremo tribunale della Segnatura apostolica, che si è soffermato sulla comunicazione relativa ai procedimenti canonici.

Del resto, l'istituzione Chiesa ha una propria giurisdizione e i provvedimenti spesso diventano notizie. «Le decisioni di governo, quando sono giuste, possono essere ridotte e presentate in termini di verità e di ragionevolezza», ha aggiunto da parte sua monsignor Juan Ignacio Arrieta, segretario del Pontificio Consiglio per i Testi Legislativi, per il quale è strategico «spiegare i parametri entro i quali la decisione è stata presa, i contorni, i limiti e adottare un linguaggio che possa essere accolto dai fedeli». Perché la comunicazione non sia «semplicemente istituzionale quanto più rappresentazione di contenuti», come ha ricordato Lorenza Lei, direttore generale della Rai.



© RIPRODUZIONE RISERVATA