**La comunicazione nella Chiesa italiana**

*1. Una strada che parte dal Vaticano II*

Pochi ricordano, forse, l’esitazione che aveva accompagnato l'approvazione dell'*Inter Mirifica*, il primo documento licenziato dal Concilio Vaticano II (4 dicembre 1963). Più di cinquant'anni dopo, le titubanze sono solo un ricordo di fronte a quello che il decreto conciliare ha prodotto nella Chiesa. A partire dalla sua celebre introduzione, che segnala, non senza enfasi, “le meravigliose invenzioni della tecnica… che più direttamente riguardano le facoltà spirituali dell’uomo e che hanno offerto nuove possibilità di comunicare” (n. 1), e che lascia trapelare lo sguardo originale con cui guardare a questa novità dei tempi moderni. La scelta dell’*IM* non è stata più abbandonata e di lì sono andate consolidandosi alcune linee di sviluppo che oggi si fanno più chiare. Ne enumero almeno tre.

La prima: *la scelta di un approccio non specialistico*, che fa degli strumenti della comunicazione sociale non un fatto tecnico, ma una questione antropologica, dove la variabile umana appare decisiva.

La seconda: *la percezione di un cambio d’epoca* e non solo di un’epoca di cambiamenti, direbbe Papa Francesco. L’Istruzione pastorale del 1971 (*Communio et Progressio*), che verrà redatta proprio per dare compimento all’incompiutezza dell’IM, pone un interrogativo che presagisce la rivoluzione digitale che sta per appalesarsi: “A questo punto si pone un problema molto difficile, se siamo cioè alla soglia di un’era totalmente nuova della comunicazione sociale oppure no; se, in altre parole, nelle comunicazioni si sta operando non soltanto un progresso di quantità, ma anche di qualità” (n. 181).

La terza: *la sfida di un linguaggio* che dovrebbe giungere *a tutti*, ma con la capacità di penetrare *dentro la coscienza di ciascuno*. Non alla massa impersonale degli individui anonimi ed equivalenti, ma ad ogni singolo membro della famiglia umana, facendo appello proprio alla sua irripetibile unicità. Paolo VI, nella *Evangelii nuntiandi* (8.12.1975) lo dice con chiarezza :”Nel nostro secolo, contrassegnato dai mass media o strumenti di comunicazione sociale, il primo annuncio, la catechesi o l’approfondimento ulteriore della fede, non possono fare a meno di questi mezzi (...). Posti al servizio del Vangelo, essi sono capaci di estendere quasi all’infinito il campo di ascolto della Parola di Dio, e fanno giungere la Buona Novella a milioni di persone. La Chiesa di sentirebbe colpevole di fronte al suo Signore se non adoperasse questi potenti mezzi, che l’intelligenza umana rende ogni giorno più perfezionati; servendosi di essi la Chiesa “predica sui tetti” il messaggio di cui è depositaria; in loro essa trova una versione moderna ed efficace del pulpito. Grazie ad essi riesce a parlare alle moltitudini. Tuttavia l’uso degli strumenti di comunicazione sociale per l’evangelizzazione presenta una sfida: il messaggio evangelico dovrebbe, per il loro tramite, giungere a folle di uomini, ma con la capacità di penetrare nella coscienza di ciascuno, di depositarsi nel cuore di ciascuno, come se questi fosse l’unico, con tutto ciò che egli ha di più singolare e personale, e di ottenere a proprio favore un’adesione, un impegno del tutto personale” (n. 45). L’immagine un po’ obsoleta dei media come ‘pulpito’, che tradisce il suo radicamento in una fase storica dove il modello comunicativo è il *broadcasting*, sfocia tuttavia in quella capacità di parlare alla mente e soprattutto al cuore di ciascuno che anticipa l’idea della ‘comunicazione come incontro’ che con tanta pregnanza papa Francesco indica nel messaggio di quest’anno per la giornata mondiale delle comunicazioni sociali (1 giugno 2014).

*2. Tre intuizioni e tre scelte*

Per ciascuna di queste tre linee in questi anni la Chiesa italiana ha cercato di sviluppare una serie di percorsi, che possiamo leggere come ricadute generative di *Inter Mirifica* nel contesto italiano.

Rispetto all’*approccio non specialistico*, e soprattutto alla centralità della questione antropologica, per esempio, grande impegno si è dedicato in questi anni alla questione della formazione. Non tanto come disseminazione di conoscenze, e ancor meno come indottrinamento, ma come processo di 'capacitazione', per usare un termine caro a Martha Nussbaum, che consentisse a un numero significativo di persone di farsi 'lievito' nei rispettivi territori, di facilitare connessioni e relazioni, di 'abilitare' a loro volta altri per animare luoghi fisici e digitali di incontro. L’investimento sulla figura dell’animatore realizzato con il corso Anicec va esattamente in questa direzione. Non lasciarsi paralizzare dal timore dei rischi che pur ci sono, ma imparare a valorizzare le nuove possibilità di incontro e interazione che si rendono disponibili, nella consapevolezza che è la dimensione antropologica che deve orientare quella tecnologica e non viceversa, è una sfida che ci chiama a un impegno serio e responsabile anche su questi territori.

Circa *il cambio d’epoca*, il secondo lascito della *IM*, è la consapevolezza che, pur nella continuità dell'umano, ci sono momenti che bisogna saper leggere come snodi di cambiamento da non sottovalutare né demonizzare, bensì riconoscere e saper valorizzare. Così ė stato, nella storia recente dell’Ufficio Nazionale per le comunicazioni sociali, per il cammino di *Testimoni Digitali* (2010), importante momento di riflessione e confronto che ha certamente segnato una svolta nell'atteggiamento verso il web e le sue (allora) nuove forme 'social'. L'idea che la Rete sia un'estensione dei nostri territori di esperienza e relazione, diversa ma contigua, e non un ambito di doppiezza o inautenticità si è affermata con chiarezza, sulla base di evidenze empiriche sul modo in cui i giovani fanno esperienza del web, a partire da quel momento, insieme al superamento sia di ogni forma di dualismo che di determinismo tecnologico. Da quel momento l'idea che la Rete è luogo da abitare e rendere abitabile è entrata nella mentalità corrente anche degli studiosi, e ha ricevuto l'imprimatur più autorevole da Benedetto XVI prima e poi da Francesco, la cui presenza su Twitter è oggi un dato scontato e un momento prezioso di accompagnamento e vicinanza quotidiana, mentre fino a pochi mesi fa al momento del suo lancio fu una scelta assai contestata, anche all’interno del mondo cattolico.

E infine, circa *il linguaggio* che deve arrivare a ciascuno, va sottolineata la pluralità, pur nell'unità, dei mezzi messi in campo dalla Chiesa italiana per poter raggiungere, nel modo più appropriato, ciascun fedele, ma anche per cercare di avvicinare, sui diversi territori, i lontani o i 'tiepidi': l’investimento di questi anni su Avvenire, Tv2000, Radio in blu, Sir, Portale della Cei ([www.chiesacattolica.it](http://www.chiesacattolica.it)) va proprio nella direzione di non far mancare in nessun contesto la voce della Chiesa e il suo invito. Tenendo conto sia di chi è più affezionato ai linguaggi tradizionali, sia di chi chiede una maggior possibilità di coinvolgimento e partecipazione. In questa direzione, per consentire un coinvolgimento ampio delle diocesi e di chi vorrà contribuire alla sua preparazione, il sito che si sta costruendo per Firenze 2015 vuole rappresentare un ulteriore passo avanti per una chiesa che cammina insieme e che vive di dialogo, incontro, condivisione. Che prima ancora che trasmettere messaggi festeggia la bellezza del ritrovarsi in Cristo.

*Inter Mirifica*, *Communio et Progressio* ed *Evangelii Nuntiandi* sono dunque il triangolo concettuale da ritrovare se vogliamo riannodare i fili di un rapporto, quello tra fede e comunicazione, che a ogni epoca si presenta in modo nuovo. Un rapporto che oggi non può non misurarsi con le sfide del digitale, ma deve mantenere una sguardo originale, e soprattutto attento alla pienezza dell'umano. La novità oggi è il fatto di trovarci in una stagione che già Walter Ong aveva definito di ‘oralità secondaria’. Per un verso siamo tornati a scrivere su smartphone e tablet, per un altro verso questa comunicazione è quasi parlata e segnata da una ricerca di interlocuzione che cerca relazioni prima che contenuti, e che utilizza forme colloquiali, gergali, contratte, molto più vicine alla lingua parlata che a quella scritta. McLuhan definiva questa oralità secondaria, rintracciabile allora nel linguaggio giovanile e oggi in quello della rete, come 'visibile speech': 'parola parlata visibile' più che 'parola scritta'.

Parola che, in ogni caso, mette al centro la relazione. Ed ė questa la sfida da raccogliere oggi. Nonostante la cultura contemporanea spinga l'acceleratore su quelle forme di commistione tra uomo e tecnica che vanno nella direzione di una indistinguibilitą, di un 'post-umano', è a un di più di umanità che dobbiamo guardare.

Tracce di quanto lo scenario post-umano stia entrando nel senso comune si ritrovano anche nel linguaggio dell’ultimo *Rapporto Censis-Ucsi* (11° Rapporto sulla comunicazione, luglio 2013), intitolato *L’evoluzione digitale della specie*: “Le tecnologie digitali si stanno fondendo con la nostra dimensione corporea e mentale (...) perché di fatto non sono più ‘media’, cioè qualcosa che sta ‘in mezzo’ tra una cosa e l’altra. Gli strumenti digitali ‘sono’ la cosa che si forma dalla fusione di noi stessi con i dispositivi telematici. Per questo motivo, si può sostenere che è in corso una vera e propria evoluzione della specie, un salto qualitativo delle nostre attitudini e capacità”.

*3. Verso il social network journalism e una nuova opinione pubblica?*

Chi ha esplicitato il potenziale cristiano del *social network journalism* è p. Spadaro, le cui intuizioni hanno accompagnato sin dal 2010 la Chiesa italiana, come conferma il suo testo *Cyberteologia*. In un’intervista il direttore de *La Civiltà Cattolica* afferma: ”Direi che oggi il mondo dell’informazione e la Rete in generale si fondano su due pilastri: la condivisione di contenuti e lo sviluppo delle relazioni, che sono i due elementi fondanti del modo di essere della Chiesa, cioè la trasmissione del messaggio evangelico e la creazione di relazioni e di comunione”[[1]](#footnote-1).

 Ma che cosa è propriamente questa nuova forma di giornalismo, rilanciato in chiave accademica da un lavoro a più mani intitolato *Post-industrialism journalism*?[[2]](#footnote-2)

Come bene ha scritto McLuhan ogni nuovo mezzo di comunicazione non cannibalizza, ma integra, ‘rimedia’ quelli esistenti. Questa opera di ‘ibridazione’ o di ‘mediamorfosi’ non può lasciare indifferenti. Il modello del Web ha integrato modelli fin qui distinti e distanti. La conversazione uno ad uno (telefono), la comunicazione da pochi a molti (tipica del *broadcasting*) e quella della comunicazione-documento (fax, videocassette) sono state riplasmate dal Web che ha accelerato la convergenza dei media, cosicché anche i portali dei tradizionali editori giornalistici sono diventati spazi in cui convivono l’informazione scritta, quella audio e quella video. Ma la novità della Rete è stata l’interazione sempre più marcata. Al punto che con l’esplosione dei blog si è passati ad una nuova stagione, approssimativamente a partire dal 2001, quando cioè si è cominciato ad aprire a mò di diario personale spazi nuovi in cui diventa crescente la partecipazione dei lettori-giornalisti. Lo tsunami del Sudest asiatico del dicembre del 2004 è l’episodio che conferma l’avvenuta trasformazione, Di fatto l’insieme dei racconti in prima persona, le riprese amatoriali, le immagini scattate da telefonini e fotocamere – rilanciati attraverso blog e pagine personali – costituirà il prevalente fronte informativo di una tragedia che ha commosso il mondo. Ciò non significherà però la fine del giornalismo ma una sua rimediazione, considerato che da allora in poi non si potrà fare a meno di approvvigionarsi a queste altre forme non ufficiali e si registreranno casi esaltanti, ma anche episodi sconcertanti. Tra i primi segnalo la cattura e uccisione di Osama Bin Laden (2 maggio 2011) svelata al mondo da un ignaro consulente informatico la cui abitazione si trovava a poche centinaia di metri dal rifugio del terrorista. Tra i secondi la bufala dell’avvenuta liberazione di Rossella Urru il 3 marzo 2012 quando ancora l’operazione non era avvenuta materialmente.

La conclusione è che si accresce la bocca di fuoco della comunicazione, ma non viene meno la necessità di un giornalismo credibile che se corre alla velocità di un tweet può rischiare di essere smentito un attimo dopo.

Vale ancora la definizione di G. Gili: ”Giornalista non è chiunque scriva qualcosa sugli eventi correnti. Piuttosto ciò che caratterizza il giornalismo è la capacità di cercare, trovare e presentare notizie secondo determinati principi e standard (affidabilità, accuratezza, verificabilità, completezza, comprensibilità) che coinvolgano la responsabilità dell’organizzazione mediale e del singolo giornalista come ‘autori’ e ‘mandanti dell’informazione’[[3]](#footnote-3).

Nel frattempo però questa nuova condizione di lettori-giornalisti si amplia a dismisura se è vero che perfino il *Corriere* nell’estate del 2013 con l’idea di Passaparola tenta una riformulazione dell’intero sito in cui il dialogo tra gli utenti e le loro reazioni alle notizie diventano una parte essenziale del portale del più autorevole quotidiano italiano, ancorchè in perdita permanente di copie. All’interno di questa nuova forma di giornalismo di conversazione, anche il ruolo del giornalista è chiamato a ripensarsi. “Il giornalista non è stato sostituito, è stato spostato, ricollocato più in alto nella catena editoriale: da produttore delle osservazioni iniziali a un ruolo che esalta la verifica e l’interpretazione, creando significato in un flusso di testo, audio, foto e video prodotto dal pubblico”[[4]](#footnote-4).

Non fa eccezione a questa necessaria fase di ripensamento del giornalismo come tale il cosiddetto giornalismo religioso che è un termine-ombrello per indicare più cose insieme: il giornalismo specializzato in notizie religiose, quello che tratta la religione come un tema d’attualità, il giornalismo politico che fa riferimento all’area cattolica di centro; il giornalismo istituzionale che fa capo alla Chiesa in quanto editore di alcuni media[[5]](#footnote-5). I più famosi vaticanisti hanno da tempo una presenza massiccia sui social media e da questi nuovi spazi economicamente sostenibili e potenzialmente illimitati come target alimentano il dibattito pubblico e aiutano la formazione di una opinione pubblica nella Chiesa. Anche i media della CEI sono ormai stabilmente sulle diverse piattaforme social e questo induce a ritenere che non si possa pensare di comunicare se non in forma interattiva e dialogica.

L’impressione è che ancora non sia stato compreso pienamente la risorsa delle reti sociali che possono creare attorno ad un organo di informazione quella comunità che è perfettamente in sintonia con l’idea di giornalismo religioso che la Chiesa ha elaborato negli ultimi decenni.

Sono persuaso che il cambio generazionale di giornalisti ‘nativi digitali’ sarà la forma più naturale per introdurre con spontaneità e continuità questa nuova forma di linguaggio che è rappresentato oggi dal *social network journalism*.

In tal modo si conferma che anche nei nuovi ambienti digitali il medium più prezioso è la persona, la sua robustezza antropologica, la sua qualità intellettuale, la sua libertà interiore e psicologica. In una parola la sua qualità umana.

1. Intervista di Luca Caruso ad Antonio Spadaro in : G. COSTA – G. MEROLA - L. CARUSO, *Giornalismo e religione*, Città del Vaticano, 2012 [↑](#footnote-ref-1)
2. C. W. ANDERSON - E. BELL – C. SHIRKY, *Post-industrialiasm Journalism: adapting to the present*, New York 2012. [↑](#footnote-ref-2)
3. G. GILI, *La credibilità del giornalismo*, in P. SCANDALETTI – M. SORICE (Ed.), *Yes credibilità. La precaria credibilità del sistema dei media*, Roma/Napoli, 2010, 15-50 [↑](#footnote-ref-3)
4. ANDERSON – BELLL – SCHIRKY, *Post-industrialism journalism*, 22 [↑](#footnote-ref-4)
5. Cfr. P. SACCO’, *La notizia religiosa nella rete sociale*, in F. PASQUALETTI – C. ALVATI, (a cura), *Reti sociali: porte di verità e di fede; nuovi spazi di evangelizzazione. Percorsi di comunicazione*, Roma 2014, 141-154 [↑](#footnote-ref-5)