

NUOVI MEDIA E NUOVO UMANESIMO

# Chiesa e comunicazione il cantiere è sempre aperto

*Il «Direttorio» alla prova dei media che cambiano*



di Umberto Folena

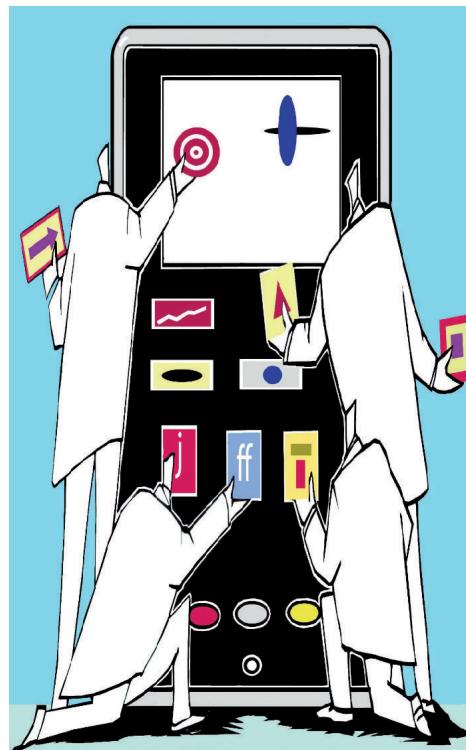
**A**perte occhi e orecchie. Soprattutto aperte cervello e cuore. E poi, soltanto poi, parlare. Commentate. Criticate. Elogiate. Annunciate. In quindici parole, *Comunicazione e missione* può essere riassunto così, non senza temerarietà. In realtà, 203 paragrafi distribuiti in otto capitoli non si potrebbero 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, sono dunque 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 massmediologia. 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» (10). 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 ardito obiettivo di un Direttorio che non chiede soltanto «cose da fare», ma un cambiamento di mentalità...

**L**a 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 ritoccato e aggiornato di continuo, perché profondamente inserito nel tempo, nelle storie 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 i 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 Tornerosa 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 Aniec 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 Fisc) e Marco Tarquinio (Avvenire); moderatore: don Ivan Mafes, 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.

## Contribuisce a «salvare» il Natale

abolito la parola Natale, con un generico Holiday, là vero che non c'è più il nas? È proprio così e se da un po' disorienta, dà che l'audience non sente con la qualità. Anitale, rendere relativa ogni a cancellare quella che si oria, sembra essere l'operibola, se non la più incitra epoca. E il cibo, spesso perfetto per capovolati, portandolo alla sublimazione... e dimentican- e intrinseco che è nutriti e quindi partecipazione

\*, tuonava dal pulpito col to rubizzo il mio parroco

del quartiere Feltre 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 mangiatorta dove era stato posto Gesù bambino, che poi è diventato davvero pane per l'uomo che cerca la vita eterna (ed è indubbio questa connessione dell'inizio e del dopo). C'è sempre la metafora del cibo nella vita dell'uomo e molto dentro al Vangelo, ma questo è un cibo che non finisce, come l'acqua della samaritana che disseva 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 manismo di quella che viene definita "società fluida" non lo vuole sapere, lo occulta, lo nasconde. C'è scarsa audience a Natale: sempre di più, se si pensa che è il giorno dove si ritrova la famiglia, chi 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 della 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

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 ecclésiale di Palermo (1995). Oggi si sottolinea come la Chiesa debba sentirsi «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 titolino che introduce i paragrafi dal 51 in poi; e la condizione per essere «estroversi» (123) è la «presenza di una nuova figura di animatori» che aiutano la comunità parrocchiale ad essere «più capaci di comunicare»; e i parrocchiani tutti a crescere in «abilità critica», per sapere leggere e ascoltare, con il cervello e con il cuore («Gli animatori offriranno a tutta la comunità spunti e occasioni per interpretare i fenomeni del nostro tempo offrendo chiavi di lettura ed educando al senso critico», 133). E siamo di nuovo alle quindici parole.

Eccoci 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 riuscirci 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, nisi in quantità omogenea. Nomì 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 ingorgi. 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/attività/00004047\_Direttorio\_sulle\_comunicazioni\_sociali\_nella\_missione\_della\_Chiesa.html

© RIPRODUZIONE RISERVATA