

ATTI

CONVEGNO NAZIONALE DEI DIRETTORI
DEGLI UFFICI DIOCESANI PER LE COMUNICAZIONI SOCIALI

CONTEMPLARE PER ANNUNCIARE
*La comunicazione sociale negli orientamenti pastorali
per il decennio 2001-2010*

Bari, 8-10 novembre 2001

Saluto

S. E. Mons. Domenico Padovano pag. 5

Introduzione

Don Claudio Giuliodori pag. 7

RELAZIONI

*Comunicare il Vangelo: gli orientamenti pastorali
della Chiesa italiana*

S. E. Mons. Giuseppe Betori pag. 14

*Dalla contemplazione all'annuncio:
presupposti per l'azione pastorale*

Orizzonte biblico

Prof. Don Silvio Barbaglia pag. 26

Dimensione liturgico-mistagogica

Prof. Andrea Grillo pag. 32

Prospettive teologico-pastorali

Prof. Don Nunzio Galantino pag. 39

*La progettazione pastorale
nell'ambito delle comunicazioni sociali
alla luce degli orientamenti pastorali*

Don Claudio Giuliodori - Don Franco Mazza pag. 54

*Sviluppo dei media cattolici
e impegno degli uffici diocesani*

Dott. Dino Boffo pag. 62

CONTRIBUTI DALLE COMMISSIONI REGIONALI

Traccia di lavoro pag. 72

Contributo Area Nord

Don Bruno Cescon pag. 75

Contributo Area Centro

Don Marco Fibbi. pag. 81

Contributo Area Sud

Don Vito Marotta pag. 84

COMUNICAZIONI

Iniziativa per promuovere la Sala della comunità

Don Dario E. Viganò pag. 90

Informazioni sull'emittenza radio-televisiva

Dott. Emmanuele Milano pag. 93

APPENDICE

Dossier: La comunicazione religiosa

della Chiesa Italiana nell'anno del Grande Giubileo

Don Claudio Giuliodori pag. 98

Liturgia, comunicazione e linguaggio non verbale

Prof. Andrea Grillo pag. 116

Ufficio Nazionale Comunicazioni Sociali

ATTI
CONVEGNO NAZIONALE DEI DIRETTORI
DEGLI UFFICI DIOCESANI
PER LE COMUNICAZIONI SOCIALI

CONTEMPLARE
PER ANNUNCIARE
La comunicazione sociale
negli orientamenti pastorali
per il decennio 2001-2010

Bari, 8-10 novembre 2001



A nome dell'episcopato pugliese porgo a tutti un cordialissimo benvenuto. Benvenuti in Puglia, ponte di pace lanciato verso l'oriente, terra in cui la cultura del mare si sposa con la cultura dell'ulivo, e l'antica cultura dell'accoglienza si sposa con il turismo e la moderna tecnologia. Pur nel trapasso culturale in atto questa terra si è sempre distinta per alcuni valori fondamentali vissuti dalla sua gente: la diffusa religiosità popolare, il forte attaccamento alla famiglia, un vivace senso di cordialità, una provata mansuetudine nell'accogliere e nel servire, una grande capacità di sacrificio. Ecco, questa gente di Puglia oggi vi spalanca le braccia e il cuore, onorata per la scelta di Bari come sede del Convegno nazionale dei direttori degli uffici diocesani per le comunicazioni sociali. Bari, soprattutto, guarda con interesse al tema "Contemplare per annunciare", per la sua posizione geografica e per la presenza delle venerate reliquie di San Nicola Bari vive da secoli e con gioia la sua vocazione ecumenica aprendosi ogni giorno alla comunicazione, al dialogo, allo scambio, con il vicino Oriente cristiano e con i Paesi arabi che si affacciano sul mediterraneo. Allo stesso modo posso garantire che in quasi tutte le diocesi pugliesi si va promuovendo una pastorale della comunicazione sociale, predisponendo uffici diocesani adeguati, animatori preparati per curare la formazione dei sacerdoti, dei comunicatori e degli utenti. "Contemplare per annunciare", non è uno slogan o una frase ad effetto: senza contemplazione c'è il rischio che la comunicazione diventi fine a se stessa e l'annuncio si faccia sterile. Sappiamo che c'è una comunicazione esclusivamente orizzontale, superficiale, fatta soltanto di suoni, di rumori, ci si scambia soltanto povertà, ansie, insicurezze o urla inascoltate di aiuto e la comunicazione senza comunione, e questa è la porta della incomunicabilità. E c'è invece una comunicazione verticale sorgiva, creativa, che mette in circolo valori, che aiuta a scavare in profondità nelle persone e nelle cose e spalanca porte e finestre per fare entrare aria fresca, nuova. Vogliamo salvare la nostra comunicazione, vogliamo salvare il nostro annuncio dalla babele delle lingue, dobbiamo riscoprire la Pentecoste, dobbiamo riscoprire la contemplazione. Ogni comunicazione nasce dal silenzio, nasce dall'ascolto, non si può essere ascoltatori se non ci si fa uditori, non si può essere apostoli se non ci si fa discepoli, non si può essere evangelizzatori se non ci si rievangelizza, ricordano i vescovi italiani negli orientamenti pastorali per il prossimo decennio. Sappiamo che contemplare non è soltanto ottenere: è più di-

ventare che ottenere, e più si diventa e meglio si comunica; chi sa tacere sa comunicare; chi sa ascoltare, sa parlare e sa farsi ascoltare. Ecco, quindi, che la contemplazione introduce nella comunicazione umana. Lo stile della comunicazione di Dio il grande comunicatore può risanare le acque inquinate del nostro povero comunicare umano. Siamo qui proprio per metterci alla sua scuola, per essere capaci di comunicare il Vangelo a un mondo che cambia. Auguro quindi un ottimo lavoro.



Introduzione

Don CLAUDIO GIULIODORI

Direttore dell'Ufficio Nazionale per le comunicazioni sociali

1. Aprendo questo Convegno dei Direttori degli Uffici diocesani per le Comunicazioni sociali non possiamo non coglierne i molteplici motivi che ne fanno un appuntamento ricco di significati e carico di aspettative. In primo luogo dobbiamo ricordare che si tratta di un appuntamento "consueto" che si pone nella scia dei tradizionali convegni dei Direttori diocesani che si svolgevano ogni due anni ad Assisi. L'ultimo della serie si è tenuto a Trevi nel 1998. L'anno successivo abbiamo dato vita ad una nuova tipologia di incontro con l'obiettivo di favorire una più ampia possibilità di scambio e di confronto tra tutti gli operatori delle comunicazioni sociali. Si è svolto con questa prospettiva di ampio coinvolgimento il Convegno di Montesilvano (Pescara) nel novembre del 1999. La numerosa partecipazione e la ricchezza dei contributi fecero nascere l'esigenza di dare un nuovo ritmo a questi appuntamenti nazionali alternando l'incontro dei soli responsabili degli Uffici diocesani a quello più ampio, con tutti coloro che in ambito ecclesiale operano sul versante della comunicazione sociale.

Lo scorso anno, come tutti gli Uffici della CEI, abbiamo sospeso gli appuntamenti nazionali per dare spazio all'esperienza Giubilare che ci ha visti comunque impegnati in appuntamenti importanti come il Giubileo dei Giornalisti (4 giugno), la Giornata Mondiale della Gioventù (15-20 agosto) e il Giubileo del mondo dello Spettacolo (17 dicembre). Il Giubileo ha rappresentato un passaggio fondamentale anche per la riflessione sulla comunicazione religiosa essendo stato per molti aspetti il primo "Giubileo mediatico" della storia. Sono state molte le analisi e le riflessioni e non pochi si sono stupiti di come l'esperienza religiosa rappresenti ancora oggi uno dei canali a più forte impatto comunicativo anche nel contesto della comunicazione di massa. In molte diocesi il Giubileo ha rappresentato l'occasione per rafforzare o far partire anche uffici e strutture per la comunicazione sociale che ci auguriamo possano restare punti di riferimento stabili della pastorale diocesana.

2. Agli incontri nazionali legati alla riflessione e alla programmazione pastorale si sono aggiunti in questo periodo due appuntamenti di grande rilevanza per l'aggiornamento e l'approfondimento di aspetti particolari connessi con la pastorale delle comunicazioni sociali. Ricordo il Convegno di Assisi dello scorso anno (marzo 2000) su "Chiesa in rete" che era partito come seminario di studi per trasformarsi in un vero e proprio convegno sulle nuove tec-

nologie a cui hanno partecipato oltre 300 persone e quello del marzo di quest'anno sul rapporto tra teologia e comunicazione sociale che si è svolto presso l'Università Lateranense di Roma, frutto di un lungo itinerario di preparazione che ha registrato il contributo di qualificati teologici, raccolto poi in una specifica pubblicazione. In quel contesto è stata realizzata anche una giornata di studio che riprendeva i temi di Assisi approfondendo l'aspetto del rapporto tra educazione e nuove tecnologie. Anche in questo caso si è registrata la partecipazione di oltre 350 persone. A questi appuntamenti nazionali vanno aggiunti i seminari promossi dal settore cinema e spettacolo e i convegni regionali e diocesani, non ultimo quello che si è svolto a Bologna lo scorso 13 ottobre in occasione della giornata nazionale per le comunicazioni sociali sul rapporto tra i giovani e Internet. Abbiamo potuto constatare come in ambito ecclesiale l'attenzione alle problematiche della comunicazione sociale sia più ampia e diffusa di quanto non riveli lo stato degli Uffici diocesani per le comunicazioni sociali, la cui presenza nelle diocesi è ancora scarsa e in molti casi non adeguata alle esigenze.

3. Venendo al nostro Convegno, mi permetto di richiamare i motivi di interesse e il percorso che seguiremo. In primo luogo è importante ricordare che ci troviamo all'inizio di un nuovo decennio dopo aver vissuto il passaggio dal secondo al terzo millennio, passaggio che, alla luce del Grande Giubileo, assume un valore che va ben oltre il dato cronologico. Stiamo vivendo una transizione epocale che interpella in modo forte la Chiesa che è in Italia chiedendo a tutti un rinnovato slancio nell'annuncio del Vangelo. In questa direzione si muovono infatti gli Orientamenti per questo primo decennio del Duemila. La scelta dei Vescovi, ben sintetizzata nel titolo: "Comunicare il vangelo in un mondo che cambia", va nella direzione di un forte slancio missionario che tenga conto dei caratteri peculiari di questa stagione della nostra storia. Viviamo infatti un'epoca contrassegnata da forti cambiamenti sia sul versante degli assetti mondiali, sia sul fronte delle spinte culturali, sia nel campo religioso. Il mondo cambia, la domanda religiosa resta e per certi aspetti aumenta, ma risultano radicalmente modificati i percorsi esistenziali, i criteri di lettura del fatto religioso, i punti di riferimento per l'approccio al sacro, la sensibilità delle persone e il grado di formazione e informazione.

Di fronte a questo rapido cambiamento sociale e culturale, la Chiesa non può restare spettatrice indifferente; è chiamata a farsi interprete e protagonista del cambiamento secondo il dinamismo dell'inculturazione della fede e della evangelizzazione della cultura. Questo dinamismo viene oggi a coincidere in larga parte con il fenomeno della comunicazione sociale fattosi sempre più invadente e determinante. Non è un caso quindi che i Vescovi abbiano voluto

declinare la missione evangelizzatrice della Chiesa con la “comunicazione”. Per la prima volta la “comunicazione” assume questa rilevanza nella Chiesa e diviene la chiave di volta di un discernimento pastorale. Come operatori del settore più che sentirci “rivalutati” perché direttamente chiamati in causa o gratificati per questa inusuale attenzione, ritengo che dobbiamo seriamente preoccuparci delle condizioni in cui versa la comunità ecclesiale che, su questo versante, registra ritardi e trascuratezze di non poco conto sia dal punto di vista della formazione sia per quanto concerne l’azione pastorale.

4. Questo convegno non ha, e non può avere, la pretesa di sopperire ai ritardi strutturali e alla marginalità di cui soffre l’ambito delle comunicazioni sociali, ma può costituire un primo passo verso una presa di coscienza e una progettualità che nei prossimi anni ponga le basi per una piena integrazione e per una effettiva assunzione delle comunicazioni sociali nell’azione pastorale della Chiesa. Del resto senza un serio processo di integrazione della pastorale tradizionale con il nuovo contesto culturale e sociale determinato dalle comunicazioni sociali, le intenzioni espresse negli orientamenti pastorali risulterebbero velleitarie e sostanzialmente impraticabili da parte di una comunità ecclesiale che ancora pensa alla comunicazione come ad un armamentario di semplice diffusione e per di più costoso e a volte anche pericoloso. È un compito arduo quello che ci attende.

5. Siamo consapevoli che a tutt’oggi mancano in larga parte: le necessarie competenze, la dovuta attenzione ecclesiale, le indispensabili risorse economiche ma questo non ci impedisce di fare la nostra parte iniziando a porre le basi, in questo anno definito dai vescovi “propedeutico”, per una inversione di tendenza che a partire dagli Orientamenti spalanchi la strada ad un’azione evangelizzatrice coniugata appieno con i nuovi e complessi processi della comunicazione sociale. Sono molti i fronti di impegno che attendono risposte adeguate. Un primo fronte, che è preconditione per ogni altro sviluppo, riguarda il campo della formazione. È importante avviare una stagione di formazione a vari livelli, sia per i responsabili sia per gli operatori di base. È auspicabile che le diverse iniziative promosse a livello locale e nazionale trovino accoglienza e diventino punti di riferimento per tutti. Un secondo fronte riguarda la funzionalità degli Uffici diocesani per le comunicazioni sociali. Se dobbiamo apprezzare l’impegno e la tenacia dei presenti non possiamo dimenticare il numero degli assenti e il fatto che in numerose diocesi l’Ufficio per le comunicazioni sociali neppure esiste. È ancora valido quanto scritto dai nostri Vescovi nella nota dopo il convegno di Palermo: “consapevoli del ruolo sempre più decisivo

che assumono i media, intendiamo promuovere in ogni diocesi *una pastorale organica della comunicazione sociale*, con ufficio diocesano adeguato e animatori ben preparati, per curare la formazione dei sacerdoti, dei comunicatori e degli utenti. Ci impegnamo a far sì che i media cattolici attivino sollecitamente tra loro una rete di sinergie redazionali, gestionali, diffusionali, a livello locale e nazionale, per elevare la qualità e abbassare i costi. Chiediamo ai sacerdoti e agli operatori pastorali di sostenere e di utilizzare più largamente, nella loro formazione e nel loro servizio, i media cattolici” (DCS 29). Un terzo fronte riguarda quindi le modalità di sviluppo dei media cattolici. È necessario dare ampio sviluppo alle sinergie affinché si crei un sistema integrato e originale di comunicazione in grado di incidere anche sull’opinione pubblica.

6. La struttura del Convegno è stata modulata sull’esigenza di avviare questa nuova fase di riflessione e di ri-definizione del ruolo degli uffici per le comunicazioni sociali, a cui è chiesto, secondo le prospettive degli Orientamenti, di dare innanzi tutto un contributo di analisi e di linee progettuali in ordine alle sfide che attendono la Chiesa in questo decennio per la “Comunicazione del Vangelo”. Ci metteremo innanzi tutto in ascolto del Segretario Generale, S. E. Mons. Giuseppe Betori che ci ha fatto dono della sua presenza e a cui dobbiamo una particolare riconoscenza per il contributo determinante dato all’individuazione del tema degli Orientamenti e alla sua articolazione. Nessuno meglio di lui poteva introdurci ai lavori di questo Convegno. Ascolteremo poi il contributo delle Commissioni regionali che hanno iniziato a riflettere sugli Orientamenti fin dai mesi scorsi. Già questa sera poi potremo approfondire alcune tematiche nel corso del dibattito. La mattinata di domani è ancora destinata all’approfondimento interdisciplinare delle linee guida degli Orientamenti con tre contributi che ci aiuteranno a capire che cosa significhi coniugare oggi la contemplazione con l’annuncio. Dedicheremo il pomeriggio all’individuazione delle priorità e delle modalità operative che dovranno guidare il lavoro degli uffici diocesani al fine di dare progressiva e piena attuazione agli orientamenti pastorali. Si inserisce in questo ambito il contributo del Dr. Dino Boffo, Direttore di Avvenire che ci aiuterà a cogliere il ruolo degli Uffici in relazione agli strumenti della comunicazione sociale. Sabato, dopo le comunicazioni che ci aggiorneranno sugli sviluppi recenti e sulle prospettive dei vari ambiti, potremo vivere un ulteriore momento di confronto con la tavola rotonda sulla comunicazione della fede in un Paese che cambia.

7. Mi sia permesso, infine, di ringraziare tutti coloro che hanno collaborato per la realizzazione di questo Convegno e in particolare S. E. Mons. Francesco Cacucci, Arcivescovo di Bari-Bitonto

e Presidente della Commissione Episcopale per la cultura e le comunicazioni sociali, che ci ospita nella sua diocesi e che ha messo a disposizione persone e risorse. Particolare riconoscenza dobbiamo esprimere a Don Vito Marotta, responsabile dell'Ufficio diocesano e incaricato regionale per le comunicazioni sociali; a Don Vito Manchisi, amministratore della diocesi che si è prodigato per garantire le migliori condizioni di soggiorno, a Don Antonio Parisi, Direttore dell'Ufficio Musica Sacra che ha curato la preparazione delle celebrazioni liturgiche. Un grazie anche alla segreteria dell'Ufficio per le comunicazioni sociali, che è a disposizione per ogni necessità, e al SICEI che come sempre condivide con noi l'impegno per un efficace utilizzo delle nuove tecnologie.

Ringrazio tutte le autorità che sono intervenute e gli enti istituzionali e commerciali che hanno voluto contribuire ai lavori del Convegno in qualità di sponsor. Grazie alla loro attenzione è stato possibile usufruire di servizi e promuovere iniziative culturali, come quella della rappresentazione teatrale sulla vita di San Nicola, che certamente renderanno più gradevole e significativa la nostra permanenza a Bari.

R elazioni

- **Comunicare il Vangelo:
gli orientamenti pastorali della Chiesa italiana**
- **Dalla contemplazione all'annuncio:
presupposti per l'azione pastorale**
Orizzonte biblico
Dimensione liturgico-mistagogica
Prospettive teologico-pastorali
- **La progettazione pastorale
nell'ambito delle comunicazioni sociali
alla luce degli orientamenti pastorali**
- **Sviluppo dei media cattolici e impegno degli uffici diocesani**



Comunicare il Vangelo: gli orientamenti pastorali della Chiesa italiana

S. E. Mons. GIUSEPPE BETORI - Segretario Generale della CEI

I.
All'interno
di un cammino
di Chiesa

Prima ancora di riflettere su ciò che di nuovo gli orientamenti di questo decennio vogliono dire alla nostra vita pastorale, è opportuno verificare come essi si inseriscano nel cammino della Chiesa in Italia. Non è una domanda superflua: l'indicazione di nuove strade da percorrere subisce spesso un rifiuto a partire da un malinteso senso di estraneità. Non così spero accada per questi orientamenti, che si innestano all'interno di acquisizioni largamente condivise nelle nostre comunità ecclesiali.

L'impatto del Concilio Vaticano II sulla Chiesa italiana aveva riportato l'attenzione già fin dagli anni '70 verso la centralità dell'evangelizzazione, come riconquistata esigenza di una fede più consapevole, capace di accompagnare e motivare la pratica. Ma nei decenni successivi si è fatta più acuta la coscienza che il cambiamento culturale epocale esigeva di intendere l'evangelizzazione nella direzione di una più vigile identità, capace di superare il vaglio della necessaria convivenza con una pluralità di esperienze e visioni del mondo, e di una più coraggiosa missionarietà, pronta a misurarsi con la sfida di mostrare la perenne novità e vitalità del Vangelo di Gesù.

Letto così, il Concilio smette di essere la semplice declinazione del Vangelo nel moderno per rivelarsi come la riappropriazione da parte della Chiesa di strumenti e orizzonti che ne rendono possibile la missione in una cultura in continuo cambiamento. Il ritorno alle sorgenti – bibliche, patristiche, liturgiche... – e lo sguardo sull'oggi come luogo di salvezza si saldano insieme per dettare le condizioni di una più profonda comprensione di dati di fede fondamentali – dalla creazione riletta in chiave cristologica al mistero pasquale, dalla Chiesa comunione al rapporto tra verità e libertà, ecc. – e per rilanciare l'annuncio di Cristo come unico salvatore del mondo.

Per quanto ci riguarda da vicino, questa consapevolezza si è fatta esplicita in due eventi ecclesiali, che si sono caratterizzati in termini assai simili. Sul piano della Chiesa universale il Giubileo del millennio, nella sua preparazione e celebrazione, ma anche negli esiti pastorali che il Papa indica nella *Novo millennio ineunte*,

è stato ed è un insistito richiamo ai “fondamentali” della fede, all’impegno a riappropriarsene per chi crede e al coraggio di proclamarli a chi non crede o a chi ha affievolito la propria appartenenza di fede. Quanto alla Chiesa italiana, il Convegno ecclesiale di Palermo ha segnato una svolta nella consapevolezza circa l’urgenza di una crescita formativa più esigente, sviluppata secondo le categorie della vita secondo lo Spirito, e di una “estroversione” della Chiesa per una maggiore attenzione ad un contesto sociale e culturale in progressiva scristianizzazione. In ambedue gli eventi viene dunque indicata la duplice direzione di un ritorno all’essenziale e di un inedito slancio missionario.

Negli ultimi anni, si è fatta poi più forte e condivisa l’esigenza di coniugare lo slancio missionario con il nuovo contesto culturale. Da questa progressiva e diffusa presa di coscienza è nato il progetto culturale e un più incisivo impegno sul fronte della comunicazione sociale. La dimensione culturale e quella comunicativa costituiscono due dei principali fattori del cambiamento con cui deve misurarsi l’azione pastorale della Chiesa all’inizio del terzo millennio.

Comunicare il Vangelo in un mondo che cambia vuol dire raccogliere queste istanze e coniugarle nei termini di una più profonda maturità di vita di fede, come condizione per una esplicita missionarietà, che mostri la rilevanza imprescindibile del Vangelo per le attese di più piena umanità che nutrono gli uomini e le donne del nostro tempo, «convinti che compito primario della Chiesa sia testimoniare la gioia e la speranza originate dalla fede nel Signore Gesù Cristo, vivendo nella compagnia degli uomini» (CVMC, 1). In questa prospettiva gli orientamenti dei vescovi italiani si collocano sulla stessa lunghezza d’onda della *Novo millennio ineunte*, «vogliono essere una risposta all’invito formulato da Giovanni Paolo II a guardare in avanti, a “prendere il largo” con un dinamismo nuovo e nuove iniziative concrete» (CVMC, 9), ne costituiscono una rilettura nella condizione del nostro Paese e uno strumento per accoglierla e attuarla.

2.
In un contesto da discernere

Questo cammino di Chiesa si inserisce a sua volta in un contesto culturale che il documento fin dal suo titolo definisce mediante la categoria del cambiamento. Di qui l’impossibilità stessa di una descrizione compiuta e definitiva dei fenomeni che caratterizzano l’ora presente. Ciò che viene richiesto è piuttosto un atteggiamento di ascolto e discernimento che deve accompagnare il cristiano nel suo essere nel tempo.

Non che non si possano scorgere tendenze più significative e emergenze che interpellano con maggiore forza. Lo stesso docu-

mento dei vescovi prova a tracciare alcune linee in termini di potenzialità e di ostacoli (cf. CVMC, 36-43), senza pretendere pertanto completezza ed esaustività. Proviamo a raccogliere tali indicazioni in una ulteriore sintesi:

- una nuova percezione del tempo, caratterizzata dall'appiattimento sul presente di gran parte della nostra vita, impoverita dalla perdita del passato e quindi della memoria, ma anche del futuro e quindi della speranza; in tal modo l'“oggi” diventa ripetitività banale, e non più “tempo opportuno” in cui accade per noi la salvezza. È uno dei problemi più gravi per l'annuncio del vangelo: non può esistere infatti fede cristiana se non nutrita di memoria, *kairòs* e speranza;
- il cambiamento nell'ambito della comunicazione, della grande comunicazione – un fenomeno a tutti evidente –, ma anche della “microcomunicazione”, quella che lega le persone nella quotidianità. Siamo preda e schiavi di una comunicazione esasperata, per il gran numero di messaggi che ci investono, e al tempo stesso selettiva, ciascuno con le proprie fonti di informazione e con i propri destinatari. Per una fede come quella cristiana, legata essenzialmente all'annuncio, è una grande sfida: a metterci nell'agorà, sulla piazza della comunicazione, a essere capaci di comunicare con questi mezzi e in queste condizioni di comunicazione; a ripensare il nostro modello di comunicazione, chiedendoci se il linguaggio a noi abituale, appiattito sulle due modalità dell'asserzione della verità e della esortazione morale (quando non è moralistica), sia esaustivo di ciò che dovrebbe essere la comunicazione della fede, fatta, stando ai Vangeli, di narrazione, lode, giubilo, ecc. [ma su questo avremo modo di ritornare];
- la dimensione sempre più multiculturale della nostra società. Volti nuovi percorrono le nostre strade, con storie, culture, religioni diverse della nostra. Il mondo è un “villaggio globale” e, soprattutto, noi possiamo ormai venire a contatto con le realtà culturali più disparate. C'è chi pensa che la convivenza sia possibile solo con il sacrificio della identità propria di ciascuna cultura, miscelando elementi di varia provenienza in una “marmellata” culturale anodina e per questo da tutti accettabile. Altri invece reputano che le culture possano vivere con la propria identità l'una accanto all'altra, in una sorta di “insalata”, in cui le diversità diverrebbero sopportabili in forza della tolleranza. Ma che cosa fare quando gli elementi sono irriducibilmente contrastanti? Come salvare la nostra identità e quella di un popolo? Come cristiani non possiamo accettare l'assimilazione a una supercultura umanistica, di fatto senza spazio per una vera trascendenza; né ci basta una tolleranza che impedisce il dialogo e il confronto perché nega il concetto stesso di verità. Coniugare insieme ascolto e testimonianza, dialogo e annuncio sembra essere l'imperativo dei

- prossimi anni, perché l'identità non diventi intolleranza e l'accoglienza non diventi insignificanza;
- il cambiamento radicale nel nostro rapporto con la materia: il nostro corpo anzitutto e l'ambiente intorno a noi. Entrambi sono interessati da un processo di artificialità, costruttrice (l'uomo nei secoli ha modificato l'ambiente, ma ora le biotecnologie stanno cambiando il nostro stesso corpo) ma anche distruttrice (distruggiamo non solo la natura, ma anche i corpi, quelli più indifesi, quelli ancora non nati...). Come cattolici ci troviamo accusati di fissismo e al tempo stesso di manipolazione indiscriminata. Come salvare lo specifico umano, la conquista profondamente cristiana del concetto di persona, l'unità di spirito e di corpo?
 - la crescente "globalizzazione". In essa si mescolano giuste istanze di universalismo, di partecipazione, di abbattimento delle barriere... Ma altrettanto evidente è la gestione delle sorti dell'umanità intera da parte di pochi, di chi detiene i poteri dell'economia, della politica, della cultura; la prevalenza degli interessi dei popoli del benessere a scapito degli altri. La globalizzazione, di per sé, non è né un male, né un bene: come viene governata determina se essa è una risorsa di comunione oppure un'ulteriore, definitiva sanzione delle differenze e delle distanze tra le persone e i popoli. E come affrontare all'interno di tutto questo la micro- e la macropovertà, sempre più vicine e interagenti in un mondo così globalizzato?

3. Alcune scelte di fondo

A fronte di questa situazione, i vescovi italiani ribadiscono come «compito assolutamente primario per la Chiesa, in un mondo che cambia e che cerca ragioni per gioire e sperare, sia e resti sempre la comunicazione della fede, della vita in Cristo sotto la guida dello Spirito, della perla preziosa del Vangelo» (CVMC, 4). L'attuazione di questo proposito è legata ad alcune scelte di fondo che provo a riassumere.

Anzitutto la convinzione che soltanto ponendo «fisso lo sguardo su Gesù» (Eb 12,2) sia possibile alla Chiesa cogliere il fondamento del proprio essere e il modello del proprio agire: «La Chiesa può affrontare il compito dell'evangelizzazione solo ponendosi, anzitutto e sempre, di fronte a Gesù Cristo, parola di Dio fatta carne» (CVMC, 10). Il cammino della missione comincia da un ritorno a Gesù Cristo, perché solo in lui possiamo trovare Dio e l'uomo, e sperimentare l'incontro tra l'infinito di Dio e il nulla dell'uomo. Si tratta di una "concentrazione cristologica", che vuole aiutare a comprendere come il Vangelo di Gesù altro non è che il Vangelo che è Gesù. In lui appare a noi il volto di Dio e nel contempo stesso l'uomo è rivelato a se stesso: in tal senso la cristologia non esclude la

teologia e l'antropologia, ma ne apre le strade più vere. Da Cristo scaturisce la sorgente della vita per ogni creatura e a lui è orientata l'intera storia umana: da ciò deriva la pertinenza storica del cristianesimo e la sua capacità di offrire una speranza che va oltre ogni tempo. Il soggetto di ogni azione salvifica, e quindi anche di ogni azione pastorale ed ecclesiale, è Cristo. Solo partendo da lui, guardando a lui e traendo forza da lui, potremo esprimere un'azione missionaria autentica, secondo la volontà del Padre. Guardando a Gesù, la Chiesa scopre se stessa. La prima domanda non può essere: "che cosa fa o deve fare la Chiesa?" e neppure: "qual è il volto della Chiesa?"; ma anzitutto: "qual è il volto di Cristo?", perché solo scoprendo il volto di Cristo si scopre il volto della Chiesa.

Su questo riaffermato primato di Cristo si innestano le altre scelte, tutte connotate da quel carattere di paradossalità che contraddistingue l'esperienza cristiana:

- contemplazione e servizio. A quanti pensano che fare pastorale sia disperdersi rispetto all'essenziale della fede, come pure a quanti pensano che la pastorale sia una ricerca di interessi di Chiesa rispetto all'attenzione all'uomo, si risponde che l'azione pastorale sta proprio nel tessere un ponte tra le ragioni dell'essere e quelle del fare, tra lo sguardo rivolto al mistero di Dio e le mani che si infangano nel servizio del mondo. Da una parte si fa forte il richiamo al primato della contemplazione, soprattutto dell'ascolto: Cristo si manifesta a noi, concretamente, nella sua parola e quindi solo attraverso un rinnovato incontro, una ritrovata familiarità con il Vangelo potremo aprire la strada della missione nel nostro tempo. Dall'altra si fa urgente l'appello a farsi vicini alle attese dell'umanità, per mostrare il Vangelo di Gesù come gioia che dà compimento alla speranza. La parola del Signore che trasforma il cuore dei credenti è dono da condividere con tutti (cf. *CVMC*, 32);
- comunità vive e attenzione a tutti. La scoperta del Vangelo e dell'urgenza della sua comunicazione implica "una chiara connotazione missionaria" (*CVMC*, 44) di tutta la vita della Chiesa. Si riprende qui l'idea lanciata dal Papa a Palermo della necessità di una "conversione pastorale", che tocca due livelli complementari: quello della comunità formata da quanti si riuniscono con assiduità nell'Eucaristia e partecipano con dedizione alla vita parrocchiale; quello di quanti di fatto ne sono ai margini, perché la loro fede si è affievolita, è stata sostituita dall'indifferentismo, contraddetta da un esplicito o implicito agnosticismo o ateismo, e infine mai incontrata nella propria vita perché non battezzati o appartenenti ad altre religioni (cf. *CVMC*, 46). Non si tratta di fare scelte tra "vicini" e "lontani", ma di misurare l'esigenza di una rinnovata evangelizzazione di tutti, intrecciando lo sguardo "ad extra" con quello "ad intra";

- formazione e missione. È una scelta strettamente connessa alla precedente: superare la falsa antinomia tra momento formativo e missionario, tra essere e fare. Non può esserci vera missionarietà se non a partire da una profonda spiritualità e non c'è uomo che si lasci guidare dallo Spirito che non senta il bisogno di comunicare agli altri la propria esperienza di Dio. La formazione deve pertanto camminare di pari passo con la missionarietà, ma anche con la consapevolezza che "formazione è missionarietà" e viceversa. Ci si forma per la missione e essere cristiani formati è già essere missionari, come pure essere missionari è parte integrante di un cammino formativo e una vera missione porta a rileggere l'azione formativa e a ripensare tutta la pastorale;
- annuncio e testimonianza. Anche in questo caso il documento chiede di superare una falsa antinomia, che ha tormentato a lungo il mondo cattolico negli anni recenti. Si tratta di comprendere come la testimonianza non può non dire le proprie ragioni nell'annuncio e questo non può non mostrare la propria credibilità nel servizio reso ai fratelli. Il ricorrente rimando alla parola di Dio, prima da ascoltare e poi da proclamare, si unisce all'invito a una piena cittadinanza nella società degli uomini e a una particolare attenzione ai più deboli;
- linguaggi e strumenti. Si sono moltiplicate le modalità di comunicazione del Vangelo. Oggi tutti possono avere accesso alla parola di Dio, ma non sempre le modalità della comunicazione intercettano la sensibilità dell'uomo contemporaneo, sempre più abituato a linguaggi multimediali e pervasivi. La stessa espressione "Comunicare il Vangelo" impone un'attenta analisi dei linguaggi e degli strumenti adottati dalla comunità ecclesiale, in quanto ormai è evidente che il contenuto dell'annuncio non è separabile dalle modalità con cui viene comunicato (cf. *RM*, 37);
- itinerari e vita quotidiana. La comunicazione della fede ha una struttura ben definita. Il documento la rintraccia nei versetti iniziali della prima lettera dell'apostolo Giovanni: ascolto, esperienza, condivisione (cf. *1 Gv* 1,1-4). Questa imprescindibile struttura della vita di fede si presenta come un itinerario, che va però tradotto in cammini praticabili per gli uomini del nostro tempo. Il modello concreto è offerto dall'itinerario di iniziazione cristiana, da cui derivano tutte le altre forme di invito e conduzione nell'esperienza di fede. Ma questi stessi itinerari si modulano in forme diverse a seconda dei destinatari, coinvolgendo l'ordinarietà della vita comunitaria, in specie la celebrazione eucaristica domenicale, e al tempo stesso l'occasionalità dell'incontro della stessa comunità o del singolo fedele con quanti hanno bisogno della comunicazione del Vangelo;
- fede e cultura. *Gli Orientamenti pastorali* si pongono sullo sfondo del progetto culturale orientato in senso cristiano, che è la rispo-

sta delle nostre Chiese alla constatazione per cui la frattura tra fede e cultura si sta consumando a tal punto da rendere il Vangelo e la Chiesa del tutto irrilevanti per la vita degli uomini del nostro tempo. La strada indicata è quella di dare spessore culturale alla nostra fede: una fede che diventa cultura e ci fa capaci di testimoniare i risvolti culturali all'interno del nostro mondo;

- ascolto degli uomini e trascendenza del Vangelo. Un ultimo paradosso è da segnalare, quello per cui il documento chiede di «coltivare due attenzioni tra loro complementari anche se, a prima vista, contrapposte. [...] Lo sforzo di metterci in ascolto della cultura del nostro mondo, per discernere i semi del Verbo già presenti in essa, anche al di là dei confini visibili della Chiesa. [...] L'attenzione a ciò che emerge nella ricerca dell'uomo non significa rinuncia alla differenza cristiana, alla trascendenza del Vangelo, per acquiescenza alle attese più immediate di un'epoca o di una cultura» (CVMC, 34-35). C'è una irriducibilità del messaggio cristiano a cui non si può venire meno, pena lo snaturamento del Vangelo; ma c'è anche un legame del Vangelo all'uomo che va colto a partire dal suo essere "capax Dei".

4. L'architettura del testo

Il testo si apre con un'introduzione che enuncia la finalità della comunicazione della fede: annunciare la gioia e la speranza ad ogni uomo. Il progetto è tutto centrato su *1 Gv 1,1-4* che illustra come l'itinerario della vita di fede si svolga secondo un tracciato definito: ascolto, esperienza-contemplazione e testimonianza-condizione.

Il primo capitolo articola la contemplazione-catechesi di Cristo in quattro tempi. Cristo è anzitutto l'inviato del Padre per la salvezza dell'umanità; colui che è stato in mezzo a noi, vivendo con noi una vita di assoluta condivisione della situazione umana; egli è però anche il Risorto, colui che è ritornato al Padre; infine, è colui che verrà alla fine della vita e della storia, come giudizio che ne svela il senso. La logica che presiede questo invio di Cristo è quella della umiliazione e dell'innalzamento ed è la stessa logica che dovrà assumere la missione della Chiesa: dalla condivisione alla speranza.

Il secondo capitolo, riaffermando la necessità di comunicare il Vangelo con lo stile di Gesù, indica le due attenzioni previe di cui abbiamo già parlato: l'ascolto della cultura e l'affermazione della trascendenza del Vangelo. Si apre così lo scenario sulle tendenze culturali emergenti nel nostro tempo, che vengono colte nelle loro potenzialità e nei loro limiti. In questo contesto si pone il compito di innalzare la qualità formativa dell'offerta delle nostre comunità, per dare efficacia alla comunicazione del Vangelo; questo vale su due livelli: quello della comunità dei praticanti che si riunisce ogni

domenica intorno all'Eucaristia e vive le dinamiche della comunità ecclesiale; quello dei tanti battezzati non praticanti, che attendono un risveglio della fede e delle persone non battezzate da introdurre alla fede. Per la comunità che si raccoglie intorno all'Eucaristia si chiede un più pieno recupero del giorno del Signore, della parrocchia, della liturgia, della pratica della *lectio divina*, di una formazione a una fede "pensata", del ruolo dei presbiteri come guide della comunità e delle aggregazioni laicali come luoghi formativi, avendo due priorità: giovani e famiglia.

Lo sguardo si allarga poi a tutti i battezzati, con attenzione all'ecumenismo, ma soprattutto ai tanti "cristiani della soglia", a quanti si accostano alla Chiesa solo in particolari occasioni della vita, bisognosi di ascolto e accoglienza, di un "ricominciamento", di itinerari di iniziazione, non escludendo l'esplicita proposta di fede ai non battezzati e il catecumenato per loro; l'accoglienza si apre a forme di dialogo culturale e di collaborazione con tutti gli uomini di buona volontà, si fa animazione della vita sociale, si fa esperienza di prossimità a ogni persona nella povertà e nella marginalità.

La conclusione riprende il tema della comunione, cioè la convinzione che la Chiesa solo se si fa "casa e scuola di comunione" può diventare missionaria come Gesù. C'è anche un invito a non scoraggiarsi e a non esaltarsi. Ritorniamo al Concilio, dove troviamo i temi fondamentali del nostro impegno: pastorale della santità, comunicazione del Vangelo, rinnovamento della vita delle comunità attorno all'assemblea eucaristica e al primato della Parola, vie di comunione, testimonianza evangelica dei laici nella società.

5. Alcune prospettive

- Occorre assumere sul serio l'invito alla contemplazione di Cristo. Non è un invito per anime privilegiate, per chi intende percorrere sentieri di alta spiritualità. Solo se si fa sintesi su Cristo, si riesce a fare sintesi di Dio, dell'uomo e della Chiesa. Concentrare su Cristo significa superare il rischio della lacerazione, tra chi è attratto da Dio al punto da pensare di dover dimenticare l'uomo e chi è attratto dai problemi e dai progetti dell'uomo fino a dimenticare Dio; tra chi vuole affermare il suo stare nella Chiesa fino a dimenticare i fratelli che ne stanno fuori e chi andando alla ricerca dell'incontro con loro dimentica la propria "casa della comunione". Sulla contemplazione di Cristo si gioca molto del futuro delle nostre comunità. Essa appartiene alla "normalità" della vita cristiana. Su questa strada incontriamo la grande tradizione della santità, in occidente e in oriente, quella antica e quella dei nostri giorni.
- Nella prospettiva della contemplazione, che ispira la comunicazione del Vangelo, deve essere recuperato il modo con cui Cristo

stesso comunica; egli che sapeva appartarsi e ritirarsi nel silenzio e nella preghiera, vivendo costantemente in intimità con il Padre, e nello stesso tempo amava percorrere le strade della quotidianità, volgendo il suo sguardo sull'uomo in tutte le situazioni della sua vita e in particolare nei momenti di sofferenza e di fatica. L'odierna comunicazione della fede troverà tanta più forza e sarà tanto più efficace quanto più saprà recuperare la modalità comunicativa di Cristo, nella molteplicità delle sue espressioni e delle sue tonalità. Prima e oltre ogni modello comunicativo umano dobbiamo attingere alla ricchezza della comunicazione posta in essere da Cristo, vero maestro di comunicazione.

- Accanto alla dinamica della contemplazione, gli orientamenti pongono quella della missione. Il cammino della missione parte dall'Eucaristia, dalla comunità che si riunisce attorno alla mensa della Parola e del Pane. Nell'Eucaristia la Chiesa scopre il paradigma della propria missionarietà. La dinamica di offerta e di condivisione fino al dono supremo di sé, che è la logica eucaristica, è anche la dinamica che spinge la Chiesa e la conduce verso ogni situazione umana. La missione non si aggiunge all'Eucaristia, alla comunione, ma ne è l'anima e la logica conseguenza. Non si tratta di fare semplicemente liturgie più significative, ma di dare piena espressione alla identità stessa del fatto eucaristico, assumendo questa dinamica di progressivo allargamento del cuore della Chiesa verso tutti, credenti e non credenti. Il consolidamento della coscienza e dell'appartenenza ecclesiale non va vissuto per se stesso, per non trasformarsi in un arroccamento, ma nell'ottica della più piena identità che permette di esprimere maggiore autenticità nella missione, nell'annuncio. E c'è anche da ricordare che il processo missionario, se da una parte si compie nell'invito a tutti a condividere l'esperienza comunione ecclesiale, dall'altra chiede di compiersi nel portare il fermento del Vangelo e del Regno nel mondo e coinvolgere tutti in questa opera di piena umanizzazione.
- Il cammino della missione deve però partire da una più piena consapevolezza del tempo che viviamo. I paragrafi dedicati dal documento alla comprensione della condizione culturale non possono essere considerati esaustivi. Il discernimento che occorre fare è necessariamente un'operazione "in progress", in cui diventa decisivo l'apporto del progetto culturale e delle comunicazioni sociali, che certamente non hanno soltanto una funzione esplicativa, ma diventano percorsi privilegiati sia per la lettura e l'interpretazione dei cambiamenti sia per una puntuale modulazione dell'impegno pastorale della Chiesa italiana in questo decennio.
- Ci sono infine due campi concreti di azione che vengono proposti all'operatività pastorale: la famiglia e i giovani. Non si tratta

di una scelta fatta a caso, tra i tanti ambiti vitali in cui si esprime la presenza della comunità. L'individuazione di queste due specifiche attenzioni per i prossimi anni è legata alla percezione che ciò che oggi in gioco è soprattutto la trasmissione della fede tra le generazioni. Giovani e famiglia vengono pertanto proposti come luoghi del passaggio generazionale e quindi anche della trasmissione della fede.

6.
La comunicazione
della fede
e le comunicazioni
sociali

Alcune considerazioni infine, in modo più analitico, sul ruolo delle comunicazioni sociali. Occorre notare che, per la prima volta, la Chiesa in Italia in questo documento assume la prospettiva del comunicare come elemento di fondo che deve guidare l'azione pastorale. È una novità rilevante, che esprime da una parte la continuità sul versante dell'annuncio e dell'impegno per l'evangelizzazione che ha caratterizzato i decenni precedenti, mentre dall'altra segna un'importante innovazione in quanto orienta l'attenzione della Chiesa sulla dinamica della comunicazione quale fattore decisivo, e per certi versi "discriminante", della sua missione della Chiesa. Si è presa coscienza che non si può evangelizzare senza lasciarsi interpellare dai processi della comunicazione, che oggi rappresentano un ambiente vitale più che un apparato strumentale. La comunicazione sociale, e in particolare quella di massa, ha modificato le modalità di gestione della vita, i ritmi dell'esistenza, la qualità e la tipologia dei rapporti interpersonali, l'organizzazione del lavoro; gestisce la domanda e l'offerta dei beni materiali come di quelli più umani e spirituali. Non c'è ambito della vita che non sia toccato dai processi della comunicazione sociale e dall'innovazione tecnologica, in gran parte connessa con il mondo della comunicazione.

Gli Orientamenti pastorali partono dalla consapevolezza che la missione della Chiesa si sviluppa oggi su questa nuova piattaforma culturale ed esistenziale. Ogni parte del documento sottintende questa prospettiva, esplicitamente richiamata, poi, nel n. 39. In questo passaggio del documento sono evidenziati alcuni elementi su cui possiamo brevemente soffermarci-

- In primo luogo va rimarcato l'approccio sostanzialmente positivo al valore della comunicazione, che resta, nonostante i non trascurabili problemi che suscitano molti suoi sviluppi, una ricchezza fondamentale per il progresso dell'umanità. Il documento definisce quello delle comunicazioni sociali come "un campo in cui stanno emergendo grandi potenzialità. [...] Nuove opportunità di conoscenza, scambio e partecipazione accompagnano le innovazioni tecnologiche in questo ambito" (CVMC, 39). Di qui alcuni interrogativi per la riflessione della Chiesa: che conoscenza abbiamo di queste "potenzialità"? in che modo innestare la comu-

nicazione del Vangelo in questa nuova cultura? quali cambiamenti dal punto di vista della formazione, delle competenze, della mentalità e delle scelte pastorali sono implicati nell'espressione "comunicare il Vangelo"?

- Ma in considerazione del valore assunto dalle comunicazioni sociali, ancor prima della loro collaborazione nella prospettiva ecclesiale, si segnala la necessità di porre attenzione a questo fenomeno come bene fondamentale dell'umanità e quindi come fattore da tutelare: "È necessario pertanto che la comunicazione sociale – si sottolinea nel documento –, non sia considerata solo in termini economici o di potere, ma resti e si sviluppi nel quadro dei beni di primaria importanza per il futuro dell'umanità" (CVMC, 39). Come in altri settori rilevanti della vita sociale – dalla famiglia al lavoro, dalla formazione delle nuove generazioni all'attenzione ai poveri –, la Chiesa si è assunta il compito di salvaguardare i valori fondamentali, oggi la stessa attenzione deve essere riservata alla comunicazione sociale. Anche da questo punto di vista occorre domandarsi se la Chiesa in Italia ha consapevolezza di tale compito e che cosa sta facendo per promuovere un approccio corretto alla comunicazione sociale.
- Particolare attenzione è poi riservata all'impegno che la Chiesa deve sviluppare nell'ambito della comunicazione sociale affinché diventi un aspetto qualificante e caratterizzante la sua stessa missione. "Le iniziative avviate in questi anni dalla Chiesa in Italia per raccordare e promuovere la comunicazione in campo ecclesiale e per rendere più incisiva la presenza della Chiesa nei media – afferma ancora il documento –, dovranno trovare in questo decennio un'ulteriore realizzazione nel quadro di un'organica pastorale delle comunicazioni sociali e nella prospettiva del progetto culturale" (CVMC, 39). Siamo ben consapevoli di essere ancora lontani dall'aver avviato una pastorale organica delle comunicazioni sociali. Certamente esistono in talune diocesi iniziative importanti e ben strutturate, ma restano realtà per lo più isolate in un panorama che rivela invece carenze e ritardi, a volte difficili da capire e da giustificare. In questo decennio le comunicazioni sociali dovranno trovare piena cittadinanza nella vita e nella missione della Chiesa. Siamo consapevoli che si tratta di un'impresa assai difficile, ma confidiamo in un progressivo cambiamento di mentalità a partire dai responsabili della pastorale, aiutati da coloro che sono in prima persona incaricati di curare questo ambito dell'azione pastorale.
- Non è mio compito elencare le priorità e definire i percorsi, ma mi auguro che anche dai vostri lavori vengano quelle indicazioni e quelle sollecitazioni utili a determinare una vera svolta, da questo punto di vista, nella pastorale della Chiesa in Italia. Un ulteriore contributo dovrà arrivare dai vari organismi competenti:

dalla Commissione Episcopale per la cultura e le comunicazioni sociali, istituita di recente proprio per sviluppare l'attenzione dell'episcopato a questi settori; dall'Ufficio nazionale per le comunicazioni sociali, rafforzato per rispondere alle molteplici e crescenti esigenze; dalla Consulta di prossima istituzione e dai vari altri organismi di consultazione e collaborazione.

- Un capitolo importante è poi costituito dai media cattolici, che vivono una stagione di rilancio e di rinnovamento. Accanto alle realtà più consolidate nel campo della stampa con i settimanali cattolici, il quotidiano *Avvenire* e altre testate nazionali, si vanno sviluppando progetti nel campo radiofonico e in quello televisivo in sintonia con gli interventi a carattere nazionale promossi dalla CEI. Un settore in forte e rapido sviluppo è poi quello di Internet, che registra un pullulare di iniziative, in molti casi serie e qualificate, che vengono seguite con particolare attenzione dai competenti uffici della CEI.

Al termine di questa introduzione agli Orientamenti pastorali e ai lavori del vostro convegno mi permetto di esprimere da una parte l'apprezzamento per quanto state facendo, sapendo che spesso il vostro lavoro non è ovunque e da tutti compreso nella sua grande rilevanza, e dall'altra l'auspicio che le numerose aspettative nel campo della comunicazione sociale, rese ancora più urgenti e in qualche modo "legittimate" dagli Orientamenti, trovino un pieno riscontro in questi anni che la Chiesa Italiana intende dedicare proprio alla comunicazione del Vangelo.



alla contemplazione all'annuncio: presupposti per l'azione pastorale [orizzonte biblico]

Prof. Don SILVIO BARBAGLIA

Docente di Egesi biblica presso il Seminario San Gaudenzio - Novara

1.
"Dalla
contemplazione
all'annuncio".
Una riflessione
terminologica

Ancor prima di approfondire la tematica proposta, è forse utile soffermarci sugli stessi termini utilizzati per esprimere l'oggetto dibattuto nel Convegno e, in specie, nella presente relazione. La coscienza della semantica contenuta in origine nel termine «contemplazione», ci conduce a riconoscere un quadro di significati utili per delineare le prospettive di senso dell'azione contemplante, antipatrice dell'annuncio cristiano.

- a. *Lo spazio del "Templum" tra cielo e terra e la connotazione celeste e trascendente del termine.* Il sostantivo *templum* che ha nel verbo greco la sua origine (*témno*, tagliare, dividere) sta ad indicare un'azione di separazione, di partizione di uno spazio esistenziale. Lo stesso *témenos*, nella cultura greca classica, era la sezione di spazio sacro destinato al culto e il *templum* (tempio) divenne il luogo di culto. In sintesi, originariamente, il *templum* era lo spazio o il circolo d'osservazione nel cielo ritrascritto e disegnato sulla terra, circolo che l'augure tracciava con il suo lituo per osservare nell'interno del medesimo il volo degli uccelli. «Contemplare», cioè «con il *templum*», ovvero dall'osservare il volo degli uccelli questa voce augurale passò al significato più generale di sollevare lo sguardo e il pensiero verso una cosa che desti meraviglia o riverenza e fissare l'attenzione con atto prolungato e intenso. Un pensiero, quindi, rivolto alle cose del cielo ma ritrascritte sulla terra.
- b. *La sintesi terrestre/celeste della contemplazione.* L'operazione di trascrizione delle dinamiche del volo degli uccelli entro un cerchio terrestre, imitativo dello spazio celeste, è anzitutto opera di de-codificazione, ovvero d'interpretazione di un dato fenomenologico entro un sistema di significati che l'augure sosteneva di intercettare. Pertanto, l'attività contemplativa implica un'osservazione rivolta e fondata verso l'alto, ma ritrascritta in basso: il fenomeno osservato è in alto, in basso la sua interpretazione e riduzione a schema. Il sistema contemplativo appare in quest'accezione come un sistema «schematico aperto», perché fondato in alto, in uno spazio sconfinato, il cielo. Scopo della contempla-

zione (operare con il *templum*) è la de-codificazione visiva; anche la contemplazione implica delle regole, un codice, che ne determini i significati. In sintesi, possiamo riconoscere che il termine ritrova la sua origine semantica all'interno di un'azione fondata sull'esperienza sensoriale dell'osservazione visiva e della sua de-codificazione. L'interrogativo che ora emerge è rivolto al ruolo di detta esperienza all'interno delle pagine bibliche: quanto la dinamica del vedere unita alla sua de-codificazione ricopre un ruolo determinante entro il pensiero biblico?

- c. *La tradizione biblica e la de-codificazione visiva: in principio l'ascolto a cui corrisponde una parola.* Sebbene sia complesso determinare un quadro completo ed esaustivo del valore dell'esperienza visiva, quale esperienza straordinaria di rivelazione, di comunicazione tra cielo e terra, è comunque possibile intercettare una critica più volte emergente nelle pagine bibliche relativa alla deriva idolatrica della stessa esperienza visiva. A tale movimento critico corrisponde, di contro, un favore accreditato all'esperienza uditiva: Dio anzitutto parla e si mostra con la sua parola, agisce in virtù della sua parola che è azione efficace nella storia del popolo e delle nazioni. La visibilità di Dio non risiede nella visibilità delle cose terrestri e celesti, bensì, la sua, è una visibilità di "secondo livello": Dio non può essere raffigurato e posseduto entro l'esperienza sensoriale degli occhi. Nonostante questo, la "visione" appartiene all'esperienza di Dio tipica di alcuni uomini di Dio dell'Antico e del Nuovo Testamento. Qual è allora la relazione tra la visione e la parola? Credo che la riflessione profetica veterotestamentaria sia in grado di offrire alcuni punti di interpretazione del fenomeno di rivelazione, articolato tra visione e parola. André Neher, nella sua celebre opera *L'essenza del profetismo* (Casale Monferrato, Marietti 1984) stabilisce un fecondo rapporto tra l'esperienza documentata della *ruah* (spirito, vento, respiro) nella storia dei profeti e quella della visione. La lunga citazione che segue ha la finalità di farci entrare a contatto con le strutture intriganti della letteratura profetica nel pensare il rapporto di rivelazione tra visione e parola.

«La visione appartiene al campo della *ruah*; è oscura; ha bisogno di essere decifrata; e la sua stessa decifrazione deve essere ratificata da Dio. La *ruah* è enigmatica. Amos, Geremia, Zaccaria sono interrogati sul significato delle loro visioni; vien detto loro che hanno visto bene. Avrebbero potuto vedere male (*Am* 7,8; 8,2; *Ger* 1,11-13; *Zc* 4,2). Solo nel momento in cui Dio, invece di far vedere e sentire, parla, la verità della rivelazione è definitivamente acquisita. Affinché alla conoscenza si aggiunga l'autenticità assoluta, bisogna che la *ruah* si cristallizzi in *dabar*. La parola è la maturità dello spirito. Quest'ultimo, germinando, può dare la pianta o il parassita. Solo la parola attesta che lo spirito ha avuto esito positivo. Tutto il campo della *ruah* resta soggettivo. È la relazione della prima persona; l'io del profeta subisce un'esperienza che

egli può descrivere, comprendere, conoscere, senza tuttavia potersi distaccare da essa e giudicarla. Sono i sogni, le visioni, le estasi: il loro racconto è fatto in prima persona: ho sognato, ho visto, ed ecco... Il campo del *dabar* è oggettivo. All'Io del profeta si sostituisce un Egli: parola di Dio, oracolo del Signore... Le parole non esigono più né racconto, né interpretazione. Esse sono. Hanno un'esistenza a sé. Già si intravede, nell'esperienza del *dabar*, il senso di una separazione. La *ruah* di Dio e la *ruah* dell'uomo rischiano di non fare che una cosa sola. Ma quando Dio parla, Dio e l'uomo sono due. Il *dabar* è dialogo (...). È con la parola che la profezia è veramente *dialogo*. La *ruah* crea una dimensione dialogale perché fa partecipare l'uomo a Dio. Il *dabar* arricchisce questa dimensione con una ripartizione rigorosa dei ruoli. *Come un uomo parla ad un altro uomo*: nella *parola*, Dio e l'uomo sono dunque essenzialmente due. Nella *ruah*, non lo sono che formalmente» (pp. 92-93).

- d. *Il luogo dell'annuncio*. L'itinerario dalla contemplazione all'annuncio ci conduce ora a centrare l'attenzione sul secondo termine, semanticamente collocato entro l'esperienza di ascolto e di parola. Il contesto è evidentemente uditivo, è biblico secondo il cammino della maturità della *ruah* – come Neher ci ricordava –. L'annuncio condivide la logica della parola e dell'ascolto, logica indispensabile alla stessa esperienza di visione al fine di sottrarre quest'ultima alla sua riduzione soggettiva. Una teologia della parola e dell'ascolto produce, paradossalmente, una nuova comprensione della stessa visione. Infatti, ad una prima accezione di visione corrisponde un'azione di parola, un'azione dialogica che permette di trasformare, smentire o rettificare l'esperienza stessa del vedere. Vi è un "vedere prima" e un "vedere dopo". Potremmo dire che il vedere della fede, cioè la vera contemplazione dell'esperienza biblica, vetero- e neotestamentaria, è anzitutto un "vedere dopo" avere ascoltato. L'icona dei discepoli di Emmaus è sintetica ed istruttiva su questo livello: la comprensione, grazie all'ascolto, modifica la sua stessa esperienza visiva: gli occhi della fede non sempre corrispondono agli occhi, anatomicamente intesi. La fede nasce dall'ascolto e permette una visione rinnovata, più profonda, capace di osservare oltre, di "contemplare". Pertanto, l'itinerario nella relazione dialettica tra contemplazione e annuncio va così chiarito: anzitutto una parola, che biblicamente include anche la categoria di evento; parola ed eventi accolti nell'ascolto e nella visione, ma ricompresi all'indomani della resurrezione. L'ascolto dell'annuncio fatto dallo stesso Gesù risorto (è Gesù in persona che conduce alla fede i discepoli nelle apparizioni pasquali), primo vero testimone della resurrezione, è a fondamento di ogni nuova visione, cioè di ogni "contemplazione" chiamata essa stessa a divenire "annuncio", nell'imitazione di Gesù quale primo annunciatore del Vangelo pasquale.

Traduzione CEI (1974)	Testo greco NA / GNT	Proposta di traduzione
<p>1. 'Ciò che era fin da principio, ciò che abbiamo udito, ciò che noi abbiamo veduto con i nostri occhi, ciò che noi abbiamo contemplato e ciò che le nostre mani hanno toccato, ossia il Verbo della vita ²(poiché la vita si è fatta visibile, noi l'abbiamo veduta e di ciò rendiamo testimonianza e vi annunziamo la vita eterna, che era presso il Padre e si è resa visibile a noi), ³quello che abbiamo veduto e udito, noi lo annunziamo anche a voi, perché anche voi siate in comunione con noi. La nostra comunione è col Padre e col Figlio suo Gesù Cristo. ⁴Queste cose vi scriviamo, perché la nostra gioia sia perfetta.</p>	<p>1.1 Ὁ ἦν ἀπ' ἀρχῆς, ὃ ἀκηκόαμεν, ὃ ἑωράκαμεν τοῖς ὀφθαλμοῖς ἡμῶν, ὃ ἑθεασάμεθα καὶ αἱ χεῖρες ἡμῶν ἐψηλάφησαν περὶ τοῦ λόγου τῆς ζωῆς 1.2 καὶ ἡ ζωὴ ἐφανερώθη, καὶ ἑωράκαμεν καὶ μαρτυροῦμεν καὶ ἀπαγγέλλομεν ὑμῖν τὴν ζωὴν τὴν αἰώνιον ἣτις ἦν πρὸς τὸν πατέρα καὶ ἐφανερώθη ἡμῖν 1.3 ὃ ἑωράκαμεν καὶ ἀκηκόαμεν, ἀπαγγέλλομεν καὶ ὑμῖν, ἵνα καὶ ὑμεῖς κοινωνίαν ἔχητε μεθ' ἡμῶν, καὶ ἡ κοινωνία δὲ ἡ ἡμετέρα μετὰ τοῦ πατρὸς καὶ μετὰ τοῦ υἱοῦ αὐτοῦ Ἰησοῦ Χριστοῦ. 1.4 καὶ ταῦτα γράφομεν ἡμεῖς, ἵνα ἡ χαρὰ ἡμῶν ᾖ πεπληρωμένη.</p>	<p>1. 'Ciò che era da principio è ciò che noi abbiamo ascoltato, è ciò che noi abbiamo visto con i nostri occhi, è ciò che noi abbiamo contemplato e le nostre mani hanno toccato, cioè la "Parola della Vita". ²Anzi, "quella Vita" si è manifestata e noi abbiamo visto, rendiamo testimonianza e vi annunziamo "quella Vita eterna" che era presso il Padre e che si è manifestata a noi. ³Ciò che abbiamo visto e abbiamo udito, annunciamo (quindi) anche a voi, affinché anche voi possiate avere comunione con noi; anzi, la nostra comunione è con il Padre e il Figlio suo Gesù Cristo: ⁴queste cose vi scriviamo, affinché la nostra gioia sia piena.</p>

Il testo biblico che scandisce la trama contenutistica, quale testo ispiratore e di sintesi, dell'intero documento è il prologo della prima lettera di Giovanni (1Gv 1,1-4). In capo all'introduzione del documento sono richiamati rispettivamente il v. 1 e il v. 4; il primo capitolo «Lo sguardo fisso su Gesù, l'inviato del Padre», richiama parte del v. 2; il secondo capitolo, «La Chiesa a servizio della missione di Cristo», rimanda ad un'ulteriore sezione del v. 2; mentre la conclusione, «Una vita di comunione», si riferisce a v. 3. La scelta di questo testo biblico appare guidata dalla volontà dei Vescovi di percepire la forza e la dinamica della testimonianza di una Chiesa ancorata decisamente entro la propria fondazione cristologica.

Senza pretendere di svolgere un'esegesi del testo, desidero solo attirare l'attenzione su un particolare legato al modo di tradurre dal greco questi versetti che appaiono i più complessi dell'intera letteratura giovannea. La traduzione della CEI, nella revisione del 1974 è quella utilizzata dal documento dei Vescovi, e complessivamente confermata dalla gran parte dei commentari antichi e moderni. Questa traduzione deve fare i conti con una fraseologia ridondante e complessa tale da confinare in una parentesi tutto il v. 2. Espressione certo non facile da contenere, in quanto prevede che i cinque "ciò" del v. 1 siano tutti complementi oggetti del verbo principale che apparirebbe solo al v. 3: «noi lo annunciamo anche a

voi». In altre parole, la versione andrebbe tradotta collocando logicamente quest'espressione che compare al v. 3, prima del v. 1: «*Noi annunciamo anche a voi: ciò che era da principio, ciò che abbiamo udito, ciò che noi abbiamo veduto...*».

La proposta che qui avanzo per una nuova traduzione coglie anzitutto una distinzione di posizione sintattica tra la prima espressione («Ciò che era da principio») e le seguenti. Il ruolo di soggetto logico di tale espressione diventa decisivo per l'accentuazione del primato cristologico nella sezione. Da soggetto logico si trasforma in complemento oggetto dei verbi di percezione successivi. Così facendo ogni azione del testimone (ascoltare, vedere con gli occhi, contemplare e toccare con le mani) ha sempre lo stesso oggetto, «ciò che era da principio». Secondo questa scelta, l'accento andrebbe a cadere sempre su questa espressione che continua ad apparire enigmatica, sebbene appartenente allo stile della letteratura giovannea. Al termine del v. 1, l'espressione enigmatica «Ciò che era da principio», viene qualificata e identificata con «la Parola della Vita», facendo così intendere che «ciò che era da principio» corrisponda a «la Parola della Vita». La dinamica del v. 1 appare così chiara e conclusa, disposta a consegnare al v. 2 l'approfondimento della categoria della «Vita», evocata dall'espressione precedente che qualificava «ciò che era da principio». Il ruolo del primo versetto è quindi quello di stabilire una relazione profonda tra il soggetto originario che diviene oggetto di percezione in più modi, dall'esperienza dell'ascolto, a quella della visione oculare, a quella della contemplazione per giungere al tatto che, per eccellenza, è l'esperienza della certificazione della realtà. Tale realtà, «ciò che era da principio», viene semanticamente inserita nell'espressione «parola della vita», con un genitivo che ritengo «epesegetico», da rendersi con «Parola che è la Vita». La categoria di «logos/parola» richiama evidentemente l'apertura del prologo del quarto vangelo, dove «principio», «parola» e «vita» sono direttamente correlati: «In principio era la Parola... in lui era la Vita... e la Parola si fece carne e pose la sua tenda in mezzo a noi e noi vedemmo la sua gloria...» (Gv 1,1-14).

Decisiva e centrale, nel primo versetto, è la figura del Verbo, di Gesù Cristo nel suo entrare nella storia. Il passaggio al secondo versetto sottolinea il transitare entro l'esperienza della «Vita» che si manifesta e viene vista: qui l'accento sensoriale cade sull'apparire e il vedere, il mostrarsi della «Vita» e il vedere del discepolo. Se il mostrarsi è, alla luce del v. 1, quello della «Parola che è la Vita», appare chiaro quanto il seguente passo voglia sottolineare l'evento cristologico del quale gli apostoli sono testimoni. Tale «visione» è – secondo l'itinerario sopra esposto – più propriamente «contemplazione», ovvero una visione che ri-nasce dalla maturità della parola, dove vedere e ascoltare appartengono alla dinamica della vera fede del discepolo. Per questo il v. 3 articola la visione e l'ascolto quali

premesse dell'annuncio, sintesi dell'itinerario di fede apostolica: «ciò che abbiamo visto e abbiamo udito, annunciamo...».

In sintesi, la mutazione della traduzione mette in evidenza la giusta collocazione dell'azione di annuncio, quale esito dell'intero itinerario di ascolto, visione, contemplazione, tatto e testimonianza. La versione CEI, così disposta dà il primato all'espressione principale del v. 3: «noi lo annunciamo anche a voi», e tutto il v. 1 diviene una partizione di cinque oggettive; la traduzione proposta, colloca in principio il primato autenticamente cristologico «ciò che era da principio/la parola della vita», dal quale fa scaturire il rapporto con la storia del discepolato e della testimonianza apostolica, dalla quale scaturisce l'annuncio. Tale itinerario impedisce che la lettera di Giovanni divenga la *magna charta* del primato kerygmatico della Chiesa, al fine di restituire e collocare al principio, quale «parola» originaria, Gesù Cristo stesso, Verbo eterno del Padre, il primo vero «annunciatore». In altre parole, è sull'annuncio di Gesù che si fonda l'annuncio della fede e la diffusione della Chiesa. Il documento dei Vescovi bene comprende questa verità cristologica (cfr. *il primo capitolo*), sebbene la traduzione della CEI si esponga a vanificare tale primato cristologico, in virtù di quello ecclesiologico («noi annunciamo anche a voi ciò che era da principio...»). Siamo di fronte ad un utilizzo di un testo biblico ben inteso nel suo sviluppo teologico nel documento, ma – a mio avviso – mal reso dalla traduzione.

3.
"Duc in altum"
(Lc 5,1-11):
una navigazione
simbolico-evocativa
dalla "Novo Millennio
ineunte"
al documento
"Comunicare il
Vangelo in un mondo
che cambia"

L'immagine-simbolo del documento pontificio «Novo Millennio ineunte», esito del cammino giubilare, rimanda all'episodio narrato nel vangelo di Luca, episodio di chiamata apostolica e di missione in mare aperto: «Duc in altum» (Lc 5,4). Anche il documento dei Vescovi, nella presentazione del Cardinale Camillo Ruini e nella conclusione al n. 66 riprende tale immagine, che diviene emblematica di uno stile missionario in principio al terzo millennio.

Chiudendo questo rapido cammino dalla contemplazione all'annuncio ci viene lasciata l'evocazione dell'espressione greca e latina: «prendi il largo» è letteralmente «va' verso l'alto», perché ciò che è «profondo» per i greci e i latini è «alto», l'altezza è profondità. L'evocazione diviene quindi significativa: il cammino missionario non è solo un cammino di distanza, il «largo», lasciando alle spalle le proprie sicurezze, bensì è un cammino «verso l'alto», condizione autentica di un messaggio teso tra terra e cielo, dove la «contemplazione» ne è la sintesi e dove l'annuncio ne è l'inveramento per tutte le genti.



alla contemplazione all'annuncio: presupposti per l'azione pastorale [dimensione liturgico-mistagogica]

Prof. ANDREA GRILLO - Docente di Teologia Sacramentaria
presso il Pontificio Ateneo S. Anselmo - Roma

“[occorre]...sapere e stabilire la differenza fra ciò che, a riguardo della fede, può essere esposto all'effetto mediatico e ciò che non lo può essere”¹.

**Premessa:
tre equivoci
da chiarire**

Vorrei chiedermi anzitutto in che modo lo sguardo “liturgico e mistagogico” può intervenire nell’ambito di ciò che pensiamo come “comunicazione della fede” in questo nostro contesto post-moderno e di complesso esordio del III millennio. Proprio a questo proposito occorre anzitutto spazzare via una serie di equivoci che ancora gravano pesantemente sul modo con cui comprendiamo questa particolare dimensione della vita cristiana:

- a. anzitutto la liturgia, per restare se stessa, non può essere ridotta a “funzione” o “occasione” per una “comunicazione altra”, ma piuttosto è essa stessa “comunicazione-comunione” originaria con il Signore. Se resta vero che la liturgia è “culmen et fons”, essa non si lascia guardare dall’esterno, ma è punto di vista al cui interno è possibile fare esperienza del messaggio di salvezza del vangelo. La fontalità della liturgia pretende questa prima attenzione decisiva, poiché solo come “fons” essa può rimanere “culmine” della esperienza cristiana.
- b. La chiesa, che pure è esposta al mondo, non espone mai il proprio mistero semplicemente sul piano “pubblico”. La liturgia vive proprio di questa complessa strategia di manifestazione e copertura, di rivelazione e segreto, di annuncio e di riserbo, di “detto” e “non-detto”, di “dicibile” e “indicibile”, che non scade mai nel pubblico o nel privato, proprio perché essa possa restare esperienza di “comunione”, di confidenza e di intimità.
- c. Questa particolare “forma” della comunicazione liturgica – che non si lascia semplicemente tradurre sul piano concettuale o morale – ha una struttura strettamente simbolica, rituale, corporea,

¹ P. SEQUIERI, *Comunicazione, fede e cultura*, in C. GIULIODORI-G. LORIZIO (edd.), *Teologia e comunicazione*, Cinisello B., San Paolo, 2001, 11-28, qui 24.

narrativa che pone in crisi una identità immediata, spiritualistica, falsamente contemplativa cui spesso il nostro tempo vorrebbe appellarsi, soprattutto quando ha a che fare con i valori etici e religiosi.

Alla luce di queste peculiarità mi pare che il confronto con gli Orientamenti CEI 2001-2010 (“**Comunicare il vangelo in un mondo che cambia**” = CVMC) possa mettere in risalto alcune caratteristiche della “comunicazione” del prossimo decennio segnata da una nuova consapevolezza: comincerò col reperire un legame profondo tra contemplazione e azione (§.1.), passerò poi a considerare brevemente il discredito di questa idea all’inizio del XX secolo (§.2), per cogliere nella distinzione tra “comunità eucaristica” e “semplici battezzati” il principio di una nuova considerazione della comunicazione propria della liturgia (§.3), riscoprendo le modalità simboliche del darsi di una “identità iniziatica” del cristiano (§§.4.5.), per concludere infine con alcune prospettive di azione pastorale, sensibili a questa nuova coscienza liturgica e mistagogica. A ciò segue una “appendice”, dedicata alla riscoperta della dimensione “non-verbale” come elemento qualificante la comunicazione liturgica, che affido alla vostra personale lettura (cfr. *Appendice*, p. 116).

1.
Contemplare nella
azione liturgica:
il principio
di un nuovo
atteggiamento e di
un nuovo “sapere
teologico-pastorale”

Non va affatto da sé che il carattere “fontale” della liturgia per la vita della chiesa sappia davvero essere accettato, meditato, praticato e creduto dal cristiano moderno. Io credo che una parte rilevante della “conversione pastorale” di cui parlano gli “Orientamenti” sia proprio legata a questa prima questione fondamentale e preliminare. Se non vogliamo far precipitare le parole nella retorica ecclesiastica – che è sempre un principio di “falsa comunicazione” e dunque di preoccupante incomunicabilità -, dobbiamo riflettere sul fatto che la liturgia e la mistagogia sono state riscoperte proprio per “dire questo carattere di fonte” della liturgia. Il “riconoscimento” di Gesù come Signore ha infatti sempre bisogno di una esperienza/espressione simbolico-rituale. Ritornare a questo principio della identità ecclesiale come esperienza liturgica – et quidem simbolico-rituale – costituisce una prima caratteristica del “comunicare il vangelo”. Da un certo punto di vista, allora, il nostro titolo – secondo cui vale il principio “annunciare” sequitur “contemplare” – dovrebbe essere articolato più ampiamente, dicendo che la contemplazione originaria è legata a filo doppio ad una azione simbolico-rituale di cui dobbiamo tutti riscoprire la “fontalità”.

Quando CVMC parla di “configurare la pastorale secondo il modello della iniziazione cristiana” (n. 59) cerca in un certo senso

di mostrare la delicatezza del rapporto tra celebrazione e annuncio, tra testimonianza e nozione di verità, tra atto e concetto. Già C. Vagaggini, nel 1961, indicava proprio in questa riconciliazione tra pensiero e vita il “legittimo e tormentoso assillo del pensiero moderno”²!

2.
Il rapporto
articolato
tra annuncio
e celebrazione:
una piccola
unilateralità
della teologia
del XX secolo

Proprio a questo proposito, tuttavia, dobbiamo anche dimostrarci disposti a correggere una piccola e grande distorsione a cui siamo troppo abituati, e che pertanto ci impedisce di cogliere la importanza di quanto affermato anche dagli Orientamenti CEI. In sostanza, essendo tutti figli della modernità, siamo come inclini ad una “concezione debole del rito”³, ossia alla sua “funzionalizzazione ad altro”, quasi al suo carattere di “applicazione pratica” di evidenze teoriche, etiche o concettuali maturate per altra via. La debolezza implicita in questa visione sta proprio alla base del Movimento Liturgico e della riscoperta della Liturgia che MD e SC hanno proposto alla attenzione universale della chiesa.

Per la Chiesa italiana superare questa “visione debole” significa riscoprire la comunicazione-comunione insita nella liturgia come fonte di identità nel rapporto con il Padre, mediato dal Figlio nello Spirito. Fa parte di questo atteggiamento anche una forma “unilaterale” di rapporto con la ritualità cristiana. Proprio la centralità della eucaristia ha bisogno di tutto il contesto sacramentale, anzitutto della iniziazione, e poi però anche di tutto l’ambito liturgico, temporale e spaziale, con l’anno liturgico e la preghiera oraria, con la coscienza spaziale delle soglie e dei legami.

La forza comunicativa della liturgia è tanto più grande ed efficace se siamo capaci di lasciarla parlare a suo modo e a suo tempo, senza forzarne le forme e i contenuti. L’ansia di comunicare “altro” (giornate particolari, iniziative, nuove e antiche necessità...) di fatto ci “distræ” dalla comunicazione centrale e insostituibile dell’incontro con il Signore.

² C. VAGAGGINI, *Liturgia e pensiero teologico recente. Inaugurazione del Pontificio Istituto Liturgico*, Pontificio Ateneo Anselmiano, Roma, 1962, 76.

³ Cfr. G. BUSANI, *La rilettura del “Rito di iniziazione cristiana degli adulti” a confronto con il postmoderno*, in AA.VV., *Iniziazione cristiana degli adulti oggi*, C.L.V. Ed. Liturgiche, Roma, 1998, 213-235.

3.
La distinzione
tra "comunità
eucaristica"
e "semplici
battezzati":
il primato
della iniziazione
e la sua impossibile
improvvisazione

Proprio alla luce di quanto abbiamo appena considerato appare di grande importanza la esplicita assunzione della distinzione tra "comunità eucaristica" e "semplici battezzati" (cfr. *CVMC*, nn. 46ss.) che indica un compito qualificante e peculiare della pastorale "comunicativa" del prossimo decennio.

Su questo piano occorre maturare la coscienza di una grande distinzione:

- a. non si tratta semplicemente di modificare le modalità dell'annuncio perché tutti possano celebrare la stessa liturgia;
- b. bensì di riscoprire una gradualità celebrativa interna allo stesso corpo ecclesiale, nelle sue diverse componenti istituzionali e nelle differenti tappe di maturazione.

Si tratta, evidentemente, di condurre tutti alla pienezza della comunità eucaristica, ma con la rinnovata coscienza di tutte le soglie "iniziatiche" che non sono "ad excludendum", ma "ad includendum". Solo se confidiamo che l'atto liturgico sia luogo comunicativo per eccellenza, allora sappiamo riscoprire una gradualità di esperienze simbolico-rituali insieme alla loro fundamentalità iniziatica e simbolica. Non possiamo chiedere né tutto, né troppo a coloro che non hanno i mezzi simbolici e esperienziali per intendere ciò che loro proponiamo. Una accurata "economia comunicativa", un sapiente dosaggio delle forme e dei contenuti potrà diventare la strategia obbligata della comunicazione ecclesiale del decennio prossimo.

4.
La mistagogia come
"comunicare
attento alla forma
simbolica"
e la comune
esperienza
del "simbolo
pubblicitario"

Che cosa era per gli antichi la mistagogia se non precisamente questo "iniziare gli uomini e le donne alla specifica esperienza simbolico-rituale cristiana"? E che cosa potrebbe essere oggi alla luce di quanto abbiamo visto e di quanto ci dicono appunto gli "Orientamenti" per il prossimo decennio? Io credo che come gli antichi modellavano le loro mistagogie su esperienze simbolico-rituali "altre" (*in primis* riferite all'esperienza dei misteri pagani) e sul loro rapporto con la esperienza sacramentale già vissuta dai neofiti, così per noi dovrebbe essere possibile recuperare tutta la serietà poetica e profetica dei simboli cristiani portando alla luce la esperienza simbolica che maturiamo nell'attuale contesto vitale, segnato dal mondo mediatico del segno cinematografico-televisivo, che oggi plasma il nostro occhio simbolico in modo tanto radicale quanto efficace.

Il "simbolo pubblicitario" – dobbiamo riconoscerlo senza timore – è tanto simbolo quanto l'eucaristia o il battesimo. Il suo "uso diabolico" costituisce però una delle sfide più gravi alla nostra coscienza, poiché tende a confermare continuamente quella presunta

e presuntuosa “autonomia del comunicare” dall’etico e dal vero⁴ che ci rende del tutto vulnerabili ai simboli pubblicitari e impermeabili ai simboli religiosi.

Ma non abbiamo alternativa: per “resistere” all’uso diabolico del simbolo pubblicitario dobbiamo poterci “arrendere” al simbolo liturgico della fede. Questa **resistenza** e questa **resa** sono oggi il nostro segreto e la nostra risorsa più potente e più delicata⁵.

5.
La liturgia
come “fonte”
e il “ressourcement”
della chiesa italiana
nel nuovo millennio

Prima di indicare alcune linee conclusive, vorrei pertanto tornare a formulare in modo completo il breve itinerario che ho cercato di percorrere facendomi “orientare” dagli orientamenti CVMC.

Ebbene, comunicare il vangelo oggi presuppone una coscienza simbolicamente e ritualmente nutrita del mistero. Declinare la parola mistero come “nome innominabile di Dio Padre”, come “rivelazione dell’immagine del Padre nel Figlio incarnato” e come “struttura simbolica del dono che regge la vita della Chiesa” (come Spirito di santità) costituisce una esigenza per “parlare davvero” al mondo che cambia. Ma questa coscienza simbolico-rituale della fede ha una struttura iniziatica, si dà nella ripetizione e istituisce temporalmente e spazialmente l’atteggiamento stesso del cristiano di fronte al prossimo.

Potremmo parlare, così, di un “ressourcement” della Chiesa, un tornare alla fonte della propria identità e della propria missione, per poter annunciare la propria benedizione e in essa quella di tutti gli uomini. Il “ressourcement” di cui la Chiesa ha bisogno è la riscoperta dell’atto celebrativo simbolico-rituale come principio della propria identità di comunione e d’amore. La “conversione pastorale” degli Orientamenti ci suggerisce così una nuova accezione della “Riforma liturgica della chiesa”: essa è non tanto la riforma che la Chiesa promuove dei propri riti, ma la riforma che i riti promuovono della Chiesa, riportandola al centro di grazia della propria identità.

6.
Conclusioni:
speranza di novità
e sapienza
del limite.

Nel concludere vorrei soltanto indicare alcune delle piste “comunicative” su cui i singoli Uffici e più globalmente l’impegno delle Diocesi potrebbe soffermarsi a riflettere e ad operare:

a. anzitutto si tratta di saper intendere il **celebrare come forma specifica e “sui generis” del comunicare**: se “la relazione tra rito e comunicazione non è scontata”, ciò vale in entrambe le di-

⁴ Cfr. P. SEQUERI, *Comunicazione, fede e cultura*, passim.

⁵ Su tutto il delicato rapporto tra simbolo pubblicitario e simbolo liturgico rimando a quanto esposto in G. BONACCORSO-A. GRILLO, *La fede e il telecomando. Televisione, pubblicità e rito*, Assisi, Cittadella, 2001.

rezioni. Ossia, da un lato il rito implica una certa necessaria sospensione del comunicare ordinario, e d'altra parte la comunicazione moderna presume di aver definitivamente soppiantato ogni rito. Il bisogno di "comunicare il Vangelo" deve fare i conti con questa specificità di una "comunicazione originaria" che non si lascia semplicemente ridurre al "comunicare ordinario"⁶.

- b. In particolare, all'interno del celebrare bisogna considerare il **predicare come celebrare particolarmente comunicativo**, dove tuttavia la "regola del gioco" è più quello del condividere una esperienza celebrativa che quello di trasmettere informazioni o nozioni. La estrema delicatezza del "comunicare il mistero celebrando" trova nella omelia il terreno spesso più impervio ed esposto ad ogni forma di scivolamento "moralistico" e "intellettualistico". Una adeguata "formazione alla omelia" (oggi troppo carente nella formazione del ministro cristiano) dovrà scrupolosamente scandagliare modalità linguistiche, simboliche ed espressive di un discorso che abbia di volta in volta (e molto spesso nello stesso tempo!) come interlocutori la "comunità eucaristica" e i "semplici battezzati".
- c. Una cura pastorale di carattere più spiccatamente "culturale", ma del tutto armonica con il recupero della "sapienza rituale" del cristiano è l'esigenza di **smontare il simbolo pubblicitario per mostrarne l'uso diabolico che la pubblicità promuove e l'uso autenticamente simbolico di ogni comunicazione autenticamente orientata alla comunione**. Come ha scritto un noto commentatore televisivo, "Tutta la comunicazione è solo pubblicità, se non è amore". Anche le nostre celebrazioni, le nostre omelie e le nostre preghiere, quando si lasciano sedurre da una strategia troppo "funzionalistica", diventano pubblicità. Ma per uscire da questo gorgo seducente, occorre muoversi in due direzioni parallele, sebbene convergenti. Da un lato, sorvegliando criticamente la "produzione simbolica pubblicitaria" e smascherandone ad un tempo la maestria comunicativa e la menzogna profonda; dall'altro, riconsiderando la dimensione simbolico-rituale della comunicazione cristiana, soprattutto nel suo versante più delicato, ossia nella celebrazione dei misteri di Cristo.
- d. Per finire, possiamo ricapitolare i compiti di una riscoperta della comunicazione liturgica ponendo in luce due aspetti della "**conversione pastorale**" di cui parlano gli "Orientamenti":
 - **riconsiderare le "forme"** (parola, gesto, simbolo, rito) di celebrazione e di annuncio. Il richiamo alla "qualità della formazione" (CVMC, appendice) riguarda certamente anche i conte-

⁶ Cfr. su questo tema l'importante studio di G. BONACCORSO, *La dimensione comunicativa della liturgia*, "Rassegna di Teologia", 41/4(2000), 485-515, ora riprodotto anche in C. GIULIODORI-G. LORIZIO, *Teologia e comunicazione*, 129-166.

nuti, ma credo che debba concentrarsi in modo ancor più forte e primario proprio sulle “forme”. Su questo aspetto cfr. la Appendice (p. 116).

- **rinunciare a comunicare tutto.** Solo così la liturgia non viene svuotata del suo senso e può continuare a diventare principio di comunione. Proprio la localizzazione spaziale e temporale della fede nella parrocchia e nella domenica costituisce il principio di una nuova comprensione della pastorale. Non la ripetizione del già noto, ma la riscoperta sotto una nuova ottica di un patrimonio di sapienza comunicativa che la chiesa ha sempre grandemente praticato e che oggi rischia di andare clamorosamente in crisi. Siamo ancora in parrocchia ma è come se non ci fossimo, ci troviamo ancora di domenica, ma è come se fosse un giorno qualsiasi. No, un principio “monastico” e “domestico” della spiritualità cristiana contemporanea ci suggerisce di ripartire dalla comunicazione più radicata nel tempo e nello spazio. Solo a questo patto, solo a costo di questa grande ricomprensione di sé, la centralità della parrocchia e della domenica possono costituire davvero i contenuti più originali di una “conversione pastorale” che deve allontanarci dalla minaccia di una “mediocrità” (CVMC, appendice), che è mediocrità comunicativa e perciò spirituale e da ultimo anche semplicemente cristiana.



alla contemplazione all'annuncio: presupposti per l'azione pastorale (prospettive teologico-pastorali)

Prof. Don NUNZIO GALANTINO - Docente di Antropologia filosofica
presso la Pontificia Facoltà Teologica dell'Italia meridionale - Napoli

«Solo il continuo e rinnovato ascolto del Verbo della vita, solo la contemplazione costante del suo volto permetteranno ancora una volta alla Chiesa di comprendere chi è il Dio vivo e vero, ma anche chi è l'uomo» (CVMC, 10)

«Senza uno sguardo contemplativo diventa difficile interiorizzare gli eventi, la storia in cui viviamo, fino a discernervi un senso e a farla nostra» (CVMC, 41)

1.
Le quattro tappe
del cammino
pastorale
della Chiesa italiana¹

Dopo "Evangelizzazione e sacramenti" – "Comunione e comunità" – "Evangelizzazione e testimonianza della carità", per il prossimo decennio i Vescovi italiani invitano a «dare uno sguardo realistico al contesto nel quale siamo chiamati a offrire la nostra testimonianza»², e quindi a *Comunicare il Vangelo in un mondo che cambia*.

Forse è ancora presto per cogliere in pieno la consistenza e la unitarietà del progetto pastorale che la Chiesa italiana si è dato a partire dagli anni Settanta; è invece abbastanza chiaro il disagio che coglie l'operatore pastorale medio e la conseguente assuefazione provocati dalla vastità della "produzione" pastorale ufficiale³. A fronte di questa situazione, mi pare importante riportare alla memoria un invito che, in tempi non sospetti, già veniva rivolto alla Chiesa italiana; invito a «superare quel diffuso senso di rassegnazione».

¹ Una lettura relativa alle prime tre tappe del cammino pastorale della Chiesa italiana, e comunque un accostamento critico e disincantato alle proposte che lungo questo cammino sono maturate, lo si trova in E. FRANCHINI, *Il rinnovamento della pastorale*, EDB, Bologna 1991².

² *Presentazione* del Card. Camillo Ruini.

³ Una testimonianza quantitativa è data dai volumi dell'*Enchiridion* che raccolgono gli atti della Conferenza Episcopale Italiana.

zione e di fatalismo che sembra paralizzare le speranze [...] producendo due linee di tendenza egualmente rischiose: il riflusso su se stessi, a salvaguardia della propria identità, e la scelta di appartenenze spontaneistiche o comunque parziali e puramente corporativistiche, che non sanno far credito a una fiduciosa progettazione del bene comune»⁴.

La strada che porta a superare rassegnazione e fatalismo e che aiuta ad abbandonare l'atteggiamento disincantato di chi "... ne ha già viste tante!", richiede evidentemente il recupero di un sano e motivato realismo nei confronti delle dinamiche del mondo in cui viviamo e del Vangelo che siamo chiamati a *comunicare*. E l'ambito all'interno del quale va operato questo recupero è quello pastorale; ma di quella pastorale che, giovandosi del contributo illuminato di K. Rahner⁵ e di P. Schoonenberg⁶, abbandona modelli deduttivi in base ai quali «l'arte pastorale è la tecnica che *applica* i principi universali della scienza pastorale e li *fa scendere* sul piano dell'attività pratica e concreta»⁷. Il modello pastorale che la Chiesa italiana, almeno nelle sue componenti più avvedute, ha fatto proprio e nel quale possono trovare attuazione le istanze presenti negli *Orientamenti* per il prossimo decennio, è quello che accoglie tra le sue «fonti», e quindi come luogo teologico, la storia intesa sia come il complesso della vita ecclesiale, compresa la tradizione, sia come storia *tout court* della quale è parte integrante la stessa vita della Chiesa. Questa storia, avevano già scritto i Padri conciliari nella *Gaudium et spes*, al n. 4, «bisogna conoscere e comprendere».

Gli elementi che entrano nel titolo dato dai Vescovi al documento ribadiscono la scelta di questa linea pastorale. Infatti, il modo d'intendere sia il *Comunicare*, sia lo spazio in cui detta comunicazione deve realizzarsi (... *in un mondo che cambia*) confermano, da una parte, il carattere dialogico-dinamico dell'azione alla quale l'intera comunità dei credenti è chiamata, dall'altra, la forte consapevolezza del carattere "complesso" dello scenario in cui la Chiesa vive ed opera.

Un'analisi accurata degli aspetti appena evidenziati richiederebbe strumenti di analisi e disponibilità di tempo superiori a quelli in questa sede consentita. Per questo mi limito a proporre due considerazioni: la prima riguarda l'Incarnazione come evento paradigmatico del *Comunicare il Vangelo*; la seconda, partendo dalla dimensione storica dell'Incarnazione, si riferisce al *contesto* nel quale

⁴ *Insieme per un cammino di riconciliazione* (Sussidio della Segreteria del Comitato nazionale preparatorio del 2° convegno ecclesiale), n. 10, in *Enchiridion CEI/3*, EDB, Bologna 1986, p. 1248.

⁵ K. RAHNER, *Fondamenti della teologia pastorale*, Herder - Morcelliana, Roma - Brescia 1969.

⁶ P. SCHOONENBERG, "Révelation et expérience", in *Lumen vitae* 25 (1970) 384 ss.

⁷ È la posizione espressa da Ceriani come è riportata in R. TONELLI, *Pastorale giovanile oggi*, Roma 1979², p. 27.

vivono sia il soggetto sia il destinatario del *Comunicare il Vangelo*. Entrambe le considerazioni mi sono state suggerite dal fatto che, per ben quattro volte, nel testo degli *Orientamenti* i Vescovi rivolgono esplicitamente l'invito alla "contemplazione", ponendola all'inizio di ogni autentica conoscenza e all'origine di ogni efficace azione di testimonianza evangelica e di servizio alla comunità.

Se i ripetuti riferimenti alla contemplazione non sono casuali e se, come capita nel *Documento*, alla contemplazione si dà sempre come oggetto il Verbo di Dio ed il suo volto, si capisce subito che nelle intenzioni dei Vescovi l'annuncio e quindi la *comunicazione del Vangelo in un mondo che cambia* devono svilupparsi nella linea dell'Incarnazione. Questa diventa, cioè, dal punto di vista teologico, il modello di sviluppo di ogni annuncio/ testimonianza.

Dovendo allora indicare le "prospettive teologiche" che fungono da presupposti dell'azione pastorale e che devono accompagnarla, intendo esplicitare i momenti che caratterizzano l'Incarnazione, accolto come paradigma di ogni autentica comunicazione e che si presenta come *obbedienza, compito e relazione*.

Come l'Incarnazione del Verbo, la *comunicazione del Vangelo* è *obbedienza*, nel senso che essa risponde a un progetto che ha la sua origine nel progetto del Padre, il quale "vuole che tutti gli uomini siano salvati e arrivino alla conoscenza della verità" (1 Tm 2,4).

Intendere la *Comunicazione del Vangelo* nella linea dell'Incarnazione e dell'Incarnazione come *obbedienza*, vuol dire partire da una importante acquisizione: il Vangelo affidato alla Chiesa perché lo comunichi è un "dono che viene dall'alto" (Gc 1,17). È cioè un "bene indisponibile", nel senso che domanda fedeltà assoluta e ci chiede di farci suoi compagni, sentendoci nello stesso tempo "destinatari" e "testimoni" di esso.

Questa immediata e semplice constatazione è ricca di risvolti pastorali, primo tra tutti quello che ritroviamo nelle parole di Paolo alle prese con la sua strenua difesa davanti ai Corinzi: «Noi non intendiamo far da padroni sulla vostra fede; siamo invece i collaboratori della vostra gioia» (2 Cor 1, 24). Ed è anche ciò che sin dall'*Introduzione* i Vescovi ricordano nell'atto di dichiarare gli obiettivi degli *Orientamenti*: «Al servizio della gioia e della speranza di ogni uomo» senza «far da padroni sulla vostra fede».

Comunicare il Vangelo sul modello dell'Incarnazione come *obbedienza* diventa, sul piano pastorale, *missione* rivolta a tutti non solo perché essa ha come orizzonte di riferimento ideale il mondo intero, ma anche e soprattutto nel senso che essa esige che venga vissuta in maniera tale da essere da tutti colta ed accolta.

Accogliere l'Incarnazione come modello della comunicazione è accogliere la persona di Cristo (il "volto" dicono i Vescovi, cioè la sua vicenda) come paradigma del "cosa" e del "come" comunicare: «Gesù non è stato soltanto dalla parte del mistero di Dio di fronte all'uomo, ma anche dalla parte dell'uomo di fronte al mistero di Dio. [...] Un cristiano che vuole comunicare la fede, una Chiesa che si protende nella comunicazione della fede si deve collocare dentro le contraddizioni dell'uomo davanti a Dio»⁸.

Quando la comunità credente accoglie la persona e la vicenda di Gesù come modello, non solo non seleziona i destinatari della comunicazione ma, come Gesù, si pone in ascolto del contesto nel quale vive sia essa sia i destinatari della *comunicazione del Vangelo*.

L'Incarnazione come paradigma della comunicazione ha un carattere storico: sia perché si è compiuta in precise condizioni spazio-temporali sia perché è inserita in un orizzonte di senso che va molto di più in là di coordinate spazio-temporali ben definite.

Il documento dei Vescovi si muove in questa direzione soprattutto nelle pagine nelle quali esplicita il senso della seconda parte del titolo dato agli *Orientamenti*: «in un mondo che cambia». Sono pagine nelle quali si fa pressante l'invito a prendere coscienza dei fenomeni che caratterizzano l'attuale situazione socio-culturale⁹, sottoposta a rapidi e profondi processi di trasformazione non sempre facilmente prevedibili e che, sempre più spesso, provocano delegittimazioni che sorprendono l'operatore pastorale medio e mettono in discussione modelli teorici pacificamente accettati nel passato¹⁰.

La situazione socio-culturale che i Vescovi chiamano "mondo che cambia" viene caratterizzata dagli analisti come società *complessa*¹¹, *flessibile*, sempre più assimilabile ad un *sistema politeistico*.

L'immagine corrispondente a questo tipo di società, per certi versi affascinante ma anche abbagliante e problematica tanto da ingenerare la sensazione del vuoto, è quella del *pantheon*, realtà in cui convivono varie divinità.

⁸ D. SIGALINI, "La centralità della comunità cristiana per comunicare la fede", in CENTRO ORIENTAMENTO PASTORALE, *Comunicare la fede*. La missione per il nuovo millennio (50ª settimana nazionale di aggiornamento pastorale), EDB, Bologna 2000, p. 92.

⁹ Evito volutamente, per l'attuale situazione socio-culturale, i termini "moderna" o "postmoderna", "secolarizzata" o "postsecolarizzata" ecc., per la molteplicità di significati ad essi attribuiti.

¹⁰ Cf. B. SEVESO, «La pastorale ordinaria nella prospettiva di una società di "mista religione"», in AA.VV., *Cristianesimo e religione*, Glossa, Milano 1992.

¹¹ Sul piano sociale, il concetto di complessità indica "un contesto sociale caratterizzato dall'assenza di prospettive, dal venir meno della risoluzione delle contraddizioni, dal prevalere di una situazione di indeterminazione sociale a fronte dei molti problemi che attraversano il sistema. Si tratta quindi di un concetto direttamente collegato a quello di crisi, dal momento che la società complessa sembra avere nella crisi il suo punto di equilibrio, senza una prospettiva di sbocchi e di soluzioni" (F. GARRELLI, "Religione e modernità: il caso italiano", in AA. VV., *La religione degli europei*, Edizioni della Fondazione Giovanni Agnelli, Torino 1992, p. 36).

Il termine “politeismo” e l’immagine del “pantheon” evidenziano con efficacia la presenza contemporanea, nell’ambito socio-culturale, di aspetti diversificati ma non necessariamente in contraddizione tra loro. Si tratta di elementi e comportamenti semplicemente disomogenei o disarticolati ai quali si affianca una pluralità di sistemi e di culture informativo-normative.

Ma, è possibile identificare più esplicitamente le caratteristiche di una socio-cultura complessa e flessibile? E quali attenzioni esse richiedono sul piano pastorale e su quello della comunicazione?

a. La prima costante è certamente la compresenza di una molteplicità di codici di lettura della realtà; con il risultato piuttosto generalizzato che «nessuna tradizione funziona più come un “codice di senso”, capace di imporsi agli individui e ai gruppi»¹². Ciò fa della nostra una società aperta, connotata da un diffuso senso di incertezza resa più evidente dall’atomizzazione individualista dei sistemi di significato.

La conseguenza di questa prima caratteristica è che, assieme alle altre agenzie educative, «le chiese hanno ampiamente perso la loro capacità di imporre non solo alla società tutta intera, ma anche ai propri fedeli, un sistema ortodosso di significati organizzati, associati ad un dispositivo di pratiche obbligatorie»¹³.

b. Strettamente connessa alla prima costante, ve n’è un’altra che contribuisce a determinare il carattere “complesso” dell’attuale socio-cultura e a rendere meno pacifica l’azione del *comunicare il Vangelo*: è la moltiplicazione delle fonti di trasmissione delle informazioni e dei circuiti di comunicazione sociali.

Prendiamo ad esempio la comunicazione religiosa e, legata ad essa, quella riguardante la valutazione morale. In un passato non lontano, il prete era sostanzialmente l’unico esperto accreditato nel campo delle valutazioni morali; l’unico in grado di comunicare efficacemente determinati contenuti e di pronunciare determinati giudizi. Cosa avviene oggi? Il moltiplicarsi delle fonti di informazione e la differenziazione della loro ispirazione ideologica hanno ridimensionato drasticamente il grado di credibilità di alcune figure istituzionali, tra le quali quella del prete, sottoposte regolarmente al vaglio della critica.

c. Un altro fatto, nell’ambito delle caratteristiche della società complessa, è la pluralità dei modelli culturali proposti dalle diverse agenzie di socializzazione (famiglia, scuola, parrocchia ecc) spesso diversificati anche all’interno delle medesime.

Pensiamo alla scuola dove i modelli culturali, sia a livello verticale (programmi e testi) sia orizzontale (rapporto professori-

¹² D. HERVIEU-LÉGER, “Tendenze e contraddizioni della modernità europea”, in AA. VV., *La religione degli europei*, cit., p. 6.

¹³ *Ibidem*.

alunni), si differenziano e coesistono non solo e non sempre nei limiti di un fecondo pluralismo. Ne consegue una frantumazione che, quando viene assimilata, sfocia in un moltiplicarsi dei criteri di classificazione, di valutazione e di orientamenti della e nella realtà.

Un'attività pastorale che intende rispondere alle domande della persona e «ravvivare la speranza di ogni uomo»¹⁴, non può ignorare la prima ed immediata conseguenza provocata, sul piano antropologico, dai fenomeni sopra descritti: mi riferisco all'acuirsi del problema dell'identità personale e al conseguente smarrimento della stessa.

L'uomo contemporaneo, secondo Deleuze e Guattari, è un essere senza fondamento, perché l'attuale clima socio-culturale gliene offre tanti possibili. E l'assenza di fondamento diventa, non di rado, assenza di *identità*¹⁵.

Sembra essere questo il frutto più drammatico che nasce dall'albero della "società complessa" e che porta ad una soggettività esasperata perché senza dimora, senza sostegno, senza riconoscimento e senza radici.

Ed ecco, allora, la seconda domanda che mi ponevo più avanti: «quali attenzioni richiedono ai credenti le caratteristiche di una socio-cultura complessa e flessibile sul piano pastorale e su quello più specifico della *comunicazione del Vangelo?*». Mi sembra di poter rispondere con quanto i Vescovi scrivono al n. 50, dove si invoca proprio una attenzione «a cogliere le sfide che provengono loro dalla storia» e ad assumersi il compito di «rispondervi alla luce del Vangelo» (n. 50).

Nella linea dello schema scelto come traccia per il mio contributo, si può dire che uno sguardo rivolto alla comunicazione che, come l'Incarnazione, oltre ad essere obbedienza, è anche *compito* contribuisce a esplicitare gli atteggiamenti richiesti per essere "luce", "sale", e "lievito" in questo nostro mondo.

¹⁴ *Presentazione* del card. Ruini a *Comunicare il Vangelo...*

¹⁵ Le recenti scienze sociali hanno attentamente studiato il fenomeno della perdita di identità nella società complessa, soprattutto in riferimento alle giovani generazioni e ai comportamenti di cui queste si rendono protagonisti. Tra la fine del secolo passato e quello appena iniziato, l'abusato ricorso alla "fine delle ideologie" viene spesso accostato alla perdita delle identità forti, che non trovano risposte soddisfacenti in progetti culturali o politici "moderati"; progetti che, per intenderci, ammettono solo "avversari" e non "nemici": e senza "nemici" non si costruiscono identità forti. Si spiega così il diffuso disinteresse delle giovani generazioni nei confronti della politica (moderata), salvo poi a trovare sbocco in qualche movimento collettivo di protesta che identifica il "nemico" e non avverte affatto il bisogno di conoscerne le ragioni né quello di mantenersi negli argini della legalità: qui prevale soltanto la logica amico-nemico.

Il mistero dell'Incarnazione svela all'uomo il volto di Dio, racconta il suo desiderio di prossimità e di comunione, di vita nuova nel segno del servizio incondizionato. "Sono venuto perché abbiano la vita e l'abbiano in abbondanza": così l'evangelista Giovanni (10, 10) descrive il compito che Gesù è chiamato a realizzare in obbedienza al Padre; compito affidato all'intera comunità dei credenti e a cui si fa molto attenta la Chiesa Italiana, come attesta il n° 4 del documento in cui si legge: «Per questo, ci pare che *compito assolutamente primario per la Chiesa, in un mondo che cambia* e che cerca ragioni per gioire e sperare, sia e resti sempre *la comunicazione della fede*, della vita in Cristo sotto la guida dello Spirito, della perla preziosa del Vangelo» (n. 4).

Le motivazioni e le energie per realizzare questo compito vanno attinte alla «Parola della vita» (n. 3), in un itinerario che va «dall'ascolto alla condivisione per amore» (n. 4) e (n. 8) tenendo lo «sguardo fisso su Gesù, autore e perfezionatore della fede» (*Eb 12, 2*).

Per tradurre in cammino pastorale tale mandato affidato alla Comunità dei battezzati, i Vescovi italiani assumono come fonte primaria la lettera apostolica di Giovanni Paolo II *Novo millennio ineunte*, caratterizzata dal forte invito dello stesso Cristo Signore: «*Duc in altum*» (*Lc 5,4*)¹⁶.

Il riferimento alle tappe principali della vicenda storica di Gesù di Nazaret (nn. 10-31), lette nell'ottica di fede della prima comunità cristiana, sottolinea l'importanza della Risurrezione di Cristo, quale fondamento della nostra fede e della nostra speranza (*1Cor 15, 14*) e la forza rigenerante dello Spirito Santo per il compito affidato alla comunità credente.

«La nostra speranza – si legge al n. 25 – si fonda unicamente sul fatto che la via tracciata da Gesù di Nazaret è quella che conduce anche noi alla vita piena ed eterna». Se il tema della speranza continua ad affascinare l'uomo contemporaneo e se il desiderio di nuove conquiste, sia sul piano individuale che collettivo, giustifica l'impiego di notevoli energie, il rimando alla «vita piena ed eterna» non risulta oggi di particolare attrattiva. Riconoscendone comunque l'importanza, al n. 29 degli Orientamenti, i Vescovi si domandano: «Come proclamare oggi le verità circa la vita eterna in modo che suscitino un profondo interesse negli uomini alla ricerca di "che cosa sperare" e siano capaci di scuotere le coscienze e di provocare conversione?».

La domanda trova una prima risposta nello stesso n. 29 e nei nn. 30 e 31, laddove si legge: «In questo spazio che è l'esistenza terrena, Dio parla all'uomo, gli indica in mille modi la via che porta alla vita» (n. 29). I «mille modi» diventano, in Cristo, progetto di

¹⁶ Cf. S. PINTOR, *La formazione permanente del clero. Orientamenti e percorsi*, EDB, Bologna 2001, pp. 131 ss.

vita evangelico, «buona notizia, appello alla conversione, parola che dischiude un orizzonte di vita e di speranza, che non chiude le porte, ma le apre» (n. 31).

3.1. Comunicare il Vangelo: un compito da vivere nella logica del paradosso cristiano, tra sim-patia e differenza

Fin qui è difficile avvertire nel documento dell'Episcopato italiano novità di analisi e di proposte; sembra anzi di notare una certa discrezione quando si tratta di invitare a un rilancio delle iniziative pastorali: «la dedizione a questo compito ci chiede – si legge, infatti, al n. 32 – di essere disposti anche a operare cambiamenti, qualora siano necessari, nella pastorale e nelle forme di evangelizzazione, ad assumere nuove iniziative».

È nel secondo capitolo che i Vescovi indicano le linee di fondo del compito missionario della Chiesa, intesa in senso ampio come *comunicazione del Vangelo nel mondo odierno* (n. 31).

L'assunzione di responsabilità richiesta ai credenti chiamati ad assolvere il compito di *comunicare il Vangelo nel mondo odierno* deve misurarsi costantemente con la «paradossalità dell'esperienza cristiana» (n. 35). Questa, infatti, pur domandando di essere vissuta in stretto e fecondo contatto con quanto siamo abituati a chiamare la «cultura del nostro mondo», non può, «per acquiescenza alle attese più immediate di un'epoca o di una cultura» (n. 35), rinunciare alla «differenza cristiana, alla *trascendenza del Vangelo*» (ivi).

Anche in questo caso, dal modo di parlare e di agire di Gesù ricaviamo le linee di azione per il compito affidato alla comunità credente. Nel rivelare il progetto di amore del Padre, che invita tutti gli uomini a viverne i frutti, Gesù si è ampiamente servito di gesti e parole paradossali. Una paradossalità vissuta come *vicinanza/fe-deltà* all'uomo e alla sua storia e come *differenza*, quando si è inserito in essa, ne ha mostrato le contraddizioni ed ha indicato con chiarezza la strada che porta al loro superamento. Una strada contrassegnata appunto da parole e gesti paradossali. Come classificare altrimenti la scelta di mettere in cattedra “maestri discutibili” (Samaritani, vedove, pubblicani ecc) per comunicare la forza e la novità del suo messaggio?

Ma è attraverso la paradossalità della croce/resurrezione che la comunicazione del progetto d'amore del Padre raggiunge il suo culmine: essa è insieme condivisione piena della sconfitta dell'uomo e momento di piena redenzione di essa.

C'è una sezione abbastanza ampia degli *Orientamenti* (nn. 37-44) nella quale i Vescovi chiamano per nome le *potenzialità* e i *problemi* che caratterizzano la storia dell'uomo contemporaneo e che

sostituiscono l'*humus* nel quale veniamo chiamati a vivere il *compito di comunicare il Vangelo*.

Certo, l'ordinata descrizione delle *potenzialità* (nn. 37-39) e dei *rischi/problemi* (nn. 40-44) che caratterizzano il nostro mondo rappresenta un notevole sforzo di analisi in vista di compiti e decisioni pastorali qualificanti per il cammino della Chiesa. Resta vero, però, che uno dei problemi più evidenti, nei confronti dei quali la pastorale ordinaria continua a mostrare i suoi limiti, è la effettiva capacità di "intercettare" *potenzialità* e *rischi/problemi*, entrando in un fecondo dialogo con essi.

La capacità di "intercettare" è altro dal ritrovarsi con analisi ben articolate tra le mani (o su riviste specializzate!), e quella di "entrare in fecondo dialogo" con *potenzialità* e *rischi/problemi* richiede una vera e propria ascesi. Non trovo, perciò, esagerato quanto i Vescovi scrivono al n. 40: «Oggi più che mai su questi temi è richiesta a ogni cristiano un'autentica vigilanza profetica». E, al n. 41: «Senza uno sguardo contemplativo diventa difficile interiorizzare gli eventi, la storia in cui viviamo, fino a discernervi un senso e a farla nostra».

In questa prospettiva penso vadano accolte la proposta e le logiche secondo le quali si muove il *Progetto culturale orientato in senso cristiano* (n. 51). La fatica che si registra nell'assimilare le istanze trasferendole anche sul piano della pastorale, luogo ordinario della comunicazione, è proporzionale alla difficoltà che si incontra nel caricare di *senso* le scelte concrete di cui essa si nutre. Insomma, a proposito delle parole e dei gesti che accompagnano la pastorale ordinaria, si stenta ancora a chiedersi, oltre al senso che essi hanno *in sé* e oltre a quello che possono aver avuto per il passato, quale senso hanno e se sono significativi *per* i destinatari del nostro tempo. Non voglio con questo affermare che il valore della proposta cristiana derivi dal riconoscimento che le proviene dai destinatari di essa; non mi sembra però ragionevole escludere *a priori* la domanda sul senso di quanto si fa o si dice. Soprattutto se si tiene presente che comunicare (nel nostro caso: *comunicare il Vangelo*) è sempre un'offerta di senso all'interlocutore.

Non si può dire che nella Chiesa manchino iniziative e progetti; spesso, però, essi stentano a «comunicare» messaggi forti, a divenire cioè "offerta di senso", perché manca una coerente e creativa continuità tra gli uni e le altre. Qualsiasi attività pastorale e la stessa evangelizzazione "comunicano" non quando offrono una serie di informazioni attendibili, ma quando interpellano l'uomo sul senso della sua esistenza.

Quello che non solo i "lontani", ma anche i più sensibili tra i credenti faticano a cogliere nel nostro impegno e che rende, di conseguenza, poco eloquenti i segni di cui si nutre la comunicazione

pastorale è la concreta e visibile *coerenza* tra motivazioni, obiettivi e scelte messe in atto per raggiungerli. Ben vengano allora le domande che, sotto forma di esigente esame di coscienza, i Vescovi propongono a se stessi e a tutta la comunità dei credenti: «la comunicazione delle proposte che abbiamo formulato, anche attraverso convegni e documenti, è stata comprensibile per la gente e ha saputo toccare il suo cuore? Coloro che sono gli strumenti vivi e vitali della traduzione degli orientamenti pastorali – sacerdoti, religiosi, operatori pastorali – si sono coinvolti in maniera corresponsabile e intelligente nel cammino delle loro Chiese locali? E i singoli credenti stanno affrontando il loro cammino cristiano non individualisticamente, bensì nel contesto della comunità dei discepoli di Cristo, che è la Chiesa? E noi Vescovi abbiamo saputo dare gli impulsi necessari perché i nostri stessi orientamenti pastorali non restassero lettera morta?» (n. 44).

L'immediatezza di queste domande esprime la volontà di affrontare con lealtà il tema della efficacia comunicativa e di scoprire le cause che rendono molto disturbata e quindi scarsamente comunicativa la presenza della comunità credente nel moderno areopago.

La risposta alle domande dei Vescovi imbrocchia la strada sbagliata se si attarda, semmai con linguaggi ...esoterici (tale risulta essere per i più l'«ecclesialese»), a trovare giustificazioni poco comprensibili. Essa può maturare solo a partire da due atteggiamenti: dalla «docile *accoglienza dello Spirito*, da cui deriva la forza capace di plasmare i cuori e di far sì che le comunità divengano segni eloquenti a motivo della loro vita "*diversa*"» (n. 45) e dal «prendere sul serio il Vangelo, lasciando che sia esso a portarci dove noi forse non sapremmo neppure immaginare e a costituirci testimoni» (ivi).

Sono questi i punti di partenza per una evangelizzazione «nuova nel suo ardore, nei suoi metodi e nella sua espressione»¹⁷, ma sono anche i punti di partenza per una autentica e indispensabile «*conversione pastorale*» (n. 46).

Questa espressione fu già adoperata dai Vescovi nel documento che seguì il Convegno ecclesiale del 1995¹⁸ ed incontrò grande fortuna. Ora, negli Orientamenti la incontriamo per ben quattro volte¹⁹; segno di una urgenza che rimane tale in un *mondo che cambia*.

Non è del tutto assodato che il nostro tempo abbia preso definitivo congedo dalle ideologie, è certo però che dalla cultura e dalle manifestazioni che gli appartengono non sono scomparsi gli

¹⁷ GIOVANNI PAOLO II, «Discorso all'Assemblea dei Vescovi dell'America Latina (9.03.1983), in *Insegnamenti* VI/1, p. 698; cf *Christifideles laici*, 35 e C.E.I., *Evangelizzazione e testimonianza della carità*, 25.

¹⁸ CONFERENZA EPISCOPALE ITALIANA, *Con il dono della carità dentro la storia. La Chiesa in Italia dopo il Convegno di Palermo*. Nota pastorale, 23; *Notiziario CEI* 1996, 173.

¹⁹ Nella *Presentazione* del card. Ruini al Documento, ai nn. 46 e 59 e in Appendice (n. 4).

slogans, esibiti come *passe-partout*. E la pastorale, in quanto azione di uomini e donne appartenenti a questo tempo, non è del tutto esente dal fascino esercitato dalla cultura sloganistica.

Tra gli *slogans* più fortunati e di sicura efficacia in ambito ecclesiale va certamente annoverato quello che invoca un passaggio deciso, e quindi una conversione, da una "pastorale di conservazione" ad una "pastorale profetica".

Ma, a quale profezia ci si riferisce? E quali sono le tappe di questo passaggio?

Si tratta sostanzialmente di passare da una pastorale intesa come "risposta a problemi" ad una pastorale attenta a "valorizzare risorse"; questo passaggio è reso possibile solo dal recupero di una caratteristica essenziale della pastorale: la dimensione *relazionale*.

La vicenda storica di Gesù di Nazaret, appassionato cercatore dell'uomo, lo ritrae sempre in dialogo con esso e instancabilmente proteso a vivificarne le potenzialità. Tutto il vangelo si snoda attraverso una trama di relazioni che promuove uno stupendo *empowering*: i ciechi vedono, i sordi odono, gli zoppi camminano...

«Cristo si è veramente posto al centro della storia, là dove Dio e l'uomo sembrano contraddirsi, trasformando la contraddizione in rivelazione. Non esiste altra strada per comunicare Dio. Non è possibile comunicare dando solo risposte. Sarebbe come il parlare vuoto degli amici di Giobbe: parlano a Giobbe senza prima essersi posti dalla sua parte. Sono subito dalla parte di Dio contro l'uomo. E invece occorre porsi prima accanto all'uomo davanti a Dio»²⁰.

Partendo da questo presupposto, nella linea di un dinamismo pastorale orientato alla valorizzazione delle risorse, e interessato a divenire spazio di comunicazione dell'Evangelo, mi permetto di avanzare una analogia tra i dinamismi della *pastorale* come luogo di comunicazione e quelli del *dialogo/relazione*, fino a considerare la pastorale come una forma *sui generis* di *dialogo/relazione*.

Come il dialogo, anche la pastorale esige dei *soggetti* che interagiscano, un *contenuto* che è oggetto del dialogo e degli *atteggiamenti* che lo rendano efficace.

Come il dialogo, anche l'azione pastorale cambia a seconda della qualità degli interlocutori: può esservi un dialogo tra soggetti sostanzialmente in sintonia tra loro, e qui il dialogo assume subito i connotati di un reciproco arricchirsi, ma nella linea del già posseduto. Quando invece irrompe la presenza dell'"altro" da sé, l'incon-

²⁰ B. MAGGIONI, "Gesù Cristo comunicazione di Dio con l'umanità", in CENTRO ORIENTAMENTO PASTORALE, *Comunicare la fede*. La missione per il nuovo millennio, cit., p. 43.

tro tra gli interlocutori diventa dialogo solo a condizione che si stabilisca un rapporto di vera e propria reciprocità (*Gegenseitigkeit*).

Prescindendo per un momento dalle determinazioni che può assumere l'*altro*, è ovvio che la sua presenza può dare origine ad atteggiamenti di ottusa chiusura e di distratta indifferenza, come anche di disponibile apertura e di esaltante conversione.

La qualità del rapporto con l'*altro* funge di fatto da cartina al tornasole per definire l'"autenticità" o la "inautenticità" e, per certi versi, anche la funzionalità o la inutilità di un'azione pastorale che intende *comunicare il Vangelo*. L'*altro*, in ogni caso e di primo acchito, crea problema o, per dirla diversamente, interpella sia con la sua presenza sia con la sua assenza. Questo appello può trovare accoglienza e segnare l'inizio di un'esperienza di relazione che, perciò stesso, diventa luogo di comunicazione efficace. Ma l'appello che viene dal volto dell'*altro* può incontrare anche indifferenza e rifiuto aprendo la strada a forme di solipsismo.

Sul piano pastorale e della comunicazione, l'equivalente del solipsismo cui approdano le esperienze più radicali di negazione del dialogo e quindi di rifiuto dell'*altro* ha il suo equivalente nell'*auto-referenzialità* che, vera e propria malattia mortale della pastorale stessa, si traduce in ossessiva e sterile ripetitività che poco o nulla riesce a comunicare.

Proseguendo nella linea dell'analogia tra le dinamiche della pastorale e della comunicazione e quelle del dialogo/relazione, ritengo particolarmente illuminante il contributo proveniente da alcuni autori riconducibili alla tradizione neoebraica: mi riferisco al Neher di *L'esilio della parola* e al Buber di *La fede dei profeti*²¹. Mi riferisco allo sforzo che entrambi fanno – dopo aver messo tra parentesi la cornice culturale e confessionale della Sacra Scrittura – di accostarsi ad essa come a contenitore della «trama di un'antropologia dialogica di grande suggestione, i cui termini dell'incontro – Dio e l'uomo – sono posti originariamente nel loro spessore personale, in una posizione di *differenza* che supera l'*in-differenza* e che trova il terreno dell'incontro attraverso una graduale e reciproca educazione all'"altro"»²².

Le pagine bibliche, allora, appaiono come storia di una inedita relazione all'interno della quale i singoli episodi sono momenti particolari che contribuiscono a caricare di senso la relazione stessa ed il dialogo da essa derivante. Leggendo in quest'ottica le pagine della Bibbia nelle quali si sviluppano dei dialoghi, è facile rendersi conto come non vi sia spazio per un dialogo che si sviluppi sempre e comunque in maniera armoniosa. Il dialogo, come la comunicazione che si incontra nelle pagine della Sacra Scrittura è un dialogo che è sorto, si è sviluppato, si è inceppato, è rinato; un dialogo, insom-

²¹ M. BUBER, *La fede dei profeti*, Marietti, Casale Monferrato 1983.

²² P. RICCI SINDONI, *Sulle tracce di Abramo*, Istilla Editore, Messina 1990, p. 142.

ma, segnato sempre dal carattere della precarietà e del rischio: dal dialogo incompiuto tra Dio e la prima famiglia umana e tra i membri della stessa famiglia, fino al falso dialogo messo in scena a Babele; dalla nascita del dialogo autentico tra Dio e Abramo, al dialogo riuscito stabilitosi nel pieno rispetto dei ruoli tra Dio e Geremia²³ e al dialogo carico di dramma sviluppatosi tra Dio e Giobbe.

Proprio partendo dalla ribellione di Giobbe contro una solitudine nella quale si nasconde il volto di Dio, Neher, Buber ed altri autori di tradizione neoebraica fermano la loro attenzione sulla eclatante eclissi del dialogo e quindi sul silenzio di Dio ad Auschwitz, di fronte al quale si può dire che ci sono momenti in cui la rivelazione di Dio avviene sotto la forma del suo nascondimento.

Sempre, comunque, le esperienze positive e quelle negative di dialogo raccontate nella Bibbia si svolgono nel contesto di un rapporto aperto all'imprevisto o, come la chiama Neher, all'«improvvisazione»; termine con il quale il filosofo ebreo intende affermare la libertà dei *partners* e l'esigenza che il dialogo sia orientato alla creazione di un mondo nuovo e aperto alla continua ri-creazione attraverso l'apertura degli stessi all'universo dell'altro.

5.
I luoghi di una
comunicazione
vissuta
come obbedienza,
compito e relazione

Ed è proprio il riferimento alla Sacra Scrittura guidato dai criteri e dalla sensibilità degli autori citati a mettere in grado di cogliere, per il tema che ci interessa, i rischi e la precarietà, ma anche le enormi potenzialità insite nella comunicazione pastorale intesa come dialogo. Solo la disponibilità ad assumere la differenza, la disarmonia, l'imprevisto, l'insuccesso, come polo di potenziamento reciproco tra gli interlocutori e di paziente ricerca di nuove vie di comunicazione permette alla pastorale di rivelarsi come forma credibile di annuncio e di testimonianza profetica, capace di imprimere un dinamismo missionario all'azione della Chiesa. Una missione *ad intra*, rivolta cioè a «coloro che si riuniscono con assiduità nell'eucaristia domenicale, e in particolare a quanti collaborano regolarmente alla vita delle nostre parrocchie» (n. 46); e una missione *ad extra* che, oltre a comprendere quella comunemente detta *ad gentes*, è rivolta ai battezzati che hanno un rapporto con la comunità ecclesiale limitato a qualche incontro più o meno sporadico, in occasioni particolari della vita.

L'una e l'altra forma di missione della Chiesa non potranno realizzarsi senza il positivo travaglio che implica il rapporto fra la sua fedeltà alla Parola di Dio e il coraggio di dirla anche senza protezioni e senza domande interessate.

Quando si vivono così la missione e la profezia, è difficile stabilire delle priorità tra le urgenze missionarie. I Vescovi comunque,

²³ A. NEHER, *L'esilio della Parola*. Dal silenzio biblico al silenzio di Auschwitz, Marietti, Csalale Monferrato 1983, pp. 135-147. 162s.

ai nn. 47-49 e 53-54, provano a definire i *soggetti* della missione, i *momenti* dei quali essa si nutre ed i *percorsi* attraverso i quali la vita della comunità credente diventa presenza profetica e quindi soggetto credibile nella *comunicazione* del Vangelo. Colpisce, in questo passaggio del documento, l'insistenza con la quale si riconosce la centralità della *liturgia*, e in particolare della celebrazione eucaristica, in considerazione, tra l'altro, del fatto che essa rimane lo spazio in cui continua ad essere consistente la presenza di fedeli e quindi la opportunità di *comunicare il Vangelo*.

E, a proposito di liturgia, non fanno mistero i Vescovi nel denunciare una sorta di ... riflusso in ambito liturgico; un riflusso che si esprime sotto forma di vera e propria tentazione «di tornare a vecchi formalismi o di avventurarsi alla ricerca ingenua dello spettacolare» (n. 46), privandola del suo ruolo primario: l'essere cioè luogo in cui la comunità celebra i divini misteri e, celebrandoli, vive un evento di relazione e fa esperienza di una presenza.

Di qui l'auspicio: «serve una liturgia insieme seria, semplice e bella, che sia veicolo del mistero, rimanendo al tempo stesso intelligibile, capace di narrare la perenne alleanza di Dio con gli uomini» (ivi). La discriminante tra una liturgia formale e malata di ingenua ricerca dello spettacolare e liturgia che veicola il mistero, non passa solo per il cuore dell'uomo e della comunità: essa deve poter contare su una fede adulta e «pensata» (n. 50). Viene spontaneo, a questo punto, il rimando all'intero testo dell'enciclica *Fides et ratio* e a quanto S. Agostino scrive nel *De praedestinatione sanctorum* (II, 5): «la fede, se non è pensata, non è niente»²⁴.

Tornando alla liturgia «veicolo del mistero» (n. 49) c'è da dire che, quando non è supportata da una fede adulta e pensata, essa corre il rischio non troppo remoto di costituire facile alibi per quanti sostituiscono la fatica del pensiero con prassi senz'anima e lontane dall'intelligenza della fede.

Alla luce di queste indicazioni, gli *Orientamenti* rivolgono la loro attenzione ad alcuni ambiti privilegiati dell'azione pastorale della Chiesa; si legge al n. 51: «Ci pare opportuno chiedere per gli anni a venire un'attenzione particolare ai giovani e alla famiglia²⁵». Per i primi, si invoca la creazione di «veri laboratori della fede²⁶, in cui i giovani crescano, si irrobustiscano nella vita spirituale e diventino capaci di testimoniare la Buona Notizia del Signore» (ivi). Per quanto attiene poi alla famiglia, riconosciuta l'evidente crisi cul-

²⁴ Cf, a questo proposito, il mio "Credere pensando. La *Fides et ratio* tra nichilismo, postmodernità e ricerca del senso", in *Rivista di Scienze religiose* 13 (1999) 251-263, in particolare il paragrafo posto sotto il titolo "... quando rinunciare a pensare la fede offende la fede" (pp. 259-261).

²⁵ Cf. GIOVANNI PAOLO II, Lett. ap. *Novo millennio ineunte*, 9; 40; 47: OR, 8-9 gennaio 2001, 2; 5; 5.

²⁶ Cf. GIOVANNI PAOLO II, *Omelia durante la veglia a Tor Vergata per la XV Giornata Mondiale della Gioventù*, 2-3: OR, 21-22 agosto 2000, 4-5.

turale dell'istituzione familiare, i Vescovi invitano ad «assumere l'accompagnamento delle famiglie come priorità di importanza pari, in questi tempi, a quella della pastorale giovanile» (n. 52).

L'ultima parte del documento, confermando il carattere relazionale della comunicazione, invita a «pensare a forme di dialogo e di incontro con tutti coloro che non sono partecipi degli ordinari cammini della pastorale» (n. 58). I Vescovi ricordano la diversità e la complessità di tali interlocutori che, proprio in forza di questa diversità e complessità, domandano approcci specifici. Altro è, infatti, intraprendere il dialogo con «battezzati da risvegliare alla fede [...], giovani e fanciulli non battezzati, eredi di situazioni di ateismo o agnosticismo, seguaci di altre religioni» (n. 58) [...], adulti che chiedono il battesimo, e “cristiani della soglia” (n. 59); altro ancora è aprirsi al «dialogo culturale sui grandi temi della nostra società e della vita quotidiana» (n. 60).

A chi avesse l'impressione di trovarsi dinanzi a un documento sbilanciato sul versante delle strategie e dei progetti, la *Conclusione* ricorda la natura specifica della comunità alla quale il documento stesso è indirizzato. È una “Chiesa di discepoli e di inviati” ed è “casa e scuola di comunione” (n. 65)²⁷ chiamata a comprendere che «l'unico modo per rivolgersi agli uomini in maniera conforme alla grazia ricevuta è quello di parlare loro in ginocchio (n. 63) [...]. È questa la via che porta alla fecondità: la Chiesa umile e serva, che scende accanto agli uomini, soffrendo con loro in ogni loro debolezza, può trasmettere davvero il Verbo della vita fino a far rinascere la speranza e la gioia nei cuori degli uomini» (n. 64).

Quella speranza e quella gioia che per il cardinale Newman sono il frutto della luce che il grande convertito invocava così per sé e per coloro ai quali si sentiva inviato:

«Stai con me, e io inizierò a risplendere come tu risplendi;
a risplendere fino ad essere luce per gli altri.

La luce, o Gesù, verrà tutta da te: nulla sarà merito mio.

Sarai tu a risplendere, attraverso di me, sugli altri.

Fa' che io ti lodi così, nel modo che tu più gradisci,
risplendendo sopra tutti coloro che sono intorno a me.

Da' luce a loro e da' luce a me;

illumina loro insieme a me, attraverso di me.

Insegnami a diffondere la tua lode, la tua verità, la tua volontà.

Fa' che io ti annunci non con le parole ma con l'esempio,
con quella forza attraente, quella influenza solidale che proviene da
ciò che faccio,

con la mia visibile somiglianza ai tuoi santi,
e con la chiara pienezza dell'amore che il mio cuore nutre per te»²⁸.

²⁷ GIOVANNI PAOLO II, Lett. ap. *Novo millennio ineunte*, 43: OR, 8-9 gennaio 2001, 5.

²⁸ Cf. J. H. NEWMAN, *Meditations and Devotions*, London - New York - Bombay, 1907, 365.



La progettazione pastorale nell'ambito delle comunicazioni sociali alla luce degli orientamenti pastorali

Don CLAUDIO GIULIODORI

Direttore dell'Ufficio Nazionale per le comunicazioni sociali

Don FRANCO MAZZA

Vicedirettore dell'Ufficio Nazionale per le comunicazioni sociali

1.
Alcuni riferimenti
a
carattere nazionale

Nella progettazione del lavoro per i prossimi anni è utile tener presente il quadro complessivo sei soggetti, delle strutture e delle principali iniziative a carattere nazionale. Ciò potrà contribuire all'elaborazione e alla collocazione dei progetti particolari. Alcune delle cose che verranno richiamate potrebbero non essere rilevanti per la realtà diocesana o non avere un immediato riscontro nell'azione pastorale delle singole realtà ecclesiali, ma è importante conoscere che cosa bolle in pentola e quali saranno i punti di riferimento per il nostro lavoro nell'ambito delle comunicazioni sociali. Quanto segnalato in questa prima parte farà da sfondo alle successive indicazioni più di carattere operativo e direttamente connesse con la programmazione pastorale.

1.1. Gli Orientamenti pastorali per il primo decennio del Duemila

Il tema degli Orientamenti pastorali "*Comunicare il Vangelo in un modo che cambia*", scelto dall'episcopato italiano, ci chiama direttamente in causa e ci impegna a dare il nostro peculiare contributo alla missione della Chiesa in Italia nel corso di questo primo decennio del Duemila. È un'occasione per passare dagli enunciati di principio ad una concreta progettualità che riconosca dal punto di vista della riflessione e dell'azione pastorale il contributo indispensabile delle comunicazioni sociali alla vita e alla missione della Chiesa. L'arco di un decennio ci consente di articolare il cammino e di definire le priorità. Questo anno deve servire soprattutto per fare il punto della situazione, per definire gli obiettivi e tracciare i percorsi.

1.2. La Commissione Episcopale per la cultura e le comunicazioni sociali

Nel contesto della ridefinizione delle Commissioni Episcopali, l'Assemblea della CEI ha inteso formalizzare la peculiare attenzione alla cultura e alle comunicazioni sociali creando una nuova Commissione con l'obiettivo di studiare le problematiche pastorali e di animare la comunità ecclesiale in questi ambiti. Il programma quinquennale della Commissione è stato approvato dal Consiglio Episcopale Permanente nella seduta di settembre. La Commissione ha formulato gli obiettivi del suo lavoro in questi termini:

- a. Dare continuità alle riflessioni sviluppate in occasione del Convegno ecclesiale di Palermo e agli impegni assunti con l'Assemblea generale della CEI, dedicata alle tematiche della comunicazione e della cultura (Colloquio '96), tenendo conto del cammino fatto in questi anni nell'ambito del progetto culturale e delle iniziative promosse nel settore dell'emittenza radiotelevisiva, secondo quanto affermato negli Orientamenti: "Le iniziative avviate in questi anni dalla Chiesa in Italia per raccordare e promuovere la comunicazione in campo ecclesiale e per rendere più incisiva la presenza della Chiesa nei media dovranno trovare in questo decennio un'ulteriore realizzazione nel quadro di un'organica pastorale delle comunicazioni sociali e nella prospettiva del progetto culturale" (Cf. *CVMC* 39)
- b. Promuovere occasioni di studio e di approfondimento sui temi di competenza della Commissione, in collaborazione con altre realtà della CEI e con istituzioni qualificate in ambito ecclesiale e civile, con l'obiettivo di creare una nuova consapevolezza nella comunità ecclesiale circa il nesso profondo che esiste tra evangelizzazione, comunicazione, cultura, patrimonio artistico, sport e turismo.
- c. Definire alcuni percorsi privilegiati su cui far leva per raggiungere gli obiettivi prefissati negli Orientamenti pastorali: investire nella formazione degli operatori (Cf. *CVMC* 39; 44; *appendice* 3); promuovere la sala della comunità e i centri culturali (Cf. *CVMC* 34; 50; 60) creare maggiori sinergie tra i media e la pastorale ordinaria (Cf. *CVMC* 39), coinvolgere i centri di ricerca e di formazione teologica; dare voce all'associazionismo e favorire l'impegno dei laici (Cf. *CVMC* 62).

Tra le iniziative più rilevanti messe in cantiere dalla Commissione possiamo segnalare l'elaborazione di un documento (Direttorio) per la pastorale delle comunicazioni sociali e l'impegno per una migliore collocazione della Giornata nazionale per le comunicazioni sociali.

1.3. I Vescovi delegati, le Commissioni e gli Incaricati regionali

Tra le prime iniziative della Commissione Episcopale registriamo quella di convocare i Vescovi delegati di ciascuna regione per i vari ambiti di competenza della Commissione stessa. Nel quadro di una maggiore responsabilizzazione e nella necessità di rendere funzionali gli organismi di confronto e di collaborazione sarà importante definire anche le modalità di lavoro in ambito regionale al fine di studiare iniziative comuni, forme sinergiche di collaborazione e di garantire il monitoraggio degli interventi legislativi e amministrativi, come nel caso dei Co.Re.Com e delle normative per l'emittenza radiotelevisiva. Molti Vescovi hanno avuto la delega di recente, in alcune regioni non c'è l'incaricato e non sempre le Commissioni riescono a lavorare in modo proficuo. Il contesto di "avvio" del decennio e della Commissione Episcopale, può creare un clima favorevole anche al rilancio del lavoro comune a vari livelli, tra cui quello regionale. Gli incontri, che come ufficio nazionale abbiamo avuto con le realtà regionali in più occasioni, ci hanno posto di fronte a realtà vivaci ma anche a situazioni di stagnazione e di scarsa collaborazione.

1.4. Il Direttorio per le comunicazioni sociali

Tra gli strumenti che potranno venire in aiuto al nostro lavoro e che potranno offrire un quadro organico dal punto di vista della riflessione e delle linee pastorali da seguire, va segnalato il Direttorio proposto dalla Commissione Episcopale. Sul modello di quello elaborato per la famiglia questo documento dovrebbe impegnare i vescovi e tutte le realtà ecclesiali a dare piena attuazione alle già significative indicazioni del magistero riprendendone i punti salienti e delineando criteri e percorsi per l'impegno pastorale. In questo contesto dovranno essere ripresi i temi dell'*operatore per la cultura e le comunicazioni sociali* su cui già si è in parte lavorato e quello della *Sala della comunità* su cui la precedente Commissione ecclesiale ha prodotto una interessante nota pastorale. Il Direttorio dovrebbe tradurre gli Orientamenti in precisi itinerari di lavoro che non impegnino solo gli operatori del settore, ma tutta la realtà ecclesiale.

1.5. L'Ufficio Nazionale per le comunicazioni sociali

L'Ufficio nazionale in questi anni ha cercato, nei limiti delle persone e delle risorse, di sostenere e raccordare l'impegno delle diocesi attivando una serie di iniziative sui vari fronti della comunicazione sociale. Dai Convegni pastorali a quelli di studio, dai percorsi formativi ai servizi legati alle nuove tecnologie, dagli strumen-

ti di collegamento come l'“Osservatorio” ad iniziative per far crescere le sinergie e la collaborazione tra i media cattolici e le associazioni del settore, dalla stretta collaborazione con il Servizio nazionale per il progetto culturale alla promozione di iniziative con varie Università. Certamente moltissimo resta da fare ma una prima piattaforma di lavoro è stata strutturata. Dopo l'anno Giubilare e la pubblicazione degli Orientamenti, attendiamo ora le indicazioni di questo Convegno per definire le linee dell'impegno futuro.

Tra i progetti che sono comunque in cantiere vanno segnalati:

- a. La creazione della Consulta dell'Ufficio, prevista dal regolamento in via di approvazione (al prossimo Consiglio Permanente di gennaio), composta da esperti, dagli esponenti dei media cattolici e dagli incaricati regionali. La Consulta, che ha compiti di analisi, di studio e di verifica in supporto al lavoro dell'Ufficio, dovrebbe operare attraverso due o tre incontri annuali e su progetti.
- b. La rielaborazione del Vademecum per gli Uffici diocesani in cui dettagliare meglio la fisionomia dell'Ufficio, le sue competenze e gli strumenti operativi. Il fascicolo adottato fino ad ora costituisce un prezioso canovaccio, ma necessita di approfondimenti e di integrazioni.
- c. Una sussidiazione collegata ai progetti per i prossimi anni che si andranno a definire a partire da questo Convegno. Alcune pubblicazioni e iniziative sono già state realizzate, ma restano per lo più occasionali e non inserite in un percorso omogeneo.
- d. Il raccordo con le realtà ecclesiali europee e internazionali, che in questi anni ci ha visto presenti in modo sistematico e propositivo, dovrà essere ulteriormente incentivato. I rapporti con i vari organismi sopranazionali ci è di grande aiuto per superare un certo provincialismo e per dare anche il nostro peculiare contributo alla riflessione e alla presenza dei media cattolici.

1.6. Il Convegno del 2002 per gli operatori della Comunicazione sociale

Il prossimo anno è in programma il Convegno degli operatori da promuovere assieme ad altri soggetti rappresentativi come la Fisc, il Corallo, l'Ucsi, il Copercom che, sulla scia della positiva esperienza di Pescara nel 1999, dovrebbe favorire la conoscenza, lo scambio e un ampio coinvolgimento degli operatori in un progetto comune e condiviso. La preparazione dovrà partire sin dalle prossime settimane per poter realizzare un appuntamento di ampio respiro arricchito anche da iniziative collaterali, simposi, mostre e dibattiti. Il prossimo Convegno dovrebbe raccogliere i frutti del lavoro di studio e di discernimento di questo anno e lanciare i progetti futuri.

1.7. I progetti di sviluppo nei vari comparti mediatici

Fa parte integrante del quadro di riferimento per il nostro lavoro anche l'ambito dei media, anzi in non pochi casi, si tratta dell'unica realtà esistente nelle diocesi. Dopo il Convegno di Palermo si è sviluppata una nuova stagione di impegno con vere e proprie "imprese medianiche" che si sono sviluppate su due fronti: quello della visibilità a carattere nazionale e quello del raccordo sinergico tra le iniziative nazionali e le realtà locali. Abbiamo parlato molto di sinergie e qualche cosa si è fatto anche se siamo solo all'inizio di un percorso che si dovrà strutturare e consolidare in questi prossimi anni. Oltre alle novità sul fronte radiotelevisivo non mancano iniziative nuove anche per quel che riguarda la carta stampata (Avvenire, Sir e alcuni progetti per i settimanali) e le applicazioni legate alle nuove tecnologie.

Su questo versante delle nuove tecnologie va rilevato che la sempre più numerosa presenza di siti cattolici (oltre 5.000) impone una riflessione più approfondita di quanto non sia stato fatto e l'avvio di iniziative di raccordo e di collaborazione. La Cei, anche grazie al Servizio Informatico e alle aziende collegate, ha predisposto una serie di servizi a cui si può far riferimento anche per progetti in ambito diocesano (Sito Web, rassegna stampa, programmi specifici e...in un prossimo futuro un collegamento Intranet tra le diocesi).

1.8. Il Convegno di metà decennio e un Convegno ecclesiale sulla comunicazione

In prospettiva occorre tener presente che ci sarà anche un appuntamento nazionale di metà decennio come accaduto nei decenni passati. Dato il tema degli Orientamenti non è da escludere che la comunicazione sociale rientri tra le possibili tematiche di riferimento. Ancora nulla è stato deciso in tal senso, sebbene ci sia già stata una indicazione di massima che orienta l'attenzione al ruolo del laicato.

Un'altra ipotesi potrebbe essere quella di promuovere, attraverso la Commissione Episcopale, un "Convegno ecclesiale" che coinvolga tutte le componenti delle comunità cristiane attorno a tematiche di grande respiro connesse con i processi culturali, il rapporto tra comunicazione sociale ed evangelizzazione, la presenza dei media cattolici nel panorama nazionale.

Questi appuntamenti nazionali restano sullo sfondo non essendoci alcuna proposta in merito, ma è ugualmente utile tenerli presenti nel momento in cui si progetta il lavoro per i prossimi anni.

«Definire la “visione” o gli obiettivi, fare un inventario o una valutazione dei bisogni e delle risorse disponibili, e quindi dare via a un’organizzazione e a un programma». Criterio di riferimento dovrà essere il richiamo dell’*Aetatis Novae*, e in particolare lì dove afferma: “Non ci si deve accontentare di avere un piano pastorale per la comunicazione ma è necessario che la comunicazione sia parte integrante di ogni piano pastorale perché essa ha da dare un contributo ad ogni altro apostolato, ministero o programma” (n. 17). La realizzazione di un piano che deve essere il più possibile adeguato al contesto specifico della diocesi di appartenenza. È importante quindi calibrare il piano sulle questioni più importanti che la propria diocesi si trova a dover affrontare, questioni che sono destinate a determinare il successo o il fallimento del piano stesso. Inoltre, è importante concepire un piano che abbia obiettivi realistici.

- a. Una diocesi comincia ad integrare veramente i media nell’azione pastorale quando tutta l’azione pastorale viene vista come parte di un complessivo programma di rinnovamento nel quale il bisogno di rispondere alle esigenze delle persone più lontane e in difficoltà (cf. *CVMC* 56-58) e ciò richiede il possesso di nuove abilità di comunicazione e di uso dei media.
- b. Un reale processo di rinnovamento implica una intensificazione della comunicazione tra gli operatori pastorali così da renderli consapevoli della necessità di integrare la loro azione pastorale o catechetica nel mutato contesto culturale, con “intelligenza, creatività, coraggio” (cf. 59).
- c. Nasce l’esigenza e la richiesta di modificare la formazione degli operatori pastorali, specie in direzione della comunicazione, proprio perché molta dell’indifferenza attuale verso la fede è dovuta alla scarsa capacità di comunicare di chi pure ne avrebbe tutte le intenzioni e le buone ragioni.
- d. L’uso dei media, quindi, vanno indirizzati non solo a fornire informazioni, ma a sviluppare la fede. E questo è possibile quando una diocesi oltre a possedere una visione nuova e organica dello sviluppo di fede, impiega e investe sui media non in maniera isolata, ma li colloca all’interno della pastorale.

In definitiva, la Chiesa è comunicazione non nello sforzo ammirevole di uno o due pionieri della diocesi o nella riduzione del campo della comunicazione alle pubbliche relazioni o a interessarsi del dibattito sui media pubblici. “Comunicare il Vangelo nel mondo che cambia” spinge ad una reale decisione da parte dei responsabili della comunità di dare corpo alla conversione pastorale che si misura nella scelta di evangelizzare, di “prendere il largo”, con un “dinamismo nuovo e nuove iniziative” (*CVMC* 9).

Obiettivi

- 2.1. Stabilire una nuova qualità della comunicazione all'interno della comunità e con coloro che se ne sono allontanati (cf. *CVMC* 40). Consapevolezza della crisi di comunicazione: tra gli operatori pastorali, tra i laici, tra i sacerdoti e così via. Non bastano occasionali convegni. Occorre intensificare la comunicazione tra i diversi livelli dei responsabili pastorali per individuare linee di azione comune.
- 2.2. Fare in modo che la testimonianza della comunità cristiana possa diventare luce comunicativa e lievito fecondo nella storia e nella società. Sulla linea della partecipazione responsabile occorre farsi presente nel territorio, intervenire sulle opinioni, sulle scelte e le azioni del proprio ambiente vitale. Il credente, cioè, deve poter contribuire alla creazione di una migliore società sulla base dei suoi valori cristiani (cf. *CVMC* 60-62).
- 2.3. Saper narrare ciò che contraddistingue il proprio essere credenti e i progetti della comunità. Ciò comporta l'individuazione di persone in grado di parlare della Chiesa nel linguaggio dei media e di parlare della cultura pubblica in modo che anche gli operatori pastorali possono capire. È di vitale importanza che si sappia tradurre gli impegni della Chiesa (solidarietà verso i poveri, sostegno alla giustizia, rispetto e custodia per la vita...) in simboli che possono essere espressi nei termini frettolosi, competitivi e apparentemente superficiale del linguaggio dei media. La Chiesa deve poter ribadire continuamente le sue scelte anche attraverso simboli non verbali, in immagini televisive, in azioni drammatiche e così via.
- 2.4. La scelta formativa. "Dinanzi a questa situazione, incoraggiamo i pastori e gli operatori della Chiesa ad approfondire la loro conoscenza delle questioni relative alla comunicazione e ai media, e tradurre questa loro conoscenza in opere pratiche e programmi concreti" (*Aetatis novae*). È necessario metter a punto a livello di diocesi un immenso programma di formazione alla comunicazione, adattato alle esigenze e al ritmo delle persone (sacerdoti, seminaristi, laici, operatori pastorali...) che si intendono coinvolgere. Ogni diocesi ha un centro di formazione diocesano (o interdiocesano?): senza inventare altre strutture, sarebbe auspicabile una valorizzazione puntuale dell'esistente ed anche qui che si deve sviluppare l'impegno a escogitare nuove modalità di formazione dei futuri sacerdoti e degli operatori pastorali per nuovi modi di comunicare il vangelo;
- 2.5. L'impegno si estende quindi sia alla valorizzazione competente di propri media sia alla preoccupazione di intervenire nei media in cui si è invitati, o in cui è dato da gestire uno spazio di programmazione, con capacità comunicative tali da presen-

tare la posizione della Chiesa in maniera concreta e al tempo stesso favorendo l'attenzione alle sue scelte, indicazioni, principi, valori.

- 2.6. Impegno ad integrare il patrimonio dei media presenti nella propria Diocesi (con attenzione alle sinergie interdiocesane e regionali e nazionali) superando così l'isolamento dei comunicatori per dare impulso ad un reale piano integrato delle comunicazioni e collocando con chiarezza questo servizio all'interno del più ampio piano pastorale diocesano.

Metodo di lavoro

Premesso che la programmazione dell'Ufficio diocesano si inserisce nella più ampia progettazione pastorale della Diocesi; tenuto in conto che ci sono obiettivi da identificare e alcuni di quelli riportati sopra possono costituire un riferimento comune, occorre costruire il proprio piano di lavoro, in riferimento al territorio e alla diocesi in cui si opera. Una programmazione pastorale per la comunicazione sociale richiede un progetto che va steso e realizzato a partire da precise fasi da cui non si può prescindere: *analisi, l'esplorazione di progetti alternativi, l'indicazione delle fasi di sviluppo e di realizzazione, valutazione*. Una parola in più su questo momento: è indispensabile e deve rispondere a criteri valutativi decisi già in partenza, legati al senso pieno della progettazione: punti forti e deboli di quello che si è realizzato; come evitare gli errori compiuti e fare tesoro dei successi; come rendere più funzionali i piani futuri.

Quindi una pianificazione che sappia precisare *obiettivi, strategie, risorse, tempi*. Circa le risorse occorre uscire dall'idea che si tratti solo di produzioni o programmi da creare con i media a disposizione. Risorse sono anche gli esperti e professionisti da consultare, le strutture per realizzare produzioni e la formazione del personale, la costituzione e l'accessibilità di punti di informazione e divulgazione di materiali utili, le partecipazioni e le collaborazioni a diversi livelli (formativo, strutturale, mediale)...

S

viluppo dei media cattolici e impegno degli uffici diocesani

Dott. DINO BOFFO* - Direttore di Avvenire

1.
Ritratto di famiglia
con rivoluzione

Immagino la relativa capacità di attrazione che può esercitare la conversazione con un operatore dei media che ha già modo di comunicare tutti i giorni, attraverso le colonne del quotidiano. Portate pazienza. Cercherò di spingere la mia conversazione con voi anche oltre i terreni che vi sono più familiari e che sono richiamati direttamente dal tema che mi è stato affidato. Da questi tuttavia necessariamente inizio – vale a dire dal ruolo degli uffici diocesani delle comunicazioni sociali in relazione ai media cattolici e più in generale all’evoluzione del sistema mediatico e della stessa professione giornalistica – e a questi temi torno, cercando di intrecciarli al quadro nel quale il lavoro di noi tutti comunicatori, oggi, si colloca. Vengo a dirvi anzitutto, dunque, che ho una grande considerazione per il vostro lavoro, tutt’altro che agevole soprattutto se lo si proporziona alla sensibile crescita in anni recenti non solo di voci informative (si pensi solo ai siti Internet) ma anche di attenzione e curiosità verso le realtà ecclesiali, diocesi in testa, specie a livello locale. Si è imparato a guardare alla parola e all’azione del Vescovo, alle parrocchie, alle Caritas, al volontariato cattolico, ai beni culturali della Chiesa come a realtà e interlocutori che vale la pena ascoltare e incontrare, foss’anche per capire semplicemente a cosa possono servire in una società che ragiona per utilità immediata. Non solo: a questa attenzione si somma la fame di nuovi protagonisti della scena pubblica in anni nei quali è venuta meno l’autorevolezza di altre istituzioni tradizionali, partiti in testa, con parole e gesti sempre meno significativi e memorabili da parte di testimonial perlopiù anonimi e dall’incerta motivazione ideale. In questa situazione la Chiesa si trova a essere tenuta d’occhio assai più di prima, e in molti casi ha compreso di dover essere una casa “trasparente”, capace di comunicare, di raccontare se stessa al di fuori di cliché convenzionali o di autoritratti annegati in volute d’incenso. Ecco: questa Chiesa che parla e che sa farsi ascoltare passa anche attraverso il vostro lavoro, un lavoro che si modella di diocesi in diocesi (direi anche di vescovo in vescovo), un impegno caratterizzato per sua stessa natura da una sostanziale flessibilità, che dipende dalle strutture ma sa anche calibrarle. Sono certo che se tutti voi ci

* Il seguente testo, a nome del relatore, è stato esposto ai convegnisti dal Dott. Francesco Ognibene, Giornalista di Avvenire.

raccontaste come lavorate e cosa fate al servizio della comunicazione della Chiesa disporremo a fine giornata di un mosaico esemplare di ciò che la Chiesa è, fors'anche – e come potrebbe essere altrimenti ? – dei suoi limiti, delle sue debolezze e di taluni ritardi nel comprendere quel che il mondo fa crescere attorno ai sagrati e alle curie. L'incarico che ognuno di voi svolge richiede oggi un grado di professionalità che, nel breve volgere di pochi anni, è andato cancellando quella illusione buonistica e un po' strapaesana per cui sembrava bastare una generica predisposizione, tanta buona volontà e una notevole capacità d'improvvisazione (faccia tosta?) per cavarsela. Quasi che mass media sempre più curiosi (e tendenzialmente ignoranti) sui fatti di Chiesa si possano accontentare di un impeto volontaristico. Intendo dire che l'efficacia e direi persino la reale utilità di un lavoro come il vostro dipende in larga misura dal legame di fiducia che si riesce a creare con i professionisti dell'informazione, come anche (lo sapete bene, ed è sempre più una zona delicata del vostro impegno) con le figure ecclesiali delle quali siete l'interfaccia verso il sistema mediatico. Questa è una fiducia da conquistare con la pazienza esercitata verso chi ha sempre fretta e deve semplificare, ma anche con la qualità del vostro servizio e la sua eloquenza rispetto a ciò che la Chiesa non solo dice o fa, ma ancor prima a ciò che la Chiesa è, oggi, non trenta o cinquant'anni fa. Le realtà con le quali interloquite hanno bisogno di ponti piuttosto che di rebus da risolvere: di ponti permanenti, e non levatoi che si alzano e si abbassano secondo gli umori del periodo, i responsabili degli uffici, o i vescovi. La prima arcata di questi ponti è la conoscenza: la Chiesa si deve far conoscere da chi non ne sa più quasi nulla, la immagina ancora preconciare (o peggio), ne ignora concetti e dogmi, la tratta come un folkloristico residuo del passato, un arcaismo però culturalmente interessante, un museo di stranezze. Sorprendiamoli con la vitalità delle nostre Chiese: la vita, quando c'è, è comunicativa “di per sé”. Bisogna saperle dare voce. Dirò di più: è sempre più necessario che gli operatori della comunicazione (e, ripeto, anche quelli ecclesiali) trovino nelle vostre strutture non solo interlocutori amichevoli e aperti ma anche vivaci, professionali, interessati al loro lavoro, consapevoli delle regole cui loro devono attenersi (per quanto discutibili esse siano), capaci di una vera strategia dell'attenzione verso di essi. Che distanza, rispetto a certe esperienze di ritenenza alla notizia o di ieraticità fuori dal tempo, che ancora purtroppo capita d'incontrare... Efficienti, dunque, e anche – se permettete – “invisibili”, cioè discreti e realmente preziosi, le “fonti” autorevoli e serie (non corrive) che ogni giornalista sogna. Un incarico complesso e delicato come il vostro assume tanti volti quante sono le figure e le attività che si fanno via via necessarie: il portavoce e il referente parrocchiale, l'antenna sul territorio capace di cogliere e segnalare una notizia sin dal suo nascere (senza

attendere che sia la curiosità morbosa di qualcuno a svelarla ai media), ma anche la giornata diocesana dei mass media e del quotidiano cattolico, il consiglio degli utenti, e poi radio e tivù locali, portali Internet, i giovani, sempre più attenti e critici verso i fenomeni “adulti” della comunicazione ma che alla comunicazione in tutte le sue forme contemporanee guardano spesso come a un’interessante prospettiva occupazionale... E infine, il grande mare della pastorale dove l’attenzione verso i mass media non è un’isola (una componente affiancata ad altre) ma la stessa acqua nella quale ormai navighiamo tutti, cittadini della società dell’informazione. La pastorale delle comunicazioni sociali è sempre più chiaramente un filone trasversale, un territorio in cui già camminiamo e non una regione nella quale si entra da stranieri, quasi fosse un accessorio, un orpello, un “lusso” per chi non ha niente di più urgente da fare. Vogliamo trovare qualche aggettivo per il lavoro su questa frontiera? Direi creativo, innovativo, multimediale nel senso più ricco, che allude cioè alla capacità di essere pienamente “consapevoli” della pluralità e della convergenza dei media. Mass media che proprio in queste settimane stanno incamerando una lezione, per loro (e per noi, dunque) davvero epocale. Vediamo come s’intreccia con le nostre realtà.

2.
La crisi
internazionale:
scenario
di una riflessione

Tragedia di proporzioni planetarie, apparentemente lontana ancora dal risolversi, la crisi internazionale innescata dalla carneficina dell’11 settembre sembra aver rilanciato ruolo e numeri dei mezzi di comunicazione di massa. Doveva essere così, se le più recenti esperienze di allarmi mondiali ci hanno insegnato qualcosa. Ogni evento traumatico per la comunità umana passa infatti attraverso i media. Non solo le notizie ma soprattutto le emozioni vengono socializzate grazie alla loro amplificazione mediatica, secondo codici che mutano al mutare degli equilibri tra i diversi strumenti del comunicare: e tanto più questo è successo a ridosso di un evento che, per scenari e protagonisti, non poteva che avere un’eco globale, e proprio nel pieno di una fase storica che vede ribollire di novità lo scenario dell’industria e della tecnologia della comunicazione. Intendo dire che oggi ci troviamo di fronte a un nuovo ambiente massmediale, modificato dai fatti in pieno svolgimento nel cuore hi-tech degli Stati Uniti o in quello pietroso dell’Afghanistan come un sistema montuoso da un violento terremoto. Qui dentro oggi ci muoviamo, e non possiamo prescindere neppure parlando di media cattolici e strutture comunicative diocesane.

Come accaduto altre volte in circostanze di drammaticità paragonabile a questa (seppure in scala minore), i media, tutti i me-

dia, di qualsiasi ispirazione, si sono visti scuotere prepotentemente dalle loro torpide abitudini non sempre virtuose (si pensi solo a quali dimenticabili argomenti occupavano il cicaleccio quotidiano nell'Italia dei primi di settembre – malumori e liti di condominio –, un rumore di fondo spazzato via dall'inimmaginabile). Le redazioni di tutto il mondo sono state costrette nel giro di un pomeriggio a prendere atto che la realtà non è una creatura artificiale di telecamere e computer ma esiste davvero, e segue percorsi che nessuno avrebbe potuto immaginare: tanto che per descrivere la piega imprevista presa dai fatti si è fatto ricorso a similitudini con la fiction più estrema.

Secondo le prime ricerche sull'uso che gli italiani hanno fatto dei media dal giorno degli attentati negli Stati Uniti, a vincere la sfida sono stati – per motivi opposti – televisione e telefono: la prima per conoscere le notizie, il secondo per confrontarsi e sostenersi l'un l'altro, in un contagio emotivo senza precedenti, dentro una situazione di smarrimento. La radio ha informato come la tivù, ma senza le immagini che inizialmente erano la vera notizia. La stampa ha poi cercato di ritagliarsi il compito che sembra spettarle sempre più chiaramente, nell'era di una televisione ancora dominante: far riflettere, aggiungere elementi di scenario, affiancare a notizie già note gli strumenti per decifrarle e connetterle le une alle altre e capire così ciò che esse da sole non dicono. Internet, infine, ha pagato i limiti tecnologici di una banda di trasmissione dei dati ancora troppo ristretta, finendo ingolfata di richieste che non ha saputo soddisfare, ma scoprendo col passare delle settimane che il suo è un ruolo paziente di documentazione e di fonti alternative. Fin qui dunque lo scenario mediatico sostanzialmente nuovo nel quale noi operatori della comunicazione ci collochiamo.

3.
Una domanda
indiscreta:
si accorgono di noi?

Mi sono chiesto e vi chiedo: in questo panorama in straordinario movimento ormai da due mesi, si è avvertita una voce originale dei media cattolici? C'è traccia nella memoria della gente di un profilo specifico, di una posizione riconoscibile, di una lettura più accorta, più sensibile, più profonda, più prospettica? Le parole del Papa le ricordano probabilmente in molti. Ma torno alla domanda: la comunicazione della crisi internazionale attraverso i media d'ispirazione cristiana ha seguito un suo percorso dentro fatti a ricaduta epocale, ha cercato una sua grammatica, ha stabilito un legame emotivo con i consumatori di notizie e di riflessioni differente rispetto ai media – cataloghiamoli così, semplificando – esclusivamente commerciali, cioè calibrati sul profitto o sui dati di share delle aziende editoriali prima che sui valo-

ri? La domanda, se preferite, può diventare ancora più impertinente: si accorgono di noi? Potremmo rispondere: per molti aspetti sì, perché abbiamo detto la nostra su quel che accade, non siamo stati in attonito silenzio, non siamo andati a rimorchio degli altri. E poi, c'è un fatto mai abbastanza sopravvalutato: quello professionale che attiene alla completezza e all'accuratezza del servizio che mette in campo ogni testata cattolica – stampa, radio, televisione, Internet – ma anche ogni professionista credente che opera in mezzi di comunicazione “laici” e che ha presente come della sua strumentazione giornalistica faccia parte anche una coscienza ben formata e cristianamente sveglia. Detto questo, sul tavolo resta però il dubbio che ho espresso poco fa in termini forse un po' bruschi ma che svela un altro interrogativo, questo sì incalzante per noi oggi: nel nostro lavoro, ma direi ancor più nella nostra cultura professionale, nell'impegno di tanti di voi al servizio della Chiesa dentro le sue strutture diocesane, in fondo anche nel nostro immaginario, a contare sono gli strumenti che abbiamo messo in campo? O davvero decisiva è piuttosto la loro capacità di costruire cultura, di interpellare la società, di smascherare le ipocrisie, di riportare nella piazza della comunicazione pubblica una parola che si smarca dalle tante già rimasticate e banali, così spesso sopra le righe e poi sempre sorprese da una realtà che le scopre inadeguate e povere?

Detto altrimenti: è esercizio in qualche misura auto-consolatorio, ogni anno alla vigilia della Giornata nazionale delle comunicazioni sociali, tirare le somme degli strumenti che la Chiesa e i cattolici italiani hanno messo al servizio del comunicare. Si scopre che le radio sono centinaia, le tivù decine, i siti Internet addirittura migliaia, gli uffici diocesani sono ormai diffusi pressoché ovunque, le riviste pullulano, settimanali e quotidiani – pur poco numerosi – reggono ancora la concorrenza spietata delle grandi potenze giornalistiche. E allora, perché quando l'ondata di piena degli eventi pare travolgere l'opinione pubblica, come in queste settimane, i cattolici sembrano a foni, pressoché indistinguibili nella marmellata dell'opinione pubblica nazionale? Perché la loro rappresentanza sui media si riduce alle poche comparsate quasi macchietistiche nelle ribalte delle chiacchiere sul video? Le cifre relative a diffusione e audience dei mass media cattolici, non sempre brillantissime, aiutano naturalmente a inquadrare la questione di un peso specifico assolutamente sproporzionato all'entità puramente quantitativa di mezzi e strutture, che pure sono un grande dono e che tanta fatica e impegno costano, uno per uno. Ma i numeri non bastano a rispondere al nostro interrogativo. Perché il nodo è più profondo, e ha a che fare con quale valore assegniamo agli strumenti, e quale al contenuto che sappiamo darli con il nostro lavoro.

Vi propongo allora di fare un passo indietro, e di estrarre ciascuno interiormente lo statuto del proprio impegno nei e per i mass media dalla biblioteca interiore nella quale tendiamo a lasciarlo a prender l'appiccicosa polvere dell'abitudine e dell'indifferenza. L'indubbia e certamente positiva crescita – per numero e qualità – dei media cattolici e degli uffici diocesani per le comunicazioni sociali negli ultimi anni è il segno di una maturazione indiscutibile della coscienza ecclesiale nel nostro Paese: coscienza che, pur con grande fatica e qualche divagazione, guadagna punti sui fronti più diversi al cospetto della travolgente mutazione della nostra società: dalla pastorale giovanile alla consapevolezza liturgica, dalla presenza sociale alla spiritualità, all'accompagnamento delle famiglie, molti sono i fronti in movimento. Quanto ai media, l'approccio prevalente in tempi più recenti pare proprio quello delle “strutture” delle quali ci si è resi conto di doversi dotare per creare quantomeno la premessa per una risposta o una presenza nel contesto di una cultura crescentemente orientata dai linguaggi e dalle tipologie d'uso dei mezzi di comunicazione. La “premesse” per una risposta, tuttavia, non è “la risposta”, né sempre a una risposta prepara. Sin qui si è fatto molto, ma il più resta da fare: perché è adesso che la globalizzazione mediatica mostra il suo vero volto, adesso che si comprende come di nulla possiamo più dire che “non ci riguarda”. Creare strutture diocesane per esibirne la presenza, documentata dal timbro su un comunicato stampa, aiuta a far numero quella volta l'anno che si fanno le somme nazionali. Ma non crea né sensibilità né tantomeno cultura. E allora a cosa, e a chi serve? Occorre che ci poniamo tutti nell'ordine di idee della nuova sfida che sembra chiamarci in causa e urgere da noi una risposta adeguata ai tempi, i tempi che abbiamo davanti in questi giorni, non altri. Quello che vi vorrei dire potrebbe suonare un po' duro, ma siamo ormai nel vivo della questione e non si può evadere da questo punto più “pesante”. Il punto è questo: le nostre comunità spesso non sembra che abbiano ancora accettato di fare i conti debitamente con la cultura massmediale che è il crocevia della cultura del nostro tempo. Crocevia significa che qualsiasi messaggio oggi passa di lì. La fatica nel rendersi conto di questo produce esiti paradossali. La fede è annuncio? E come si annuncia se non si conosce la lingua che parlano tutti? Si annaspa, piuttosto, in un acquario dove l'acqua è sempre meno limpida e impedisce di capire cosa accade “fuori”; si fatica a recuperare stima in se stessi; si stenta a mettere a fuoco i fondamentali che perdurano, i pilastri non negoziabili, le nuove sintesi. Si resta fuori dalla cultura. E questo per un cristiano è fatale. Non a caso la Chiesa italiana ha lanciato un “progetto culturale”: non frequentare il crocevia della comunicazione nel pieno centro della cultura restandosene in qualche tranquilla piazzetta di periferia è l'esatto opposto di quel che il cristiano dovrebbe fare. La sfida

oggi è infatti quella di una seconda rivoluzione comunicativa, quella digitale prodotta dai media interattivi, che s'innesta nella fase di piena maturità della prima, quella del villaggio globale a sua volta azionata dalla televisione. Senza forse aver ancora digerito questa, adesso il globalismo ci impone di prendere atto dei linguaggi introdotti (soprattutto tra le nuove generazioni) dal dilagare di Internet e della telefonia personalizzata, che ci colloca in uno stato permanente di connessione, un perenne "on line" forse inizialmente distaccato e inconsapevole ma adesso sempre più nitido e coinvolgente, persino deliberato. L'essere "collegato" ad altri è la condizione quotidiana dell'uomo digitale, cioè di chi nel villaggio dei media vive e si relaziona al suo prossimo. La dimensione verticale della comunicazione (caratteristica della tivù) s'intreccia con quella orizzontale, da persona a persona. Guarda caso, è proprio il fenomeno prepotentemente portato alla superficie dal consumo di mass media nei giorni del dramma americano e internazionale.

5.
Connessi
o "off line"?

Questa è la pasta: e il lievito, dov'è? Basta mostrarne la confezione, o bisogna sapersi sciogliere, fermentare, essere una cosa sola, pur restando quel granello che cambia la qualità del tutto? La "struttura", per quanto ammirevolmente realizzata, non può restare un corpo estraneo rispetto a una galassia massmediale ormai indelebilmemente segnata dal brulicare di parole sulle reti telematiche e dal rimbalzare di segnali tra i satelliti, in quella che Derrick de Kerckhove chiama "intelligenza connettiva", cioè (cito) "una nuova condizione cognitiva", "un ambiente vivo, pressoché organico, di milioni di intelligenze umane perpetuamente al lavoro su qualcosa o su tutto con potenziale rilevanza per qualcuno e per tutti". In questo "ambiente vivo" occorre decidere se esserci, animandolo dall'interno, padroni dei suoi alfabeti, coscienti dell'umanità che lo popola, o limitarci a guardarlo dal nostro comodo pulpito, con vista sui media ma sostanzialmente insonorizzato. Che i nostri, insomma, non diventino "uffici studi", osservatori attrezzati per giudicare ma sempre meno per diffondere nel reticolo di relazioni con l'ambiente circostante una sensibilità e una cultura mediatica all'altezza dei tempi e dei mezzi. Quella che va corretta è forse anche la sottovallutazione del fenomeno mediatico e del suo influsso su coscienze e codici culturali, e questo va fatto alla svelta, prima che la distonia con il villaggio digitale diventi inascoltabilità delle nostre parole, quasi il fastidio per un anacronismo: un po' come accade per certe stazioni radiofoniche delle quali, viaggiando, a un certo punto si perde la frequenza e si abbandona l'ascolto. Non si può governare un ufficio diocesano ma nemmeno una parrocchia senza rendersi conto di quanto la gente – anche la nostra gente, e spesso in misu-

ra più rilevante degli “altri” – è esposta ai media, televisione in testa. Il recentissimo rapporto del Censis sull’uso dei mezzi di comunicazione nelle famiglie italiane rivela che la tivù è presente nel 98.7% dei nuclei familiari italiani, e a farne uso quotidiano è addirittura il 94.4%. Un dato che fa impallidire persino quello dei telefonini, posseduti dall’85.1% delle famiglie ma usati ogni giorno solo dal 39.3% e un paio di volte la settimana da un altro 33%. Per tacere poi della radio (il possesso è pari al 95%, l’ascolto frequente al 58.5%) e dei giornali (entrano nel 71.8% delle case, ma vengono letti solo nel 45.3%). Ignorare cosa questo intreccio di dati significhi sulla coscienza sociale e individuale, sul tessuto comunitario o sulla costruzione della personalità dei più giovani, nelle grandi città, nei quartieri o nei piccoli centri, vuol dire ostinarsi a fare una pastorale fuori dal mondo, cioè non evangelica.

6. Digitali e cristiani

Davanti al crescere del peso relativo degli strumenti del comunicare nella società dell’informazione, dove persino la “nuova guerra” è dichiarata attraverso un’azione concepita apposta per i mass media, la risposta non può essere difensiva: quella che è la forza tradizionale della comunità cristiana, la sua capillarità tra la gente, è anche la chiave perché la rivoluzione non generi crisi ma rilancio, com’è sempre stato provvidenzialmente nella storia della Chiesa. Contiamo sullo Spirito, il Consigliere per eccellenza. Cerchiamo di capire dove ci spinge. Capillarità vuol dire che non solo ogni diocesi, ma ogni parrocchia deve sapersi attrezzare non già e non solo di una “struttura” ma di una “cultura” pastorale capace di collocare il fenomeno dei media nel posto che gli spetta dentro la gerarchia esistenziale degli stessi cristiani. Le strutture, le iniziative, le idee, le stesse persone sono l’esito maturo di questa consapevolezza. Che i ragazzi vivano attaccati agli Sms del telefonino è un dato di fatto: molti tra i preti più giovani l’hanno capito, e non disdegnano cellulare, messaggini e posta elettronica, sapendo loro per primi che si tratta solo di mezzi ma che attorno a essi cresce un mondo – virtuale e reale al tempo stesso – fatto essenzialmente di comunicazione.

La semplice gestione dell’esistente – ripeto: per quanto questo esistente sia ammirevole e quantitativamente rilevante – è un’attività che ci riporterà ancora qui, un anno dopo l’altro, a osservare il “media village” con tutto il suo carico umano di vita e di relazioni, di pensiero e di esperienza, mentre si allontana dalle nostre comunità, fino a sembrare alieno. Finiremmo così per piazzare il Vangelo quasi come una pietra di confine tra quelli “di qua”, che usano i mezzi di comunicazione con parsimonia monastica e solo in quanto messaggeri di virtù, e quelli “di là”, che dei media personali e col-

lettivi si servono fino a vestirsene come di una seconda pelle. Faremmo della comunità cristiana un mondo separato, che non comunica e nemmeno riesce più a capire che il “come”, il “dove”, il “quando” nella percezione della realtà da parte della gente sono sincronizzati sull’orologio degli strumenti del comunicare, strumenti avviluppati l’uno all’altro nell’imbuto di una convergenza mediatica sempre più evidente. Al centro di questo cambio di passo molto esigente c’è un’idea-chiave. I mass media non sono l’oggetto di una branca della pastorale, ma un ambiente: l’ambiente nel quale prende forma la società dell’informazione, che vive comunicando incessantemente. Il sangue di questa società sono parole, immagini, suoni, dati: a pomparlo nelle sue vene è un bisogno, primordiale e tecnologico insieme, di comunicare.



Contributi dalle Commissioni Regionali

- Traccia di lavoro
- Contributo Area Nord
- Contributo Area Centro
- Contributo Area Sud



raccia di lavoro

“Ci pare che compito assolutamente primario per la Chiesa, in un mondo che cambia e che cerca ragioni per gioire e sperare, sia e resti sempre la comunicazione della fede, della vita in Cristo sotto la guida dello Spirito, della perla preziosa del Vangelo” (CVMC, n. 4)

1. Approfondimento dei contenuti

Gli orientamenti pastorali invitano a proseguire la riflessione sulla figura e la missione del Cristo in continuità con la preparazione e la celebrazione del Giubileo e con le indicazioni della NMI. In questo decennio i Vescovi ci invitano a focalizzare nell'incontro con Cristo il senso della nostra fede per essere capaci di un annuncio evangelico, essenziale, efficace e credibile.

- a. In che modo, a partire dal nostro ambito di azione pastorale, possiamo aiutare la comunità ecclesiale a tenere fisso lo sguardo su Gesù, l'Inviato del Padre? Quali contenuti e quali percorsi privilegiare (cfr nn. 10-31)?
- b. Come creare le condizioni per “il continuo e rinnovato ascolto del Verbo della vita” e “la contemplazione costante del suo volto” affinché ancora una volta la Chiesa possa “comprendere chi è il Dio vivo e vero, ma anche chi è l'uomo” (cfr n. 10)?
- c. Quali atteggiamenti nella comunità ecclesiale e nel cammino personale possono favorire una maggiore accoglienza del Cristo? Come aggiornare le indicazioni (contenute nei nn. 13-14) che invitano a seguire la via dell'ascolto, della bellezza, dell'umiltà e della condivisione?
- d. Scristianizzazione, sincretismo, indifferenza, soggettivismo e relativismo religioso... sono tutti aspetti del nostro tempo che rendono difficile e a volte ambigua una piena adesione a Gesù Cristo. Quali sono oggi le maggiori difficoltà che possono ostacolare l'incontro con Cristo e come affrontarle?

2. Lettura della situazione

“Partiremo dunque interrogandoci sull'oggi di Dio, sulle opportunità e sui problemi posti alla missione della Chiesa dal tempo in cui viviamo e dai mutamenti che lo caratterizzano, per passare poi a mettere a fuoco alcuni compiti e priorità pastorali che ci pare di intravedere per i prossimi anni” (n. 34). La lettura e l'analisi della situazione

ne culturale, sociale e religiosa costituisce un imprescindibile punto di partenza.

- a. Come coniugare i due atteggiamenti complementari del “mettersi in ascolto della cultura del nostro mondo” senza rinunciare alla “differenza cristiana, alla trascendenza del Vangelo”? Come affrontare la realtà alla luce di questo paradosso della fede cristiana?
- b. Come affrontare le “potenzialità” e gli “ostacoli” nell’annuncio del Vangelo che sono indicati negli orientamenti pastorali (cfr nn. 36-43)? Quali punti di aggancio e quale “sin-patia” è possibile sviluppare nel nostro contesto culturale tra la missione della Chiesa e il mondo?

3. Prospettive pastorali generali per il decennio

«La missione *ad gentes* non è soltanto il punto conclusivo dell’impegno pastorale, ma il suo costante orizzonte e il suo paradigma per eccellenza. Proprio la dedizione a questo compito ci chiede di essere disposti anche a operare cambiamenti, qualora siano necessari, nella pastorale e nelle forme di evangelizzazione, ad assumere nuove iniziative, “fiduciosi nella parola di Cristo: *Duc in altum!*”» (n. 32).

- a. Quale ricezione e quale attuazione potranno avere le indicazioni sugli obiettivi generali da raggiungere nel corso del decennio attraverso precise “decisioni di fondo”? (cfr n. 44)
 - dare a tutta la vita quotidiana della Chiesa, anche attraverso mutamenti nella pastorale, una chiara connotazione missionaria;
 - fondare tale scelta su un forte impegno in ordine alla qualità formativa, in senso spirituale, teologico, culturale, umano;
 - favorire, in definitiva, una più adeguata ed efficace comunicazione agli uomini, in mezzo ai quali viviamo, del mistero del Dio vivente e vero, fonte di gioia e di speranza per l’umanità intera.
- b. Come rapportare la missione evangelica e come diversificare i progetti tenendo conto dei molteplici livelli di appartenenza e delle diverse sensibilità dei fedeli (cfr n. 46)? A quali condizioni sarà possibile prestare una “rinnovata attenzione a tutti i battezzati” (cfr nn. 56-62)?
- c. A partire dalla comunità eucaristica, come sviluppare una rinnovata progettualità pastorale che nasca da una fede adulta e pensata e sappia valorizzare in modo particolare giovani e famiglia (cfr nn. 47-55)?

“La comunione ecclesiale e la missione evangelizzatrice della Chiesa trovano inoltre nei media un campo privilegiato di espressione. Dal Concilio ad oggi la Chiesa ha preso ancor più coscienza di quanto sia importante coniugare tutti gli ambiti della vita ecclesiale con questa nuova realtà culturale e sociale. Le iniziative avviate in questi anni dalla Chiesa in Italia per raccordare e promuovere la comunicazione in campo ecclesiale e per rendere più incisiva la presenza della Chiesa nei media dovranno trovare in questo decennio un’ulteriore realizzazione nel quadro di un’organica pastorale delle comunicazioni sociali e nella prospettiva del progetto culturale” (n. 39).

- a. Come sviluppare una riflessione sull’incidenza culturale e sociale delle comunicazioni sociali partendo dall’affermazione degli orientamenti per cui “la possibilità di comunicare in modo nuovo e diffuso è un bene di tutta l’umanità e come tale va promosso e tutelato” (n. 39)?
- b. Come rendere sempre più consapevole la comunità ecclesiale che la comunicazione del Vangelo passa in modo eminente attraverso una cultura della comunicazione e attraverso i mezzi della comunicazione sociale?
- c. Quali sono gli elementi già acquisiti per una “organica pastorale delle comunicazioni sociali” e quali sono quelli su cui dovremo lavorare nei prossimi anni?
- d. Quali tappe si possono suggerire nel corso del decennio per dare piena attuazione all’impegno di comunicare il Vangelo, in modo particolare ai più lontani, utilizzando in modo appropriato e significativo le opportunità offerte dalla comunicazione sociale?
- e. Come lavorare concretamente sulle prospettive delineate nell’appendice quando si invita ad approfondire, nel corso del decennio, le “vie per la comunicazione” nell’ottica della trasmissione della fede?
 - coglierne l’originalità e le esigenze, in quanto comunicazione dell’evento del mistero cristiano;
 - sostare, con grande senso di responsabilità, sul capitolo della comunicazione della fede ai giovani;
 - riflettere sul valore della comunicazione sociale, sulla situazione attuale e sulle iniziative che vanno sostenute o che attendono di essere avviate;
 - approfondire alcuni sentieri particolarmente significativi della comunicazione (ad es. comunicazione e arte, nuove tecnologie...).



Contributo Area Nord (Regioni: Piemonte, Lombardia, Triveneto, Liguria, Emilia Romagna)

Don BRUNO CESCO - Incaricato Regionale del Triveneto

Premessa

Lo stile del comunicare contribuisce a definire il volto della Chiesa. Diverse e articolate sono le forme con cui la Chiesa comunica il Vangelo. Ma in questo “mondo che cambia” particolare rilevanza hanno assunto per la comunicazione i mass media. Si dice anche, in generale, che essi siano tra i principali attori del fenomeno della globalizzazione, nel bene e nel male. Noi vediamo la nostra Chiesa prendere sempre più consapevolezza di ciò ma vediamo anche che molta strada deve essere ancora percorsa accogliendo nel loro pieno significato e peso i diversi appelli e gli inviti contenuti in numerosi ed autorevoli documenti dalla Aetatis Novae alla Redemptoris Missio fino ai messaggi del Santo Padre in occasione delle giornate per le comunicazioni sociali.

L'iniziativa di coinvolgere direttamente gli uffici diocesani nei lavori di questi giorni e di permettere loro di esprimere le loro conclusioni è stata accolta molto positivamente. È bene che le Chiese locali colgano sempre più intensamente quanto sono inserite in un contesto ben più ampio del loro territorio, con un rimbalzo di problemi, attenzioni, analisi e tentativi di soluzione che sono comuni alle diverse comunità locali. Allo stesso tempo sentiamo di potere concretamente offrire alcune sottolineature e punti di vista diversi all'ufficio nazionale e così contribuire al difficile compito di proporre iniziative che siano anche in linea con gli effettivi bisogni e domande delle nostre realtà.

L'impegno di riflessione sulla comunicazione sociale e la missione evangelizzante della Chiesa è sistematico nelle nostre realtà. Per la regione Lombardia ne è riprova il recente documento della CEL “Una sfida educativa”. È stata una sorpresa la larga diffusione che il documento ha avuto. Anche il Triveneto, da molto tempo, sviluppa sul proprio territorio articolate riflessioni e promuove diverse iniziative. Ciò riprova che presso le nostre comunità, e forse non solo, c'è una viva sensibilità per argomenti come questi.

Le domande proposte sono molto ampie e impegnative. Abbiamo scelto la via di offrire considerazioni, attinenti ai temi, che

aiutino sia ad inquadrare il ruolo degli uffici di comunicazione sociale nell'impegno pastorale della chiesa italiana per il prossimo decennio; e sia ad approfondire le potenzialità offerte da un concreto sviluppo e riforma dei mezzi di comunicazione sociale di ispirazione cristiana, nonché l'impegno formativo della Chiesa soprattutto per gli operatori della comunicazione sociale.

Ci sembra acquisita, almeno in linea di principio, la consapevolezza della incidenza che la comunicazione sociale esercita attraverso i media sulla sensibilità e sul sentire comune. Ma dovrà essere ancora approfondito il senso e lo spessore di tale incidenza. E ciò richiede innanzitutto una sistematica conoscenza del mondo mediatico: la sua organizzazione, le sue regole, gli scenari, le prospettive, i rapporti con i mondi dell'economia e della politica. Proponiamo che siano studiate le modalità adeguate perché almeno i responsabili degli uffici siano resi competenti di tale realtà.

Riteniamo che il progetto pastorale della chiesa italiana per il prossimo decennio, teso alla comunicazione del Vangelo in un mondo che cambia, non possa prescindere da una diretta attenzione al mondo delle comunicazioni sociali.

L'espressione "Duc in altum!", usata più volte dal Papa nella NMI e ripresa dal documento pastorale della CEI, amiamo interpretarla anche come un invito al coraggio di arrivare fin dove le acque sono più profonde, dove lo spessore della realtà si presenta in tutta la sua forza. E il mondo delle comunicazioni sociali è parte rilevante dello spessore della nostra attuale realtà.

Il contributo degli uffici diocesani per le comunicazioni sociali al progetto pastorale si può svolgere in due forme:

1. La elaborazione di ogni progetto pastorale dovrebbe comprendere l'attenzione sia alle derive mediatiche che tale progetto può comportare – e in questo senso attrezzarsi adeguatamente – sia alla messa a fuoco dei contenuti in considerazione delle possibilità di comprensione dei destinatari abituati a capire meglio certi linguaggi rispetto ad altri. Si ha l'impressione che certe elaborazioni siano perfette sotto tutti i punti di vista formali e sostanziali (teologici, antropologici, ecclesiologici, morali) ma di difficile impatto comunicativo, bisognose cioè di molte mediazioni che, realizzate da altri, in non pochi casi rielaborano il testo a volte deviandolo verso percorsi secondari.

Il contributo degli esperti in comunicazione, che siano sensibilmente coinvolti nella pastorale, già in fase elaborativa, può aiutare a rendere il linguaggio più immediatamente comprensibile e

a focalizzare i contenuti tenendo conto delle sensibilità recettive dei destinatari. Da qui deriva l'impegno, al quale i nostri Uffici debbono partecipare in forma propositiva, a far entrare negli itinerari educativi a tutti i livelli (dal seminario alla catechesi, dai gruppi parrocchiali ai movimenti e associazioni fino agli insegnanti di religione) il discorso sulla cultura e le C.S. Insomma nei percorsi educativi e pastorali i media debbono essere parte viva, aiutando a pensare l'evangelizzazione in termini di efficacia comunicativa.

2. Riteniamo poi importante che venga tracciato un percorso specifico di pastorale del comunicare, idea questa più volte enunciata ma che non ha ancora trovato una sua formalizzazione.

È un percorso che dovrà svolgersi in continuità logica con le altre linee pastorali, non quindi semplicemente giustapposto. Intendiamo dire che il problema non si riduce alla semplice programmazione di iniziative di formazione intorno ai temi della comunicazione ma che è anche la messa a fuoco del tema del comunicare della Chiesa oggi a fronte della rivoluzione culturale che il sistema della comunicazione contemporaneo ha generato e continua a generare. In questo senso il binomio comunicazione e cultura è sicuramente felice ma ha ancora necessità di essere approfondito nelle sue implicazioni effettive sia sul piano teorico quanto su quello della prassi.

In particolare ci sembra che diversi temi meritino di essere studiati in relazione al profilo di significato che vanno assumendo proprio in forza del sistema comunicativo in atto. Ne elenchiamo solo alcuni tra i più macroscopici: il tema del tempo; del silenzio; della parola; lo stesso tema della verità.

Affrontare questi temi difficili e di alto spessore culturale nell'ambito di una specifica pastorale del comunicare in comunione con le altre linee pastorali, significa interrogarsi come chiesa sulle reali condizioni di possibilità a recepire oggi i vivificanti contenuti del messaggio evangelico proclamato dalla Chiesa. È il problema dell'ascolto, della comprensione e della accoglienza della Parola tra le tante parole.

Sarebbe troppo ardito in questo momento spingerci più in là. Un solo punto pensiamo, ora, meriti di essere sottolineato: l'attenzione intelligente a trovare le vie per raggiungere direttamente le persone. Essa più che dilungarsi in articolati ragionamenti che renderebbero plausibile e vantaggiosa la proposta cristiana rinvia alle questioni di senso e di vita più fondamentali. Ci domandiamo cioè se il nostro compito non sia quello di elevare sopra le parole le domande interiori senza però darci la briga di rispondere ma rimandando al luogo più vivo e fecondo del dialogo che è la concreta comunità cristiana, quella fatta di persone, di testimoni.

Altre considerazioni riguardano le potenzialità offerte da un concreto sviluppo e riforma dei mezzi di comunicazione di ispirazione cristiana. Aggiungeremo anche qualche considerazione relativa all'informazione religiosa dei media laici e alla attenzione da riservare agli operatori cristiani, in particolare i giornalisti cattolici.

La Chiesa deve essere presente nel mondo dei media anche con propri mezzi. Lo scopo di una simile presenza si pone anche come contributo della comunità cristiana alla crescita e sviluppo della democrazia, del bene pubblico nel nostro Paese. La Chiesa ha una lunga e significativa tradizione di presenza mediatica e ha saputo proporre strumenti efficaci che hanno reso e rendono ancora oggi un importante servizio. È da rimarcare la capacità di una presenza capillare in particolare attraverso la stampa, il cui effetto è stato da una parte quello di raggiungere tutto il territorio; dall'altra quello di coinvolgere anche in fase di produzione le diverse comunità locali.

Riaffermiamo con forza l'importanza degli strumenti locali diffusi sul territorio. Oggi le condizioni di produzione sono mutate, si esige più professionalità in tutti i sensi e ciò può creare delle difficoltà. Ma sarebbe un grave errore rinunciare ad una simile capillare presenza. Nessuno strumento nazionale può sostituire l'attenzione puntuale alla realtà locale, attenzione che non a caso sta crescendo notevolmente anche da parte delle testate laiche. Invitiamo quindi a trovare le forme adeguate per sostenere questi strumenti, in particolare quelli in difficoltà economica e a sviluppare insieme una riflessione che facendo tesoro delle rispettive esperienze, aiuti tutti a ripensare contenuti e linee editoriali per offrire un prodotto adeguato ai tempi.

Particolare valenza va riconosciuta alla dimensione regionale. Significativo è l'esempio dei settimanali del triveneto che insieme si sono impegnati per la promozione del Federalismo in nome dei principi di sussidiarietà e solidarietà. Nel campo dei media occorre pensare, dunque, a forme di presenza regionali, quali uffici regionali, new media, radio e tv.

La Chiesa italiana, attraverso l'impegno della Conferenza Episcopale, ha fatto in questi ultimi anni notevoli sforzi per qualificare la propria presenza mediatica.

Riteniamo importante ciò che è stato fatto e degno della più grande attenzione. L'auspicio è che i giornali vengano letti, le radio ascoltate, la televisione vista da un sempre maggior numero di persone. Allo stesso tempo è quello che la linea editoriale e la qualità delle proposte siano sempre più affinate in modo da risultare più "comprensibili" e appetibili. Non è un lavoro facile e ci domandiamo quale possa essere il nostro contributo.

Ci permettiamo, al momento una sola osservazione. Il documento della CEI al n° 46 chiede di assumere “seriamente e responsabilmente” due livelli specifici ai quali si deve rivolgere l’attenzione nelle nostre comunità, la cosiddetta “comunità eucaristica” e i cristiani che per comodità chiamiamo “tiepidi”. In questo contesto i nostri media possono offrire un apporto prezioso cercando in particolare di offrire servizi di informazione religiosa che siano stimolanti per i cosiddetti “tiepidi” e argomenti di discussione attuali che aiutino il discernimento nella realtà di oggi. Massima cura dovrà essere data al linguaggio cercando le vie più semplici e dirette, imparando a parlare il linguaggio della gente comune. Si sottolinea di valorizzare anche il binomio religione-arte perché la forza dell’estetica, e più in generale la bellezza, stimola riflessioni nobili e profonde. Vorremmo che i nostri strumenti sapessero stare nel mezzo del mare di questo mondo, “Duc in altum”, e accentuare lo stile di una testimonianza dialogante e profetica che sappia quindi stimolare alla partecipazione più piena alla vita delle concrete comunità locali.

Un’attenzione particolare va riservata all’informazione religiosa dei media laici. A volte parlare di “ignoranza” è essere generosi. Il danno prodotto da una cattiva informazione è notevole. La gente rimane facilmente impressionata da certi titoli e da certi servizi. Poi a noi tocca inseguire, correggere, spiegare. Bisogna trovare i modi per curare al massimo questo aspetto attraverso una rete di rapporti con i media laici improntati alla fiducia e alla chiarezza. In questo senso il profilo del responsabile dell’ufficio stampa deve essere tale da sapere efficacemente interloquire con tali media, con la necessaria competenza e professionalità. Ma bisogna affinare anche il nostro modo di comunicare curando le sfumature del linguaggio, rivedendo sempre ogni comunicazione che si fa all’esterno con un occhio astuto e sospettoso. Dobbiamo imparare anche ad essere scaltri.

Anche in questo senso acquista particolare rilievo l’attenzione per la formazione dei giornalisti cattolici, nonché la loro valorizzazione. Auspichiamo che vengano studiate iniziative affinché i giornalisti cattolici, innanzitutto quelli operativi nei nostri media, siano sistematicamente aggiornati sulle iniziative, i progetti, le riflessioni della Chiesa.

Soprattutto sono auspicabili iniziative di formazione spirituale tenendo bene in conto il delicato campo nel quale essi lavorano, un terreno insidioso che per mantenere fede a certi sani principi richiede una solida spiritualità.

Forse bisognerà anche sviluppare una riflessione se non ci siano o non si possano creare le condizioni per focalizzare un pos-

sibile riconoscimento di un ruolo ecclesiale degli operatori dei media cattolici. I tentativi di immaginare la figura degli operatori pastorali della comunicazione potrebbero essere ripresi proprio a partire da questi soggetti perché nei fatti risultano direttamente operativi a servizio della Chiesa. Abbiamo l'impressione che queste figure professionali, se adeguatamente formate, possano dire molto alla Chiesa e contribuire anche a cogliere tante sfumature di temi spesso complessi e difficili.

In particolare ci riferiamo alla tutela delle categorie deboli e al contributo per un servizio migliore, più rispettoso della persona umana, tanto della informazione come dell'intrattenimento.

Ci permettiamo di chiudere la nostra comunicazione con una proposta, maturata in particolare dagli amici del Triveneto, di suggerire in questo decennio a tutta la Chiesa italiana un anno dedicato alle comunicazioni sociali.

Conclusione

Siamo convinti che tra noi il confronto dovrà farsi più vivo e serrato. Abbiamo un arduo cammino da compiere e sarà importante rendere visibile che, pur nella diversità delle situazioni, stiamo camminando insieme, sulla stessa strada, con quello spirito di comunione che costituisce una delle principali forme di credibilità della nostra testimonianza del Vangelo.



Contributo Area Centro (Regioni: Toscana, Marche, Umbria, Lazio, Abruzzo-Molise, Sardegna)

Don MARCO FIBBI - Incaricato Regionale del Lazio

Le regioni che costituiscono il gruppo dell'Italia centrale sono la Toscana, l'Umbria, le Marche, il Lazio, Abruzzo e Molise e la Sardegna.

Abbiamo pensato di presentare il contributo in una duplice forma: il testo che segue, in forma di sintesi dei contributi delle singole regioni, e un breve documento video che vorrebbe essere una presentazione maggiormente stimolante e propositiva della lettura fatta degli Orientamenti pastorali della Chiesa italiana per il prossimo decennio, realizzato da Angela Trentini e P. Dino Ceconi, rispettivamente incaricati regionali dell'Abruzzo-Molise e delle Marche.

La lettura del documento CEI e la discussione che ne è derivata negli incontri che si sono svolti a livello regionale fra gli incaricati diocesani ha tenuto presente anche lo sfondo dal quale esso prende l'avvio ossia la Lettera Apostolica "Novo millennio ineunte", del gennaio di quest'anno.

In questa prospettiva le riflessioni sono state innanzitutto di carattere generale, sull'urgenza da parte della Chiesa di una riformulazione dell'attualità e permanente novità del Messaggio evangelico alla luce dell'attuale contesto culturale e delle sfide poste agli annunciatori dai fenomeni diffusi di secolarizzazione e scristianizzazione in tutti gli ambienti di vita, a cominciare dalla famiglia.

La missione della Chiesa e il compito di nuova evangelizzazione non possono non tenere conto di queste mutate condizioni, con problematiche e dinamiche nuove rispetto agli anni passati come viene efficacemente esposto negli Orientamenti nei nn. 32-43. E nel processo di allontanamento del linguaggio della fede dalla vita vissuta delle persone e degli ambienti di vita i processi di comunicazione mass-mediale e personale sono certamente implicati, se non come causa diretta, come fattori di rafforzamento di una mentalità sempre meno comunitaria e legata ai valori *tradizionali e morali-umani*, ancor prima che cristiani, e sempre più indifferente e relativista-opportunista in tutte le classi sociali.

Di fronte a tale situazione è comprensibile un certo disagio da parte di tutti nella Chiesa a saper guardare in particolare all'ambito della comunicazione, ai suoi strumenti anche più innovativi, ai suoi

operatori professionali, con la stessa fiducia con la quale, neppure 40 anni fa, il Concilio si apriva, con entusiasmo, alle nuove prospettive offerte dagli “straordinari mezzi tecnologici” della comunicazione per l’annuncio del Vangelo al mondo di oggi.

Per di più gli sforzi di entrare in questo mondo, oggi dominato da un’evoluzione tecnologica quasi incontrollabile per la sua rapidità, se non a prezzo di ingenti sacrifici economici, richiedono sempre maggiori e specifiche capacità professionali per non apparire dilettantistici o risultare inadeguati rispetto agli obiettivi che si intendono raggiungere.

Il primo impegno che da tutte le sedi regionali è giunto in maniera chiara è pertanto quello della **formazione** di *tutti* gli operatori pastorali, non solo dei nuovi, più giovani o futuri, perché siano in grado di *dialogare* con chi in questo mondo già opera e con chi ricopre delle responsabilità professionali nei mass media, per aprire dei canali di collaborazione, favorendo la presenza di una pluralità di messaggi e di proposte nel panorama mass-mediale a tutti i livelli, soprattutto quello locale; inoltre una maggiore competenza da parte di tutti gli operatori pastorali rifluisce in una educazione all’*uso consapevole* degli strumenti di comunicazione, non solo in chiave esclusivamente pastorale ma anche nelle stesse famiglie e fra i giovani.

Una ulteriore attenzione condivisa in quasi tutte le realtà delle diverse regioni, almeno a livello di esigenza, se non come strategia già progettata, praticata, è quello della valorizzazione e del maggiore coordinamento delle risorse attualmente esistenti; alcuni riferimenti diretti: l’affermazione del Concilio plenario sardo, appena concluso «anche nella nostra Regione, – sono parole dei vescovi della Sardegna negli Atti del Concilio plenario sardo – urge promuovere una pastorale organica della comunicazione sociale ... È perciò indispensabile un ulteriore impegno di dialogo, di collaborazione, di coordinamento a livello delle singole Chiese locali e a livello della Chiesa sarda nel suo insieme».

Anche i responsabili delle comunicazioni sociali delle diocesi toscane, nell’espressione del Vescovo incaricato S. E. Mons. Bianchi e dell’incaricato regionale dott. Riccardo Galli «Per sapere sempre meglio annunciare la fede nel tempo che cambia (...) è stato così proposto di suddividere il territorio in tre zone, così da favorire una maggiore collaborazione tra le diocesi vicine, soprattutto tra quelle minori. Auspicata anche una maggiore comunicazione tra le commissioni di ciascuna diocesi così che l’Ufficio delle comunicazioni sociali possa davvero essere lo strumento di informazione all’esterno della creatività della comunità cristiana».

Nel Lazio è stata presentata un paio di anni fa ai Vescovi della CEL (Conferenza Episcopale del Lazio) la proposta di creare 3 coordinamenti territoriali per favorire lo scambio reciproco di informa-

zioni, esperienze e, lì dove possibile, coordinare anche le attività di comunicazione intorno ai centri più importanti (capoluoghi di provincia) per far emergere anche la realtà delle diocesi più piccole. Da parte di alcune zone (Lazio nord e sud) la risposta c'è stata, un po' meno dal centro, ma è chiaro che su 19 diocesi, più Roma, la situazione della Regione è estremamente diversificata.

Sinteticamente si potrebbe dire che la *priorità* è quella del **pensare organicamente** la pastorale e in essa il ruolo insostituibile delle comunicazioni sociali, che deve sì avere i propri “addetti”, ma non può essere confinata in un recinto esclusivo. Per questo è tornata da più parti, o come esigenza o come realtà già praticata, quella di uno specifico “mandato” o “ministero laicale” dell'operatore delle comunicazioni sociali o della “comunicazione della parola”. Servirebbe a conferire “dignità” a questo compito, ossia una sorta di riconoscimento ufficiale della Chiesa, e quindi anche a giustificare l'investimento, delle persone prima di tutto (come si fa per i catechisti, i cerimonieri, animatori di qualunque attività pastorale che vengono specificamente formati) e poi anche economiche, di strutture e risorse necessarie per ciò che si deve fare. L'esperienza dei new media dimostra che oggi, con molto meno di quello che serviva una volta, si può fare molto di più di ciò che si faceva un tempo.

Un'ultimissima suggestione che si raccoglie nei contributi delle diverse regioni è quella del rapporto fra evangelizzazione e “bello” nello stile comunicativo della Chiesa: “Dobbiamo attrezzarci – ha affermato S. E. Mons. Bianchi – per sapere meglio annunciare la fede nel tempo che cambia e, soprattutto in Toscana, riuscire ad evangelizzare attraverso la bellezza”, non solo per la ricchezza del patrimonio artistico culturale ma anche come nota caratteristica di stile e qualità delle diverse forme di comunicazione della Chiesa.



Contributo Area Sud (Regioni: Campania, Puglia, Calabria, Basilicata, Sicilia)

Don VITO MAROTTA - Incaricato Regionale della Puglia

Viviamo un'epoca che sembra vivere uno strano fenomeno. Mai come ora il fenomeno della comunicazione è al centro di tante attenzioni. Mai come oggi i modi e i mezzi di comunicazione si sono moltiplicati e si sono offerti capillarmente ai possibili utenti grazie agli enormi progressi tecnologici. Per altro verso mai come oggi si ha la sensazione che la comunicazione difetti di tempi e di occasioni.

Anche per la Chiesa, il problema della comunicazione sociale ha un orizzonte che, anche se deve tener conto degli strumenti cui in qualche misura è legato, è assai vasto e coinvolge, in forme diverse, tutti i settori della pastorale. Chi all'interno della comunità ecclesiale, opera in questo campo deve dedicare una particolare attenzione ai fenomeni indotti, alla cultura generata dai mezzi del comunicare per trovare i modi e le iniziative per conoscerla, capirla, illuminarla dal di dentro e animarla cristianamente. Questo esige una specifica competenza e un impegno costante difficilmente compatibile con impegni di natura diversa. In questo contesto sembra quanto mai urgente individuare nuove figure di operatori che sappiano affiancare quelle ormai ampiamente riconosciute del catechista, dell'animatore della liturgia e della carità. Ed è il lavoro che si sta iniziando a fare nella Chiesa del Meridione.

E così i presbiteri, i religiosi, gli operatori pastorali, gli educatori: ognuno è chiamato a rileggere il proprio mandato nella consapevolezza del nuovo contesto culturale, per rendere possibile l'annuncio della fede tra la gente a cui si è inviati.

Bisogna curare soprattutto la formazione e la comunicazione dei futuri presbiteri. Nei seminari del Sud, infatti, ne manca ancora l'insegnamento, ci sono soltanto dei laboratori o seminari.

1.
Necessità di un
piano organico

In concreto, questo discorso comporta la predisposizione di un piano pastorale a livello di Chiesa locale in cui si tenga conto di questa cultura, di come nasce, come si alimenta, quali valori privilegia, quale visione dell'uomo, quale ruolo di mediazione e di incidenza porta con sé. Un piano che tenga conto di quanto i vari set-

tori della pastorale (e di conseguenza gli uffici competenti), sono chiamati in causa dall'emergere della "nuova cultura" indotta dalla comunicazione.

«È chiesta a noi la capacità di elaborare il più possibile insieme, pur nella dialettica dei diversi punti di vista, una visione della vita. Noi abbiamo un estremo bisogno, oggi, di poter elaborare e poi offrire con le categorie di oggi una visione del mondo cristiana, pur in una cultura così frammentata, dominata dalla specializzazione»¹.

Siccome la realizzazione del piano pastorale normalmente avviene nella struttura parrocchiale, occorre che anche a questo livello il problema della comunicazione venga seguito con la necessaria attenzione e con opportune iniziative che coinvolgano, nei limiti del possibile, tutta la comunità parrocchiale.

«Si tratta di andare al di là dell'alternativa tra il centralismo e il "fai da te" che spesso ci caratterizza. Qualcosa di organico, "a rete", può essere laborioso e faticoso ma anche molto fruttuoso e utile, perché può aiutare la pastorale a rinnovarsi, avendo maggiore attenzione alle novità del nostro tempo, in sintonia con lo spirito profondo degli Orientamenti pastorali della Chiesa italiana per il prossimo decennio»².

Sin dall'inizio della vita della Chiesa, il compito degli apostoli si è qualificato proprio nei termini di una ricerca di comunicazione efficace da portare agli uomini del loro tempo.

Gli Atti degli Apostoli contengono la narrazione delle modalità scelte per la proclamazione di Cristo da parte dei suoi primi seguaci, una proclamazione insieme spontanea, piena di fede e persuasiva, realizzata mediante il potere dello Spirito Santo.

L'importanza di questo compito, che accompagna la Chiesa lungo il suo cammino storico, costituisce la motivazione che spinge noi oggi a non lasciare nulla d'intentato per stabilire una comunicazione efficace nelle nostre Diocesi, per questo è necessario un piano pastorale per le comunicazioni che, leggendo la realtà diocesana, sviluppi meglio la reciproca comprensione.

La necessità di un piano pastorale per le comunicazioni è peraltro ribadita in tutti i documenti più recenti del magistero ecclesiale, ma in *Aetatis novae*³ si ha un salto di qualità, infatti è detto che "non ci si deve accontentare di avere un piano pastorale per la comunicazione, ma è necessario che la comunicazione sia parte integrante di ogni piano pastorale perché essa di fatto ha un contributo da dare a ogni altro apostolato, ministero o programma".

¹ Cfr. Card. CAMILLO RUINI, *Il "laboratorio" del progetto culturale*, in "Osservatorio Comunicazione e Cultura" n. 3/2001.

² Idem.

³ *Aetatis novae* n. 17.

In “Evangelizzazione e testimonianza della carità”, cercando di approfondire il nesso tra verità e carità, si poneva come obiettivo pastorale la realizzazione di una “pastorale unitaria e organica”⁴.

È da intendere che al raggiungimento di quest’obiettivo contribuisce in modo decisivo il fattore “comunicazione”. Ed è in questa prospettiva che può essere ripensato il ruolo dell’Ufficio diocesano per le comunicazioni sociali, definito dal Card. Ruini, “registro essenziale” del progetto culturale e “fattore strutturante del disegno di una pastorale globale”, e il suo contributo è perciò essenziale per un’effettiva organicità dell’azione pastorale.

“La questione delle sinergie passa sì attraverso strade anche tecniche, economiche, strutturali... ma il punto chiave è una sinergia previa che sta a livello delle persone e, anzitutto, degli uffici diocesani di comunicazione sociale e della rete che essi possono costituire”... “Purtroppo non abbiamo una grandissima abbondanza di talenti, ma proprio per questo conviene valorizzare al meglio i talenti esistenti e quelli potenziali attraverso un impegno di sinergia da realizzare anzitutto in ambito locale.... e lo sviluppo tecnico dei media è tale da costringerci sempre più a lavorare in rete e in sinergia. È quello che sta avvenendo anche fuori dalla Chiesa per ragioni, all’inizio, meramente tecniche”⁵.

Questo è l’ambiente su cui muoversi per tentare di impostare una pastorale della comunicazione sociale, consapevoli che c’è bisogno di tempo e di fatica (tanta) per avvicinarci a questi traguardi, ma poiché nulla si può sprecare in questo agire è necessario, come non mai, far ricorso ad un uso sinergico delle forze.

Nella Chiesa di Calabria c’è l’esperienza di sinergie del giornale on-line e magazine.

Innanzitutto le persone, poiché la sinergia nasce da convinzioni profonde. Trattandosi di un approccio sostanzialmente nuovo alla pastorale si deve pensare in primo luogo ad una crescita complessiva di tutti gli operatori pastorali attraverso i canali tradizionali (Istituti teologici, ISSR e ISR, Seminari, scuole per operatori pastorali, corsi d’aggiornamento..) e alcune iniziative mirate (corsi specifici, settimane, master..).

Perché l’azione comunicativa dell’Ufficio arrivi in modo efficace a tutta la Chiesa locale, è decisivo il coinvolgimento delle co-

⁴ Evangelizzazione e testimonianza della carità n. 29

⁵ Cfr. Card. CAMILLO RUINI, *Comunicazione ed evangelizzazione alle soglie del terzo millennio*, Relazione introduttiva al Convegno degli uffici diocesani per le comunicazioni sociali, Trevi 1998, Quaderni della Segreteria CEI, anno III, n. 17 (giugno 1999).

munità parrocchiali, unitamente agli altri soggetti da coinvolgere, le famiglie, associazioni, movimenti. Il loro apporto può essere decisivo per educare ad un uso appropriato dei vari mezzi della comunicazione, ma anche per favorire l'immissione di nuove energie ben formate in questo moderno "areopago". La Scuola di Comunicazione Sociale, istituita in Puglia, in sinergia con l'Istituto Superiore di Scienze Religiose, si è già posta come luogo per scoprire i talenti e valorizzare le "vocazioni" a comunicare.

Opportunamente utilizzati questi operatori saranno importanti per la creazione in ogni parrocchia di un gruppo di esperti, una piccola equipe che, d'intesa con il parroco, si occupi di questi problemi all'interno della comunità e configurandosi come "organo di collegamento permanente" con l'ufficio diocesano per un reciproco e funzionale scambio di esperienze e di notizie. Inoltre per una sensibilizzazione più capillare verso la comunicazione sociale e per una crescita culturale della comunità cristiana è necessario promuovere con decisione la sala di comunità, una via quasi obbligatoria per rispondere alle istanze di rinnovamento pastorale, una finestra che si apre sul mondo del cinema, del teatro, della musica, della cultura in genere, dando occasioni a forum che contribuiscono alla formazione della comunità.

Per svolgere efficacemente un'attività bisogna avere una struttura adeguata e proporzionata alle azioni che si intendono attuare. Una struttura comunicativa ha bisogno di una sede accogliente, deve avere stabilità e funzionalità, costituire un luogo identificabile e identificante.

L'operatore delle comunicazioni sociali sarà un laico che con umiltà, simpatia e ottimismo, opererà in ogni parrocchia e in ogni diocesi. Sarà formato opportunamente nella Scuola per le Comunicazioni Sociali. Suo compito sarà di coordinare le diverse iniziative nel campo delle comunicazioni sociali e sensibilizzare, la comunità cristiana di cui fa parte, al problema della comunicazione. Contribuirà anche alla promozione dei media ecclesiali sul territorio e segnalerà ai media iniziative significative o notizie che riguardano la comunità locale.



omunicazioni

- Iniziative per promuovere la Sala della comunità
- Informazioni sull'emittenza radio-televisiva



niziative per promuovere la Sala della comunità

Don DARIO EDOARDO VIGANÒ - Responsabile settore cinema e spettacolo dell'Ufficio Nazionale per le comunicazioni sociali

La sala della comunità non si colloca esclusivamente come possibilità (luogo/creatività) di attuazione del progetto culturale cristianamente ispirato. Perseguire la costruzione e/o la realizzazione della sala della comunità significa anche dare risposta all'uomo e alla donna della contemporaneità per ritrovare equilibri tra spazi situazionali e spazi disancorati (cfr. Nota pastorale *La sala della comunità: un servizio pastorale e culturale*, n. 14).

Lo sganciamento dello spazio dal tempo ci pone a vivere in quella che viene chiamata promiscuità geografica. Il transito annulla i riti di passaggio così che non esiste più un luogo altro. "Lo spazio domestico, che pure per molti continua a costituire il luogo del radicamento, si modifica all'insegna di un'ambiguità crescente soprattutto grazie alla pervasività e alla diffusione capillare delle tecnologie della comunicazione. Se da un lato viene a cadere la segregazione delle sfere, dall'altro l'ambito domestico più difficilmente viene a configurarsi come luogo altro, separato dall'esterno".

La sala della comunità può diventare occasione per ristabilire degli equilibri nella percezione dello spazio/luogo, recuperando i criteri proprio del luogo che sono quelli dell'essere identitario, relazionale e storico.

1. Visioni della Parola. Attività di coordinamento

Convegno sul rapporto Bibbia e cinema svoltosi presso l'Università Pontificia Salesiana dal 23 ottobre al 13 novembre dello scorso anno.

Organizzato dalle associazioni di cultura cinematografica (CSC - CGS - CINIT - ANCCI), coordinato dall'ACEC e in collaborazione con l'Ufficio Nazionale per le comunicazioni sociali e il Servizio nazionale per il progetto culturale.

Tra i relatori: Silvio Barbaglia, Dario E. Viganò, Ernesto G. Laura, Bruno Maggioni, Carlo Tagliabue, Carlo Buzzetti, Marek Lis, Alberto Bourlot. Sono intervenuti: Michele Pellerey, Franco Lever, Goffredo Lombardo, Marco Vanelli, Stefano Todini, Giulio Base, Ettore Bernabei, Damiano Damiani, Virgilio Fantuzzi, Deniella Iannotta.

Il convegno è stato presieduto da S. E. Mons. John Foley.

Visto l'interesse del pubblico veneziano alle pubblicazioni e alle iniziative delle associazioni cinematografiche di ambito ecclesiale, anche quest'anno è stato organizzato, con l'aiuto dell'Ufficio Nazionale per le comunicazioni sociali, lo stand *Per un cinema di qualità*. Molti i visitatori e moltissime le prenotazioni di pubblicazione.

Una novità di quest'anno è stata la realizzazione di un sito web con le recensioni giorno per giorno dei film in programmazione. Il sito, realizzato con l'aiuto del Servizio Informatico della CEI è stato coordinato da Ezio Alberione e ospitato sul sito dell'Acce. Il sito è stato poi scaricato su Cdrom.

Come consuetudine, l'Ufficio Nazionale per le comunicazioni sociali in collaborazione con l'Ufficio diocesano per le comunicazioni sociali di Venezia, ha organizzato la presenza della Giuria OCIC e in particolare l'incontro con il Patriarca Cardinale Marco Cè.

Si è svolto a Roma il 19 giugno u.s. un seminario di studio dedicato ai membri della CNVF. Il seminario (i cui atti sono in stampa) ha trattato due argomenti:

- Prospettive e scenari del cinema di inizio millennio (Prof. Ezio Alberione)
- Il problema etico nella rappresentazione cinematografica (Prof. Marco Deriu)

Durante quest'anno si è sviluppata una collaborazione con Infinity Festival (*Films and Spiritual Research*) che si svolgerà ad Alba dal 6 al 13 aprile p.v.

Da segnalare l'apertura da parte di alcune diocesi di contenitori culturali (vere e proprie sale della comunità) attorno alle quali stanno nascendo molteplici e significative iniziative.

Oltre alle iniziative annuali (presenza delle associazioni a Venezia, coordinamento giuria OCIC...), quest'anno si dovrà procedere a:

- concludere il CDrom con tutte le schede (144 volumi) dei film usciti in Italia dal 1934 ad oggi. Il lavoro procede lento perché è necessaria una verifica di tutte le schede e una individuazione di tematiche attorno alle quali disporre il motore di ricerca.
- individuare nelle diocesi italiane la realizzazione di alcune sale della comunità multimediali e polifunzionali per poter predispor-

re un volumetto con disegni, possibili soluzioni, indicazioni di costi ed eventuali possibili forme di finanziamento.

In particolare:

- Per promuovere la sala della comunità (come descritta dalla Nota pastorale *La sala della comunità: un servizio pastorale e culturale*, nn. 13ss) è stato predisposto un sito web (www.saledellacomunita.it) che, partendo dal circuito che già esiste, che è oggi ancora primariamente cinematografico, cerca di promuovere tutte le iniziative culturali presenti sul territorio. In particolare teatro, musica, conferenze... Attualmente hanno aderito oltre 100 sale. Il sito, coordinato dall'Ufficio Nazionale per le comunicazioni sociali e dal Servizio Nazionale per il progetto culturale con il SICEI, ospita gratuitamente i siti delle singole sale o offre lo spazio per la realizzazione del sito. La gestione viene coordinata dall'Accec che fornirà le password per l'aggiornamento che ogni sala potrà fare in modo autonomo. Le sale devono avere criterio di stabilità ed essere in regola con i permessi necessari.
- Per verificare i modelli d'uso delle Sale attualmente attive, per ricostruire i fattori di trasformazione e per individuare le più feconde tendenze di sviluppo futuro, si intende procedere con una ricerca sui vissuti delle sale della comunità.
- Viene organizzato, nei giorni 22-23 novembre p.v., durante il Congresso Mondiale dell'OCIC-UNDA, un convegno sul tema: *Etica ed estetica* promosso dalle associazioni di cultura cinematografica.

Tra i relatori: Mario Perniola, Carlo Chenis, Mario Pezzella, Peter Malone, Gaye Williams Ortiz. Inoltre Luigi Paini, Gianni Canova, Paolo Benvenuti, Silvio Danese, Daniella Iannotta, Virglio Fantuzzi.

5. Formazione

Tra quelli già richiamati:

- Scuola di alta formazione per operatori pastorali della comunicazione e della cultura (Università Cattolica-Pontificia Università Lateranense-Ufficio Nazionale per le comunicazioni sociali. Servizio nazionale per il Progetto culturale)
- Licenza in teologia della comunicazione (Pontificia Università Lateranense)



Informazioni sull'emittenza radio-televisiva

Dott. EMMANUELE MILANO - Direttore di Rete SAT 2000

1. La televisione

SAT 2000 affronta la sua quarta stagione televisiva con uno schema di programmazione vario e ben bilanciato tra esigenze di informazione e di intrattenimento.

La rete ha acquistato una fisionomia chiara e riconoscibile. La sua notorietà, a livello di opinione pubblica, è cresciuta, come dimostra la grande quantità di segnalazioni sulla stampa. 1.100 tra articoli e citazioni, da gennaio a ottobre (escludendo gli spazi fissi dedicati ai palinsesti da alcuni quotidiani e periodici). Così ripartiti: 353 su quotidiani nazionali e locali; 82 su settimanali a tiratura nazionale; 324 su *Avvenire* e stampa cattolica quotidiana e periodica, 31 su stampa specializzata in mass media; 143 lanci d'agenzia; 170 presenze su Internet. Nessuna televisione italiana via satellite ha raccolto così tanta attenzione.

Ma la notorietà a livello di opinione pubblica, come è noto, si trasferisce lentamente al pubblico vero e proprio, che è il nostro ovvio e naturale obiettivo. C'è un grande lavoro da fare, di promozione della rete e di lancio del nostro prodotto, sia nella direzione del pubblico attrezzato per la ricezione da satellite, sia verso quello che può accedere ai programmi di SAT 2000 grazie ad emittenti locali.

Come dicono i pubblicitari: il prodotto c'è, bisogna farlo conoscere. È necessario uno sforzo di promozione in campo nazionale e in campo locale. Molti potenziali spettatori ignorano ancora l'esistenza di una rete televisiva promossa dalla CEI. Molti, tra quelli che sanno, non conoscono le modalità di accesso.

Ogni iniziativa promozionale è preziosa. Così come possono esserlo gruppi di ascolto, di critica e di suggerimento.

La stagione 2001-2002 di SAT 2000 si è avviata con la conferma dei programmi più significativi e con molte novità.

2. L'informazione

Il Tg 2000 ha consolidato la propria formula veloce e incisiva, restando fedele all'impegno originario di un'informazione "diversa" e autonoma, innervata da un'attenzione peculiare per il sociale, il culturale, l'ecclesiale, con uno sguardo costante ai problemi di tutto il pianeta. Questo impegno è stato ulteriormente precisato e sviluppato, rafforzando la presenza sui grandi fatti sociali e di cronaca che hanno interpellato nel profondo l'opinione pubblica e sulle sfide an-

tropologiche emergenti a livello scientifico e legislativo. In questa prospettiva si collocano anche le novità della programmazione giornalistica di Sat 2000 per la nuova stagione. Con il settimanale di attualità "On off" (in partenza alla fine di novembre) si cercherà proprio di rilanciare il filone del giornalismo d'inchiesta e di raccogliere la sfida delle domande che più scuotono e dividono l'opinione pubblica. "Il grande talk" (il sabato sera, dal 17 novembre) sarà invece una rilettura critica senza pregiudizi né complessi di quanto ogni settimana viene veicolato attraverso uno dei più popolari e influenti generi televisivi, il talk show appunto. Un esperimento ambizioso che Sat 2000 realizza per la prima volta dallo studio di Milano e in collaborazione con docenti e studenti dell'Università Cattolica.

Nello stesso solco si situano anche gli altri programmi di approfondimento giornalistico curati dalla redazione di Tg 2000. Appuntamenti settimanali già collaudati che con il nuovo palinsesto sono stati ridisegnati per affrontare in modo sempre più incisivo le questioni al centro del dibattito culturale ("Il Sicomoro"), la vita dei popoli in un mondo sempre più globalizzato e segnato dai conflitti ("Monitor popoli"), i problemi della salute e dell'ambiente ("Starmeglio"), i diritti e doveri dei cittadini anche in campo economico-sociale ("Cittadini"), i valori umani chiamati in causa nell'attività sportiva a tutti i livelli ("Sportivamente").

Particolarmente impegnativa è la presenza sul versante dell'informazione religiosa nella sua accezione più ampia. Nel panorama italiano "Mosaico" è l'unico programma giornalistico che si cimenta quotidianamente su questa area tematica, assicurando inoltre una copertura straordinaria in occasione di grandi eventi ecclesiali.

3. I programmi di documentazione e di intrattenimento

Con la nuova stagione televisiva si sono riaffacciati al palinsesto della rete anche il talk-show quotidiano "Vivendo parlando" e un nuovo ciclo di "L'Italia a tavola", viaggio nelle case di belle famiglie italiane. Ed ha preso avvio, suscitando grande curiosità nella stampa nazionale, il primo torneo di cultura artistica e biblica tra studenti delle medie superiori, "Un diluvio di domande".

Ma molte altre novità verranno ad arricchire il palinsesto nei prossimi mesi. Merita una particolare segnalazione l'iniziativa che SAT 2000 ha preso in collaborazione con il Servizio Nazionale per i beni culturali della CEI, "Tesori d'arte sacra", un affascinante viaggio tra chiese, certose, musei diocesani, per raccontare una ricchezza di opere d'arte, inattesa, sorprendente, al di fuori delle grandi e più note raccolte musicali. Nel mese di dicembre SAT 2000 trasmetterà il primo ciclo di Itinerari toscani, con una guida di forte capacità comunicativa e competenza, Antonio Paolucci, sovrintendente alle opere d'arte della Toscana.

Seguiranno altri nuovi cicli sul rapporto tra "TV e minori"; l'"Indagine sulla preghiera" (realizzata da Telesubalpina); "I grandi romanzi" per accendere il gusto e la sapienza della lettura; la serie "Da Francesco d'Assisi a Caterina da Siena", che fa parte di un più ampio progetto, "Cristiani nella storia", che intende proporre momenti alti della storia della Chiesa.

E ci saranno nuove serie di fiction, selezionate prevalentemente nei cataloghi della RAI, per dare maggiore varietà alla programmazione di SAT 2000.

Con l'inverno prenderà avvio una nuova edizione di "Ateneo", con corsi che, senza perdere nulla in contenuto e rigore, utilizzeranno tecniche di racconto più spettacolari e comunicative. E verrà presentata con cadenza quotidiana la serie "Le lettere apostoliche" di Mons. Gianfranco Ravasi.

E infine, per la prossima primavera, è allo studio un'ampia indagine in diretta: "Generazioni", una storia di rapporti, incontri e conflitti, un esame della tradizione di esperienze e costumi, di fede e di cultura.

4. La Syndication

In questi mesi va prendendo corpo la syndication delle televisioni locali che rilanciano con segnale analogico programmi di SAT 2000.

Fino ad oggi le trasmissioni dell'emittente satellitare sono state messe a disposizione delle locali perché le utilizzassero secondo le proprie opportunità e convenienze. Fatta eccezione per il telegiornale, per il quale si richiedeva una diffusione entro un'ora, e per le fiction di provenienza RAI, per le quali esistevano rigide indicazioni contrattuali, le produzioni di SAT 2000 potevano essere ridiffuse in orari liberamente scelti da ciascuna tv locale.

Ora si fa un passo avanti, si comincia a definire una vera syndication. Le emittenti che ne fanno parte si impegnano a trasmettere, in contemporanea con la capofila, tre fasce quotidiane di programmazione comune: una fascia oraria meridiana per la diffusione del talk-show, una fascia di informazione dalle 19.45 alle 20.30, che comprende TG 2000 e Mosaico; una fascia serale, dalle 21 alle 22, dal lunedì al venerdì, per la diffusione dei settimanali di informazione ("Il Sicomoro", "Starmeglio", "Monitor Popoli", "On off" e l'accoppiata "Cittadini" e "Sportivamente"); la sera del sabato questa fascia si allarga dalle 20.30 alle 23.45, per ospitare la fiction e il programma giornalistico "Il grande talk".

Al di fuori di questi obblighi di syndication, le televisioni associate potranno rilanciare, già oggi largamente avviene, altri programmi di SAT 2000, in collocazioni di loro scelta e convenienza.

A

ppendice

- **Dossier: La comunicazione religiosa della Chiesa Italiana nell'anno del Grande Giubileo**
- **Liturgia, comunicazione e linguaggio non verbale**



Dossier

La comunicazione religiosa della Chiesa italiana nell'anno del Grande Giubileo

Don CLAUDIO GIULIODORI

Direttore dell'Ufficio Nazionale per le comunicazioni sociali

L'anno Giubilare ha toccato profondamente i processi della comunicazione sia in ambito ecclesiale che laico. Si può dire che in Italia si è registrato un circolo virtuoso tra media ed evento Giubilare generato dalla reciproca contaminazione: la comunicazione si è progressivamente aperta alle sollecitazioni del Giubileo e il Giubileo è stato pensato e vissuto anche come evento mediatico, in sintonia con la cultura del nostro tempo.

Con questo intervento non intendo fare una analisi di tutto il complesso fenomeno della comunicazione nell'Anno Giubilare¹, mi limiterò a presentare quelli che sono stati gli aspetti più significativi dell'impegno che la Chiesa italiana ha registrato sul versante della comunicazione con specifico riferimento ai media di area cattolica collegati con la CEI.

L'analisi dell'impatto che il Giubileo ha avuto sulla comunicazione viene qui affrontata sotto tre aspetti: i risultati raggiunti in base agli obiettivi, l'impegno concreto dei media e infine l'eredità che lascia per il futuro questa esperienza. Sono questi i tre momenti che prendo in esame soffermandomi soprattutto sulla seconda parte riguardante la celebrazione con una rassegna dell'impegno assunto dai media cattolici.

1.
La preparazione
e gli obiettivi

Non era semplice immaginare la comunicazione in riferimento al Giubileo anche perché appariva un'impresa veramente difficile. Ci si chiedeva infatti: come rendere attuale un evento che dura un anno? Come rendere interessanti per tutte le persone gli appuntamenti e le celebrazioni che muovono da un'ottica tipicamente re-

¹ Sono molte le analisi in corso e occorrerà del tempo prima di poter fare un bilancio compiuto e condiviso. Per una prima riflessione rimando al Dossier su "Giubileo e mass media" apparso sulla rivista "Vita Pastorale", n. 12/2000, pp. 112-139.

ligiosa? Come garantire un approccio corretto dei media che non si perda dietro agli aspetti esteriori e nella ricerca della spettacolarità? Alla luce della straordinaria esperienza di questo anno possiamo dire che la maggior parte degli obiettivi definiti nella fase preparatoria sono stati raggiunti e per alcuni versi la dimensione mediatica si è rivelata una delle novità più interessanti e positive del Giubileo.

1.1. “Un Giubileo straordinariamente grande”: la prospettiva cosmica

Il primo impegno della comunicazione è stato quello di far emergere lo spessore teologico della celebrazione giubilare. Ci si è lasciati condurre dall'espressione “*Un Giubileo straordinariamente grande*” che suscitava un particolare interesse, come si trattasse di un'esplosione di senso. Avverbio e aggettivo rivelavano un'intenzionalità quasi cosmica, totalizzante non solo della realtà della fede cattolica ma dell'intera umanità. Un primo motivo di questa prospettiva risiedeva nella *ragione storica* del Giubileo del 2000, che non era come gli altri ma era comprensivo di tutti gli altri². La Lett. Ap. *Tertio millennio adveniente* [TMA] rappresentava infatti la traccia di un cammino che parte dall'evento dell'Incarnazione e giunge fino all'inizio del terzo millennio, come un grande fiume che attraversa la storia dell'umanità. La nascita di Gesù Cristo è evento iniziale e assoluto: questo consente di definire Gesù come il “compimento dell'anelito di tutte le religioni del mondo e, perciò stesso, ne è l'unico e definitivo approdo” (TMA, 6). Si comprende bene la scelta e il compito della Chiesa che “invita tutti alla gioia e si sforza di creare le condizioni, affinché le energie salvifiche possano essere comunicate a ciascuno. Il 2000 segnerà perciò la data del Grande Giubileo” (TMA, 16). La comunicazione ha documentato la capacità della Chiesa di spalancare il sipario sul mondo, con stupendo effetto scenico, con un'apertura d'orizzonte che poteva apparire quasi eccessiva. Ma questo era davvero il punto di partenza e con questa intenzionalità espressa dal Santo Padre la comunicazione ha fatto i conti restandone suggestionata e in certi momenti quasi incantata.

1.2. La Porta Santa: il passaggio decisivo della conversione

Un secondo punto di osservazione da cui sono partiti i media cattolici è stato il *passaggio della “Porta Santa”*, un passaggio critico, non scontato, carico di conseguenze. Il *segno della porta* ha as-

² Cfr. GIOVANNI PAOLO II, Lettera apostolica, *Tertio millennio adveniente*, (10 novembre 1994).

sunto un senso pregnante, denso, di vaste proporzioni. La porta in realtà è un indicatore di immediata acquisizione nel suo significato pratico ma allude anche ad una vasta e ricca rete simbolica estremamente efficace per la comunicazione. Lo stesso Vangelo ne è testimone. Al di sopra di ogni altro riferimento, campeggia la celebre dichiarazione di Gesù: “Io sono la porta” (Gv 10,7) e poi nell’uso dei verbi: entrare-uscire, aprire-chiudere, bussare-cercare. Giovanni Paolo II, con singolare maestria linguistica, la esalta inventando lo slogan che illumina tutto il suo pontificato: “*Aprite le porte a Cristo*”. Diverse sono le funzioni della porta: nei viaggi, nei pellegrinaggi, ma soprattutto nel *passaggio* di conversione, nell’ospitalità nell’accoglienza. C’è sempre una porta da varcare! Tante porte si aprono ma altrettante e più si chiudono o restano fatalmente chiuse. Non si dimentichi la drammatica irreversibilità della sentenza evangelica: “e la porta fu chiusa” (Mt 25,10). Per la comunicazione la porta del Grande Giubileo del 2000 doveva diventare una porta aperta all’“intera umanità”: davvero cosmopolita e universale, via di accesso a quella “*civiltà dell’amore* fondata sui valori di pace, solidarietà, giustizia e libertà che trovano in Cristo la loro piena attuazione” (TMA 52).

I media hanno fatto emergere questo percorso chiaramente indicato nelle parole di Giovanni Paolo II: “La Porta Santa del Giubileo del 2000 dovrà essere simbolicamente più grande delle precedenti perché l’umanità, giunta a quel traguardo, si lascerà alle spalle non soltanto un secolo, ma un millennio. È bene che la Chiesa imbocchi questo passaggio con la chiara coscienza di ciò che ha vissuto nel corso degli ultimi dieci secoli. Essa non può varcare la soglia del nuovo millennio senza spingere i suoi figli a purificarsi, nel pentimento, da errori, infedeltà, incoerenze, ritardi. Riconoscere i cedimenti di ieri è atto di lealtà e di coraggio che ci aiuta a rafforzare la nostra fede, rendendoci avvertiti e pronti ad affrontare le tentazioni e le difficoltà di oggi” (TMA, 33).

1.3. Il punto di arrivo: rinvigorire la fede e la testimonianza

Infine un terzo punto di osservazione che i media hanno tenuto presente è stato lo scopo *ultimo* del Giubileo. La finalità del Giubileo era “il rinvigorimento della fede e della testimonianza dei cristiani” (TMA, 42). Due quindi i traguardi perseguiti: *l’intelligenza della fede per il terzo millennio e la sua incidenza storica*. Il Giubileo è stato presentato come uno strumento attraverso il quale la Chiesa ha compiuto un’opera di intelligenza del mistero in cui si crede e di cui si deve rendere ragioni a tutti gli uomini.

È emersa all’orizzonte del terzo millennio una sfida teologica e insieme culturale: una provocazione per dire la fede oggi,

come annunciare il Vangelo perenne, come inculturare la Parola nell'odierna fase storica. Il Giubileo non è stato solo memoria di un inizio, non poteva essere semplice pellegrinaggio alla tomba degli apostoli. La difficoltà maggiore ma anche la sfida più affascinante è stata quella di presentare il senso ultimo del Giubileo come un rinnovato atto di fede in Gesù Cristo "il centro e il fine dell'uomo nonché di tutta la storia umana" (GS, 10, cit. in TMA, 59).

I media sono diventati parte integrante di questa rivisitazione della fede, delle sue radici e della sua capacità di dialogare e di interpellare, per essere ancora oggi in grado di rispondere alle domande più profonde che toccano la vita dell'uomo.

1.4. Un Giubileo alla prova del "circo mediatico"

Era stato già sottolineato che il Giubileo si presentava come il primo della nuova civiltà telematica. L'affermazione, in sé soltanto descrittiva, è diventata invece una "sfida" per le conseguenze straordinarie che si aprivano nell'orizzonte della conoscenza e dell'esperienza di comunicazione planetaria, immediata e simultanea. Il Giubileo, sotto questo profilo, ha creato le condizioni per un evento comunicativo eccezionale ma che ovviamente correva il rischio della sovraesposizione e della dispersione nelle fauci di una comunicazione che divora e macina tutto sotto la pressione degli ascolti e l'esigenza di fare spettacolo.

L'impatto con l'innovazione tecnologica che cambia l'ambiente umano e, proprio per questo, altera tutti i livelli di percezione e favorisce nuove soluzioni linguistiche, nuove modalità di consumi, nuovi sistemi di comunicazione, interpellava anche il Giubileo essendo valido anche in questo caso l'assioma: la "forma comunicativa diventa contenuto comunicato". La sfida quindi consisteva nel saper comunicare l'evento nella sua globalità, ben sapendo, e lo ricorda anche l'*Aetatis Novae*, che l'evento esiste (nella società moderna) quasi soltanto nella misura in cui viene comunicato. Grande quindi la responsabilità che incombeva sugli operatori della comunicazione. Si è resa necessaria una competenza nuova da parte dei "comunicatori", e un alto giudizio critico nell'uso dello strumento mediatico rispetto alla complessità dell'evento giubilare.

1.5. Le strade percorse per comunicare il Giubileo

Agli Uffici Diocesani per le comunicazioni sociali e agli operatori del settore fu rivolto l'invito a considerare il Giubileo come

evento di prima grandezza nel quale si dovevano investire le migliori risorse di intelligenza, di passione, di creatività e di persone³.

Naturalmente le difficoltà non sono mancate, soprattutto per scalfire l'apparente indifferenza dell'opinione pubblica. Se di per sé il Giubileo era una "gioiosa notizia" (TMA, 16), si poteva correre il rischio che il suo vero significato fosse manipolato e stravolto da una cattiva e obliqua informazione. Era necessario quindi elaborare una strategia comunicativa e sapere "cosa" comunicare, e "come" e a "chi"? A questo scopo sono state seguite delle priorità elementari, ancorché complesse nella loro attuazione pratica, privilegiando quattro forme di comunicazione diretta e sistematica, secondo linguaggi differenziati e servizi giornalistici combinati e armonici.

- *Il racconto-narrazione-illustrazione.* Al Giubileo si addiceva un genere letterario-giornalistico che privilegia l'affabulazione "storica" per raccontare tempi e luoghi giubilari, personaggi, annotazioni di costume, usanze, episodi significativi del tempo. È questo un modulo informativo composito che premia la descrizione brillante, il quadretto folkloristico, la ripresa di particolari devozioni che appartengono al patrimonio della grande tradizione cattolica.

- *Una corretta informazione.* Si è puntato su una semplice, minuta, sobria e costante pubblicazione di "Notizie-flash", quasi in presa diretta. L'opinione pubblica del Giubileo che percepiva vagamente il significato dell'evento è stata condotta per mano con una informazione di facile fruizione, chiara, immediata, efficace e accattivante.

- *Percorsi di formazione.* Si è pensato anche ad un impegno più rigoroso, quello che mira alla formazione tematica, contenutistica, senza scadere nella pedanteria, finalizzata a suscitare interesse ma insieme il desiderio di approfondimenti storici, teologici, spirituali e culturali. Moltissimi in questo senso i dossier realizzati.

- *Una comunicazione interattiva e partecipata.* È stata attivata anche una comunicazione capace di favorire il coinvolgimento dell'utente, affinché si immedesimasse e scattasse in lui il desiderio di esserci, di saperne di più, di attivarsi da solo o con altri.

Come si può vedere, lo "schema" è stato largo e onnicomprensivo, vantaggioso per ogni ulteriore scelta giornalistica, grafica e linguistica, che ha permesso di colpire in qualche modo l'intelligenza, la fantasia, la curiosità, il desiderio di tutti i fruitori dei media.

³ Si può vedere le linee suggerite da Mons. Carlo Mazza, Direttore dell'Ufficio Nazionale per la pastorale del tempo libero, turismo e sport, al Convegno degli Uffici Diocesani per le comunicazioni sociali tenutosi a Trevi (PG), nel novembre del 1998. In quell'occasione vennero delineati gli obiettivi e i criteri che avrebbero dovuto guidare l'impegno degli operatori dei media nella preparazione e nella celebrazione del Giubileo. Cfr. *Quaderni della Segreteria CEI*, anno III, n. 17 (giugno 1999), pp. 96-100.

Sono state così approfondite tematiche importanti per la cultura e la sensibilità di oggi, come la verità di Gesù Cristo, il senso del tempo e della storia, l'opera dell'uomo, il destino e le speranze dell'uomo, il futuro del mondo, il ricomporsi e lo scomporsi delle nazioni (flussi emigratori, integrazione), l'impegno storico dei cristiani.

Il Giubileo è apparso come evento multipolare, simbolico, rifrangente e suggestionante, in quanto portatore di una complessità giocata sul dinamismo vitale e dialettico del rapporto "spirito e corpo", "fede e storia", "ascesi e mondanità", "pellegrinaggio e itinerari religiosi", "visibile e invisibile"⁴. I comunicatori hanno assunto il ruolo di discreti e solleciti accompagnatori, a tempi opportuni, come lo scriba del vangelo, che sa trarre dal tesoro della Chiesa, di cui il Giubileo è parte, "cose nuove e cose antiche" (Mt 13,52) e proporle, in dosi sapienti, al lettore, divenuto anche lui come lo scriba, "discepolo del regno".

Il Giubileo ha assunto così i caratteri della scommessa, dell'avventura, della prova. Di fronte ad un evento così singolare e unico, così universale, ci si doveva attrezzare non solo di conoscenze e di competenze specifiche, ma anche di talune virtù: quella della paziente lungimiranza, della magnanimità, della tolleranza evangelica per vincere il rischio della stanchezza, dell'accidia, della contrapposizione. Molto è stato fatto e certamente non sono mancati gli spunti per rendere ancora più significativa nel futuro la comunicazione religiosa.

2. La comunicazione ecclesiale nell'anno giubilare⁵

Tutti i media della Chiesa italiana hanno seguito con particolare attenzione lo svolgimento del Giubileo impegnando tutte le risorse possibili. Cercherò brevemente di illustrare l'impegno di alcuni media, in particolare quelli collegati con la Conferenza Episcopale Italiana. Ma occorre tener presente anche l'enorme contributo dato da tante testate settimanali, tra cui Famiglia Cristiana che ha una tiratura di oltre 800.000 copie, dai quindicinali e dai mensili di enti religiosi e di santuari⁶, dai 140 settimanali cattolici delle diocesi, dalle 250 radio locali cattoliche e dalle 50 televisioni locali.

Nel presente intervento non sono presi in considerazione i media collegati con la Santa Sede (L'Osservatore Romano, la Radio

⁴ La complessità della comunicazione dell'evento giubilare emerge anche dalle prime analisi: cfr. DARIO E. VIGANÒ, *Il Giubileo: evento mediatico, esperienza vissuta*, in "Osservatorio Comunicazione e Cultura" n. 12/2000, pp. 2-3; ALDO M. VALLI, *Dentro il Giubileo*, in "Il telespettatore", 1/2001, pp. 5-8.

⁵ In questa parte evidenzio le iniziative messe in atto nell'anno giubilare dai media della Chiesa italiana.

⁶ Cfr. PONTIFICIA UNIVERSITÀ DELLA SANTA CROCE, FACOLTÀ DI COMUNICAZIONE SOCIALE ISTITUZIONALE, *Comunicazione e luoghi della fede*, LEV, Città del Vaticano 2001.

vaticana, il CTV, i Servizi della Sala Stampa della Santa Sede), che hanno contribuito in modo rilevante alla comunicazione del Giubileo anche nella realtà italiana.

Deve esser inoltre considerato l'apporto della fonte principale di informazioni costituita dall'Ufficio per la Comunicazione e la Documentazione del Comitato Centrale per il Grande Giubileo dell'Anno 2000 che, attraverso i bollettini quotidiani, *Il Giornale del Pellegrino* (edizione quindicinale in sette lingue) e la rivista mensile *Tertium Millennium*, ha accompagnato con puntualità e ricchezza di notizie lo svolgimento del Giubileo e il lavoro dei giornalisti. È da ricordare inoltre che per l'anno giubilare tutte le principali agenzie stampa hanno istituito appositi servizi.

2.1. L'impegno di Sat 2000, la TV satellitare promossa dalla CEI⁷

Il racconto televisivo del Grande Giubileo è stato per SAT 2000 un banco di prova faticoso ma entusiasmante. Tra riprese dirette, trasmissioni da studio, rubriche quotidiane, programmi d'autore, non-stop straordinarie su eventi speciali, SAT 2000 ha dedicato al Giubileo più di 640 ore di trasmissione.

Ecco alcuni numeri che testimoniano lo sforzo produttivo dell'emittente cattolica. SAT 2000 ha dedicato al Giubileo, oltre all'informazione presente nel telegiornale, circa 270 ore di collegamenti in diretta, 320 ore di trasmissioni da studio e 50 ore circa di programmi speciali. Tra questi ultimi sembra opportuno segnalare alcune iniziative destinate, per la loro forza di documento, non solo alla diffusione televisiva, ma anche all'utilizzazione in home video: "La lettera del Santo Padre agli anziani", "La famiglia nelle parole del Papa", "Le parole del Papa ai giovani", "Grazie Tor Vergata".

Per la continuità d'attenzione, favorita dalla possibilità di prescindere da rigidi vincoli di palinsesto che condizionano invece le televisioni generaliste, per l'adesione all'intenzione e alla sostanza dell'evento, per la disponibilità a viverlo e raccontarlo dall'interno con piena partecipazione, si può affermare che SAT 2000 è stata la TV del Giubileo in quanto, oltre che a trasmettere le riprese degli eventi, ha cercato di penetrarne i significati, i risvolti umani e spirituali, i percorsi di fede e di conversione.

L'eccezionale sforzo organizzativo non ha mai distolto l'attenzione dall'obiettivo di raccontare il Giubileo come esperienza di

⁷ Le annotazioni che seguono sono state fornite dal Dott. Emanuele Milano, Direttore di Sat 2000. L'emittente televisiva satellitare Sat 2000 trasmette 18 ore al giorno e vanta 6 ore di autoproduzione giornaliera. Il segnale del satellite copre tutta l'Europa e il bacino del Mediterraneo. Molti programmi sono ripresi e trasmessi da oltre 100 TV locali in Italia.

fedè. Lo spettacolo delle grandi masse di pellegrini, la prepotenza di immagini di manifestazioni che non sarà facile dimenticare, non hanno mai relegato in secondo piano le ragioni di fondo dell'anno giubilare. Di queste soprattutto si è parlato, su di esse si è riflettuto in ogni occasione.

SAT 2000, in collaborazione con il Centro Televisivo Vaticano, ha avuto per tutto l'Anno Santo una telecamera costantemente accesa sulla Basilica di San Pietro e la Porta Santa. E più di una volta al giorno ha dato immagini in diretta dalla Piazza, cuore dell'evento giubilare. Ma forte è stata l'insistenza sull'impegno di tutta la Chiesa, in Italia e nel mondo.

Il racconto di un Giubileo decentrato, che ha mosso diocesi, organizzazioni di volontariato, gruppi e associazioni, è stato un tratto caratteristico ed esclusivo della programmazione di SAT 2000. La sola rubrica quotidiana "GiubileoSat" ha dato conto, con servizi filmati e interviste, di ben 117 pellegrinaggi diocesani.

Attraverso il satellite, SAT 2000 ha messo le sue immagini e i suoi commenti a disposizione di oltre 100 televisioni locali di orientamento cattolico. Ma non solo. Distribuendo il segnale televisivo su tutta l'Europa, ha svolto un utile servizio a favore anche delle emittenti cattoliche presenti in altri Paesi europei. Tutte hanno potuto avvalersi di una informazione che non si limitava ai grandi eventi, ma viveva dall'interno il Giubileo in ogni sua fase, anche nei momenti più raccolti di preghiera.

Con uno sforzo straordinario per una emittente giovane di soli due anni, la redazione giornalistica di SAT 2000 ha costruito, intorno ad alcuni eventi giubilari, dei veri e propri eventi televisivi. Con il ciclo di preparazione al giubileo dei Bambini, con la trasmissione di due giorni interamente dedicata al Giubileo delle Famiglie e soprattutto con la emozionante non-stop di cinque giorni dedicata alla GMG.

Dal 15 al 20 agosto l'intero palinsesto è stato dedicato all'incontro del Papa con i giovani di tutto il mondo. Circa 80 ore di trasmissione, tra collegamenti in diretta, commenti da studio e servizi registrati. Numerosi maxischermi dislocati in importanti piazze e nei principali luoghi di affluenza dei giovani a Roma, hanno offerto, accanto alla programmazione RAI dedicata ai grandi momenti della GMG, altre 50 ore di trasmissione prodotte da SAT 2000, collegamenti con il pellegrinaggio alla Porta Santa, con le piazze degli incontri e della festa, con i luoghi nei quali i giovani si sono raccolti a riflettere e a pregare.

Durante il Giubileo, infine, un punto informativo fisso di SAT 2000 è stato presente in Piazza Pia, tra Castel Sant'Angelo e Via della Conciliazione, dove sono passati milioni di pellegrini diretti alla Porta Santa. Ha funzionato come base per i collegamenti e le interviste, ma è stato soprattutto un luogo di incontro a disposizio-

ne del pubblico, di associazioni ed enti interessati a conoscere meglio la programmazione, il palinsesto e le prospettive di sviluppo dell'emittente satellitare dei cattolici italiani.

Non è mancata l'attenzione per gli utenti dei nuovi media: infatti l'intera programmazione dell'emittente è stata resa disponibile online, in realplayer, agli indirizzi www.sat2000.it e www.chiesacattolica.it. Numerosissimi sono stati i navigatori che hanno seguito gli eventi dell'anno Santo in diretta su Internet grazie al sito di SAT 2000, segnalato più volte nel corso delle celebrazioni dalla stampa nazionale quotidiana e periodica.

2.2. L'agenzia stampa SIR. Edizione speciale per il Giubileo⁸

L'agenzia di stampa Servizio Informazione Religiosa (SIR), promossa dalla CEI, ha realizzato uno specifico servizio in occasione del Giubileo pubblicando 123 numeri dedicati al Giubileo (SIR Giubileo), che raccontano episodi che vanno dai passi del Papa in Terra Santa alla richiesta di perdono per le "colpe" della Chiesa, dalla Via Crucis narrata attraverso le sofferenze dell'uomo di oggi, alla Giornata della Gioventù. Ed ancora il Giubileo delle famiglie, dei disabili, degli sportivi, fino ai riti di chiusura del 6 gennaio del 2001: il tutto corredato da discorsi, messaggi e omelie del Papa. Sono alcuni dati di "SIR GIUBILEO" (ora disponibile in cd-rom, nella doppia versione in lingua italiana e lingua inglese), che raccoglie tutta l'informazione del SIR in occasione dell'Anno Santo del 2000.

Grazie alla "redazione allargata" dei circa 140 settimanali cattolici, infatti, il SIR ha presentato storie, testimonianze, esperienze e curiosità, provenienti dal territorio e dalle diocesi. L'impegno, in sintesi – *come scrive il direttore del SIR, Paolo Bustaffa* – "è quello di raccontare la "straordinarietà di ordinari fatti del Vangelo", per testimoniare (con i fatti) che non esistono due Giubilei: un Giubileo maggiore (a Roma) ed uno minore (sul territorio), ma solo un grande Giubileo, a Roma come in molti altri luoghi. Non un evento trionfalistico, ma semplicemente un momento traboccante di una gioia che veniva dall'incontro con Chi festeggiava 2000 anni di vita. Una gioia ed una presenza che continuano oltre il 6 gennaio 2001".

Può essere utile riportare alcuni esempi tematici di "Sir Giubileo", che seguendo la scansione del calendario giubilare ha dato una sua peculiare lettura degli eventi, senza mai salire in cattedra,

⁸ L'agenzia di stampa Servizio Informazione Religiosa (SIR), è stata promossa dalla CEI e opera da 14 anni a servizio dell'informazione religiosa e in particolare di oltre 140 settimanali cattolici che raggiungono un milione e 200mila lettori. È diretta dal Dott. Paolo Bustaffa.

ma facendo parlare volti, luoghi e momenti, in dialogo con i banchi della vita dove sono coloro che, senza erigere steccati, sperimentano la fatica della ricerca del vero e del bello.

Giubileo dei giornalisti: un'occasione per riflettere sulla "grande informazione". "Il giornalismo non può essere guidato solo dalle forze economiche, dai profitti e dagli interessi di parte". Partendo da queste parole del card. Etchegaray, "Sir Giubileo" ha dato voce ai commenti dei settimanali cattolici sul Giubileo dei giornalisti. Tema di fondo: la "differenza di stile" tra la cosiddetta "grande stampa" e le nostre "antenne sul territorio". Don Fausto Bonini, ad esempio, direttore di *Gente veneta* (settimanale del Patriarcato di Venezia), punta il dito sui silenzi colpevoli dei media, i cui riflettori si spostano spesso secondo opportunità politiche o economiche, facendo prevalere valori diversi da quelli della centralità della persona. Una trappola, questa, in cui non dovrebbe cadere il giornalista cattolico, ad esempio valorizzando i tanti cammini di santità quotidiana di cui si viene a conoscenza: "Se si raccontano solo fatti di cronaca nera – dice Marcello De Stefano, direttore del settimanale *Dialogo (Taranto)* – si crea una colpevole omissione nel non informare sull'altro aspetto della nostra società, pullulante di gente impegnata a trasformare il Vangelo in vita". "Il giornalismo – dichiara don Bruno Cescon, direttore del settimanale *Il Popolo (Pordenone)* non può essere guidato solo dalle forze economiche, dai profitti e dagli interessi di parte. Attualmente giornali e tv, portali e agenzie sono intese come una fabbrica". La grande stampa, dice Maria Rita Valli, del settimanale *La voce (Perugia)* ignora "povertà, miseria, guerre", e spesso i giornali cattolici sono gli unici a fare informazione su questi fronti".

Giornata mondiale della gioventù: non solo le "giornate romane"... "Sir Giubileo" ha dato molto spazio alla Giornata mondiale della Gioventù, non solo nelle giornate celebrative, ma anche prestando grande attenzione al modo in cui l'evento è stato preparato dalle diocesi, soprattutto attraverso le diverse iniziative di accoglienza dei giovani pellegrini. Dal 10 al 14 agosto del 2000, infatti, oltre 150 mila giovani stranieri (provenienti da 160 Paesi) sono stati ospitati in 200 diocesi italiane, con significative e importanti esperienze di "gemellaggio". Alcune diocesi, come Torino, hanno organizzato anche importanti eventi collaterali, come una speciale Ostensione della Sindone proprio per i partecipanti alla Gmg. Sir Giubileo ha voluto dedicare spazi appositi anche ad eventi apparentemente collaterali, come il Forum dei giovani, le 160 catechesi quotidiane in 32 lingue (seguite tutte dal vivo e commentate dai partecipanti). Il SIR stesso, poi, ha fatto da base operativa, ospitando nei giorni della Gmg giovani redattori dei settimanali diocesani che hanno seguito e raccontato loro stessi gli eventi, insieme

con i redattori dell'agenzia, dando corpo in concreto a quella "redazione a mosaico" che ha voluto essere Sir Giubileo fin dall'inizio.

Sir Giubileo, inoltre (prima, durante e dopo Tor Vergata) ha fatto parlare direttamente i giovani: moltissime le testimonianze provenienti dal territorio, tutte "filtrate" attraverso la lente particolare del proprio vissuto. I giovani della Gmg – si legge, infatti, nell'editoriale del direttore a conclusione della Gmg – "non hanno autorizzato alcun portavoce ed hanno preso direttamente la parola per raccontare se stessi, le loro speranze, le loro fatiche, i loro dubbi". Per il dopo Gmg, oltre ai pareri di esperti, teologi, animatori di comunità, "Sir Giubileo" ha ospitato ampie rassegne con i pareri dei settimanali cattolici su come ripartire dopo Tor Vergata: la convinzione più diffusa che viene dalle Chiese locali, in sintesi, è quella della necessità di ridisegnare la pastorale in termini nuovi, più rispondenti alla sete di spiritualità dei giovani, ai quali va conferita un'attenzione privilegiata e per così dire trasversale a tutti gli ambiti di impegno ecclesiale (andando oltre una pastorale semplicemente sacramentale).

Giubileo delle famiglie: un'attenzione particolare alle situazioni difficili. Gruppi di ascolto per divorziati risposati, cammini spirituali di accompagnamento per coppie in situazioni di difficoltà, esperienze di laboratori pastorali per famiglie immigrate. Sono alcune realtà operanti sul territorio, e attive in molte diocesi, a cui "Sir Giubileo" ha voluto dar voce per raccontare il Giubileo delle famiglie andando anche oltre i momenti ufficiali e celebrativi, facendo parlare direttamente i partecipanti: molto spazio è stato dato anche all'esperienza di associazioni, gruppi e movimenti di spiritualità familiare, non solo italiani ma anche internazionali. La stessa lente è stata usata, ad esempio, per il Giubileo missionario, in occasione del quale sono stati interpellate famiglie missionarie, che testimoniano con la loro vita il legame forte che esiste, nelle nostre diocesi, tra radicamento locale e apertura universale della Chiesa.

...Oltre il Giubileo. Il Giubileo si chiude, il Giubileo continua. Potrebbe essere questo il sottotitolo degli ultimi numeri di Sir Giubileo, che ha dato voce all'impegno delle diocesi per calare sul territorio la ricchezza di doni dell'Anno Santo. Alessandria: "Non fermiamoci all'appariscente...". Anagni-Alatri: "Dieci parole di vita per declinare il nome di Cristo: gioia, Vangelo, storia, unità, croce, radicalità, ideale, santità, trinità e obbedienza". Locri-Gerace: "Perché non sia solo una fioritura emotiva...". Napoli: "Abbiamo ritrovato il senso del tempo, del riposo, della gioia, della pace". Milano: "L'Anno Santo ci sprona ad essere una comunità che cammina in mezzo alla gente".

Dopo il Giubileo, il silenzio: è la provocazione dell'editoriale dell'ultimo numero di Sir Giubileo, secondo cui di fronte al mistero

“il silenzio diventa una forma di comunicazione, anche se, comprensibilmente, non ha spazio sulle pagine dei giornali o nei servizi radiotelevisivi. Questo silenzio ha un grande significato, non è assenza di parole, quando si ha fiducia e stima nella gente che si racconta, nella gente che legge, ascolta, guarda giornali, radio e televisione o naviga in Internet. Gente che chiede a chi lavora nei media un supplemento di anima...”.

2.3. Il quotidiano “Avvenire”⁹

L'impegno del quotidiano Avvenire per l'Anno Santo risale, in verità, agli anni della preparazione, spirituale e pastorale, di tutta la Chiesa, non solo italiana. È cresciuto, infatti, l'impegno del quotidiano d'ispirazione cattolica nel seguire la vita delle diocesi e, in genere, del territorio e delle tematiche che esso genera. Questa premessa è indispensabile per comprendere come, durante il Giubileo, il giornale si sia trovato pronto e attento nel seguire gli eventi.

Un Giubileo che, davvero, attraverso i resoconti dei giornalisti ed alle valutazioni degli opinionisti è suonato non come fatto esclusivamente “romano”, ma vivo e pregnante in tutte le chiese locali. Basti ricordare i cronisti inviati, in tutto il mondo, al seguito dei pellegrini o dentro a territori dilaniati da guerre e povertà contro le quali tutta la Chiesa, specialmente nell'anno Santo, si è impegnata.

Un investimento di forze che si è manifestato in tutti i campi con due o tre pagine sul Giubileo ogni giorno e con reportage sugli eventi. Aprendo spiragli nuovi e sorprendenti nel mondo della cultura, offrendo spazi di confronto e dialogo tra anime differenti. Sforzandosi soprattutto di guardare avanti, interrogando anche eminenti personalità (uomini di chiesa, laici, credenti e non) sull'interpretazione dei segni dell'oggi per decifrare il futuro. Tutto questo senza mai trascurare il quotidiano e privilegiato rapporto con i lettori che, infatti più numerosi, leggono il giornale e intervengono di persona su argomenti di vario interesse.

La comunicazione nel contesto del Giubileo è stata ispirata da alcune scelte particolari che definiscono anche l'originalità dell'approccio da parte del quotidiano d'ispirazione cattolica.

Anzitutto si è voluto documentare il Giubileo della gente, delle Chiese locali, delle idee originali inventate qui e là per trasmettere la straordinarietà dell'evento alla realtà concreta attraverso un'iniziativa, una proposta, un'opera. Il pellegrinaggio “per convertirsi” è uguale per tutti, quello che valeva la pena raccontare era

⁹ Avvenire è il quotidiano dei cattolici italiani che attualmente ha una tiratura di 140.000 copie e una diffusione di circa 110.000 copie al giorno. Il Direttore è il Dott. Dino Boffo.

il come si è arato il terreno della città, della società, della cultura, della solidarietà. È lì che la “conversione” giubilare, come un seme, ha potuto mettere le prime radici: nella comunità degli uomini, in un rapporto vivo con la Chiesa che dunque non ha festeggiato un evento “suo” ma ha fatto ogni sforzo per estendere a tutti il messaggio del Giubileo. E noi abbiamo cercato di raccontare esattamente questo sforzo.

C'è stata poi l'attenzione all'oceano dei grandi temi lanciati dal Papa, agli appuntamenti tematici, ai dibattiti a margine dell'evento, ospitando interventi, realizzando interviste con protagonisti (dei singoli temi e dell'organizzazione), raccontando storie che documentassero come nella realtà concreta proprio quei temi messi in movimento dal Giubileo si rivelassero nevralgici per l'Italia, l'Occidente, il mondo, la coscienza personale. Dal debito alla confessione, si è cercato di “tematizzare” il fatto-Giubileo per far capire che oltre agli avvenimenti proponeva una vera e propria agenda di interrogativi. Per tutti, credenti e laici.

Per gli eventi era d'obbligo darne resoconti adeguati, dar spazio alle parole del Papa, far parlare protagonisti sotto i riflettori o svelare testimoni nascosti, documentare lo sforzo organizzativo e la preparazione (in Vaticano, nella Chiesa italiana, nelle Chiese locali, nelle categorie sociali e professionali). Per la Gmg2000 si è iniziato a parlarne sei mesi prima fino a fare il famoso count down da meno trenta all'ora x, farcito di storie, testimonianze, progetti: tutto per mettere in risalto quel che il Giubileo ha mosso nella realtà dei giovani, nella base.

Per documentare il Giubileo nel mondo: non è stato forse fatto abbastanza per limiti intrinseci della struttura di corrispondenti, ma l'intento era di fotografare la Chiesa nel mondo approfittando delle iniziative nei singoli Paesi e soprattutto dei pellegrinaggi nazionali a Roma. Anche qui: storie, personaggi, tradizioni, correnti profonde che si rivelano solo quando arrivano in piazza San Pietro.

La comunicazione è stata costruita attorno alle parole del Papa: dai viaggi al magistero lungo tutto un anno, sono state “usate” le sue parole per costruire passo passo una consapevolezza dell'evento e dei temi che rimetteva all'ordine del giorno, costringendo tutti a occuparsene (vedi il carcere, la povertà, i giovani, la famiglia, la politica, la natura...).

Ora il quotidiano continua a proporre la riflessione sulle parole-chiave della Novo millennio ineunte. Certo, il peso di un evento raccontato così ampiamente è enorme, e ci si rende conto di una certa fatica oggi a reggere il confronto con il racconto di quel poco che c'è in giro adesso: la sproporzione è enorme. Probabilmente si tratta di ripensare l'informazione religiosa, per non far sembrare il Giubileo un “fungo”, un evento irripetibile che ha lasciato solo bei ricordi.

2.4. Un'esperienza particolare: l'Ufficio Stampa della GMG2000

La preparazione della GMG2000 è iniziata a partire dal 1998 e tra le prime strutture di servizio si è pensato all'Ufficio stampa. Già da allora è stata avviata una comunicazione rivolta a informare su quanto, non solo in Italia, stava accadendo in vista della XV Giornata Mondiale della Gioventù, e come ci si stava preparando per accogliere, secondo le iniziali previsioni, oltre un milione di giovani. Fin da quei mesi si era compreso che attorno all'evento vi sarebbe stata un'enorme concentrazione di mass media e che la febbre ai giornalisti sarebbe salita nell'imminenza della GMG. Bisognava allora studiare metodi e strategie per offrire non solo strumenti e luoghi di lavoro (complessivamente 4 centri stampa attrezzati di tutto punto), ma anche piste e argomenti di riflessione. Offrendo costantemente notizie, dati, testimonianze che in anticipo avrebbero fatto comprendere quale sarebbe stato lo spirito dell'incontro.

Da qui, allora, una scommessa e insieme una necessità. Organizzare un ufficio stampa di giovani con le facce, le provenienze, le storie, l'entusiasmo dei loro coetanei che dai cinque continenti sarebbero venuti a ricambiare l'abbraccio del Papa. Perciò, sotto il coordinamento dello staff dell'Ufficio Comunicazioni Sociali della CEI, dalle facoltà di Comunicazione Sociale degli atenei pontifici sono stati reclutati 40 studenti (religiosi e laici) che, assieme ad altri 30 giovani segnalati dalle diocesi italiane, hanno dato vita ad un singolare Ufficio Stampa internazionale e giovane. I primi giovani che i reporter hanno incontrato erano proprio i 70 dell'Ufficio Stampa. A loro potevano rivolgersi per ottenere notizie ma anche per trovare una interpretazione di prima mano.

Quei settanta giovani volontari, ma non per questo meno professionali, dopo una specifica formazione, hanno svolto ogni mansione, dalle traduzioni, all'assistenza tecnica, all'organizzazione di collegamenti e servizi radiotelevisivi fino all'aggiornamento delle notizie nelle pagine web dell'Ufficio Stampa. La loro vivace e professionale presenza, che mai si è lasciata tradire dalla grande fatica, ha supportato il lavoro dei 3.500 operatori dell'informazione che si sono accreditati in quella speciale occasione. L'impatto mediatico della GMG2000 è stato tale da trasformare i due milioni di giovani presenti in altrettanti comunicatori capaci di presentarsi alle soglie del nuovo millennio come "le sentinelle del mattino" che annunciano la gioia della fede, la forza della speranza e le attese di pace per il futuro.

2.5. Uno sguardo agli altri media e ad alcuni eventi

L'impegno della RAI (Radiotelevisione Italiana)¹⁰

L'impegno televisivo, e non solo, della Rai è dimostrato da una serie di dati che, da soli, spiegano la straordinaria portata mediatica dell'Anno Santo. Complessivamente sono andate in onda tra dirette degli eventi, rubriche e speciali, oltre 400 ore di programmazione che, in Italia, hanno trovato il seguito di 270 milioni di telespettatori.

Fin dall'apertura della Porta Santa si era intuito l'interesse reale del Giubileo in ogni continente. Per la cerimonia d'apertura dell'Anno Santo si sono collegate 78 Tv straniere con un'audience potenziale di 1 miliardo e 600 milioni di spettatori (in Italia 10 milioni e 700 mila, con share del 46%).

Di analoghe dimensioni è stato l'esito dell'impegno profuso in occasione della XV Giornata mondiale della Gioventù, cui si sono collegati 42 paesi e 69 organismi televisivi internazionali. Complessivamente nel corso del Giubileo hanno lavorato con la Rai 126 organismi televisivi di 80 nazioni.

Una sorta di diario dell'Anno Santo è stato rappresentato dalle rubriche quotidiane ad esso dedicate: "Dentro il Giubileo" del Tg3 (63 puntate, più 6 dirette); "Giubileo 2000", speciale di "A Sua immagine" di Raiuno (42 puntate); "Terzo Millennio" di Raidue (54 puntate). Altro fronte è stato quello radiofonico: 550 tra dirette di eventi giubilari, rubriche e speciali, per buona parte prodotte da "Oggi 2000" (150 puntate) e "Oggi 2000 notte".

Rai Giubileo, che è stata la struttura di coordinamento delle iniziative della Radiotelevisione Italiana, ha anche prodotto il mensile aziendale "Giubileo Notizie" (53 numeri); il cd-rom "I Giubilei nella storia" e 14 videocassette. A questi si assommano le migliaia di pagine su Televideo, il sito Internet www.giubileo.rai.it (11 mila pagine testuali e grafiche, in italiano, inglese e spagnolo).

Che il lavoro delle squadre Rai non abbia avuto il fiato corto lo provano i dati raccolti nei momenti finali dell'Anno Santo. Festa dei bambini per la chiusura del Giubileo, Aula Nervi, 5 gennaio (Rai Uno): 3 milioni e 800 mila telespettatori (share 29,51%); Chiusura della Porta Santa, 6 gennaio (Rai Uno-Tg1): 1 milione 700 mila (share 28,69%); Messa del Papa, 6 gennaio (Tg 1): 3 milioni 600 mila (41,67%).

La partecipazione al giubileo dei giornalisti e a quello dello spettacolo

La partecipazione ai due giubilei rivolti agli operatori della comunicazione e dello spettacolo è stata considerevole soprattutto dall'Italia. Al Giubileo dei giornalisti (2-4 giugno 2000) hanno par-

¹⁰ Per i dati cfr RaiGiubileo Notizie, n. 53 (gennaio 2001), pp. 3-9.

tecipato rappresentanze di 54 paesi per un totale di 7.500 persone circa, di cui 6.000 italiani. Agli incontri per il Giubileo dello spettacolo (15-17 dicembre 2000) hanno preso parte 4000 persone, prevalentemente italiani, mentre alla Santa Messa con il Santo Padre hanno preso parte in Piazza San Pietro circa 80.000 persone.

Significative sono state anche le tante iniziative promosse dalle diocesi per celebrare il Giubileo con gli operatori della comunicazione nelle realtà locali. Numerosi gli interventi dei vescovi e le testimonianze toccanti degli stessi operatori della comunicazione.

Con il Grande Giubileo, qualcosa di nuovo, inatteso, spiazzante è accaduto nel complesso pianeta della comunicazione. A scorrere i mesi passati, attraverso i reportage, gli editoriali, i resoconti filmati, è evidente che la fede si comunica in forza della testimonianza. Del resto, quale notizia portavano a Roma i milioni di pellegrini? Né scoop, né rivelazioni, solo il flusso di persone sinceramente in cammino, appunto in pellegrinaggio. E tanto più il flusso cresceva e si ripeteva, tanto più esso diventava “notizia”.

Un caso anomalo, dove la ritmicità giornalmisticamente quasi monotona delle processioni davanti alle basiliche, o le attese dietro ad un confessionale, diventavano la prova inconfutabile che davvero esiste qualcosa che dura più a lungo. Per quasi 400 giorni gente d’ogni provenienza ha raccontato la propria storia. Per lo più vicende normali, semplici, comuni.

Con il Grande Giubileo si sono capovolti, assestando un colpo finalmente decisivo alle fragili palafitte che li reggono, i moderni “valori notizia”. I manuali di giornalismo dicono innanzitutto che la notizia (semmai il concetto fosse riassumibile e rappresentabile) è tale se il fatto che si intende narrare ha una relazione con un pubblico. E tanto più vasto è il potenziale pubblico, tanto più il fatto è “notiziabile”. Il problema è che, assai spesso, la notizia dipende dagli “umori” del pubblico e da quelli del giornalista, tant’è che negli Stati Uniti, principali esportatori del nuovo modello di “news”, si suole dire “che la notizia è ciò che il giornalista fa diventare tale”.

Ecco perché, paradossalmente, ciò che oggi è notizia potrebbe non esserlo domani. Su questi processi generazioni di sociologi della comunicazione hanno investito ore ed ore di studio. Sovente arrivando, per vie che si intrecciano e si fuggono, a conclusioni divergenti. Non era l’Anno Santo, un “fatto” di breve durata. Non erano le sue centinaia di dirette televisive, forgiate dagli isterici zapping del pubblico. Semplicemente il Giubileo è durato 370 giorni. E per settimane, per mesi, ininterrottamente, milioni di persone sono arrivate nella città santuario. Com’è possibile allora che ogni ap-

puntamento, ogni volto passato in video, ogni Giornata giubilare abbia catturato l'interesse di una platea addirittura mondiale?

Quasi al giro di boa dell'Anno Santo, era il 4 giugno, Giovanni Paolo II così si rivolgeva ai reporter che partecipavano al Giubileo dei giornalisti: "Nel mondo del giornalismo questo è un tempo di profondi cambiamenti. La proliferazione di nuove tecnologie tocca ormai ogni ambito e coinvolge in misura più o meno grande ogni essere umano. La globalizzazione ha aumentato la capacità dei mezzi di comunicazione sociale, ma ha anche accresciuto la loro esposizione alle pressioni ideologiche e commerciali. Ciò deve indurre voi giornalisti a interrogarvi sul senso della vostra vocazione di cristiani impegnati nel mondo della comunicazione". Una esortazione non da poco, appunto fare luce sulla propria appartenenza a Cristo e, attraverso ciò, orientare la personale responsabilità di "comunicatori".

Ancora una volta il Papa ha colto nel segno: globalizzazione, ideologie, interessi economici. Ce n'è abbastanza per aprire confronti e dibattiti. I fedeli comunicano il proprio credo semplicemente testimoniandolo. Tanti si portano appresso una grande gioia. Altri, si vedrà in alcuni appuntamenti dell'Anno Santo, si mostrano provati da sofferenze e disagi. La comunità cristiana si presenta varia ma unita. E più di altri lo signifieranno i giovani. Arrivano per la loro Giornata Mondiale. La notizia principale sembra esserne il numero: due milioni. Ma poi tra le pagine dei giornali o tra i servizi dei Tg si vedono scorrere i volti e i fotogrammi delle loro storie. Ce ne sono d'insolite, e perfino di eroiche. Ma ciò che colpisce è il rendersi conto di trovarsi davanti ad una generazione sconosciuta che comunica in modo nuovo e coinvolgente.

Non è un caso se durante gli anni che hanno preceduto il Duemila, parrocchie, gruppi, movimenti, diocesi, abbiano deciso, specie attraverso le opportunità offerte da Internet, di proporre spazi d'informazione, riflessione, dialogo. Questo percorso viene seguito con dedizione dalla miriade di testate cattoliche locali diffuse in ogni dove. E non è raro che tanti media d'ispirazione "laica" a dimensione regionale o provinciale siano costretti a riprendere ed approfondire le molte attività che, specialmente le parrocchie, hanno progettato e realizzato. Come tutti i momenti di innovazione e transizione, non mancano i rischi di derive. Ma nel desiderio della comunità dei credenti di trovare nuovi spazi, nuovi metodi, nuovi canali di comunicazione vi è la conferma della intuizione riportata nel Catechismo della Chiesa Cattolica, che al n. 2493 afferma: "Nella società moderna i mezzi di comunicazione sociale hanno un ruolo di singolare importanza nell'informazione, nella promozione culturale e nella formazione. Tale ruolo cresce in rapporto ai progressi tecnici, alla ricchezza e alla varietà delle notizie trasmesse, all'influenza esercitata sull'opinione pubblica".

E non è un caso se, a Giubileo appena concluso, Giovanni Paolo II, nel suo messaggio per la 35ª Giornata delle Comunicazioni sociali, scriva che “la presenza della Chiesa nei mezzi della comunicazione sociale è un aspetto importante dell’inculturazione del Vangelo richiesta dalla nuova evangelizzazione alla quale lo Spirito Santo esorta la Chiesa nel mondo”.

È chiaro, dunque, che ciascuno, così com’è da duemila anni, è chiamato a testimoniare la propria fede senza risparmiarsi nella evangelizzazione. Un apostolato che, oggi, non può relegare la comunicazione sociale a mero strumento appannaggio di una élite di comunicatori. Piuttosto è una risorsa da far conoscere e promuovere. Perché ciascuno, nella misura in cui evangelizza, diviene comunicatore. Con la differenza che la società dei bit esige la conoscenza dei nuovi linguaggi, perché la Parola possa trovare nuovi areopaghi in cui essere proferita ed ascoltata. Sarebbe questa una opera indispensabile di riqualificazione dell’opinione pubblica.

E allora, davvero, gli operatori della comunicazione non potranno sottrarsi a quanto il Santo Padre, a Giubileo appena concluso, chiede loro nella Giornata delle Comunicazioni Sociali del 2001, come a proseguire il dialogo aperto l’anno precedente: “il giornalismo non può essere guidato solo dalle forze economiche, dai profitti, dagli interessi di parte. Deve essere invece sentito come un compito in un certo senso *sacro* svolto nella consapevolezza che i potenti mezzi di comunicazione vi vengono affidati per il bene di tutti, e in particolare per il bene delle fasce più deboli della società. In tutto ciò la Chiesa non può non impegnarsi sempre più profondamente nel mondo delle comunicazioni”. E il Giubileo, senz’altro, ha riaffermato il ruolo, la responsabilità, la dimensione di una chiesa davvero capace di una comunicazione vera e universale.



Liturgia, comunicazione e linguaggio non verbale

Prof. ANDREA GRILLO - Docente di Teologia Sacramentaria presso il Pontificio Ateneo S. Anselmo - Roma

La legge fondamentale della liturgia non è “dire quel che si fa”, ma “fare quel che si dice”

L.-M. Chauvet

Si è scritto di recente (P. De Clerck) che la nascita di una vera teologia liturgica (e di una conseguente attenzione alla “comunicazione liturgica”) si è verificata quando si è passati dalla attenzione soltanto per le parti scritte in rosso dei libri rituali (le famose “rubriche”) alle parti scritte in nero (i testi delle letture e delle orazioni). In realtà noi dobbiamo sapere che il movimento di riscoperta comunicativa della liturgia è molto più articolato e complesso:

- a. anzitutto, si è trattato di riscoprire che la liturgia aveva qualcosa da dire, rispetto ad una sua fondamentale impenetrabilità incomprensibile. Si è così passati dal non-verbale al verbale;
- b. poi ci si è resi conto che, per capire davvero ciò che potenzialmente era divenuto comprensibile, occorreva riscoprire in una luce nuova proprio quel “non-verbale” da cui, per breve tempo, ci si era come “emancipati”.

Insomma, dalle rubriche ai testi e poi, di nuovo dai testi alle rubriche.

1.
Come, che cosa,
perché celebrare?

Altrettanto interessante è interrogarsi sull’emergere attuale dell’interesse per il “non-verbale” nella “storia” del rapporto tra riflessione teologica e culto cristiano. Potremmo scandire anche qui in un doppio movimento la vicenda che ci interessa:

1.1. Prima fase (fino alla Riforma)

- a. all’inizio le uniche domande che si poneva la riflessione sul culto cristiano riguardavano il suo “come”: come si doveva celebrare quel determinato sacramento? quale era il suo rito corretto? Questa, per lunghi secoli, è rimasta l’unica vera “competenza” liturgica riconosciuta. Una competenza importante, ma eminentemente pratico-tradizionale

- b. in parte parallelamente a questa fase, ma poi soprattutto negli ultimi secoli è avanzata una seconda domanda, circa il “che cosa” si celebra. Ci si interrogava non più sul **modo**, ma sull’**oggetto** (e sul **soggetto**) della celebrazione. Con questa domanda, nasceva la vera riflessione teologica sul culto. Essa è certamente qualcosa di tradizionale, ma ha trovato negli ultimi due secoli un impulso nuovo e per certi versi inedito (basti pensare a questo proposito all’interesse del Magistero a partire dal XX secolo: **Mediator Dei e Sacrosanctum Concilium**)
- c. la domanda più recente – non assente nella tradizione, ma totalmente riformulata negli ultimi decenni – è quella che riguarda il “perché” si celebra. Questa domanda è emersa soprattutto alla radice del Movimento Liturgico e poi soprattutto dopo la riforma conciliare, a supporto della forza con cui la riforma poteva diffondersi e per potenziarne il “lato iniziatico”. Tale ultima questione mostrava con evidenza l’affacciarsi di un interrogativo sulla “comunicazione liturgica” e sul suo senso.

1.2. Seconda fase (dopo la riforma)

- a. Si comincia dalla fine, dalla domanda sul “perché”, che fa quasi da ponte e da continuità: l’ultima domanda della prima fase diventa così la prima della seconda.
- b. Si ritorna alla domanda sul “che cosa”, che subisce una profonda modificazione, proprio a causa del radicale interrogativo sul “perché”. L’oggetto/soggetto della celebrazione acquisisce una più forte unità teo-antropologica, data la risposta alla domanda affrontata per prima.
- c. Infine si ritorna alla questione del “come” con un occhio e un gusto nuovo: questo “come” si carica di tutte le ricchezze colte in quella risalita e in questa discesa. Nel “come si celebra” – nell’aspetto rubricale/non-verbale – si scoprono tesori prima insospettati/insospettabili ed ora sorprendentemente a portata di mano, ma anche terribilmente imbarazzanti.

Pertanto, dal non-verbale si era partiti, all’inizio della prima fase, e al non-verbale si ritorna, alla fine della seconda fase.

2.
Somiglianza
e differenza
tra “rubrica”
e “non-verbale”

Se è vero che alla partenza sta la rubrica e all’arrivo sta in non-verbale, si potrebbe dire: tanta strada per nulla?

Niente affatto: nulla sarebbe più dannoso di un giudizio simile. Finché non si torna al punto di partenza (come nel “Giro del mondo in 80 giorni” o nelle “Variazioni Goldberg” di Bach) non si può dire di aver fatto veramente tutto. Vediamo che cosa significa veramente il “non-verbale”:

- a. non è opposizione a verbale, ma sua delimitazione, integrazione e condizione
- b. indica un “primato dell’atto” rispetto al concetto
- c. rivela un potenziamento dell’intersoggettivo sul soggettivo/oggettivo
- d. riscopre la dimensione “relazionale dell’atto di fede”

La rubrica aveva senza dubbio “anche” questa funzione, nessuno può negarlo. Sarebbe paradossale proiettare su un tempo che non è il nostro, tutti i nostri difetti (intellettualistici e astratti). Però è vero che se avessimo continuato a guardare il “non-verbale” come “rubrica”, non avremmo mai capito la sua preziosità. Ciò che conta è dunque non il mutamento della “cosa”, ma del nostro modo di “rappresentarci la cosa”.

3.
Significante/
significato
del non-verbale

Cerchiamo allora di capire meglio il carattere specifico del “non-verbale” proprio al fine di una adeguata “comunicazione del vangelo”. Intanto osserviamo bene una prima cosa. La definizione che ne diamo è **puramente negativa**. Dobbiamo metterci subito in allarme: le definizioni negative aprono prospettive, ma sono molto astratte! Dunque attenzione. Per capire una definizione “per negazione” dobbiamo anzitutto capire **che cosa vuole negare**. Ci chiediamo perciò che cosa si intende per “verbale”, che cosa il “non-verbale” vuole negare del verbale e infine come possiamo affrontare l’analisi del non-verbale. Non si tratta di “classificare” – come in una raccolta di farfalle – le diverse forme del “comunicare”, ma piuttosto di cogliere i limiti del primato verbale e le risorse nascoste di ciò che appare secondario.

- a. Anzitutto il **linguaggio verbale**, pur essendo solo uno dei possibili “codici” con cui “comunico messaggi”, è indubbiamente quella modalità espressivo-comunicativa cui l’uomo può affidare le astrazioni più raffinate. Ma, come tutte le “tecniche” nelle mani dell’uomo, anche il linguaggio verbale – tecnica delle tecniche – si capovolge spesso in tentazione e in trappola. Proprio mediante l’astrazione – infatti – l’uomo può anziché avvicinarsi **distanziarsi dalla realtà, immunizzarsi da essa**, può garantirsi una **incolumità che chiama spesso oggettività**. Con il “rappresentare”, assicurato dal linguaggio e dal pensiero concettuale, l’uomo perde progressivamente la relazione, e con la oggettività produce spesso una insidiosissima estraneità.
- b. Il **non-verbale**, rappresenta senza dubbio un livello **meno raffinato**, ma proprio per questo meno esposto al pericolo, preservando una maggiore relazione tra uomo e mondo. Proprio perché

meno rappresentativo, esso può mantenere un più saldo aggancio di relazione. Forse questo può essere dovuto ad un duplice ordine di motivi:

- anzitutto perché ogni comunicazione mediante “segni” è composta da due livelli, quello della forma espressiva (significante) e quello del contenuto mentale (significato). Mentre il verbale tende ad emarginare il significante, invece il non verbale lavora anzitutto a livello di significante.
 - in secondo luogo il non-verbale (e così capiamo il valore negativo della definizione) è una “legione” di codici (che investe non solo l’intelletto, ma i 5 sensi!), rispetto a cui il verbale è in fondo molto più semplice e lineare, per così dire “troppo” semplice e “troppo” lineare.
- c. Finiamo con l’osservare che anche il verbale, la parola, la scrittura, ha un suo “lato non verbale” del quale dobbiamo interessarci. Per questo per parlare del “non-verbale” nel senso indicato ci riferiremo anzitutto al non verbale del verbale e poi al non verbale in senso stretto.

Potrà sembrare paradossale, ma la prima considerazione che dobbiamo fare riguarda proprio l’aspetto “non verbale” del linguaggio verbale, ossia le **dimensioni non verbali della parola e della scrittura**. In effetti la parola, per la fede, è molto più del “mezzo tecnico per esprimere esperienze, conoscenze e concetti”, ma è luogo di origine, il principio stesso della distinzione tra *chaos* e *kosmos*, principio della creazione e di separazione tra disordine e ordine. È “suono creatore di realtà”, e tale valore teologico dalla liturgia viene proposto attraverso i suoi elementi più umili, in apparenza più marginali e secondari. Il modo di “pronunciare” la parola, di lasciarle lo spazio e il tempo di cui ha bisogno per risuonare di questo valore primitivo e originario, di fronte al quale non dobbiamo avere anzitutto l’atteggiamento di chi “vuole conoscere un oggetto” (per quanto importante e profondo possa essere), ma piuttosto l’atteggiamento di chi “sta di fronte all’Altro”, “*coram Deo*”. Questo aspetto viene realizzato nella liturgia mediante un gioco inedito e inaudito tra significato e significante: “Potremmo dire che il **contenuto** delle parole liturgiche (il **significato**) rimanda ad una visione della realtà, mentre la loro **forma espressiva** (il **significante**) crea una relazione con la realtà e tra le persone”¹. È molto importante soffermarsi su questo rapporto delicatissimo tra il contenuto e la forma espressiva,

¹ G. BONACCORSO, *Il culto di Dio nei gesti dell’uomo*, “Rivista Liturgica”, 83 (1996), 639-644, qui 640. Tutto il ragionamento di questa appendice è largamente debitore alle tesi di questo autore.

perché solitamente la nostra “crisi comunicativa” in liturgia deriva proprio dalla perdita di profondità di questo rapporto.

Un esempio può aiutarci: se noi pensiamo all’amore che nutriamo verso una persona (verso nostra madre, nostra moglie, nostra figlia) possiamo scoprirne profondissimi contenuti e, in assenza della persona, possiamo descriverli anche molto accuratamente, restando sul piano di un uso strumentale delle parole per esprimere contenuti. Ben altra, però, è la questione se dobbiamo esprimere questo amore a nostra madre, a nostra moglie, a nostra figlia in loro presenza. Può essere che nessuna delle parole profonde che abbiamo saputo trovare ci sia utile, può darsi che conti soltanto il “tono” con cui diciamo una parola semplicissima, o può anche essere sufficiente tacere al momento giusto e usare piuttosto lo sguardo, o la mano, o il “tatto”, che S. Tommaso definiva “*fundamentum omnium sensus*” (S.Th. I, 76, 5) e “mediazione” originaria.

Insomma, il “non-verbale” della parola ci si presenta sempre come “problema” quando non consideriamo la “relazione” per cui la parola è fatta. Aver perso il “senso della relazione” ha creato quella schizofrenia della esperienza cristiana che non riesce più a valorizzare la dimensione liturgica e celebrativa della fede.

C’è poi un secondo livello di “non verbalità” della parola, che riguarda la sua “forma scritta”, che non è riducibile alla semplice “funzione”. La valenza “sacra” della scrittura, in questa prospettiva, non è desunta anzitutto dalla “serie di contenuti” che essa attesta, ma dal fatto che la sua “attestazione” assume una autorevolezza in quanto scritta, “grafia di Dio nella storia”. E questo dipende non tanto dalla sintattica o dalla semantica della Bibbia, ma dal suo “uso”, ossia dalla pragmatica, che è segnata proprio dalla celebrazione liturgica. Non è un caso che il “canone” sia sorto anzitutto dall’“uso liturgico”.

5.
La “concretezza”
del non verbale
nel suo complesso

Nel nostro esempio “sull’amore” era già chiaro che parlare dell’amore che si nutre per la propria madre non soltanto attiva la dimensione “non verbale” delle nostre parole (orali o scritte), ma anche le dimensioni non-verbali che non hanno a che fare direttamente con il linguaggio verbale. Nella espressione della fede, potremmo dire che il rito religioso è soprattutto queste forme di “non verbalità”, che “non si limitano ad indicare significati, ma tendono a costruire ambiti di esperienza”².

² G. BONACCORSO, *Il culto di Dio*, 645.

Occorre aggiungere che tutto ciò che riguarda il “non-verbale” in generale riguarda il “gesto”, come azione significativa, eloquente tanto quanto e più della parola.

Quando però si dedica attenzione ai **diversi tipici di codici non verbali**, occorre mantenere una certa cautela e distinguere accuratamente tra diverse dimensioni: distinguiamo così il “non verbale” in diversi codici:

- codice **vocale non verbale**: il tono della voce, le pause, i silenzi, le esclamazioni, la cadenza...
- codice **spaziale**: ossia ciò che riguarda la vicinanza, l’orientazione, il comportamento territoriale e il movimento nell’ambiente. Al suo interno distinguiamo tre diversi livelli:
 - codice **prossemico**: ossia la rilevanza della vicinanza e dell’orientamento nel modo di rapportarsi dell’uno con l’altro;
 - codice **cinesico**: ossia il rilievo del movimento nello spazio;
 - codice **topografico (o architettonico)**: ossia la “forma del luogo” in cui avvengono gli atti liturgici;
- codice **temporale**: ossia la condivisione di una posizione rispetto al tempo, una nozione comune di tempo;
- codice **musicale**: ossia un particolare modo di legare tra loro significanti sonori, in relazione ad un “significato”;
- codice **iconico**: il potere dell’immagine, in tutte le sue articolazioni, come funzione rappresentativa delle raffigurazioni, dei segnali luminosi, dei colori, dell’abbigliamento, del trucco, della decorazione...
- codice **tattile**: valore comunicativo del contatto fisico, del tatto come senso;
- codice **olfattivo**: la capacità dei profumi e degli odori di trasmettere messaggi;
- codice **gustativo**: il mangiare e il bere dal punto di vista del gusto.

Su ognuno di questi livelli, la comunicazione ecclesiale ha bisogno oggi di un supplemento d’anima, di un colpo di reni e di un colpo d’ala, per ritornare cosciente dei tesori che si nascondono nella celebrazione dei misteri di Cristo. Di questi tesori ha bisogno anzitutto la sua coscienza comunicativa postmoderna.