

Spunti per un ministero della comunicazione parrocchiale e/o di unità pastorale

Il “ministero” dei comunicatori

Quando nel 1972, il papa Paolo VI con il *motu proprio Ministeria quaedam* apriva la possibilità di istituire alcuni ministeri (precisamente lettorato e accollato) da affidare ai laici, non escludeva per il futuro, a fronte di nuove sfide missionarie, la possibilità di istituire altre figure ministeriali¹. Da allora si sono fatti passi in avanti nella consapevolezza di una “*pluriministerialità*” allargata a diversi soggetti e più adeguata alle attuali frontiere della missione che chiedono una “*coreografia ecclesiale*” più ricca e variegata. Certamente la chiesa di domani, che già inizia a prendere volto e forma, riceverà un impulso decisivo dai ministeri di laici/laiche competenti e motivati in ragione del loro essere discepoli-missionari del Vangelo. L'arcipelago della ministerialità è multiforme, come si può evincere dal vocabolario: si parla di servizi, ministeri di fatto, ministeri istituiti, uffici e incarichi. Non è nostro interesse oggi insistere sulle “*formalità*” di questi ministeri, quanto piuttosto cogliere come essi rappresentano una risorsa missionaria e si radicano sul battesimo e sulla fantasia dello Spirito che suscita, in base ai bisogni emergenti e spesso concomitanti con i cambi culturali, nuove risorse a servizio del Vangelo. All'interno di queste coordinate si colloca il “*ministero della comunicazione*”. Questo spazio ministeriale è un ambito promettente anche per il coinvolgimento attivo dei più giovani delle nostre comunità.

Le reti sociali come spazio di evangelizzazione

Gli interventi del Magistero dei pontefici sul mondo della comunicazione sono ormai numerosi. Inizio citando un testo in cui papa Benedetto XVI riflette sulle reti sociali come nuovi spazi di evangelizzazione:

La sfida che i *network* sociali devono affrontare è quella di essere *davvero inclusivi*: allora essi beneficeranno della piena partecipazione dei credenti che desiderano condividere il Messaggio di Gesù e i valori della dignità umana, che il suo insegnamento promuove. I credenti, infatti, avvertono sempre più che *se la Buona Notizia non è fatta conoscere anche nell'ambiente digitale, potrebbe essere assente nell'esperienza di molti per i quali questo spazio esistenziale è importante*. L'ambiente digitale *non è un mondo parallelo o puramente virtuale, ma è parte della realtà quotidiana di molte persone, specialmente dei più giovani*. I *network* sociali sono il frutto dell'interazione umana, ma essi, a loro volta, danno forme nuove alle dinamiche della comunicazione che crea rapporti: una comprensione attenta di questo ambiente è dunque il prerequisito per una significativa presenza all'interno di esso.

La capacità di utilizzare i nuovi linguaggi è richiesta non tanto per essere al passo coi tempi, ma proprio per *permettere all'infinita ricchezza del Vangelo di trovare forme di espressione che siano in grado di raggiungere le menti e i cuori di tutti*. Nell'ambiente digitale la parola scritta si trova spesso accompagnata da immagini e suoni. Una comunicazione efficace, come le parabole di Gesù, richiede il coinvolgimento dell'immaginazione e della sensibilità affettiva di coloro che vogliamo invitare a un incontro col mistero dell'amore di Dio. Del resto sappiamo che la tradizione cristiana è da sempre ricca di segni e

¹ Cfr. Paolo VI, *Motu Proprio Ministeria quaedam* (15 agosto 1972).

simboli: penso, ad esempio, alla croce, alle icone, alle immagini della Vergine Maria, al presepe, alle vetrate e ai dipinti delle chiese. Una parte consistente del patrimonio artistico dell'umanità è stato realizzato da artisti e musicisti che hanno cercato di esprimere le verità della fede².

L'insegnamento del Magistero è insieme *innovativo e tradizionale*. Da una parte ci è chiesto un atteggiamento di "intelligente simpatia" verso le forme sempre cangianti della comunicazione sociale. La comunità cristiana non può accontentarsi di essere "spettatrice passiva" di fronte ai cambiamenti culturali. Ne va della sua identità: la chiesa non è una cittadella arroccata sul monte, è essenzialmente una comunità missionaria e dunque "estroversa" che, pur non omologandosi al mondo, trova nel mondo il suo campo di annuncio. Ne è in gioco la possibilità che il Vangelo continui ad essere fermento di salvezza non solo per i singoli, ma anche per le culture. Una chiesa diffidente rispetto ai processi innovativi diventa una chiesa fuori velocità rispetto al mondo e dunque senza contesto per la sua missione evangelizzatrice. L'inculturazione della fede, oggi, non può rinunciare alle reti sociali, così come nei tempi passati la fede ha generato la traduzione della Bibbia in lingue diverse, in espressioni culturali coerenti con quel periodo (le arti figurative, la musica, il cinema, il teatro...)³. Le difficoltà della chiesa con i nuovi processi comunicativi risentono della vecchia mentalità che considera i mass media e la cultura social come mezzi e strumenti "neutrali" di cui servirsi per trasmettere messaggi, piuttosto che cogliere nella rete un *ambiente* che plasma il mondo e impegna le coscienze sul piano dei valori e che va abitato come uno dei mondi dell'evangelizzazione. L'elemento da acquisire è proprio la necessaria rilettura del rapporto tra contenuto e forma di comunicazione, perché la forma è già parte integrante del contenuto. Occorre un sapiente discernimento pastorale per porre in essere una *creatività pastorale "sana"* in relazione alle nuove tecnologie.

D'altro canto, la chiesa è tutt'altro che sprovvista di *abilità comunicative*. Comunicare è nel suo DNA: Gesù è il modello di ogni autentica ed efficace comunicazione; la comunicazione della fede ha varcato i confini della Palestina e si è diffusa in ogni continente con la forza della predicazione del Vangelo e con l'efficacia comunicativa della liturgia che è il vertice della comunicazione di Dio Trinità con l'umanità, la forma più alta del dialogo divino-umano e la sorgente dell'impulso a manifestare e raccontare ai contemporanei la novità di vita scaturita dall'incontro con Dio. Nel cuore dell'edificio sacro della chiesa – almeno per il primo millennio – in parallelo all'altare vi era l'ambone, una poderosa e potente costruzione architettonica preposta all'annuncio della Buona Notizia. La convocazione liturgica termina poi con l'invito ad annunciare: il termine *Messa*, infatti, deriva da *dimissio* (congedo) ed ha a che fare con la *missione*.

Sfide interne ed esterne alla comunicazione ecclesiale

È un fatto evidente che la *comunicazione interna* alla chiesa incontra oggi difficoltà obiettive e reali: gli stessi partecipanti più o meno abituali alla liturgia, pur riconoscendosi credenti e cattolici, spesso

² Benedetto XVI, *Reti Sociali: porte di verità e di fede; nuovi spazi di evangelizzazione. Messaggio per 47ª Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali*, 24 gennaio 2013.

³ Già san Paolo VI scriveva nell'Esortazione apostolica *Evangelii nuntiandi* dell'8/12/1975: "La chiesa si sentirebbe colpevole di fronte al suo Signore se non adoperasse questi potenti mezzi, che l'intelligenza umana rende ogni giorno più perfezionati; servendosi di essi la chiesa 'predica sui tetti' il messaggio di cui è depositaria; in loro essa trova una versione moderna ed efficace del pulpito. Grazie ad essi riesce a parlare alle moltitudini" (n. 45).

sono a disagio con un linguaggio “ecclesialese” che suona ai loro orecchi come ermetico: riti e omelie appaiono talvolta difficili da decifrare. Ridire le verità cristiane di sempre in linguaggi nuovi e comprensibili è un’azione di trasmissione sempre in atto all’interno delle comunità, con maggiori o minori successi, talvolta con risultati problematici. Spesso anche i nostri “pubblici interni” lamentano difficoltà che nascono da una condivisione insufficiente di informazioni oppure da una comunicazione inefficace che non riesce a camminare al passo con la costruzione delle azioni pastorali sin dalla prima fase della loro progettazione.

Ancor più delicata e complessa è la frontiera della *comunicazione esterna* alla chiesa. Ricordo un discorso che san Paolo VI, il papa del Concilio, fece a braccio alla presenza di alcuni giornalisti il 28 febbraio 1976, un intervento “profetico” per la nostra era delle *fake news* basate sull’ignoranza dei dati oggettivi. Montini – che era figlio di un giornalista e conosceva bene il mestiere – inizia con un’ammissione: “noi della chiesa siamo difficili da interpretare”, per passare poi a sollecitare una attenzione professionale e una richiesta rivolta ai giornalisti. L’attenzione è a guardare alla chiesa nei suoi aspetti simultaneamente complicati e molteplici:

«Se noi abbiamo una osservazione, un desiderio da manifestare a voi, è proprio questo: che ci conosciate nella nostra complicazione, nella nostra complessità e diciamo nella nostra ricchezza, di cui siamo eredi e custodi...Bisogna che ci leggiate dentro, bisogna che penetriate questo alfabeto poco conosciuto alla cultura moderna e comune...Noi vogliamo essere letti nel profondo, come se si leggessero dei geroglifici di una piramide - chissà io - egiziana. Se non si legge questo, non si comprende quello che significa quel monumento...qualche cosa di analogo avviene per noi, se non sapete leggere ciò che noi veramente esprimiamo con i nostri segni, i nostri riti, i nostri costumi, la nostra storia e, diremo anche, con i nostri difetti, non possiamo forse farci veramente conoscere da voi».

La richiesta di papa Montini ai giornalisti è consequenziale e riguarda “un’acuta attenzione” nel riferire i fenomeni ecclesiali, la stessa che riservano «per le altre società e per gli altri movimenti di vita e di pensiero». Il pontefice è chiaramente consapevole che la cronaca pubblica dei fatti che riguardano la chiesa la espone facilmente a letture superficiali se non addirittura tendenziose, scandalistiche, macchiettistiche, caricaturali, ideologiche. Di qui l’accurata richiesta:

«Voi siete degli osservatori prima di essere degli informatori. Noi sappiamo di essere spesso per voi di difficile comprensione: uno viene a Roma... crede di vedere tutto perché ha veduto la cupola di San Pietro, o ha veduto gli Svizzeri al Portone di Bronzo: “Ah questa è Roma”. C’è qualche cosa d’altro, sapete... noi temiamo perciò d’essere giudicati secondo una conoscenza superficiale, unilaterale e parziale della nostra realtà».

Anche di queste difficoltà interne ed esterne si deve tener conto per una trasmissione efficace dei nostri messaggi ecclesiali.

Istruzioni per l’uso nella comunicazione ecclesiale

Nella delicata arte del ministero della comunicazione ecclesiale possiamo individuare alcuni **punti fermi** che, senza pretesa di esaustività, recuperiamo in un elenco sommario.

1. La comunicazione ecclesiale *non è primariamente una questione di strumenti (media) a disposizione*, ma anzitutto di **persone** credenti e appassionate della chiesa; le dinamiche attivate dall'uso virtuoso del digitale consegnano all'agire pastorale l'esperienza che è possibile riattivare la condivisione del dono della fede attraverso relazioni di *prossimità* sviluppate dalla rete.
2. La comunicazione dev'essere esercitata con **professionalità, competenze**, che non sono innate, ma sono il frutto di esperienze di studio e di lavoro diretto sul campo. Ciò richiede alle comunità di operare scelte di campo, anche minimamente economiche, per assicurare – ad esempio in unità pastorale – un *team* di alcune persone qualificate e aggiornate in grado di servire al meglio su questo fronte.
3. La comunicazione **non è un'operazione unidirezionale, ma un sistema integrato**, complesso e programmato, che esclude l'improvvisazione, e il protagonismo solitario del "fenomeno" di turno; tutto ciò rischia di viralizzare sull'online delle visioni soggettivistiche di chiesa, di preghiera, di catechesi in cui domina una *visione pastorale individuale e narcisistica* che pone seri interrogativi sulla comunione della chiesa quanto ai messaggi dottrinali, alla comunione con i pastori, alle forme liturgiche e all'agire morale;
4. La comunicazione, per noi credenti, sta insieme alla **cura della comunione**, che esige delicatezza e prudenza. Non significa nascondere qualcosa, bensì coltivare uno sguardo attento al bene dei singoli e agli effetti della comunicazione anche sul lungo termine. Come cristiani condividiamo la sfida per una comunicazione attenta ai valori della trasparenza, della responsabilità, dell'imparzialità. Ci sono però "silenzi" che vanno rispettati per il bene della comunione e il rispetto delle persone. Nella cultura mediatica è andato imponendosi il "mito della trasparenza" come qualcosa di dovuto, costi quello che costi; tuttavia, dove il diritto all'informazione non è bilanciato dal diritto alla riservatezza e alla privacy, è facile cadere in imprudenze dagli effetti assai negativi. La chiesa si è sempre distinta nei secoli per uno **stile di "discrezione"** che – almeno nelle intenzioni – voleva *proteggere e rispettare la sfera intima delle persone*, nella consapevolezza che le persone possono cambiare e non vanno identificate e "bollate" per un aspetto (magari negativo) della loro storia che fa notizia. Soggiace all'etica e alla deontologia del comunicatore ecclesiale una precisa visione antropologica incentrata sulla *coscienza*. Essa è il luogo misterioso caratterizzato da una "solitudine" e da una "non trasparenza" che tutelano la libertà e l'incommensurabilità della persona. Essa rimane sempre un "mistero" (anche a sé stessa non solo per gli altri) mai del tutto comunicabile. È proprio nella coscienza – cioè "nel nucleo più segreto e il sacrario dell'uomo, dove egli si trova solo con Dio, la cui voce risuona nell'intimità propria"⁴ – che l'uomo gioca le sue decisioni fondamentali che lo possono portare nel tempo a cambiamenti profondi che sfuggono alle cronache. Lo aveva ben chiaro il teologo Dietrich Bonhoeffer che nel suo testo *Resistenza e resa* scrive: «Dobbiamo imparare a considerare le persone meno alla luce di ciò che fanno o dimenticano di fare, e più alla luce di ciò che soffrono».

⁴ Concilio Vaticano II, *Cost. past. Gaudium et spes*, 16.

Il profilo del comunicatore cristiano

Volendo, poi, tratteggiare alcune **caratteristiche del profilo spirituale** di chi riceve il mandato della comunità per svolgere questo ministero, possiamo affermare che l'operatore della comunicazione

- **ama la chiesa e la sua concreta comunità di appartenenza**, pur consapevole dei suoi limiti, se ne sente corresponsabile e partecipa attivamente, in modo creativo e critico;
- **è una persona credente** che "pratica" la fede anche nei suoi profili social personali. Coltiva uno stile di comunicazione "alta" e "differente" che evita gli eccessi emozionali e si distingue dall'urlato, dal volgare, dalla mediocrità, dalla diffusione di *fake news*... anche così si testimoniano nel mondo digitale i valori evangelici;
- **agisce in comunione e cerca il confronto abituale** con i suoi sacerdoti e alcune persone di sua fiducia (moralmente serie e attrezzate dal punto di vista tecnico), specie nelle situazioni di crisi comunicativa che è chiamato a gestire con competenza e senso ecclesiale;
- ha l'attitudine a **lavorare in equipe**;
- è una persona con un minimo di **competenze digitali**; accetta un percorso di **alfabetizzazione digitale** che riguarda le funzioni e i linguaggi dei diversi strumenti e social network, ai fini di un'azione comunicativa efficace e funzionale per la pastorale;
- si preoccupa di **implementare e ottimizzare le comunicazioni** all'interno delle comunità dell'UP (tra gruppi, associazioni, istituzioni del territorio...);
- resta in **collegamento con i media diocesani** a livello di *input* e *output*;
- è consapevole di **agire in nome e per mandato della comunità**, dunque, utilizza i media e i social della parrocchia/unità pastorale come espressioni della comunità, e non profili personali;
- **racconta la vita della comunità alla quale partecipa in prima persona**, lo fa con occhi credenti, attraverso la forza delle storie, degli eventi che essa vive, delle persone che la abitano, dello scorrere dell'anno liturgico, delle devozioni popolari del territorio...Questo racconto sarà fatto nei modi propri di ciascun social o media scelto. Sarà, dunque, fondamentale lavorare in un'equipe di persone presenti su piattaforme differenti;
- il suo ministero ha come fine il **coinvolgimento pieno** (*off* e *on line*) delle persone nella vita della comunità, la quale ha il suo vertice nella celebrazione eucaristica domenicale, sebbene per molte di loro, soprattutto per la fascia dei più giovani, la presenza *on line* sarà il primo livello di appartenenza alla comunità; penso non sia da sottovalutare quel servizio di evangelizzazione capillare e spicciola per raggiungere molti dei cristiani che la domenica non partecipano abitualmente alla Messa attraverso un messaggio sui social della comunità per renderli partecipi del Vangelo della domenica;
- il ministero dei comunicatori potrà estendersi, laddove è possibile, a **un'azione educativa** su come abitare la rete oggi da cristiani; non da ultimo, per insegnare come padroneggiare e abitare i nuovi mondi digitali agli adulti/anziani, che rappresentano una larga fetta delle nostre comunità e rischiano di essere la "periferia digitale".