

## COMUNICAZIONE E MISSIONE

### DIRETTORIO SULLE COMUNICAZIONI SOCIALI NELLA MISSIONE DELLA CHIESA

Il Convegno di Palermo del 1995 mise al centro della propria riflessione il tema dell'annuncio della verità cristiana in una società in rapida trasformazione.<sup>1</sup>

1997: nascita del Progetto culturale<sup>2</sup>.

Indirizzo della Chiesa italiana per il decennio 2000: *Comunicare il Vangelo in un mondo che cambia. Orientamenti pastorali dell'Episcopato italiano per il primo decennio del 2000* - (29 giugno 2001)

Al num.39 di questo documento si parla per la prima volta di comunicazione sociale<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Il terzo Convegno della Chiesa italiana si tenne a Palermo, dal 20 al 24 novembre 1995.

Il tema E' disegnato sugli orientamenti pastorali degli anni Novanta: "*Il Vangelo della carità per una nuova società in Italia*" Il senso globale di questa scelta – diranno i vescovi all'indomani del Convegno – "è che la verità dell'uomo, manifestata pienamente dal Vangelo della carità, si traduce in una cultura della responsabilità e della solidarietà nelle molteplici dimensioni della vita".

Il Papa Giovanni Paolo II arriva a Palermo il 23 novembre. Nel mattino tiene un discorso ai delegati e nel pomeriggio celebra la Messa nello stadio della città. Le sue parole danno un deciso orientamento ai lavori: "Il nostro non è il tempo della semplice conservazione dell'esistente, ma della missione". È la "conversione pastorale" nella direzione dell'evangelizzazione divenuta, in questi dieci anni, un *leit motiv* per la comunità ecclesiale.

Cattolici e politica In uno scenario politico profondamente mutato – allora definito come il passaggio dalla "prima" alla "seconda Repubblica" – da Palermo viene una parola chiara sulla presenza politica dei cattolici dopo la fine della Dc. La pronuncia ancora il Papa: "La Chiesa – afferma – non deve e non intende coinvolgersi con alcuna scelta di schieramento politico o di partito". Il pluralismo politico dei cristiani è dunque legittimo, ma esso "non ha nulla a che fare con una diaspora culturale dei cattolici".

Il "progetto culturale" E' il frutto più maturo del Convegno di Palermo. Il card. Ruini, nelle conclusioni dei lavori, ne parla sottolineando la necessaria complementarietà tra la pastorale ordinaria, la vita e il lavoro quotidiano delle comunità, e la dimensione cosiddetta "alta" della cultura e della ricerca intellettuale. Padre Bartolomeo Sorge commenta: al "cattolico spiritualista" e al "cattolico presenzialista" il Convegno di Palermo "ha preferito, senza esitare, la figura del cattolico incurato, preoccupato cioè di mantenere limpida la propria identità di fede, ma incarnandola nella storia, condividendo i problemi, le lotte e le speranze degli uomini d'oggi".

Molto interessante quanto afferma Mons. Betori in un incontro in preparazione al Convegno di Verona: << [...] L'uno e l'altro contesto, quello ecclesiale e quello socio-culturale, vennero letti a Palermo alla luce di una nuova duplice esigenza, che possiamo definire come necessità di sintesi e di essenzialità, ma anche di più coraggiosa presenza nella storia, così da toccare insieme l'essere e la missione del cristiano e della Chiesa. Sul primo versante questa esigenza si tradusse, e si traduce ancora, nella richiesta di riconoscere l'assoluto primato della spiritualità rispetto ad ogni altro "fare" della e nella Chiesa. [...] Sul secondo versante a Palermo emerge l'urgenza di una "estrovazione" della Chiesa mai disgiunta dal senso forte della verità, per aprirsi con una precisa identità al dialogo e all'incontro con l'uomo contemporaneo, nella consapevolezza che la Parola ha in sé capacità di incarnazione in ogni tempo e in ogni luogo. [...] All'incrocio tra queste due esigenze si aprì lo spazio del "progetto culturale". Orizzonte di quest'ultimo era, ed è, il riconoscimento delle sfide cruciali che la cultura pone oggi alla fede, nella convinzione che solo raccogliendo queste sfide la fede esprime la propria energia creativa e alimenta il rinnovamento dell'uomo e della società. L'obiettivo è quello di costruire, con le categorie di oggi, una visione del mondo cristiana, consapevole delle proprie radici e della propria pertinenza nelle questioni vitali, fiduciosa circa le proprie potenzialità nel dialogo con la cultura contemporanea per renderci capaci, tutti, di dire in modo originale e plausibile la nostra fede. Vi è un'intuizione di fondo dietro al progetto, che può essere così sintetizzata: far passare l'evangelizzazione della Chiesa italiana, cioè il suo compito proprio e naturale, attraverso un rinnovato e più intenso confronto critico con le forme della cultura diffusa, per dare continuità anche per il futuro alla valorizzazione dell'eredità cristiana che ha alimentato e costruito la nostra civiltà. >> Mons. Betori "Ricorda, racconta, cammina: da Palermo 1995 a Verona 2006 per trasmettere la fede nel Risorto, speranza del mondo" Palermo, Tavola rotonda del 24 novembre 2005 -

<sup>2</sup> - Nel 1994 (nella sua prolusione al Consiglio permanente della CEI) il card. Camillo Ruini fa per la prima volta un accenno a un "progetto culturale": "cultura" come terreno di incontro tra la missione propria della Chiesa e le esigenze più urgenti della nazione.

- Nel 1995 il Convegno ecclesiale di Palermo registra un consenso generale intorno al progetto.

- Nel 1996 tre seminari di studio promossi dalla CEI e l'Assemblea Generale dei Vescovi delinea le motivazioni e i contenuti del progetto culturale.

- Nel 1997 viene pubblicato dalla Presidenza della CEI il documento fondativo *Progetto culturale orientato in senso cristiano. Una prima proposta di lavoro*.

<sup>3</sup> n.39. – "Un campo in cui stanno emergendo grandi potenzialità è anche quello della *comunicazione sociale*. Nuove opportunità di conoscenza, scambio e partecipazione accompagnano le innovazioni tecnologiche in questo ambito. Ci troviamo di fronte a *una nuova cultura* che «nasce, prima ancora che dai contenuti, dal fatto stesso che esistono nuovi modi di comunicare, con nuovi linguaggi, nuove tecniche, nuovi atteggiamenti psicologici». (Giovanni Paolo II, Lett. enc. *Redemptoris missio*, n.37). La possibilità di comunicare in modo nuovo e diffuso è *un bene di tutta l'umanità* e come tale va promosso e tutelato. Quanto più potenti sono i mezzi di comunicazione tanto più deve essere forte la coscienza etica di chi in essi opera e di chi ne fruisce. È necessario pertanto che la comunicazione sociale 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. 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

All'inizio del decennio all'interno della CEI vi è un ripensamento delle commissioni episcopali: nascita della commissione per la Cultura e la comunicazione.

E' importante sottolineare come la C.E.I. abbia emanato solo due Direttori: il *Direttorio sulla famiglia*<sup>4</sup> e il *Direttorio sulle comunicazioni*.

### Il Direttorio sulle comunicazioni

Il Direttorio sulle comunicazioni è nato come documento di settore, poi è diventato un documento di tutti i vescovi italiani

Rielaborazione durata tre anni

I testi sono stati mandati ai vescovi 2 volte

Pubblicato nel novembre del 2004

Il documento è suddiviso in due sezioni, otto capitoli e 203 paragrafi.

2 parti generali: una parte fondativa e una di indicazioni pratiche

Due elementi caratteristici

- Sintesi del magistero della Chiesa sul tema della comunicazione
- Riproposizione mirata che contiene un progetto della Chiesa italiana in ordine a obiettivi molto precisi

Di particolare interesse la scelta iconografica, caratterizzata da dodici immagini che seguono come filo conduttore il tema degli angeli

Al testo del Direttorio è abbinato, per la prima volta, un Dvd multimediale curato dall'Ufficio nazionale per le comunicazioni sociali della C.E.I.

#### Indice del testo

##### I sezione - COMUNICARE IL VANGELO NELLA CULTURA MEDIALE

- Cap. 1 Le comunicazioni sociali crocevia del cambiamento (1 - 25)
- Cap. 2 Da cristiani nella cultura dei media (26 - 46)
- Cap. 3 Integrare il messaggio cristiano nella cultura dei media (47 - 72)
- Cap. 4 Educare e fare cultura nella società mediatica (73 - 92)

##### II sezione - PERCORSI E INIZIATIVE PASTORALI

- Cap. 5 Per una pastorale organica delle comunicazioni sociali (93 - 120)
- Cap. 6 L'animatore della comunicazione e della cultura (121 - 142)
- Cap. 7 I media nella missione della Chiesa (143 - 177)
- Cap. 8 Responsabilità, strutture e organismi (178 - 203)

#### Indice delle fonti

#### Indice analitico

#### Indice generale

---

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. Qui si colloca anche l'impegno di promuovere il ruolo e la formazione di tutti i comunicatori, ovunque essi operino."

<sup>4</sup> Il 25 luglio 1993 la CEI ha pubblicato il *Direttorio di Pastorale Familiare per la Chiesa in Italia. Annunciare, celebrare, servire il Vangelo della famiglia*. Frutto di un lungo iter a seguito di un'ampia consultazione il Direttorio vuole essere un vademecum, un manuale e non un nuovo documento pastorale o dottrinale.

DVD

Suo contenuto:

Ipertesto – Versione ipermediale del documento scritto con collegamenti alle note, al video, alle schede didattiche. Possibilità di attivare una voce in audio per la lettura del testo

Video – Brevi videoclip che illustrano alcuni tra i temi trattati nei capitoli del Direttorio (durata 5' l'uno)

Schede – Schede a scopo didattico che sintetizzano gli argomenti e suggeriscono domande e iniziative per far comprendere al meglio le indicazioni del Direttorio

Indice analitico – Gli argomenti del Direttorio sono in ordine alfabetico con il collegamento diretto al testo. Vi è anche il rimando alla parte del testo interessata dalla nota

Video – Dossier con interviste e approfondimenti su alcuni temi principali del Direttorio

Fonti – Tutti i documenti della Santa Sede e della C.E.I. inerenti al tema delle comunicazioni

Il Direttorio nelle sue parti

### Sezione prima

#### Capitolo I

In un mondo che cambia velocemente c'è in atto una rivoluzione culturale portata dal multiforme mondo dei media. Essi sono un fondamentale fattore di sviluppo sociale ma possono essere anche strumento di discriminazione e mercificazione dell'uomo. I media trasformano e plasmano la visione dell'uomo; ecco perché noi cristiani da spettatori dobbiamo diventare protagonisti di questo nuovo areopago multimediale.

#### Capitolo II

Dal punto di vista teologico è il capitolo più innovativo: vuole coniugare la prospettiva teologica della fede con quella culturale del nostro tempo. La Rivelazione, come dimensione comunicativa, intercetta l'uomo nel suo cammino terreno e lo mette in comunione con Dio. In Gesù la Chiesa trova il modello della vera comunicazione e senza timore si sente chiamata a comunicare attraverso la testimonianza della fede.

#### Capitolo III

Pastoralmente è il capitolo più importante.

La prima parte è quella fondativa, la radice. Essa dice della necessità inderogabile di inculturare la fede nel tempo dei media con l'attività di una Chiesa aperta senza paura sulle realtà del mondo.

Viene evidenziato come i tre ministeri della catechesi, liturgia e carità non possono prescindere dal loro essere comunicazione con tempi e modi loro specifici.

Vi è una emergenza etica legata ai media: questi non sono dei mezzi neutri ma incidono profondamente sulla dimensione spirituale e morale dell'uomo. Per questo motivo si deve far emergere la questione etica come questione centrale.

#### Capitolo IV

La riflessione parla di una responsabilità educativa alla quale non è legittimo sottrarsi. Famiglia, giovani, scuola e società sono gli ambiti dove dobbiamo impegnarci perché i media siano a servizio dell'uomo.

La comunità ecclesiale deve impegnarsi nel settore delle comunicazioni sociali ponendo al centro il primato della questione etica, la centralità della persona e del bene comune.

### Sezione seconda

#### Capitolo V

Viene ribadita la sollecitudine pastorale della Chiesa italiana in ordine alle comunicazioni sociali con la richiesta di attivare in ogni diocesi una pastorale organica per rendere più incisiva l'azione della Chiesa.

Si afferma con decisione che la comunicazione non è un settore della Chiesa, non si sovrappone a quanto già si fa ma vuole entrare, in maniera organica, nell'orizzonte della pastorale ordinaria. Da questa prospettiva la parrocchia viene investita di una responsabilità tutta particolare affinché, nel quadro di una pastorale organica e integrata, ci

sia una nuova capacità di comunicare e fare cultura negli ambiti della catechesi, della celebrazione liturgica, della carità e della presenza dei media cattolici. Questo deve essere supportato da un'ampia opera formativa.

Il testo parallelo con cui va letto questo aspetto è quello de "Il volto missionario della parrocchia in un mondo che cambia"<sup>5</sup>

## Capitolo VI

Questo capitolo è interamente dedicato alla figura dell'animatore della comunicazione e della cultura.

Viene tracciato il suo profilo e gli àmbiti dove può essere individuato:

- tra coloro che lavorano nella scuola, nell'università, nell'associazionismo e nel volontariato;
- tra i giovani mostrando loro un nuovo tipo di servizio dove essi possono dare spazio alle loro conoscenze e attitudini;
- tra coloro che operano all'interno di àmbiti professionali o settori della comunicazione e della cultura della Chiesa.

Viene richiesta la messa in opera di una molteplicità di percorsi formativi e, fatto nuovo, la possibilità del mandato ecclesiale da parte del vescovo.

La novità assoluta è data dal fatto che, a fianco delle tre figure pastorali consolidate che trovano in parrocchia il loro luogo d'azione – il catechista, l'animatore liturgico e l'operatore della carità – se ne affianca una quarta con pari dignità e importanza: quella dell'animatore della comunicazione e della cultura.

## Capitolo VII

Il capitolo si sofferma a riflettere sulla presenza della Chiesa nel mondo dei media attraverso il giudizio critico e la proposta esercitando così la sua funzione profetica. Si chiede ai cattolici presenti nei circuiti culturali e mediatici di dare il loro contributo specifico. Si prendono in esame le iniziative mediatiche dei cattolici quali l'editoria religiosa, le radio e le televisioni.

Il cap. 159 è interamente dedicato al quotidiano Avvenire.<sup>6</sup>

Si evidenzia la necessità di interpretare le trasformazioni nel campo delle comunicazioni dando voce alle associazioni cattoliche nei vari àmbiti mediatici.

## Capitolo VIII

L'intera comunità ecclesiale è responsabile dello sviluppo di una compiuta pastorale delle comunicazioni sociali: vescovi, presbiteri, diaconi, religiosi e laici. Per affrontare tutto questo è necessaria un'adeguata formazione e il proseguimento di quanto già si sta facendo sia a livello di organismi e strutture a livello nazionale che degli uffici diocesani per le comunicazioni sociali.

---

<sup>5</sup> *Comunicare il Vangelo in un mondo che cambia. Orientamenti pastorali dell'Episcopato italiano per il primo decennio del 2000* (29 giugno 2001)

Cap.39. – " Un campo in cui stanno emergendo grandi potenzialità è anche quello della comunicazione sociale. Nuove opportunità di conoscenza, scambio e partecipazione accompagnano le innovazioni tecnologiche in questo ambito. Ci troviamo di fronte a una nuova cultura che «nasce, prima ancora che dai contenuti, dal fatto stesso che esistono nuovi modi di comunicare, con nuovi linguaggi, nuove tecniche, nuovi atteggiamenti psicologici». La possibilità di comunicare in modo nuovo e diffuso è un bene di tutta l'umanità e come tale va promosso e tutelato. Quanto più potenti sono i mezzi di comunicazione tanto più deve essere forte la coscienza etica di chi in essi opera e di chi ne fruisce. È necessario pertanto che la comunicazione sociale 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. 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. Qui si colloca anche l'impegno di promuovere il ruolo e la formazione di tutti i comunicatori, ovunque essi operino."

<sup>6</sup> 159.AVVENIRE, IL QUOTIDIANO DEI CATTOLICI ITALIANI

Quanti – cattolici e non – desiderano conoscere ogni giorno il punto di vista della comunità ecclesiale, trovano nel quotidiano Avvenire un irrinunciabile punto di riferimento. Da anni, per la Chiesa italiana e per il Paese, Avvenire costituisce una presenza di qualità nel mondo dell'informazione. Anche il Santo Padre ha più volte parlato del quotidiano incoraggiandone la lettura e la diffusione: «Di grande rilievo è il contributo alla lettura originale dei fatti e alla riflessione culturale offerto dal quotidiano nazionale Avvenire» (Discorso di Giovanni Paolo II ai partecipanti al *Convegno per gli operatori della comunicazione e della cultura* promosso dalla Conferenza Episcopale Italiana 9 novembre 2002) Eppure il quotidiano, per molti cattolici italiani e per non poche comunità, è ancora una risorsa inutilizzata le cui potenzialità, nonostante la crescita costante di lettori e copie diffuse, restano in gran parte ancora inesprese. Diocesi, parrocchie e aggregazioni devono impegnarsi a leggerlo e farlo leggere, assumendosi precise responsabilità e promuovendo specifici progetti di diffusione che diventano laboratori anche per gli animatori della cultura e della comunicazione. Un appuntamento da potenziare e rilanciare è la Giornata diocesana del quotidiano cattolico, che dovrebbe entrare nel quadro di una programmazione annuale di attività finalizzate a sensibilizzare la comunità ecclesiale e il territorio all'uso dei media.