

Convegno Cet 7-8 gennaio – Sintesi conclusiva

(Franceschini Piergiorgio – segretario Commissione Comunicazioni Cet)

STILE che è SOSTANZA

Nell'universo digitale – ambiente che resta una grande risorsa, pur con il limite dell'appiattimento, dell'assenza di differenze, di sfumature – dobbiamo “starci” non semplicemente “esserci”. Farlo da **testimoni** (consapevoli di avere qualcosa di importante a cui rimandare), non da **testimonial**.

Per COSTRUIRE COMUNITA' e non singoli PROTAGONISTI

Dando peso alle storie, raccontando **vita**, per toccare tasti di umanità; **raccontare il vissuto** ma prima ancora **ascoltare i vissuti delle persone: empatia, prossimità**. Serve ripartire dai **bisogni**: in questo siamo chiamati ad operare una vera e propria **rivoluzione copernicana** dentro un mondo (quello ecclesiale) che si pone l'Annuncio come priorità. Abbiamo un maestro: l'annuncio di Gesù era sempre a misura di interlocutore, partiva dal vissuto, per tornare al vissuto, partiva da Cafarnao (Vangelo del 7 gennaio). La Chiesa ha avuto forse troppa paura di un linguaggio analogico-simbolico e si è spesso rifugiata nel linguaggio razionale-dottrinale.

ACCETTARE LA SFIDA DI VOLER ESSERE SIGNIFICATIVI

Essere significativi non è un optional, non è secondario perché “comunicare è fare un investimento pastorale i cui effetti non si possono misurare, non sono quantificabili”. Certo, non tutto è misurabile, ma dobbiamo essere onesti con noi stessi e con gli altri: il digitale, da questo punto di vista, non perdona. Il riscontro oggettivo deve (tornare ad) essere un metro di valutazione del nostro operato. Riscontro è anche la ragione della sostenibilità economica.

PROGETTARE

C'è urgenza di progetti comunicativi. Sulla base di **contenuti** che rispecchino la rivoluzione copernicana. Gestiti, confezionati da **professionisti** (anche nell'epoca della comunicazione orizzontale non tutti sanno fare tutto). Professionisti capaci, però, di **rimettersi in gioco** (umilmente e costantemente formati) e di farlo in una **logica di rete** (alcune diocesi forse più avanti). Si deve ripartire da una **riprogettazione reticolare** che tenga conto di **tutte le**

risorse in campo, quelle che restano (molte radio, ad esempio, hanno chiuso) e di quelle che potrebbero sorgere strada facendo: parliamo dei **media diocesani** ma anche degli **strumenti ecclesiali di comunicazione sul territorio** (cartacei e non), protagonisti di una comunicazione di prossimità (un'indagine promossa a Padova e Trento evidenzia la vitalità di strumenti come figli domenicali e notiziari parrocchiali). Il tutto in dialogo con il centro. In questa direzione va il anche **progetto triveneto "Connessione e comunione"** varato dalla Commissione e sostenuto dalla CEI e che ora attende di essere ampliato e potenziato.

La Commissione Comunicazioni Cet si pone a servizio come osservatorio Permanente, in dialogo con l'Ufficio Comunicazioni nazionale.