

DUE GIORNI DI AGGIORNAMENTO VESCOVI DEL TRIVENETO

Cavallino, 7-8 gennaio 2019. PER UNA CHIESA CHE COMUNICA

Introduzione di mons. Luigi Bressan, Vescovo Delegato per la Commissione della CET-Comunicazioni Sociali

1. Comunicare è un processo interattivo

Comunicare è un verbo che usiamo spesso ma con significati diversi, come il rendere partecipe una o più persone di un desiderio o di un augurio, di una gioia o di una sofferenza, di una conoscenza o di un interrogativo. Indica la volontà di stabilire un rapporto, partendo da un grado di comunione minimale o intenso. E' un processo che inizia già prima della nascita; si manifesta poi in gestualità e suoni, e assume ben presto le forme più frequenti che sono la parola e lo scritto, ma ha molte altre modalità di espressione come l'arte e la musica, la gestualità, l'atteggiamento, i segni e simboli.... talvolta lo stesso silenzio parla. Se ci chiediamo perché si comunichi, la fede ci risponde perché siamo a immagine di Dio, che non è un solitario, ma tre Divine Persone che sono in costante dialogo tra loro. Le scienze umane potranno dare anche altre motivazioni, come la naturalità sociale dell'essere umano, il bisogno di ottenere sostegno, l'amore nelle sue varie espressioni. Comunicare è in ogni caso esigenza di vita, dalla nascita alla morte, e ci trova ad essere oggetti, ossia destinatari, e insieme soggetti, cioè promotori di trasmissione di messaggi.

Questo è tanto più vero in tema di fede, poiché essa non è nostra iniziativa ma una chiamata, avvenuta nel tempo ma che è ancora voce viva. Non siamo inviati a far conoscere un messaggio nostro, ma una notizia che ci è pervenuta e affidata. San Paolo lo ripete varie volte; tra l'altro scrivendo ai Corinti riconosce: "Non che da noi stessi siamo capaci di pensare qualcosa come proveniente da noi, ma la nostra capacità viene da Dio, il quale ci ha resi capaci di essere ministri di una nuova alleanza" (2Cor 3,5s; 1Cor 4,1-5). La sfida è immensa, ma abbiamo come alleato uno che nessun oratore umano avrebbe per sé a disposizione: lo Spirito Santo. Ricordiamo a proposito l'esperienza della sequela anche entusiasta di Cristo, la dispersione successiva al momento della sua crocefissione e la ripresa a Pentecoste. Questo va detto, ma non per esentarci dal predisporre quanto è necessario per una buona comunicazione, ma per impegnarci con fiducia.

Nell'impossibilità di fare una sintesi di quanto il magistero ci ha detto circa la comunicazione abbiamo voluto indicare una serie di documenti, che manifestano quanto esso si senta in uscita. Ne trovate l'elenco nella cartella.

2. Arte di trasmettere

Già sant'Agostino circa la necessità di farsi comprendere dall'uditorio dichiarava: "Se alla voce togli la parola, che cosa resta? Dove non c'è senso intelligibile, ciò che rimane è semplicemente un vago suono. La voce senza la parola colpisce bensì l'udito, ma non edifica il cuore" (dal *Discorso Nr 293*). Ora è chiaro che per ottenere un tale risultato bisogna conoscere la lingua del destinatario; sono più di sei mila gli idiomi umani oltre le variazioni dialettali, ma nell'ambito della stessa lingua ci sono culture diverse, parole che assumono significati differenti secondo le persone: pensiamo solo a vocaboli come amore, laico, provincia che evocano contenuti ben diversi nel linguaggio ecclesiale e in quello civile. I dizionari stessi mostrano sensi differenti di un medesimo vocabolo, ma le età della popolazione ne fanno assumere intendimenti talvolta molto lontani gli uni dagli altri. Le formule stabilite sono legate al tempo e comunque esiste sempre uno stacco tra il concetto e la sua espressione verbale. "Salvare", ad esempio, per un giovane richiama il conservare in un file di computer, per un anziano è invece l'opera redentrice di Cristo; il termine Chiesa per molti è il clero, e non la comunità dei battezzati. Cosa comprenda poi la gente quando parliamo di regno, lascio a voi giudicare. Ecco perché sembra necessario essere aiutati da altri a capire meglio a chi siamo inviati ad annunciare l'Euanghelion e abbiamo chiesto ad alcuni esperti di sollecitarci in tal senso. Siamo riconoscenti che in così breve tempo abbiamo colto l'invito.

La psicologia sociale ci indica poi che vi sono moltissime persone che giudicano fondamentalmente secondo la realtà sociologica e sono quindi induttivi nei loro approcci di sintesi; altre invece partono da valori o principi metafisici e quindi deducono i loro giudizi sulla vita e sulle proposte che incontrano nell'esistenza; un po' tutti sono colpiti dalla narrazione, dallo storico, ma non da ognuno l'esempio viene giudicato guida orientativa; infine c'è chi è più carico di empatia e sulla base dei sentimenti riesce a smuovere o resistere. Queste caratteristiche valgono sia per chi annuncia o negozia sia per chi è destinatario. Un solo metodo non risponde alle esigenze di tutti. Il confronto fra noi ci aiuterà a disporci meglio al dialogo e da qui nasce l'importanza dei tre tavoli di lavoro che abbiamo previsto.

3. Strumenti di comunicazione

Anche gli strumenti di comunicazione sono vari. Pensiamo alla voce e alle immagini, nella liturgia e nella catechesi come nei dialoghi sia inter-personali che con i *media*; già impostare bene la voce è indispensabile, ma concordiamo che è importante il contenuto e le vie per esprimerlo, nella catechesi, nella liturgia. Molto resta da dire al riguardo e soprattutto da praticare. Lo scritto ha poi sempre accompagnato la storia della Chiesa dai primi secoli nella cura dei Vangeli, delle lettere degli Apostoli e quindi dei Padri della Chiesa sia in oriente che in occidente. Ringraziamo i monaci di averci

trasmesso tanti tesori, ma pensiamo alla fatica degli scrittori odierni per il messaggio cristiano, sia con libri che con periodici. Nella cartella vi è una documentazione sui Settimanali cattolici della regione, con le loro problematiche. Le arti visive e la musica danno in forte contributo alla comunicazione. A ciò si sono aggiunti il cinema, la radio, la televisione e il tutto è avvenuto in meno di un secolo, un istante se confrontato con la storia dell'uomo sulla terra. E' facile trovarsi sorpassati.

La tecnica in pochi decenni ci ha fornito poi altri strumenti frutto della rivoluzione digitale, che rendono un servizio immenso alla informazione e alla comunicazione tra persone sia adolescenti che adulte, con uso, pur se più limitato, anche da parte di quelle della terza età. Sono un nuovo ambone per la parola di Dio o almeno un "atrio dei gentili", un sagrato? Per meglio comprendere il fenomeno abbiamo inserito in cartella un breve interessante glossario dei termini più comuni, con riconoscenza a chi lo ha elaborato ad hoc per noi.

E' una realtà impressionante della nostra società. Le "five big" ossia le cinque imprese più ricche del mondo non sono ditte che producono beni, ma tutte cinque sono fornitrici di informazioni. Apple è quotata in borsa a oltre mille miliardi di dollari (il doppio di quanto l'Italia esporta in beni in un anno); Google ha oltre tre miliardi e mezzo di consultazioni al giorno; la cinese Baidu ne conta altrettanti. Contribuiscono a entusiasmare, commuovere o indignare all'unisono e indurre a comportamenti omogenei miliardi di persone o farli sentire parte di una sola famiglia umana.

Il recente Sinodo dei Vescovi ha dichiarato: "L'ambiente digitale caratterizza il mondo contemporaneo. Larghe fasce dell'umanità vi sono immerse in maniera ordinaria e continua. Non si tratta più soltanto di 'usare' strumenti di comunicazione, ma di vivere in una cultura ampiamente digitalizzata che ha impatti profondissimi sulla nozione di tempo e di spazio... sul modo di comunicare, di apprendere, di informarsi, di entrare in relazione con altri" (Nr 21).

Qualcuno ha detto che oggi ci troviamo come i cristiani della fine del XV secolo quando si scoprì che esisteva un nuovo continente da evangelizzare, l'America, con la sua cultura e i suoi limiti, ma quegli indios non erano *homunculi*, ma veramente *homines* destinati a incontrare Cristo. Parimenti la qualifica di mondo virtuale non significa inesistente, né autonomo in sé, né da scartare: è una realtà, una sfida nuova per una Chiesa che si voglia missionaria. Nella programmazione di queste Due Giornate sul comunicare oggi non potevamo non darvi peso, pur senza assolutizzare.

Ci si domanda se questa sia una marea un po' caotica, anzi una giungla di linguaggi diversi, che riduce le capacità riflessive della persona; certamente non va negato il pericolo di divaricazione tra il concreto e il digitale, ma come evangelizzatori non possiamo rifiutare quanto la scienza e la tecnologia ci offrono di sviluppo e il mondo

tale e quale è, aiutando a purificarlo dal male, inserendovi la forza dello Spirito, profittando delle connessioni stesse per giungere alle relazioni.

4. Il compito di conciliare

Oggi, infatti, più che nel passato, siamo chiamati a conciliare fattori diversi. Si comincia da bambini dovendo armonizzare famiglia, scuola a gioco; da adolescenti si vivono insieme studio, sport e affetti; da adulti famiglia, lavoro, responsabilità sociali, vita religiosa e così via. Come Chiesa non possiamo evitare la pluralità di poli vitali in tensione, poiché il Signore ci ha inviati a “proclamare il Vangelo a ogni creatura” (cfr Mc 16,19); euntes ergo docete omnes gentes (cfr Mt 28,19) Sarà necessaria un’ampia capacità di discernimento e il Sinodo raccomandava di dare spazio anche ai giovani già nei processi decisionali delle comunità.

Tutti portiamo nel cuore gli interrogativi che san Paolo esprimeva nella lettera ai Romani: “Come invocheranno colui che non hanno creduto? Come crederanno in colui del quale non hanno sentito parlare? Come ne sentiranno parlare senza qualcuno che lo annunzi? E come lo annunceranno se non sono stati inviati?” (Rm 10, 14s). Se poi nel mondo politico lo scopo della comunicazione è prevalentemente la conquista di aderenti al proprio partito, le finalità del missionario cristiano è di servizio nel nome di Cristo, ma per questo non meno zelante, poiché “forte come la morte è l’amore... le sue vampe sono vampe di fuoco, una fiamma divina” (Ct 8,6).

Va tenuto presente che oggi già nelle nostre terre si incontra una molteplicità di proposte religiose o areligiose; si potrebbe parlare di un supermercato di dottrine ed etiche, di spiritualità e credenze. Anche le persone più semplici sono suscettibili di ricevere messaggi discordanti e molteplici. Come suscitare interesse, stupore, adesione per l’unicità del Vangelo? Per l’incarnazione del Verbo che valorizza quanto esiste di bene e purifica il male?

Sappiamo che è necessario avanzare proposte credibili, che non possono essere calate dall’alto, ma vissute in un incontro; la psicologia insegna l’arte dell’accompagnamento ma anche dello shock. Si tratta di far comprendere l’amore di un Cristo “crocifisso, scandalo per i Giudei e stoltezza per i pagani” (cfr 1Cor 1,23), mostrare che la salvezza non si riduce alla vita dopo la morte ma valorizza tutta l’esistenza e la forza che pur in mezzo alle debolezze umane lo Spirito suscita in chi lo accoglie. Non è un’apologetica autoreferenziale per i singoli, ma di servizio alla verità in senso ignaziano “ad maiorem Dei gloriam” e come Gesù diceva: “Vedano le vostre opere buone e rendano gloria al Padre vostro che è nei cieli” (Mt 5,16). Non è detto che le buone pratiche, dato lo stile informativo odierno unidirezionale, siano note ed è difficile porle in luce quando vi è uno scandalo. Sappiamo di dover tener conto anche di pregiudizi, nati per motivi vari,

non escluso l'individualismo della cultura occidentale, verso l'annuncio della Chiesa come fosse proselitismo o una sua ricerca di potere.

La testimonianza è certamente il primo messaggio comunicativo, ma non è l'unico. Anche se talvolta è stato interpretato in tal modo qualche intervento di papa Francesco, non corrisponde al suo modo di attuare, poiché nessun papa ha parlato proporzionalmente tanto quanto lui in pubblico, dalla messa mattutina alle interviste in aereo, oltre i discorsi e i messaggi ufficiali. I Vangeli usano una famiglia di vocaboli per dire il mandato affidatoci di annunciare, pubblicare, proclamare la Buona Novella, interpretare, confessare., insegnare, parlare.

Il grande esegeta Xavier Léon-Dufour così riassume il mandato della comunicazione, citando i testi corrispondenti: "Il predicare è l'atto di un araldo del Cristo che dice la parola di Dio. Il risorto parla realmente per bocca di lui e viene a vivere in colui che annuncia il suo mistero pasquale... Proclamando la parola a tempo e fuori tempo, sempre preoccupato di non rendere vana la parola divina... Il modo di predicare varia secondo l'uditorio e le circostanze; può appoggiarsi sul compimento delle Scritture, può evocare la vita di Gesù, invitare a conoscere Dio creatore del cielo e della terra; sempre finisce per concentrarsi sul mistero della croce e delle risurrezione di Cristo" (*Dizionario del N.T.*, p 432). Del resto non abbiamo ricevuto una luce per porla sotto il moggio (cfr Mt 5,15).

Tutti condividiamo queste convinzioni come anche l'asserto che non bastano le buone intenzioni per fare il bene, ma occorre che esso sia fatto bene. In questi due giorni preghiamo insieme lo Spirito Santo che sia la stella che conduce anche noi come i Magi e, come essi fecero, ci rivolgiamo ad alcuni esperti della comunicazione perché possano aiutarci in settori o casi tipo, e quindi condividere esperienze, risultati, fallimenti, prospettive in un incontro paradigmatico anche per le nostre comunità diocesane. Fortunatamente sta scritto anche: "Quanto sono belli i piedi di coloro che recano un lieto annuncio di bene" (Rm 10,15) e nella luce del Natale contempliamo il vero *sol invictus* che è sorto "per dirigere i nostri passi sulla via della pace" (cfr Lc 1,79).