

INTRODUZIONE

Lo scenario mediatico del XXI secolo è un terreno particolarmente fecondo per raccontare la vitalità della fede attraverso i volti e le storie dei suoi protagonisti, superando la visione solo istituzionale della Chiesa.

Come ha affermato Benedetto XVI, la verità del Vangelo “esige sempre di incarnarsi nel mondo reale e in rapporto ai volti concreti dei fratelli e delle sorelle con cui condividiamo la via quotidiana (. . .). La proclamazione del Vangelo richiede una forma rispettosa e discreta di comunicazione, che stimola il cuore e muove la coscienza”.

L’ottava edizione del Seminario Professionale sugli Uffici di Comunicazione della Chiesa, svoltosi dal 16 al 18 aprile del 2012 presso la Pontificia Università della Santa Croce, ha avuto proprio come idea di fondo questo tema: “Comunicazione della Chiesa: volti, persone, storie”.

Si trattava di interrogarsi su come riuscire a trasmettere il senso dei comandamenti e della dottrina della Chiesa, non come una lista di norme da compiere, ma come via per la felicità e per lo sviluppo di ciascuno. Come può il comunicatore della Chiesa andare oltre il suo compito di produrre comunicati stampa e diffondere informazioni, per far sentire ai media la viva voce dei cristiani?

Nel Seminario Professionale promosso dalla Facoltà di Comunicazione Istituzionale della Santa Croce hanno preso parte quasi 300 persone, provenienti da 44 nazioni, tra direttori di uffici di comunicazione, portavoce, operatori pastorali e giornalisti.

Nelle conferenze e *panel* curati da diversi addetti ai lavori ed esperti di comunicazione è emerso che nell’Anno della Fede indetto da Benedetto XVI, l’esperienza vissuta e raccontata in prima persona è lo strumento più efficace per trasmettere la fede.

I partecipanti hanno avuto la possibilità di assistere all’Udienza che il Santo Padre tiene ogni mercoledì in Piazza San Pietro. In questa occasione, il 18 aprile 2012, Benedetto XVI rivolse un saluto speciale “ai partecipanti al Seminario promosso dalla Pontificia Università della Santa Croce”.

Al termine dell'Udienza, si è tenuto un incontro nella Sala Stampa della Santa Sede con il suo Direttore, il Padre Federico Lombardi, S.I., che ha presentato alcune esperienze su "volti, persone e storie" legate ai viaggi papali. Ha sottolineato l'importanza del tema scelto per questo seminario, e persino ha chiesto più collaborazione in questo campo comunicativo, così efficace. Ha spiegato come al momento di una visita del Papa in qualche nazione, gli addetti all'ufficio di comunicazione delle diocesi e delle Conferenze Episcopali locali, sono coloro che più facilmente possono trasmettere, sia ai giornalisti che alla sala stampa vaticana, le storie più interessanti dal punto di vista della testimonianza cristiana, tra quelle che saranno presentate al Santo Padre. Come è avvenuto, ad esempio, con i volontari delle Giornate Mondiali della Gioventù che sono stati scelti per condividere un pranzo con lui.

Il libro che presentiamo raccoglie le relazioni e le principali comunicazioni dell'8° Seminario Professionale sugli Uffici di Comunicazione della Chiesa (Roma, 16-18 aprile 2012) dal titolo "Comunicazione della Chiesa: volti, persone, storie".

In primo luogo, vengono fornite – in lingua originale – le conferenze che hanno delimitato il quadro concettuale dei lavori. Il prof. Armando Fumagalli ha parlato sul tema "Tra realtà e racconto: una riflessione per gli uffici di comunicazione della Chiesa". Un'altro intervento centrale è stato quello del prof. Jorge Milán su "La Chiesa sugli schermi: offrire volti e testimonianze".

Nella seconda giornata dei lavori, il Vescovo Juan Ignacio Arrieta, Segretario del Pontificio Consiglio per i Testi Legislativi, si è soffermato sul tema "La comunicazione all'interno delle istituzioni ecclesiastiche: prendere le decisioni, spiegare le proprie ragioni".

Nella giornata conclusiva del Seminario Professionale è intervenuto il Cardinale Raymond Burke, Prefetto del Supremo Tribunale della Segnatura Apostolica, che ha trattato il tema: "Comunicazione e giustizia: quando i casi legali diventano notizia".

* * *

All'inizio del convegno, il Presidente del Pontificio Consiglio per le Comunicazioni Sociali, S.E.R. Mons. Claudio Maria Celli ha portato il suo saluto ai partecipanti.

Nel suo breve intervento, ha sottolineato che la Chiesa deve imparare sempre meglio ad esercitare un "dialogo senza ambiguità e rispettoso delle parti coinvolte", perché attraverso di esso "si possono aprire nuove porte per la trasmissione della Verità".

Nel "supermercato delle scelte", tipico della cultura del nostro tempo, è possibile – come insegna Benedetto XVI – trasmettere un annuncio fedele,

integro e a volte sofferto, nella consapevolezza che “non proponiamo un prodotto commerciale ma siamo testimoni di una Persona, Cristo nel mondo di oggi”, ha concluso.

Oggi più che mai, ha esordito il prof. Fumagalli, mostrare nei fatti la vita in Cristo è diventata una grande urgenza pastorale e quindi comunicativa. Si tratta di far vedere come attraverso storie di vita, storie di persone concrete, in carne e ossa, con nome e cognome, la vita cristiana sia possibile e sia anche umanamente bella e realizzante.

Bisogna convincersi che la vita cristiana si può presentare come qualcosa di desiderabile e di profondamente “umano” in modo da suscitare l’interesse di un numero vastissimo di persone, anche quando i prodotti che offriamo non hanno una connotazione specificamente religiosa.

Per raggiungere questo obiettivo, ha aggiunto Fumagalli, bisogna realizzare tecnicamente bene i prodotti – film, video, ecc. – perché attraverso le storie gli spettatori percepiscono in modo quasi sperimentale e non viziato da pregiudizi ideologici la “convenienza” della vita cristiana ai desideri del cuore umano.

“Le istituzioni e le organizzazioni della Chiesa devono imparare a realizzare una comunicazione che non solo sia vera, ma che sia anche efficace”, se vogliono superare con successo la maggior parte degli ostacoli dovuti a disinteresse, chiusure ideologiche, pregiudizi, stereotipi o semplificazioni.

Per poter “entrare” veramente nella mente e nel cuore delle persone, è molto efficace una comunicazione che sia concreta, che offra volti, testimonianze, storie, perché non basta dire “cose vere” perché la gente le capisca e magari anche le accetti, ha sottolineato il Prof. Fumagalli.

Una delle soluzioni proposte dallo studioso è quella di ricorrere allo “*storytelling*” (narrazione di storie), mutuandolo dalla comunicazione aziendale, perché “le storie attivano emozioni, riconoscimento di analogie con le vite degli ascoltatori, empatia”.

Dall’altra parte, su “La Chiesa negli schermi: offrire volti e testimonianze” è intervenuto il prof. Jorge Milán, della Pontificia Università della Santa Croce, che ha offerto alcune indicazioni per i direttori di comunicazione su come mettere a disposizione dei giornalisti e del pubblico buone testimonianze attraverso i diversi canali di comunicazione.

Ovviamente, ha osservato Milán, per raggiungere l’obiettivo è necessario investire tempo e contare sulla dedizione dei propri collaboratori. Tra i compiti fondamentali, quello di “cercare testimonianze caratterizzate dalla spontaneità e volti da proporre, studiare il linguaggio audiovisivo, concettualizzare idee ed esempi”.

In linea con il tema del Seminario sono stati presentati alcuni casi di studio. Sulla comunicazione dell’azione umanitaria della Chiesa, sono state

presentate le campagne “Where God Weeps” (Dove Dio Piange), un programma settimanale di Aiuto alla Chiesa che Soffre dedicato alle zone dove la Chiesa è maggiormente perseguitata, con Mark Riedemann; e “Chiedilo a loro”, promossa dal Servizio per la Promozione del sostegno economico alla Chiesa Cattolica Italiana (8x1000), con Matteo Calabresi e mons. Domenico Pompili, direttore dell’Ufficio Nazionale per le Comunicazioni Sociali della Conferenza Episcopale Italiana.

Dell’esperienza di *Catholic Voices* ha parlato il suo ideatore Jack Valero: nel 2010 in vista del viaggio de Benedetto XVI nel Regno Unito sono nate le “voci cattoliche”, costituite da una ventina di persone provenienti da diversi mondi professionali e sociali, preparati ad intervenire sui media su temi riguardanti la fede e gli insegnamenti della Chiesa.

Non ci sono state solo esperienze ecclesiali ma anche dal mondo delle aziende e delle banche: ad esempio il progetto “Per Fiducia”, presentato da Fabrizio Paschina di *Banca Intesa San Paolo*, per raccontare la vita quotidiana delle persone nel mezzo della crisi economica. Si tratta di brevi filmati che presentano storie a lieto fine che danno speranza e fiducia nel domani.

Un’altro dei progetti comunicativi presentati al Seminario è stato quello di *Vatican Insider*. Ne hanno parlato il direttore del quotidiano *La Stampa*, Mario Calabresi e il giornalista vaticanista Andrea Tornielli.

In alcune sessioni pratiche si è affrontato l’importanza del linguaggio audiovisivo nella comunicazione istituzionale della Chiesa. Sono intervenuti al riguardo il Presidente della *Catholic Radio Association* degli Stati Uniti, Stephan Gajdosik e il filmmaker tedesco Marcus Vetter (autore, per esempio, del documentario *Cinema Jenin: The Story of a Dream*, 2011). Dei social network (“Social media manager: una nuova professione”) si è occupato Gustavo Entrala, fondatore di *101*. Su “Il volto, la persona, la storia di Benedetto XVI: chiavi di lettura dell’ultimo viaggio in Germania”, ha parlato Matthias Matussek, giornalista di *Der Spiegel* (Germania).

Durante il convegno si sono svolte due tavole rotonde principali. La prima ha visto partecipare alcuni giornalisti: Patricia Thomas (*Associated Press Television*, USA), Marina Ricci (*TG5*, Italia), Javier Martínez-Brocal (*TV Azteca*, Messico – *RomeReports*, Italia) e Mary Shovlain (*Lucem Communications*, USA). La seconda tavola ha visto confrontarsi i direttori degli uffici di comunicazione ecclesiali: Monika Vyvodova della Conferenza Episcopale Ceca; Michael Prüller della Arcidiocesi di Vienna; Pier Durieux della Arcidiocesi di Lione e Giuseppe Grazia della Diocesi di Coira.

Nella terza giornata, ha avuto anche luogo la presentazione del video: “Dieci domande a un sacerdote” (Argentina, 2011), del regista Juan Martín Ezratty, Direttore di *Digito Identidad Visual*, che dopo la proiezione si è trattenuto con i partecipanti al seminario, per cercare di trasmettere,

nel colloquio, la sua esperienza professionale circa l'importanza delle testimonianze personali davanti alla telecamera.

A chiudere i lavori è stato il Cardinale Raymond Burke, Prefetto del Supremo Tribunale della Segnatura Apostolica, con una relazione su "Comunicazione e giustizia: quando i casi legali diventano notizia". Il porporato statunitense ha sottolineato come una delle principali sfide che si pone ai comunicatori istituzionali è quella di "saper riflettere fedelmente la natura stessa della Chiesa, che sin dalla sua fondazione risponde in obbedienza alla volontà del Padre, come ha insegnato il suo fondatore, Cristo".

La disciplina, compresi i processi canonici, "non solo non rappresenta un ostacolo alla comunicazione della fede cattolica" quanto piuttosto è "manifestazione efficace della sua vitalità", ha aggiunto.

Gli atti includono anche una selezione delle comunicazioni presentate durante il Seminario. Tali testi sono incentrati su cinque aree tematiche: i volti e le storie come risposta alle controversie; l'anno della Fede e testimonianze: idee e progetti di comunicazione; esperienze utili di "media training" per voci cristiane; strategie per migliorare l'impatto dei siti web ecclesiali; storie, istituzioni della Chiesa e "social media".

La Facoltà di Comunicazione Istituzionale della Santa Croce promuove ogni due anni il Seminario Professionale sugli Uffici di Comunicazione della Chiesa. Con la presente pubblicazione degli Atti della 8ª edizione si desidera rendere un servizio utile a tutte le persone che lavorano nell'ambito della comunicazione della Chiesa, siano essi responsabili che collaboratori.

Un grazie sentito e particolare va al personale tecnico e quello delle segreterie e dell'*ufficio eventi* dell'università, nonché agli insegnanti e agli studenti della Facoltà di Comunicazione, che con la loro collaborazione e partecipazione hanno contribuito ancora una volta al successo del Seminario.