**Riflessioni sulla presenza emergente della Chiesa nel mondo digitale**

**Claudio M. Celli**

Sono stato nominato Presidente del Consiglio per le Comunicazioni Sociali nel Giugno 2007. In quello stesso mese appariva la prima generazione di iPhone , e gli smartphone accessibili e convenienti entravano nelle nostre vite. Allora, Facebook aveva già tre anni, con oltre 40 milioni di iscritti ma era sempre secondo rispetto a Myspace. Twitter aveva un anno di vita ed una media di 50 mila tweet al giorno. YouTube (2005) e Flickr (2004) crescevano robusti ma Pinterest ed Instagram non sarebbero arrivati prima di 3 anni. Porto l’attenzione su questi fatti per ricordarvi solo quante cose sono cambiate nell’ultima decade e, forse più importante, quanto ancora stiano cambiando. Durante gli ultimi 9 anni – sono appena andato in pensione - , ho fatto sì che la priorità per il nostro Concilio fosse quella di incoraggiare la Chiesa, ed in particolare coloro che operano nel campo della comunicazione, a riflettere sulla natura di questi cambiamenti e a sviluppare delle forme appropriate di coinvolgimento. Nel mio discorso di oggi, vorrei condividere con voi alcune delle intuizioni che emergono da questa riflessione e considerare come queste possano aiutarci ad iniziare la formulazione di un approccio strategico alla comunicazione digitale, che sia basato su una chiara e precisa comprensione di questa trasformazione influenzata dai social media. Il mio approccio si concentrerà sui nostri principi guida, ma sarò felice di parlare di alcune delle nostre iniziative specifiche in risposta alle domande.

**Contesto Culturale**

Quando cominciamo a riflettere sui cambiamenti nella comunicazione, ciò che alcuni commentatori chiamano la “rivoluzione digitale”, è facile concentrarsi sugli sviluppi tecnologici. Siamo affascinati dalla velocità con cui i dispositivi di comunicazione stiano diventando sempre più potenti, piccoli, meglio connessi e più accessibili. Se quest’attenzione è comprensibile, la verità è che il cambiamento più significativo non è quello tecnologico ma culturale: la vera sfida è apprezzare quanto le cose stiano cambiando nel modo in cui le persone, specialmente i più giovani, raccolgono informazioni, vengono istruiti, si esprimono e costruiscono relazioni e comunità. Nel 2012, il Papa Emerito Benedetto ha sottolineato che: *le nuove tecnologie non stanno solo cambiando il modo in cui comunichiamo, ma la comunicazione stessa*.

È ovvio che la Chiesa debba essere attenta alle proprie visioni teologiche, al proprio senso di chi e cosa siamo, mentre cerca di stabilire un criterio per il suo coinvolgimento con i social media. Non possiamo affidarci esclusivamente alle idee di sociologi e “guru mediatici”, per quanto possano essere valide le loro percezioni, mentre cerchiamo di sviluppare una strategia per il nostro ministero delle comunicazioni. Dobbiamo sempre iniziare con il Vangelo di Gesù Cristo, e cercare modi per comunicare ai nostri contemporanei la verità duratura e sempre rilevante dell’amore incondizionato, gratuito di Dio per ciascuno di noi . Ma come il Papa Emerito Benedetto ha detto al Pontificio Consiglio: *non si tratta solo di esprimere il messaggio del Vangelo in un linguaggio contemporaneo; è anche necessario avere il coraggio di pensare più profondamente – come è accaduto in altre epoche – riguardo alla relazione tra fede, vita della Chiesa ed i cambiamenti che gli esseri umani stanno vivendo… che sfide pone questo “pensiero digitale” alla fede e alla teologia? Quali domande e richieste?* (Discorso al Pontificio Consiglio per la Comunicazione Sociale, 2011). Questa non è una sfida nuova: i primi apostoli hanno dovuto trovare dei modi per esprimere la loro fede, la quale era radicata nel linguaggio e nel pensiero del Giudaismo, nel mondo greco-romano che era radicalmente diverso nei modi di pensare e nelle sue più complesse dimensioni culturali. Il grande risultato di San Paolo è stato quello di trovare modi di esprimere fedelmente l’essenza della fede, il nucleo kerigmatico del Vangelo, usando un linguaggio e delle categorie che avevano senso per delle popolazioni che vivevano in un “mondo” che era molto diverso dal “mondo del Giudaismo” nel quale Gesù era vissuto.

**Chiesa e Comunicazione**

Credo che sia essenziale che la Chiesa presti una più esplicita attenzione alla comunicazione. Quando parliamo della missione comunicativa della Chiesa, non stiamo parlando di una missione fra tante altre. Parliamo infatti della ragione fondamentale per la quale la Chiesa esiste. La Chiesa esiste per volontà di Dio ed esiste precisamente per comunicare Gesù Cristo e proclamare la sua Buona Novella a tutti. Sin dall’inizio questa è stata la sua missione universale. Siamo chiamati a portare la Buona Novella fino ai limiti estremi della Terra, per assicurarci che il Vangelo raggiunga e tocchi i cuori delle donne e degli uomini del nostro tempo, in ogni parte del mondo. Questo messaggio che ci è stato affidato, questa Buona Novella, - lo sappiamo bene - non è una ideologia ma una Persona, Gesù Cristo. Invitiamo gli altri non solo a conoscere qualcosa riguardo ad una persona storica chiamata Gesù, a conoscere o seguire i suoi insegnamenti, ma ad entrare in una relazione personale con lui. Non chiediamo alle persone di diventare membri di una setta o un movimento ideologico ma di unirsi in comunione con tutti coloro che sono stati chiamati da Cristo a riconoscere e celebrare la sua presenza tra noi. La buona comunicazione non si basa mai semplicemente sullo scambio di informazioni ma sulla creazione di relazioni. Una verità che sta diventando sempre più verificabile nel campo dei social media dove non solo comunichiamo notizie, ma in un certo senso noi stessi.

Oggi, quando parliamo dei “limiti estremi della Terra”, dobbiamo ricordarci del cosiddetto “continente digitale”. Come il Papa Emerito Benedetto ha scritto nel suo messaggio alla Giornata Mondiale delle Comunicazioni del 2013: *il contesto digitale non è un modo parallelo o puramente virtuale, ma è parte dell’esperienza quotidiana di molte persone, specialmente i più giovani* (Messaggio WCD 2013). Per loro, i dispositivi digitali non sono principalmente degli strumenti da usare ma fanno parte del tessuto delle loro vite. La connettività facilitata da questi dispositivi ha rimodellato il loro tessuto esistenziale e permette loro di vivere le loro vite nel contesto di reti e modelli di amicizie, associazioni e comunità che sarebbero stati inimmaginabili fino a un decennio fa. Inoltre, queste reti sono diventate punti di riferimento per loro nella ricerca di informazioni e notizie, per l’espressione di sé, per modellare l’opinione pubblica, per il dialogo e il dibattito, e per formare relazioni e comunità. Data la centralità delle reti e dell’ambiente digitale interconnesso nelle vite delle persone al giorno d’oggi, è assolutamente necessario che la Chiesa debba cercare di stabilire una presenza nel “mondo digitale”. Se la Chiesa non è presente, e non condivide la Buona Novella in questa “ piazza”, allora rischiamo di divenire marginali per la vita di molti e falliamo nella nostra missione di portare il Vangelo ai limiti estremi della terra. Il nostro obiettivo non può essere l’autopromozione ma deve essere la testimonianza del dono gratuito che è l’amore e l’interesse di Dio per tutti. Il nostro entusiasmo e convinzione, se genuini, si diffonderanno agli altri, cor ad cor loquitur. Come Papa Francesco ha detto all’Assemblea Italiana dei capi delle istituzioni religiose: *direi che questa è la prima cosa: aiutare la Chiesa a crescere per attrazione. Senza preoccuparsi del proselitismo: per attrazione!* (7 Novembre 2014).

La comunicazione è anche al cuore delle nostre vite quotidiane in quanto credenti. La Chiesa è una comunità, l’assemblea di coloro che sono stati chiamati da Cristo a vivere in comunione. La nostra “ecclesia” non può fiorire, la nostra Chiesa non potrà essere un posto di comunione ed appartenenza, se non incentiviamo quelle forme di comunicazione che promuovono un senso di connessione e partecipazione. Dobbiamo imparare ad apprezzare il potenziale dei social media per assicurarci che le persone vengano ascoltate, consultate, coinvolte e valorizzate dalla Chiesa e dai suoi pastori. Questa non è minimamente ciò che potrebbe definirsi una questione di relazioni coi clienti o di marketing, ma di fare si che la Chiesa possa dare testimonianza e voce alla fede di tutto il popolo di Dio raccolto insieme da Cristo (Gaudium et Spes, 3). Si deve cercare di evitare forme di comunicazioni dall’alto, unidirezionali nella Chiesa – non penso minimamente qui ai doverosi interventi del Magistero che sono aiuto e dono al popolo di Dio nella sua ricerca della Verità - e permettere la pienezza dell’espressione di tutti i credenti. Le nostre strutture gerarchiche saranno più credibili se coloro che sono alla guida sono visti come aperti e reattivi alle voci dei fedeli.

**Presenza**

Quando si tratta di capire come dovremmo essere presenti nel contesto digitale, desidero ricordare ai comunicatori della Chiesa e nella Chiesa che la domanda di fondo non riguarda il come dovremmo usare le nuove tecnologie per l’evangelizzazione, quanto piuttosto il come possiamo noi essere una presenza evangelica nel nuovo “mondo”, che è originato da queste tecnologie. Chiaramente, i credenti hanno il diritto e il dovere di essere cittadini pienamente attivi del mondo digitale e di condividere le loro credenze e convinzioni. La nostra presenza potrà essere effettiva, tuttavia, solo se saremo testimoni autentici della nostra fede. Dobbiamo manifestare il nostro genuino interesse per coloro che incontriamo ascoltandoli, parlando loro e incoraggiandoli (Papa Francesco, Incontro col PCCS, 21 Settembre 2013). Non possiamo semplicemente bombardare l’ambiente digitale con messaggi stereotipati anche se religiosi o le persone con le nostre “risposte” ma dobbiamo prendere le loro domande seriamente e permettere loro di esprimersi appieno. Questo è particolarmente importante in un contesto dove ogni domanda è immediatamente passibile di attirare risposte ed offerte commerciali e ideologiche. Se permettiamo alla gente di andare più a fondo e sondare più lontano, aiutiamo a “dare un’anima ad Internet”. È importante ricordare che noi stessi non siamo l’anima dell’arena digitale, ma la nostra prontezza all’ascolto e la nostra apertura alle domande degli altri permetterà agli altri di esprimere i loro desideri personali e spirituali più profondi. In questo modo, possiamo aiutare a far sì che il mondo digitale possa essere un ambiente ricco di umanità; una rete non di cavi ma di persone (Papa Francesco, Messaggio per la WCD 2014). Se prendiamo gli altri seriamente, mostriamo rispetto per loro e per i loro punti di vista, ed evitiamo ogni forma di manipolazione o sfruttamento, allora saremo in grado di offrire una testimonianza consistente della nostra fede in Gesù, e di favorire l’umanizzazione dei social media. Questo è particolarmente necessario in un’epoca dove molti sono preoccupati riguardo alla natura sempre più stridente e violenta di alcuni dei commenti che si trovano sui social network. C’è bisogno di aggiungere i nostri sforzi a quelli di altre persone di buona volontà per far sì che la migliorata capacità di espressione e di comunicazione propria dell’umanità realizzi il suo enorme potenziale di rafforzamento dell’unità della famiglia umana, per promuovere un’autentica cultura dell’incontro, piuttosto che perpetuare divisioni e rancori.

**Linguaggio**

Parlando di linguaggio, vorrei sottolineare tre questioni. In primo luogo, dobbiamo adattare il nostro stile di comunicazione. Come ha affermato Papa Francesco: *Dio è ovunque: dobbiamo sapere come trovarlo per poter essere in grado di proclamarlo nella lingua di ogni singola cultura; ogni realtà, ogni linguaggio ha il proprio ritmo* (Discorso al CELAM, 28 Luglio 2013). In passato, le tecnologie allora in uso tendevano a privilegiare la comunicazione unidirezionale: una persona o un’istituzione trasmetteva un messaggio e gli spettatori o il pubblico passivamente lo ricevevano e lo consumavano. Oggi, la comunicazione digitale richiede uno stile partecipativo più interattivo: se il nostro messaggio non coinvolge le persone che iniziano a condividerlo, commentarlo e a porci domande al riguardo, esso rimane senza un pubblico e rischiamo di parlare a noi stessi. Se non prendiamo gli altri seriamente e non entriamo in conversazione con essi, non possiamo aspettarci che questi prestino attenzione a noi o di ottenere “trazione” per i nostri punti di vista e idee.

In secondo luogo, dobbiamo riconoscere che il nostro modo tradizionale di espressione era molto dipendente dal testo, mentre la cultura digitale tende ad evidenziare i contenuti multimediali. Parole e testo sono ancora importanti ma la nostra comunicazione sarebbe più efficace se potessimo, anche noi, esprimerci con immagini, video, musica e gesti. Al Consiglio, lo vedevamo chiaramente in termini del nostro utilizzo di Facebook e soprattutto con la PopeApp. Mentre sia il nostro profilo Facebook che la nostra applicazione attingono alle notizie ed ai contenuti informativi raccolti sul sito [www.news.va](http://www.news.va), stiamo notando che sono i materiali di natura visiva (foto e video) che stanno attirando più attenzione e stanno creando interesse sulle piattaforme sociali. Infine, parlando di linguaggio, dobbiamo riconoscere che gran parte del vocabolario della Chiesa, specialmente i termini teologici e liturgici, possono essere problematici e poco chiari per i nostri contemporanei. la sfida è riscoprire parole più semplici ed usare metafore più accessibili se vogliamo catturare l’attenzione di un pubblico più grande. Di nuovo Papa Francesco ha espresso ciò molto chiaramente: *a volte perdiamo le persone perché non capiscono cosa stiamo dicendo, perché abbiamo dimenticato il linguaggio della semplicità ed importato un intellettualismo estraneo alla nostra gente. Senza la grammatica della semplicità, la Chiesa perde le condizioni stesse che rendono possibile “pescare” per Dio nelle acque profonde del suo Mistero* (Incontro con i Vescovi del Brasile, 28 Luglio, 2013). Il Papa, tuttavia, esprime tutto ciò ancora più efficacemente nella testimonianza della sua preghiera e nella sua straordinaria capacità di coinvolgere le persone attraverso l’uso di parole apparentemente semplici e di immagini e similitudini memorabili.

**Strategia**

In termini di evoluzione di una strategia istituzionale appropriata per il nostro coinvolgimento con i social media, siamo fortunati ad avere nella Chiesa una grande ricchezza ed esperienza per quanto riguarda le persone che lavorano con giornali, radio, televisione e siti internet della Chiesa così come i pionieri dei social media. Posso comprendere l’apprensione di alcuni coinvolti in quelli che possono essere chiamati i media tradizionali, ma la buona comunicazione richiederà sempre le abilità di scrittori, editori e produttori audiovisivi professionisti. Lo sviluppo di un’adeguata strategia per il mondo digitale, tuttavia, richiederà che questi professionisti ripensino il loro modo di lavorare. Non basta semplicemente prendere i contenuti prodotti dai media tradizionali e pubblicarli online. Ciò che serve è più collaborazione interdisciplinare per produrre materiale che è davvero multimediale, e l’allocazione delle risorse in modo da permettere un coinvolgimento reale di coloro che desiderano discutere, mettere in dubbio ed approfondire la propria comprensione di certi materiali.

Un’altra sfida istituzionale è che dobbiamo imparare a comunicare in un ambiente dove le “autorità” tradizionali non hanno la stessa influenza che erano solite avere. Le persone non presteranno più attenzione, se mai l’hanno fatto, solo perché un alto esponente della Chiesa sta parlando. Dobbiamo imparare ad attirare l’attenzione più per la qualità dei nostri interventi, per la prontezza di risposta agli altri e per la nostra abilità di impegnarci significativamente con quelle domande e dibattiti che già attirano l’attenzione pubblica. Parte della sfida della Chiesa nell’area dei media digitali è stabilire una presenza collegata e capillare che possa effettivamente affrontare i dibattiti, le discussioni ed i dialoghi che sono facilitati dai social media e che inviti a delle risposte dirette, personali e tempestive di un tipo che non sono così facilmente ottenibili dalle istituzioni centralizzate. In aggiunta, una tale struttura connessa o capillare riflette la verità della Chiesa come comunità di comunità che è viva sia universalmente che localmente.

Credo ci sia bisogno di una più grande ed ampia riflessione teologica nell’area dell’ecclesiologia. Prendendo spunto dal lavoro di Avery Dulles, dobbiamo rivisitare il punto dei nostri modelli di Chiesa. Viviamo in una società interconnessa, che i sociologi caratterizzano come “policentrica”, con persone che appartengono ed attribuiscono vali livelli di influenza ad una varietà di reti. In questo contesto, dobbiamo chiederci se la nostra tendenza “tradizionale” o “istintiva” a pensare alla Chiesa in termini di un modello istituzionale, una società unificata con una chiara autorità “monocentrica”, non sia così rimossa dalle aspettative culturali di coloro che vogliamo coinvolgere. Credo che possiamo leggere di nuovo, con grande utilità, il Capitolo 4 della Lumen Gentium, che ci ricorda il ruolo centrale dei laici nel portare la loro fede e i valori del Vangelo in tutti i contesti esistenziali in cui vivono: *essi vivono nelle ordinarie condizioni della vita familiare e sociale, di cui la loro esistenza è come intessuta.* (Lumen Gentium, 31) e che avranno una legittima autonomia d’azione, in quanto *la santa Chiesa è, per divina istituzione, organizzata e diretta con mirabile varietà.*(ibid. 32). Infine, vorrei incoraggiare tutti coloro che hanno responsabilità di guida nella Chiesa a vigilare che essa non cada vittima di una delle tendenze meno attrattive della cultura digitale, cioè quella che i social network rischino di diventare “bozzoli di informazione” o “casse di risonanza” dove le persone sono coinvolte solo con quelli che condividono i loro punti di vista e opinioni. Dobbiamo provare ad essere aperti verso gli altri, avviare un dialogo, raggiungere gli altri nonostante i rischi. (Papa Francesco, WCDM, 2014). In sintesi, dobbiamo far sì che la Chiesa assuma una presenza materna che scaldi i cuori della gente ed incoraggi gli scoraggiati. *C’è bisogno di saper indicare e portare Cristo, condividendo queste gioie e speranze, come Maria che ha portato Cristo al cuore dell’uomo; c’è bisogno di saper entrare nella nebbia dell’indifferenza senza perdersi; c’è bisogno di scendere anche nella notte più buia senza essere invasi dal buio e smarrirsi; c’è bisogno di ascoltare le illusioni di tanti, senza lasciarsi sedurre; c’è bisogno di accogliere le delusioni, senza cadere nell’amarezza; di toccare la disintegrazione altrui, senza lasciarsi sciogliere e scomporsi nella propria. Questo è il cammino. Questa è la sfida.* (Papa Francesco, Incontro col PCCS, 21 Settembre 2013).

**Conversione**

In conclusione, vorrei attirare la vostra attenzione sull’importanza della conversione personale. La buona comunicazione è, alla fine, un traguardo umano. Chi siamo, e come ci comportiamo, parlerà sempre più eloquentemente delle nostre parole. Le nostre parole, le nostre professioni di fede e le nostre espressioni di un desiderio di condividere questa fede con gli altri, parleranno agli altri solo se provengono dai nostri cuori. Per condividere effettivamente la nostra fede e le nostre speranze, dobbiamo nutrire la nostra fede in relazione a Gesù e permettere alla sua grazia di cambiarci. La conversione è, nel suo momento più profondo, un cambiamento del cuore, una metanoia. Questo sarà a noi chiaro sia che siamo semplici membri di una setta o veri testimoni di Gesù. Se la nostra fede è viva nei nostri cuori, ed è un genuino terreno per la speranza nella nostra esistenza quotidiana, allora sarà naturale per noi desiderare di condividerla con altri. *Siate servi della comunione e della cultura dell’incontro! Vorrei ne foste quasi ossessionati. Siatelo senza esserne presuntuosi, imponendo “la nostra verità”, ma piuttosto siate guidati dall’umile ma gioiosa certezza di quelli che sono stati trovati, toccati e trasformati dalla Verità che è Cristo, da proclamare sempre* (Papa Francesco, Incontro con i Vescovi del Brasile, 28 Luglio, 2013).

Qui come sempre, ricordiamo che la buona comunicazione inizia con l’ascolto: dobbiamo amare la parola di Dio e meditare su di essa così che ci rimodelli, così che le nostre parole nascano dall’incontro con il Mondo. Tenendo viva l’intensità della nostra comunione con Gesù nella preghiera, i sacramenti ed il servizio ai poveri, diventeremo testimoni credibili del potere della grazia di Dio ed aiutare altri a trovare la via verso di Lui. *Questa è la sfida. Portare una persona all’incontro con Cristo nella consapevolezza, però, che noi siamo mezzi e che il problema di fondo non è l’acquisizione di sofisticate tecnologie, anche se necessarie ad una presenza attuale e valida. Sia sempre ben chiaro in noi che il Dio in cui crediamo, un Dio appassionato per l’uomo, vuole manifestarsi attraverso i nostri mezzi, anche se sono poveri, perché è Lui che opera, è Lui che trasforma, è Lui che salva la vita dell’uomo.* (Papa Francesco, Incontro con il PCCS, 21 Settembre 2013).

La conversione è richiesta specialmente a quei credenti che provano a portare la loro fede nei social media. Spesso saranno soggetti a critiche ingiuste e si confronteranno con espressioni di odio e forte rigetto, ma è importante che resistano alla tentazione di rispondere a tono. L’istruzione di Gesù di “porgere l’altra guancia” ha, forse, trovato una nuova rilevanza nei social media, ed è certamente più radicale e contro-culturale che mai. C’è bisogno che non abbiano mai paura di contraddire le falsità, di spiegare i fraintendimenti e di presentare la nostra fede e la Chiesa in una luce positiva, ma dovrebbero sforzarsi a farlo con tolleranza e pazienza. Saranno testimoni più efficaci della nostra fede e speranza, se “dicono la verità dell’amore”.

Vi assicuro che resto convinto che gli sforzi della Chiesa in questa area non saranno infruttuosi. Anche la familiarità più superficiale con i media digitali è sufficiente a mostrare che i motori principali dei social media sono attività collegate ai bisogni umani per la connessione e l’amicizia, la ricerca della conoscenza e l’informazione, il desiderio dell’espressione di sé e di condivisione, e la speranza di una guida e di una direzione espressa nel “seguire” gli altri. Tutte queste sono attività umane centrali che credo puntino alla duratura apertura delle persone ad un incontro con Gesù. Lui solo può soddisfare il desiderio umano di amicizia e amore; lui è la Verità che ci libera dal peccato e dalla debolezza; lui ci chiama alla pienezza del donarsi nell’amore, e lui guida i suoi seguaci all’abbondanza della vita nell’unità e nella comunione. Non dobbiamo mai dubitare di ciò che il Papa Emerito Benedetto ha chiamato *il potere della parola di Dio stessa di toccare i cuori, prima di ogni nostro sforzo* (Messaggio, 2013). *Come infatti la pioggia e la neve scendono dal cielo e non vi ritornano senza avere irrigato la terra, senza averla fecondata e fatta germogliare, perché dia il seme a chi semina e il pane a chi mangia, così sarà della mia parola uscita dalla mia bocca: non ritornerà a me senza effetto, senza aver operato ciò che desidero e senza aver compiuto ciò per cui l'ho mandata* (Isaia 55, 10-11).