



«Ripensare» la comunicazione sociale per allargare gli spazi dell'evangelizzazione



Dopo aver approfondito l'evangelizzazione e la partecipazione, ci proponiamo di prendere in considerazione la terza direttrice che l'Arcivescovo ha indicato per una nuova presenza di Chiesa: la comunicazione sociale, nella quale, forse, ci muoviamo con difficoltà.

I problemi della comunicazione del messaggio evangelico non si esauriscono soltanto nella dimensione strumentale: il modo di comunicare incide infatti in qualche misura sullo stesso contenuto della comunicazione perchè può essere tanto consona a questo contenuto da farne risaltare tutta la forza di speranza e di liberazione o tanto inadatto da offuscare o deformarne i tratti essenziali. In questo senso il messaggio, che in sè è ovviamente sempre lo stesso, può giungere e di fatto giungere "diverso" a seconda di "come" viene comunicato.

A ben riflettere il "come" è tanto importante perchè si salda con la testimonianza che è, come sottolinea la Evangelii Nuntiandi al n. 41, il primo mezzo dell'evangelizzazione: i mezzi (intendo per mezzi le mediazioni, gli strumenti e il modo di usarli) sono non fuori ma dentro il discorso della testimonianza e cioè dentro la "condotta" della Chiesa, una "condotta" che deve essere "di fedeltà al Signore Gesù, di povertà e di distacco, di libertà di fronte ai poteri di questo mondo, in una parola di santità".

La comunicazione sociale come strumento dell'evangelizzazione comporta due fondamentali conoscenze che non si devono dare per scontate:

- la conoscenza e l'approfondimento del contenuto centrale dell'evangelizzazione (la proclamazione che in Gesù Cristo è offerta la salvezza ad ogni uomo) e dei valori cristiani fondamentali;
- la conoscenza dei destinatari dell'evangelizzazione e fra questi in modo particolare dei non credenti e dei lontani intendendo per questi ultimi coloro che "vivono completamente al di fuori della vita cristiana, gente semplice che ha una fede ma ne conosce male i fondamenti, intellettuali che sentono il bisogno di conoscere Gesù Cristo in una luce diversa dall'insegnamento ricevuto nella prima infanzia".

La prima conoscenza, cioè quella dei contenuti essenziali dell'evangelizzazione, deve portare a cogliere la "compenetrazione" che esiste fra evangelizzazione e promozione umana, espressa di recente da Giovanni Paolo II con l'affermazione che l'evangelizzazione è comprensiva della promozione umana.

La conoscenza dei destinatari deve portare a cogliere le domande religiose emergenti fra la gente (bisogno di dare significato alla vita e gli interrogativi sul "destino" dell'uomo, sulla morte, sul "senso" dell'universo, sul vero "volto" di Dio, sulla salvezza operata da Cristo) e le domande sociali più autentiche (di riconoscimento dei diritti umani fondamentali, di lotta all'emarginazione, di lavoro, di tutela della salute, di pace).

E' avvertita l'esigenza di delineare, come sottolineano i Vescovi nel documento su "La Chiesa italiana e le prospettive del Paese", una organica pastorale

della cultura "che sappia si giudicare e discernere ciò che c'è di valido nei sistemi culturali e nelle ideologie, ma che più ancora sappia puntare su tutto ciò che affina l'uomo ed esplica le molteplici sue capacità di far uso dei beni, di lavorare, di fare progetti, di formare costumi, di praticare la religione, di esprimersi, di sviluppare scienze ed arti: in una parola di dare valore alla propria esistenza". Ed occorre tener presente, seguendo l'insegnamento della C.E.I., che l'elaborazione di una tale cultura si realizza con chiare proposte di valori e con l'impegno dei laici "nel terreno della vita quotidiana, dove occorre capacità di dialogo, di confronto, di fondato giudizio, di fattiva promozione umana".

Si tratta insomma di coltivare un'intensa esperienza ecclesiale che sappia giorno per giorno, in dimensione diocesana come vicariale e parrocchiale, ascoltare e capire le domande autentiche della gente e rispondere con proposte di valori non generici e astratti, ma concretamente rapportati ai problemi, ai bisogni, alle speranze.

La Chiesa che è in Italia va oggi pensando ad un "organico" servizio per la comunicazione sociale che si ponga costantemente il problema delle mediazioni, dei modi e dei mezzi di una comunicazione più "viva" non fra realtà da considerare separate (la Chiesa e i destinatari dell'evangelizzazione) ma fra persone che possono trovarsi in situazioni religiose diverse (dentro, ai margini o fuori della Chiesa) e vanno tutte aiutate a riflettere sulla necessità che "siano aperte le porte a Cristo" per la salvezza dell'uomo che è "la prima e fondamentale via della Chiesa".

Questo servizio potrebbe caratterizzarsi per almeno tre "attenzioni" fondamentali:

- favorire una più approfondita e sistematica conoscenza da parte della Chiesa, diocesi e parrocchie, del territorio e degli ambienti umani e sociali cui deve recare l'"annuncio";
- cercare occasioni di incontro fra le espressioni ecclesiali e la gente sia negli ambiti tradizionalmente interni che in quelli esterni perchè la linea del dialogo sia estesa gradualmente alle rappresentanze delle articolazioni sociali (sindacali, imprenditoriali, professionali, culturali e del giornalismo) e per stabilire rapporti che favoriscano la difesa e la promozione di diritti umani essenziali. Ciò anche per superare l'immagine di una Chiesa che ha rapporti (certamente da mantenere e promuovere) con le rappresentanze istituzionali ma non sempre riesce ad averne con le rappresentanze culturali e sociali;
- svolgere un compito, nel rispetto dell'autonomia delle singole gestioni, di coordinamento e di orientamento nei confronti dei mezzi della comunicazione sociale di cui dispone la comunità cristiana per rendere, come dicono i Vescovi italiani nel documento dell'ottobre '81, "più incisiva la presenza della comunità ecclesiale nel tessuto sociale, evitando che si trasformi in motivo di chiusura e di isolamento dal reale contesto esistenziale".

Michele Di Schiena