

COMUNICATO STAMPA **Conclusivo**

Alla Santa Croce si conclude l'VIII Seminario professionale sugli uffici di comunicazione della Chiesa

Storie di fede e testimoni credibili, la chiave per una comunicazione efficace nella Chiesa

Card. Burke: la disciplina ecclesiastica manifesta la vitalità della fede

ROMA, 18 APR 2012 – Storie di fede e testimoni credibili sono la chiave per una comunicazione efficace nella Chiesa. Così come il “social media manager” può rappresentare una “nuova professione” per quanti lavorano negli uffici delle istituzioni ecclesiastiche. Aspetto, quest’ultimo, sottolineato dallo spagnolo **Gustave Entrala**, fondatore e direttore dell’Agenzia pubblicitaria *101*, nell’ultima sessione pratica dell’**VIII Seminario Professionale sugli Uffici di Comunicazione della Chiesa**, che si conclude oggi all’Università della Santa Croce.

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”*.

In una società totalmente secolarizzata, “il semplice fatto che la Chiesa annuncia ciò che sa essere vero, ad esempio riguardo alla legge morale, è visto come contrario al bene della società o come causa di oppressione per gli altri”. Una delle principali sfide che si pone dunque 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”, ha spiegato il Porporato.

La Chiesa “è chiamata ad essere uno specchio di giustizia nel mondo”. Ciò che 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”.

MONS. ARRIETA: MOSTRARE LE RAGIONI DELLE PROPRIE DECISIONI

Il linguaggio giuridico “va ridotto a termini di verità per poterli comunicare”, e così deve valere per le decisioni di governo nella Chiesa. Infatti, “d’accordo con la tradizione canonica plurisecolare, la ragionevolezza deve essere una delle note tipiche di una decisione del superiore”. Così il Segretario del Pontificio Consiglio per i Testi Legislativi, il Vescovo **Juan Ignacio Arrieta**, che nel suo intervento ha spiegato le prassi adottate nella presa di decisione negli enti della Chiesa, basandosi fundamentalmente sui documenti normativi e sulla sua esperienza pratica di governo.

A seconda della natura organizzativa dell’ente – ha spiegato Mons. Arrieta - sarà diverso il meccanismo e il percorso adottato nella presa di decisioni. Diversa è anche la rilevanza e l’eventuale necessità di coinvolgimento, a titolo consultivo, di altre istanze. A quanti sono chiamati a trasmetterne l’esito, è perciò richiesto “saper scoprire e saper comunicare a quale titolo e in quale posizione intervengono in una decisione complessa i successivi soggetti che ne prendono parte”. Uno dei rischi sempre in agguato, infatti, è quello di “non apprezzare la diversa rilevanza dei differenti protagonisti”, e ciò può facilmente condurre “ad una erronea valutazione dell’intero processo”.

INCONTRO PERSONALE, TESTIMONIANZE POSITIVE E SINERGIA TRA MEDIA

Dopo l'intervento di Mons. Arrieta, che ha aperto i lavori del secondo giorno (martedì 17 aprile), si è svolta una Sessione pratica sull'importanza del linguaggio audiovisivo nella comunicazione istituzionale della Chiesa. Ne hanno parlato il Presidente della *Catholic Radio Association* degli Stati Uniti, **Stephan Gajdosik**, e il filmmaker tedesco **Marcus Vetter**.

Il primo ha sottolineato come la "sinergia tra i media cattolici" rappresenti un frutto ma anche una ricetta per una "comunicazione efficace". In questo contesto, la radio riveste "un ruolo molto importante, perché, come la televisione, ha un grande impatto sulle persone".

Per Marcus Vetter la chiave "per superare i pregiudizi e comunicare la verità" si trova nell'incontro personale. Bisogna "andare incontro all'altro in spirito di fratellanza e mente aperta" e così "capovolgere pregiudizi e stereotipi lontani dalla realtà".

Il secondo *case studies* del Seminario ha presentato le esperienze di *Catholic Voices*, nel Regno Unito, e la campagna *Per Fiducia* di Banca Intesa, in Italia. La prima iniziativa, presentata da **Jack Valero**, è nata nel 2006 in vista della visita del Papa in Inghilterra e ha proseguito nel tempo su richiesta di tante diocesi. Dalla Polonia all'Irlanda, passando per il Messico e fino agli Stati Uniti, *Catholic Voices* ha contribuito a rivitalizzare l'apologetica cattolica attraverso i media, insegnando i principi basilari della comunicazione, e soprattutto a presentare il messaggio cristiano in maniera positiva, attraverso storie sul bene quotidiano che la Chiesa realizza.

La comunicazione positiva è anche ciò che caratterizza il progetto *Per Fiducia*, presentato da **Fabrizio Paschina** e promosso 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 di ampio spessore presentati al Seminario è stato quello di *Vatican Insider*, direttamente dal suo ideatore, il direttore del quotidiano nazionale *La Stampa*, **Mario Calabresi**. L'iniziativa è nata "con l'idea di riunire i migliori esperti di Chiesa per offrire uno strumento di informazione seria e priva di pregiudizio, una fonte informativa credibile, che oggi è consultata in tutto il mondo".

STORIE CREDIBILI E 'COMPETENZA REATTIVA'

La seconda giornata dei lavori si è conclusa con una tavola rotonda con i direttori degli uffici di comunicazione della Conferenza Episcopale Ceca, delle Arcidiocesi di Vienna e Lione e della Diocesi di Coira, che hanno riportato le loro esperienze su "raccontare la Chiesa attraverso volti e immagini".

"Occorre un nuovo progetto che mostri storie di fede vissuta. Per essere interessanti e vincere nei cuori la chiave sono le persone preparate in grado di parlare, convincere e mostrarsi in pubblico", ha affermato **Michael Prüller**, dell'Arcidiocesi di Vienna.

Monika Vyvodova, della Repubblica Ceca, ha invece presentato il progetto *Jsem Katolik* (Io sono cattolico) che, attraverso testimoni credibili, intende promuovere la fede in un paese piuttosto agnostico, che non nutre molta fiducia nelle istituzioni e conta appena 1 milione di cattolici (il 10% della popolazione).

"Ciò che oggi manca alla comunicazione ecclesiale è la competenza di reazione, la capacità di rispondere in maniera comunicativa ad una questione difficile, o a una domanda provocatoria, esprimendo la propria testimonianza di fede senza cadere nel tranrello dell'impreparazione", ha infine aggiunto **Giuseppe Grazia** della Diocesi di Coira.

Matthias Matussek, del *Der Spiegel*, ha offerto alcune chiavi di lettura dell'ultimo viaggio del Papa in Germania, mentre **Juan Martín Ezratty**, Direttore di *Digito Identidad Visual* (Argentina), ha infine presentato il video “Dieci domande a un sacerdote”, un documentario sull'esperienza pastorale raccontata da alcuni sacerdoti argentini.

Durante i tre giorni del seminario sono state presentate circa 30 comunicazioni, incentrate su cinque aree tematiche: risposta alle controversie (conflitto israelo-palestinese, celibato apostolico, morale sessuale), idee e progetti di comunicazione, esperienze di “media training”, strategie per migliorare i siti web, Chiesa e “social media”.

I partecipanti hanno inoltre assistito all'udienza generale in piazza San Pietro con Benedetto XVI e incontrato Padre Federico Lombardi, Direttore della Sala Stampa vaticana, che ha presentato loro alcune esperienze su “volti persone e storie” legate ai viaggi papali.

Programma dettagliato del Seminario: <http://www.pusc.it/csi/ucc2012/>

Per interviste ed ulteriori informazioni:

Ufficio stampa (www.pusc.it/press_office/):

Giovanni Tridente, stampa@pusc.it, +39 0668164399 - +39 3803463384