

Messaggio in occasione della Giornata delle Comunicazioni Sociali

Si pubblica, per documentazione, il testo del Messaggio che la Commissione Ecclesiale per le Comunicazioni Sociali ha diffuso in occasione della Giornata delle Comunicazioni Sociali celebrata in Italia l'11 ottobre 1992.

Raggiungendo la ventesimasesta tappa del suo cammino, la Giornata delle Comunicazioni Sociali mette a fuoco la primigenia e sempre primaria ragion d'essere dell'attenzione della Chiesa ai moderni strumenti comunicativi di massa: la proclamazione del messaggio di Cristo attraverso le nuove vie che il progresso tecnico e scientifico va sviluppando e perfezionando in modi sorprendenti.

Nelle precedenti tappe annuali, l'obiettivo era puntato su aspetti singoli. Quest'anno le riflessioni vengono ricondotte al cuore di questa preminente dimensione della pastorale. È una precisa risposta all'incisiva provocazione di Gesù: *quello che ascoltate all'orecchio predicatelo sui tetti* (Mt 10,27).

Proprio a queste parole evangeliche si riferisce il Santo Padre nel messaggio emanato per la circostanza. E ne fa lo stimolo ad impiegare i mezzi di comunicazione non solo per la testimonianza cristiana, ma per la proclamazione più esplicita dell'annuncio. Viene a mente il "guai a me se non annunciassi il Vangelo" di Paolo, cui fa eco Paolo VI nell'indicare come omissione colpevole di fronte al Signore la chiusura della Chiesa ai nuovi strumenti. La ragione di fondo è strettamente connessa con l'universale destinazione del messaggio evangelico, e quindi con la necessità che esso corra su tutte le strade possibili e con la maggiore velocità, per raggiungere il maggior numero possibile di esseri umani, tutti creature di Dio. Pastorale missionaria e pastorale delle comunicazioni sociali camminano insieme; sono due sorelle gemelle.

Non per nulla, nella grande enciclica missionaria *Redemptoris missio*, Giovanni Paolo II risale all'esempio dell'Apostolo Paolo ad Atene: e, quasi cogliendo in felice sintesi il significato dei non pochi interventi del magistero, definisce il mondo della comunicazione "primo aeropago del mondo moderno". Ma lo fa per sottolineare che l'impegno nei "media", oltre allo scopo di moltiplicare l'annuncio, si prefigge di integrarlo con grande semplicità nella "nuova cultura" creata dalla comunicazione moderna. E ciò implica una

problematica complessa che, prima ancora dei contenuti, coinvolge il modo stesso di comunicare: il linguaggio, le tecniche, gli atteggiamenti psicologici. L'evangelizzatore comunica con la sua propria immagine, con gli atteggiamenti, col modo di esprimersi. Deve possedere una consolidata esperienza spirituale, intessuta di quell'umiltà che è requisito indispensabile per fare buon viso tanto alla potenza quanto ai limiti degli strumenti — potenza in campo tecnico, per dire solo di questo; limiti rispetto alla natura della buona novella —; e per affrontare con serenità costruttiva la capitale questione del linguaggio.

Sui veicoli della diffusione, il Vangelo deve giungere a tutti, ma con la capacità di parlare alla coscienza di ognuno, come se egli fosse l'unico. Deve coinvolgere nella realtà della divina Rivelazione, trasmettere la propria forza nel cuore della cultura. Senza mutilazioni nè alterazioni del Credo.

Il discorso vale, evidentemente, per tutti i mezzi di comunicazione: stampa, radio, cinema, televisione, teatro, dischi, computer, musica, cartellonistica... Dovunque è in gioco la parola umana, là noi ravvisiamo l'occasione di trasmettere la Parola di Dio. Certo: il modo di proporre il dettato evangelico si adegua all'indole comunicativa specifica di ogni strumento, senza tuttavia che sia compromesso il contenuto dell'annuncio.

Per la Chiesa si tratta di una sfida. Ma di una sfida da accogliere, come il magistero esorta insistentemente. L'evangelizzazione preme con straordinaria e ininterrotta energia. La quale spinge a superare ostacoli, a vincere dubbi e timidezze, a generare fiducia. La stessa esperienza che si è andata e si va accumulando, anche se moltissimo resta da fare, dimostra che ciò che è difficile non è impossibile. La Commissione ecclesiale desidera rendere omaggio a quanti operano per il Vangelo in questi delicati settori, e in special modo nei mezzi di diffusione nati da generose, e, per lo più, pionieristiche iniziative cattoliche. (Stando a queste ultime, si ha notizia di circa tremila testate, 450 emittenti radiofoniche, una quarantina di emittenti televisive: una rete non trascurabile).

Si chiama *Aetatis novae* la recente Istruzione pastorale del Pontificio Consiglio delle Comunicazioni Sociali, un documento di viva concretezza, venuto ad aggiungersi alla serie degli interventi magisteriali. Il titolo fa riferimento ad una stagione in cui la comunicazione si espande ed esercita influssi sempre più determinanti sulla cultura.

Ma è anche indicativo dell'urgenza di una mentalità nuova, di nuove convinzioni: presupposto per affrontare i problemi pastorali insorgenti.

Per noi l'apostolato nei media è la versione attuale del "ministero della parola", un atto di fede nella "Parola di Dio" da seminare con pazienza e tenacia, fiduciosi che lo Spirito Santo sa assumere anche la povertà delle nostre risorse umane "Purchè Cristo venga annunciato" (Fil 1,18).

Roma, 30 settembre 1992

LA COMMISSIONE ECCLESIALE
PER LE COMUNICAZIONI SOCIALI