

# APULIA THEOLOGICA

RIVISTA DELLA FACOLTÀ TEOLOGICA PUGLIESE

«Viandanti  
della stessa carne,  
figli della stessa terra...»  
(*FD8*)

Rocco D'AMBROSIO  
Saverio DI LISO  
Vincenzo DI PILATO  
Paolo FRIZZI  
Giacomo LORUSSO  
Francesco MARTIGNANO  
Luigi RENNA

Antonio BERGAMO  
Giovanni DEL MISSIER – Roberto MASSARO  
Vincenzo MARINELLI  
Maria Carmela PUTTI  
Francesco SCARAMUZZI

1 ANNO VII  
GENNAIO / GIUGNO 2021

EDB



*4er tutto ciBche riguarda la direzione e la redazione )manoscritti, libri da recensire, invii per cambio, ecc.Pindirizzare a*

**APULIA**  
**THEOLOGICA**

Largo San Sabino, 1 – 70122 Bari  
Tel. 080 52 22 241 ■ Fax 080 52 25 532  
rivista@facoltateologica.it

**DIREZIONE EDITORIALE  
ED AMMINISTRATIVA**

**Direttore**

Vincenzo DI PILATO

**RiVedirettore**

Francesco SCARAMUZZI

**Comitato di reda`ione**

Annalisa CAPUTO – Francesco MARTIGNANO – Salvatore MELE – Luca DE SANTIS – Pio ZUPPA

**Pebretario amministratore**

p. Santo PAGNOTTA op

**/ roprietà**

Facoltà Teologica Pugliese (Bari)

**Direttore E esponsaSile**

Vincenzo DI PILATO

*Le recensioni vanno spedite all'indirizzo  
rivista@facoltateologica.it  
apth@facoltateologica.it*

Gli autori riceveranno l'estratto  
dell'articolo pubblicato in pdf

*La rivista t` soggetta a Peer Review.*

*Le norme redazionali sono consultabili  
nelle ultime pagine della rivista e all'indie  
rizzo [http://www.facoltateologica.it/  
apuliatheologica](http://www.facoltateologica.it/apuliatheologica)*



**Centro  
editoriale  
Dehoniano**

*4er l'amministrazione,  
gli abbonamenti,  
la vendita dei fascicoli, ecc., rivolgersi a*

Centro Editoriale Dehoniano  
Via Scipione Dal Ferro 4  
40138 Bologna  
Tel. 051 3941255  
Fax 051 3941299  
ufficio.abbonamenti@dehoniane.it

*Qbbonamento E( E0*

Italia € 50,50

Italia annuale enti € 63,50

Europa € 70,50

Resto del Mondo € 80,50

Una copia € 31,00

*L'importo dell'abbonamento puBessere  
versato sul conto corrente postale Ej 22( 1  
intestato al C.: .S .*

*Centro : ditoriale S ehoniano a .ò .L. U  
8ologna*

ISSN 2421-3977

*ò egistrazione del Dribunale di 8 ari  
n. 3468/2014 del 12/9/2014*

*: ditore*

Centro Editoriale Dehoniano,  
Bologna  
[www.dehoniane.it](http://www.dehoniane.it)

*a stampa*

LegoDigit srl, Lavis (TN) 2021

# SOMMARIO

## FOCUS

LUIGI RENNA

*La Fratelli tutti nel solco della «fedeltà dinamica»*

*della Dottrina sociale della Chiesa:*

*una nuova pagina di magistero sociale*

*attenta ai segni dei tempi* ..... » 5

PAOLO FRIZZI

*I paradossi della globalizzazione e la fraternità inevitabile:*

*la sfida di papa Francesco per causare un mondo aperto* ..... » 29

SAVERIO DI LISO

*Fraternità: una categoria originale?* ..... » 49

ROCCO D'AMBROSIO

*La migliore politica alla prova del populismo* ..... » 75

GIACOMO LORUSSO

*Un estraneo sulla strada* ..... » 91

VINCENZO DI PILATO

*L'Oltre di Dio rinvia all'altro del fratello.*

*Le religioni al servizio della fraternità* ..... » 117

FRANCESCO MARTIGNANO

*Camminare «liturgicamente» sulla via del buon samaritano.*

*Spunti liturgici alla luce di Fratelli tutti* ..... » 141

## ARTICOLI

FRANCESCO SCARAMUZZI

*«Questa tradizione, che trae origine dagli apostoli,*

*progredisce nella Chiesa» (DV 8).*

*Una riflessione sullo sviluppo del pensiero teologico*

*a partire dalla voce «Tradizione»*

*del Dizionario di Teologia dommatica (1943)* ..... » 175

---

ANTONIO BERGAMO <i>Fragilità e generatività. Note e sentieri teologici</i> .....	»	205
MARIA CARMELA PUTTI <i>«Sulla soglia della coscienza».</i> <i>La persona in Karol Wojtyła: dimensione del «confine» del «fine»</i> .....	»	219
GIOVANNI DEL MISSIER – ROBERTO MASSARO <i>Etica della comunicazione in tempi di crisi</i> .....	»	233
VINCENZO MARINELLI <i>La missione pastorale della Chiesa al tempo dei social</i> .....	»	241
RECENSIONI.....	»	255

VINCENZO MARINELLI\*

## La missione pastorale della Chiesa al tempo dei social

Durante l'esperienza intensa del *lockdown*, quale misura estrema di contenimento del contagio dovuto alla pandemia da Covid-19, si è assistito allo svuotarsi delle parrocchie dalla frequentazione dei fedeli, all'interruzione dei cammini pastorali, alla proibizione di celebrare l'eucaristia al pubblico, al posticipo di matrimoni, battesimi e cresime a data da destinarsi. Anche la celebrazione dei funerali, tanto più necessaria in quanto intima circostanza in cui esprimere l'ultimo commiato ai propri cari e affidarli alla misericordia di Dio, è stata soggetta a misure rigorosissime. L'obbligo di rimanere a casa per un periodo di tempo così lungo è stata un'esperienza che ha colto molte istituzioni, alla pari di quelle ecclesiastiche, impreparate a gestire protocolli così rigidi che hanno rischiato di bloccare diversi ambiti della vita sociale. Dopo che l'esperienza sembra ormai superata a motivo delle misure precauzionali adottate e dello sviluppo repentino dei vaccini, giunge il tempo della programmazione pastorale in vista della ripresa del cammino ecclesiale. Un tempo che tuttavia si presenta ancora incerto e difficile da strutturare in tutte le sue principali tappe e, soprattutto, non può più pensarsi facendo finta che «nulla sia accaduto», riproponendosi pertanto tale e quale sia nelle modalità di incontro che nelle proposte formative.

Papa Francesco, nella recente enciclica *Fratelli tutti*, ha evidenziato come «il dolore, l'incertezza, il timore e la consapevolezza dei propri limiti che la pandemia ha suscitato fanno risuonare l'appello a ripensare i nostri stili di vita, le nostre relazioni, l'organizzazione delle nostre società e soprattutto il senso della nostra esistenza».<sup>1</sup> Occorre pertanto partire anzitutto da una riflessione profonda che sappia far tesoro di quanto avvenuto nei mesi precedenti e colga da un lato i bisogni inalie-

---

\* Dottorato in Teologia pastorale - Teologia della comunicazione, presso la Pontificia Università Lateranense.

<sup>1</sup> FRANCESCO, lettera enciclica *Fratelli tutti*, 3 ottobre 2020, n. 33: *L'Osservatore Romano*, 4 ottobre 2010, 3.

nabili dell'uomo e del popolo di Dio, dall'altro prenda atto delle nuove possibilità e dei nuovi strumenti, già presenti nelle dinamiche relazionali e comunicative odierne, per rispondere a questi bisogni. L'aggettivo «nuovo», infatti, non è riferito alla novità degli strumenti in sé, quanto al loro uso nell'ambito pastorale.

Nel presente articolo si intende considerare alcune delle sfide di quella che potrebbe definirsi a buon diritto la *missione pastorale della Chiesa al tempo dei social*. Una missione che prim'ancora di nuove competenze, o investimenti più opportuni in infrastrutture e dispositivi tecnologici, richiede di rinnovare lo sguardo sui fenomeni comunicativi contemporanei in modo da coglierli come un'opportunità per l'annuncio del vangelo e la missione evangelizzatrice della Chiesa. In particolare, tra le possibili angolature da cui osservare il fenomeno, si privilegia un'attenzione pastorale a quattro dimensioni su cui interrogarsi: 1) la relazione tra l'azione pastorale della Chiesa e la comunicazione; 2) come possono contribuire efficacemente i social all'azione pastorale della comunità cristiana; 3) quali sono i doveri canonico-pastorali e le accortezze che un presbitero è chiamato ad assumere nell'attuale contesto comunicativo; 4) quale testimonianza e quale stile di presenza cristiana è richiesta ai laici nelle odierne dinamiche comunicative.

## 1. Azione pastorale della Chiesa e comunicazione

La natura della Chiesa è essenzialmente missionaria. «L'azione missionaria è il paradigma di ogni opera della Chiesa»<sup>2</sup> afferma papa Francesco nella *Evangelii gaudium* condividendo la necessità e l'urgenza che precedentemente aveva espresso Giovanni Paolo II: l'attività missionaria rappresenta, ancor oggi, la massima sfida per la Chiesa,<sup>3</sup> in particolare l'annuncio a coloro che sono lontani da Cristo è il compito primo della Chiesa.<sup>4</sup> Per rendere questa missione fruttuosa il pontefice auspica una «conversione pastorale e missionaria [...] capace di trasformare ogni cosa, perché le consuetudini, gli stili, gli orari, il linguaggio e ogni struttura ecclesiale diventino un canale adeguato per l'evangelizzazione del mondo attuale, più che per l'autopreservazione».<sup>5</sup> Tra i

---

<sup>2</sup> FRANCESCO, esortazione apostolica *Evangelii gaudium*, 24 novembre 2013, n. 15: AAS 105(2013), 1027.

<sup>3</sup> GIOVANNI PAOLO II, lettera enciclica *Redemptoris missio*, 7 dicembre 1990, n. 15: AAS 83(1991), 287.

<sup>4</sup> *Ivi*, 280.

<sup>5</sup> FRANCESCO, *Evangelii gaudium*, n. 27: AAS 105(2013), 1031.

vari ambiti indicati dal pontefice che devono essere oggetto di conversione pastorale rientrano a pieno titolo proprio il linguaggio o, in senso più esteso, le dinamiche comunicative. Lì dove si ripetessero secondo schemi già consolidati e non adeguati ai cambiamenti sociali, rischierebbero di essere improduttive rispetto al fine evangelico che si propongono di raggiungere.

A riguardo è opportuno osservare che il tempo del *lockdown* se da un lato è stato «stressato» dalle dirette in *streaming*, dalle *videocalls*, dagli incontri in videoconferenza, allo stesso tempo ha dato forma a modalità di incontro e di relazione inedite che, se assunte in modo più ordinato e strutturato, possono contribuire a un ampliamento delle proposte formative e delle forme comunicative, nonché contribuire a un'estensione di tutta l'azione pastorale molto al di là della propria comunità parrocchiale e del proprio territorio.

La missione pastorale della Chiesa al tempo dei social incontra pertanto delle sfide peculiari per le quali prima che un adeguamento tecnico, occorre un adeguamento *tecno-logico*, ovvero una *forma mentis* adeguata ai cambiamenti introdotti dalla tecnologia all'interno delle ormai consolidate dinamiche sociali. In esse identità, spazio e tempo sono categorie che ormai appartengono a una nuova condizione d'esistenza definita *onlife*<sup>6</sup> e i rapporti sociali sono strutturati all'interno di una cornice relazionale che si snoda continuamente tra socialità e solitudine.<sup>7</sup>

Alla luce di questi cambiamenti divenuti strutturali occorre abbandonare (e in fretta!) la mentalità che vede opporsi *reale* a *virtuale*, *presenza* a *remoto*. Inoltre è opportuno cogliere le implicazioni pastorali della trasformazione dei social da strumenti ad ambienti, già acquisita ed evidenziata dal magistero pontificio.

Per attuare dunque la conversione pastorale auspicata da papa Francesco, e sviluppare una nuova mentalità circa le dinamiche comunicative contemporanee, è necessario sviluppare una sensibilità teologica al tema della comunicazione<sup>8</sup> che, partendo dalla dimensione antropologica della comunicazione, sappia leggere le dinamiche comunicative proprie dell'uomo alla luce della rivelazione.

---

<sup>6</sup> Cf. L. FLORIDI, *La quarta rivoluzione. Come l'infosfera sta trasformando il mondo*, Raffaello Cortina Editore, Milano 2017.

<sup>7</sup> Cf. V. MARINELLI, *Socialitude. Comunicazione come prossimità*, Lateran University Press, Roma 2018.

<sup>8</sup> È utile riconoscere che al momento attuale non mancano dei rinnovati approcci scientifici in tal senso, per quanto non ancora sistematizzati, al punto da poter ipotizzare che vi siano molteplici elementi che facciano auspicare una seconda stagione per la teologia della comunicazione.

L'uomo è un essere relazionale. La dimensione interpersonale è un costitutivo essenziale e peculiare della sua natura<sup>9</sup> che lo rende unico nel mondo animale. L'esigenza comunicativa è poi intrinsecamente unita al bisogno relazionale dell'uomo al punto da poter essere considerata l'altra faccia della stessa medaglia. Comunicare è infatti *cum-munus*: mettere in comune se stessi, fare dono all'altro del proprio spirito, del proprio essere, delle proprie emozioni, del proprio vissuto interiore. Ma è anche *cum-munus* nel senso di corresponsabilità, del camminare insieme, del dovere di accogliersi reciprocamente che nasce lì dove c'è una *communitas*, un insieme di persone chiamate a intessere relazioni. L'essere umano pertanto non può non comunicare,<sup>10</sup> come non può non essere in relazione. La comunicazione da un lato è la modalità in cui l'uomo genera le sue relazioni, dall'altro è l'ambito in cui l'uomo può verificare la qualità delle relazioni costruite. Papa Francesco fa riferimento proprio a questa connessione profonda tra relazione e comunicazione nel capitolo sesto della sua terza enciclica dedicato al «dialogo e all'amicizia sociale».<sup>11</sup> Evidenziando i rischi di un dialogo apparente che porta a monologhi paralleli piuttosto che a occasioni di incontro,<sup>12</sup> auspica lo sviluppo della capacità di un dialogo autentico che si preoccupi del bene comune:<sup>13</sup>

In questo mondo globalizzato «i *media* possono aiutare a farci sentire più prossimi gli uni agli altri; a farci percepire un rinnovato senso di unità della famiglia umana che spinge alla solidarietà e all'impegno serio per una vita più dignitosa. [...] Possono aiutarci in questo, particolarmente oggi, quando le reti della comunicazione umana hanno raggiunto sviluppi inauditi. In particolare *internet* può offrire maggiori possibilità di incontro e di solidarietà tra tutti, e questa è una cosa buona, è un dono di Dio». È però necessario verificare continuamente che le attuali forme di comunicazione ci orientino effettivamente all'incontro generoso, alla ricerca sincera della verità piena, al servizio, alla vicinanza con gli ultimi, all'impegno di costruire il bene comune.<sup>14</sup>

<sup>9</sup> Cf. R. LUCAS LUCAS, *Orizzonte verticale. Senso e significato della persona umana*, San Paolo, Milano 2007, 208-248.

<sup>10</sup> Cf. P. WATZLAWICK, *Pragmatica della comunicazione umana. Studio dei modelli interattivi, delle patologie e dei paradossi*, Astrolabio, Roma 1971, 41-44.

<sup>11</sup> FRANCESCO, *Fratelli tutti*, nn. 12-13.

<sup>12</sup> *Ivi*, n. 200.

<sup>13</sup> Cf. J.L. MARTÍNEZ, «Rivisitare il bene comune nell'era digitale», in *La Civiltà Cattolica* (2020)2, Q. 4078, 328-341.

<sup>14</sup> Francesco, *Fratelli tutti*, n. 205.

La sfida pastorale consiste pertanto nel saper coniugare il bisogno di relazione e di comunicazione, proprio dell'umano, con il rinnovato contesto sociale in cui è inserito e orientarlo alla luce del vangelo. Occorre formare il popolo di Dio in modo che le prassi comunicative, anche attraverso i social, possano essere ispirate ai principi comunicativi e relazionali della rivelazione. È necessario dunque coltivare una sensibilità cristiana e un'attenzione maggiore per tutti i fenomeni comunicativi in modo da sottrarsi alle logiche della comunicazione mondana pervasa da strategie di persuasione (*storytelling*), marketing (*clickbait*), odio (*hate speech*), distorsione delle notizie (*fake news*).

Alla luce di queste rinnovate esigenze, numerosi sono gli strumenti da cui partire o da rilanciare a livello nazionale, diocesano e parrocchiale. Anzitutto promuovere uno studio più attento e una maggiore diffusione dei messaggi del Santo Padre pubblicati in occasione della Giornata mondiale delle comunicazioni sociali (unica giornata mondiale voluta dal concilio Vaticano II);<sup>15</sup> in secondo luogo è auspicabile l'approfondimento dei recenti studi offerti dalla teologia pastorale della comunicazione; inoltre si rende necessario istituire, lì dove è ancora mancante, e formare la figura dell'animatore della cultura e della comunicazione.<sup>16</sup> Si tratta di una figura pastorale (o, dove possibile, di un'équipe), istituita dalla Conferenza episcopale italiana già nel 2004, chiamata ad essere membro del consiglio pastorale parrocchiale con il compito di supportare il progetto pastorale della comunità ecclesiale. Il suo contributo non è quello di una mera figura tecnica, ma di colui che si occupa di suggerire delle modalità di integrazione dell'azione pastorale ecclesiale con le dinamiche comunicative proprie dell'ambiente digitale.

Non bisogna dimenticare che il soggetto dell'azione pastorale è tutta la comunità cristiana, all'interno della quale ognuno opera secondo il proprio statuto e le proprie competenze. Pertanto, prima ancora di delineare alcune indicazioni sia per il clero che per i laici sulle modalità di presenza nell'ambiente digitale, è opportuno dedicare un paragrafo più specifico sul valore dei social all'interno dell'azione pastorale della comunità cristiana.

---

<sup>15</sup> Cf. CONCILIO VATICANO II, decreto *Inter mirifica* [= IM], 4 dicembre 1963, n. 18: EV 1/276.

<sup>16</sup> Cf. CONFERENZA EPISCOPALE ITALIANA, *Comunicazione e missione. Direttorio sulle comunicazioni sociali nella missione della Chiesa* [= CM], LEV, Città del Vaticano 2004, 95-99; F. MASTROFINI – P. CASTRILLI, *Animatore della comunicazione. Manuale per una nuova figura pastorale*, Ancora, Milano 2005.

## 2. I social nell'azione pastorale della comunità cristiana

Nel corso dei secoli ogni epoca storica è stata caratterizzata da specifiche tecnologie che hanno contribuito allo sviluppo sociale, economico e culturale dell'uomo.<sup>17</sup> L'attuale contesto è senza dubbio contraddistinto dalla diffusione di «strumenti» che facilitano la possibilità delle persone di elaborare dei dati, di entrare in relazione, di comunicare. Una possibilità che è cresciuta in modo esponenziale solo in pochi decenni.<sup>18</sup> Questa crescita tuttavia è stata più rapida della stessa capacità degli uomini di assimilare le potenzialità che gli strumenti di informazione e di comunicazione avevano loro da offrire. Di conseguenza si assiste diffusamente a un divario digitale (*digital divide*)<sup>19</sup> che non è più determinato dal possedere o meno un determinato strumento tecnologico, ma dal possesso delle competenze (*skills*) necessarie al suo corretto utilizzo in modo da sfruttarne appieno tutte le potenzialità. Oggi poi, più degli apparati tecnologici in sé, la disuguaglianza sociale è generata dalla capacità di conoscere quali sono i *software* o gli applicativi (*app*) disponibili in commercio per realizzare determinati progetti e di saperli usare nel modo opportuno. Dal possesso o dalla mancanza di queste competenze digitali scaturisce un quadro abbastanza variegato, a tal punto che il modo con cui viene usato ad esempio lo stesso cellulare o computer differisce molto dalla generazione a cui si appartiene. È sintomatico di conseguenza «etichettare», più o meno scientificamente, la propria età anagrafica. È in tal senso che qualcuno parla di nativi digitali,<sup>20</sup> o di generazione<sup>21</sup> X,<sup>22</sup> Y,<sup>23</sup> Z.<sup>24</sup>

Il divario digitale non interessa solo gli individui, ma anche le istituzioni da essi costituite. Il mondo della scuola, della pubblica amministrazione, del lavoro sono continuamente sollecitati a un aggiornamento

---

<sup>17</sup> Cf. *Dalla selce al silicio. Storia dei mass media*, Gutenberg, Milano 2000.

<sup>18</sup> Cf. G. BALBI – P. MAGAUDDA, *Storia dei media digitali. Rivoluzioni e continuità*, Laterza, Bari 2014.

<sup>19</sup> Cf. L. SARTORI, *Il divario digitale. Internet e le nuove disuguaglianze sociali*, Il Mulino, Bologna 2006.

<sup>20</sup> Cf. G. RIVA, *Nativi digitali. Crescere e apprendere nel mondo dei nuovi media*, Il Mulino, Bologna 2019.

<sup>21</sup> ISTAT, *Classificazione delle generazioni*: <https://www.istat.it/it/files//2011/01/Generazioni-nota.pdf> (accesso: 10 dicembre 2020).

<sup>22</sup> Con generazione X si indicano i nati negli anni 1963-1980.

<sup>23</sup> Con generazione Y (Millennial Generation o Net Generation) si indicano i nati tra il 1980 e il 2000.

<sup>24</sup> Con generazione Z (iGen, Post-Millennials, Centennials, o Plurals) si indicano i nati intorno al 1995-2010.

per stare al passo con le conoscenze richieste per un corretto e proficuo uso delle nuove tecnologie. Da questo compito non può esimersi nemmeno la Chiesa, a cui si muove sempre più spesso la critica, sia dall'interno che dall'esterno, di non essere al passo con i tempi, di non riuscire a coinvolgere adeguatamente la realtà giovanile, di non essere capace di comunicare efficacemente secondo le logiche comunicative di questo tempo e dei social.

Il rischio è quello di pensare che questo deficit si possa colmare aprendo un *account*, o un nuovo profilo parrocchiale sulle nuove piattaforme digitali. Un'operazione non solo ingenua, ma talvolta anche pericolosa per tutta una serie di aspetti a cui andrebbe dedicata una riflessione a parte.<sup>25</sup> Più in generale il pericolo è quello di trasporre e riproporre le logiche e le forme comunicative dell'interazione in presenza, all'interno di quelle in telepresenza o virtuali. Per fare un esempio si pubblica su Facebook o si posta su Instagram la locandina degli appuntamenti settimanali così come la si esporrebbe sulla bacheca parrocchiale. In tal modo si appiattisce la comunicazione, si trascurano le caratteristiche proprie di ciascuna piattaforma, si riduce a zero il proprio sforzo comunicativo, ma si escludono anche le infinite potenzialità di interazione con il territorio e con la rete che invece i social permettono.

Se la parrocchia fa la scelta di essere presente sui social occorre anzitutto considerare che si tratta di una scelta che impegna tutta la comunità a nuove forme di interazione, non solo con i parrocchiani della propria realtà e con i fedeli con cui già si è in relazione, ma anche con cristiani di altre realtà diocesane e con chi è lontano da una frequentazione abituale. Prima di «aprire» un profilo social occorre chiedersi: si vuole comunicare o semplicemente informare? Chi si vuole raggiungere? Quali interazioni si è disposti ad assumere? Bisogna prevedere dei limiti, dei filtri, delle opzioni particolari? Quali accorgimenti adottare in relazione alle normative vigenti sulla privacy?

---

<sup>25</sup> Aprire un *account* social non richiede specifiche competenze, ma prevede che vi sia anzitutto una seria progettazione della sua gestione nel tempo dal momento che si mette in gioco l'intera realtà istituzionale ad esempio della parrocchia o diocesana. Non sarebbe saggio lanciare un sito internet, o una pagina facebook, un profilo instagram, un canale youtube, ecc. senza tener presenti i soggetti autorizzati ad aggiornarlo, i tempi, i contenuti da diffondere, senza considerare gli imprevedibili avvicendamenti di coloro che, nella maggior parte dei casi, si offrono volontariamente di curare in maniera talvolta arbitraria e personale dei profili di una realtà istituzionale pubblica. Tra i rischi minori che pur non vanno sottovalutati vi sono, solo per citare alcuni esempi: lo smarrimento delle credenziali di accesso; la divulgazione di contenuti non idonei o limitati solo all'attività di alcuni gruppi parrocchiali; la proliferazione di molteplici account della stessa istituzione perdendo in tal modo la referenza di quello ufficiale da cui acquisire i contenuti.

I profili social istituzionali offrono la possibilità di generare quattro tipologie di azione pastorale per la comunità ecclesiale. Esse sono il risultato della combinazione di due polarità relazionali: i «vicini» e i «lontani».<sup>26</sup> Per «vicini» si intendono coloro con cui si è instaurata già una relazione frequente, mentre per «lontani» si intendono coloro con i quali la frequentazione è occasionale, sporadica o non ancora esistente. Dall'incrocio si ottengono le seguenti possibilità di interazione:

- 1) *prossimità*: è la forma di interazione più sviluppata e che offre possibilità di *consolidamento* della relazione tra «vicini», ovvero con coloro che già frequentano la comunità in presenza con una certa assiduità. Attraverso l'uso dei social si ha la possibilità di potenziare questa interazione già forte e ben consolidata;
- 2) *mantenimento*: è una seconda possibilità di interazione con i «vicini» che, per diverse ragioni, sono costretti a interrompere la loro frequentazione in presenza e a vivere la relazione a distanza. Può darsi ad esempio che con il tempo un intero gruppo di ragazzi si allontani dalla parrocchia per esigenze di studio o di lavoro. I social nell'azione pastorale permetterebbero di *mantenere* con loro una relazione a distanza, conservando il legame instaurato precedentemente;
- 3) *ripresa*: è una possibilità di interazione data con i «lontani». Non va sottovalutato infatti che i social permettono di comunicare con coloro che, pur non frequentando la comunità attivamente, orbitano intorno ad essa. I social offrono l'occasione di *ristabilire* e rafforzare dei legami di per sé più fragili e saltuari;
- 4) *opportunità*: è una seconda possibilità di interazione con i «lontani». I social infatti consentono alla pastorale parrocchiale di *avere* nuove *opportunità* di incontro, di scambio, di relazione. Un fedele di un'altra diocesi potrebbe seguire le omelie del parroco e cercare un'interazione pastorale con lui.

Alla luce di tutte queste possibili combinazioni non si può pensare che un profilo social istituzionale sia gestito da una sola persona «addetta ai lavori», ma richiede una presenza attiva dell'intera comunità, presbiteri e laici, come si esaminerà meglio nei prossimi paragrafi.

---

<sup>26</sup> Cf. R. MARCHETTI, *La Chiesa in internet. La sfida dei media digitali*, Carocci editore, Roma 2015, 115-137.

### 3. I sacerdoti e la pastorale al tempo dei social

La riflessione sin qui delineata attorno alla missione pastorale della Chiesa al tempo dei social richiede di soffermarsi a questo punto sulla figura dei presbiteri, in particolare sulla loro presenza-testimonia e sulla loro azione pastorale nell'attuale contesto comunicativo.<sup>27</sup> La questione di per sé è molto ampia per cui si ritiene opportuno circoscriverla a due aspetti in particolare: alle sfide e ai doveri canonico-pastorali. Le prime perché risultano a volte banalizzate, gli altri perché spesso sono disattesi.

Molti sacerdoti possiedono un profilo social, eccetto coloro che per scelta o che per diverse ragioni hanno scelto di non averne,<sup>28</sup> tuttavia il loro uso è alquanto differente:<sup>29</sup> chi appare con l'abito sacerdotale per scelta, chi si presenta in modo più informale, chi invece preferisce non apparire in prima persona e utilizza piuttosto il profilo istituzionale della parrocchia. Oltre ai modi eterogenei con cui i sacerdoti si fanno presenti, vi è difformità anche sui contenuti pubblicati. Vi è chi posta *selfie* di sé, della sua vita, delle sue attività, in modo persino smoderato (a tal punto da pubblicare come contenuto delle proprie *stories* se stesso mentre scende le scale dell'oratorio!); chi si accontenta di «rimbalzare» sulla sua bacheca gli avvisi parrocchiali, o foto degli eventi ecclesiali celebrati; chi vi aggiunge saltuariamente qualche riflessione sul vangelo o sugli eventi di cronaca; chi invece se ne serve per conoscere meglio i suoi parrocchiani (con tutti i problemi connessi con la privacy e non solo). Insomma non è chiara quale debba essere la relazione tra il sacerdote e i social e come il loro uso possa contribuire all'azione pastorale della comunità cristiana. Il dilemma di fondo sembrerebbe legato a questa domanda: il profilo social è espressione della persona o del suo ruolo sociale e istituzionale? È possibile fondere questi due aspetti nello stesso profilo? Fino a che punto?

---

<sup>27</sup> Cf. D.E. VIGANÒ, *Testimoni e influencer. Chiesa e autorità al tempo dei social*, EDB, Bologna 2020.

<sup>28</sup> Cf. M. GARINI, *Social don. Preti on line e in parrocchia*, EMP, Padova 2019.

<sup>29</sup> Si fornisce una proposta di domande da cui partire per sviluppare una possibile indagine pastorale a riguardo: 1) Il proprio parroco ha un profilo social personale? Cosa pubblica prevalentemente? 2) Si è a conoscenza di altri sacerdoti con profili social? Quali? 3) Come si è venuti a conoscenza? 4) Cosa ci si aspetta che un sacerdote pubblichi sul suo profilo social personale? Cosa non dovrebbe mai pubblicare? 5) Si è mai sentito parlare/predicare un sacerdote su temi legati alla comunicazione digitale? In che modo? Che tipo di consigli ha offerto?

Precorrendo lo scenario attuale, già nel 2010, in occasione dell'anno sacerdotale, il pontefice Benedetto XVI aveva affrontato la questione nel messaggio per la 44<sup>a</sup> Giornata mondiale delle comunicazioni sociali (GMCS).<sup>30</sup> Il papa articolava la sua riflessione a partire dall'identità del sacerdote in quanto uomo chiamato ad annunciare Cristo. Ne consegue che qualsiasi uso dei moderni strumenti di comunicazione digitale deve essere orientato a questa finalità. Ai sacerdoti chiedeva non semplicemente di occupare lo spazio digitale, ma che dalla loro presenza trasparisse la «costante fedeltà al messaggio evangelico, per esercitare il proprio ruolo di animatori di comunità»,<sup>31</sup> che trasparisse «il cuore di consacrato, per dare un'anima non solo al proprio impegno pastorale, ma anche all'ininterrotto flusso comunicativo della "rete"». <sup>32</sup> Per realizzare questa missione è quindi necessaria una competenza non solo tecnica, ma «teologica», a cui occorre preparare innanzitutto i candidati al sacerdozio. Non è fruttuoso limitarsi solo a incontri *ad hoc* sul tema durante il percorso di formazione o successivamente. I cambiamenti e le logiche comunicative presenti nel mondo digitale richiedono dei percorsi di studio sistematici. In tal senso andrebbe incentivata la riflessione propria della teologia pastorale della comunicazione, affinché si sviluppi una sensibilità teologica all'ambito della comunicazione che poi il sacerdote sia capace di tradurre nell'azione pastorale così come gli è richiesto.

Il secondo aspetto da esaminare riguarda infatti proprio i doveri canonici e pastorali che è compito del sacerdote adempiere e che qui si intendono brevemente richiamare, senza soffermarsi a un esame più analitico. Già il concilio Vaticano II nell'*Inter mirifica* affermava che «è dovere dei sacri pastori istruire e guidare i fedeli perché essi, anche con l'aiuto di questi strumenti, perseguano la salvezza e perfezione propria e di tutta la famiglia umana» (IM 3: EV 1/249). Da qui nasce un interrogativo pastorale: *quanto i pastori guidano i propri fedeli affinché l'uso di questi strumenti giovi alla loro salvezza? Quante parole si spendono per costruire una sensibilità cristiana all'uso dei social? O quanta prevenzione si fa rispetto ai pericoli in essi insiti per ogni membro della comunità parrocchiale* (es. adolescenti, giovani, adulti)?

Anche il Codice di diritto canonico del 1983, can. 822 §2, dichiara che «gli stessi pastori curino d'insegnare ai fedeli che sono tenuti a cooperare perché l'uso degli strumenti di comunicazione sociale sia vivificato da spirito cristiano». Anche a partire da questo obbligo occorre chie-

<sup>30</sup> Cf. BENEDETTO XVI, messaggio *Il sacerdote e la pastorale nel mondo digitale: i nuovi media al servizio della Parola*, 16 maggio 2010: AAS 102(2010), 114-117.

<sup>31</sup> *Ivi*, 115.

<sup>32</sup> *Ivi*, 116.

dersi: si conoscono le dinamiche soggiacenti al mondo della comunicazione sociale? E se non si conoscono in che modo si può pensare di vivificarle di spirito cristiano? E come si potrebbe addirittura insegnare questo ai fedeli? In che cosa ad essi si può chiedere di collaborare?

Alla luce delle sfide e dei doveri qui appena accennati, è opportuno pertanto promuovere una sinergia sempre maggiore tra il seminario, quale luogo formativo dei futuri sacerdoti, i singoli sacerdoti, l'Ufficio delle comunicazioni sociali diocesano e nazionale. Non bisogna dimenticare che la missione della Chiesa, anche al tempo dei social, è unica per tutti e richiede la comunione e la cooperazione di tutti i soggetti in essa coinvolti.

#### 4. Essere laici al tempo dei social

Un ulteriore aspetto da esaminare circa la missione della Chiesa al tempo dei social riguarda i fedeli laici, ovvero tutti coloro che, non essendo né religiosi né chierici, in virtù del battesimo ricevuto hanno il compito di partecipare alla missione di tutta la Chiesa all'interno delle realtà temporali.<sup>33</sup> Vivendo nel secolo, essi non solo sono pienamente inseriti nelle dinamiche sociali, ma sono specificatamente chiamati a ordinarle al Regno di Dio. Con la propria testimonianza di vita, nella loro professione e con il proprio impegno, hanno come proprio compito quello di rendere la Chiesa presente nel mondo, illuminare di spirito cristiano le dinamiche del contesto sociale.

Tra queste dinamiche rientrano a pieno titolo le dinamiche comunicative che caratterizzano gran parte delle interazioni quotidiane. Anche se queste dinamiche non possono ridursi esclusivamente all'uso dei social, in quanto ogni atto umano di per sé è un atto comunicativo, tuttavia in questa sede si presentano alcune considerazioni circoscritte all'uso dei social.<sup>34</sup>

---

<sup>33</sup> CONCILIO VATICANO II, costituzione dogmatica *Lumen gentium*, 21 novembre 1964, n. 31: EV 1/362.

<sup>34</sup> Si propongono alcune domande da cui partire per sviluppare un'indagine pastorale sull'uso dei social da parte del laicato sia privatamente che come operatori dell'azione pastorale ecclesiale. 1) Si possiede un profilo social personale? Quali genere di contenuti si pubblicano? 2) Si condividono anche contenuti religiosi sul profilo social personale? Di che tipo? 3) Si ha la possibilità di cooperare all'azione pastorale della propria comunità attraverso i social? In che modo? 4) È stata mai proposta qualche attività formativa, o incontro culturale sulle dinamiche presenti nei social, sul loro uso da parte dell'Ufficio comunicazioni diocesano o in altra sede? 5) Dal proprio punto di vista, esiste uno stile cristiano che contraddistingue la presenza nei social? In quali atteggiamenti o prassi consiste?

A più riprese, in occasione dei messaggi per la GMCS, gli ultimi pontefici hanno presentato non solo alcuni aspetti della comunicazione odierna, ma hanno delineato una vera e propria «teologia della comunicazione», ovvero hanno offerto un metodo con il quale leggere evangelicamente questi aspetti e conseguentemente hanno evidenziato lo stile che dovrebbe caratterizzare un cristiano. Chi riduce i messaggi delle GMCS alla stregua di isolati e generici approfondimenti tematici, rischia di non cogliere la ricchezza teologica e pastorale in essi contenuta che, mattone dopo mattone, sta pian piano edificando un sempre più ampio e aggiornato bagaglio pratico e dottrinale della Chiesa sul fenomeno umano della comunicazione. Il fedele laico pertanto non potrebbe prescindere nell'uso dei social sia dal riferimento alle prassi indicate dai numerosi documenti ecclesiali relativi alla comunicazione,<sup>35</sup> sia dalle indicazioni offerte dagli annuali messaggi. La conoscenza di tali riferimenti è vincolante sia in ambito personale, quanto, e a maggior ragione, in ambito istituzionale, soprattutto nei casi in cui ai fedeli laici è richiesto di ricoprire dei ruoli di rappresentatività e di responsabilità all'interno della Chiesa.

Accanto a questa prima considerazione di tipo dottrinale-formativo, occorre poi considerarne un secondo aspetto più pratico. Come disciplina il Codice di diritto canonico vigente, ai laici è fatto obbligo sia di impegnarsi affinché il messaggio cristiano si diffonda nel mondo (della comunicazione),<sup>36</sup> sia di cooperare con i propri pastori affinché l'uso degli strumenti di comunicazione sociale sia vivificato da spirito cristiano.<sup>37</sup> Per attuare queste due finalità è importante che la Chiesa instauri relazioni di collaborazione e di coinvolgimento di coloro che operano professionalmente nel mondo della comunicazione per generare sempre più alleanze feconde tra gli aspetti tecnici e il contenuto del messaggio da trasmettere, come richiama il direttorio.<sup>38</sup>

Ma oltre al contributo dei laici professionisti della comunicazione, può essere fatto molto di più e da tutti. I social per la loro intrinseca natura tendono ad essere non solo propagatori di notizie, ma spazi di incontro, luoghi di aggregazione, come emerge dall'ultimo rapporto Censis.<sup>39</sup> Il laico non può solo limitarsi a usarli come canali per ampli-

---

<sup>35</sup> Si rimanda in particolare ai documenti pubblicati del Pontificio consiglio delle comunicazioni sociali.

<sup>36</sup> Cf. *CIC*, can. 225.

<sup>37</sup> Cf. *CIC*, can. 822 §2.

<sup>38</sup> *CM* 88, 69.

<sup>39</sup> Si rimanda al 54° Rapporto Censis sulla situazione sociale del paese 2020, in particolare al capitolo «Comunicazione e media» in cui si offre una panoramica sui motivi di utilizzo dei social da parte degli italiani. L'opinione che siano utili e indispensa-

ficare il messaggio cristiano, ma deve impegnarsi per renderli ambienti in cui tessere relazioni di comunione e fonti di progettualità. Non è raro infatti, attraverso di essi, poter entrare in contatto con altre persone che condividono gli stessi interessi e collaborare con queste alla creazione di *community* che superano i confini diocesani o nazionali. Più che mai è possibile creare nuove relazioni, entrare in contatto con buone prassi pastorali e condividerle. Non da ultimo sempre più laici si mettono in gioco per testimoniare in questi ambienti la loro vocazione sponsale,<sup>40</sup> le proprie scelte di fede in età giovanile, generando, attraverso interessanti e innovative proposte pastorali, nuove forme di interazione e di annuncio.

In sintesi, l'uso dei social dovrebbe essere sempre più un ausilio per: creare vincoli di comunione di più ampio respiro; venire a conoscenza di altre forme di testimonianza; entrare in contatto con altre esperienze ecclesiali, senza perdere di vista le relazioni più prossime presenti all'interno della comunità. Sollecitazioni ancora lontane dalla realtà o già in atto?

## Conclusioni

La natura missionaria della Chiesa impegna la sua azione pastorale di annuncio ed evangelizzazione all'interno dell'attuale contesto comunicativo e richiede una conversione che tenga conto delle nuove forme e delle dinamiche proprie del tempo della comunicazione digitale.

L'esperienza del lockdown in particolare ha posto in luce nuove opportunità di interazione sociale che tuttavia, prima che adeguate competenze tecniche e idonee infrastrutture, richiedono un'adeguata *forma mentis* per essere integrate. È necessario abbandonare in fretta l'opposizione tra *reale* e *virtuale* e riconsiderare le dinamiche relazionali all'interno di nuovi paradigmi come *l'onlife* e la *socialitude*.

L'intera comunità cristiana, in quanto soggetto dell'azione pastorale ecclesiale, è coinvolta in questa sfida che riconosce particolarmente nei social degli ambienti capaci di estendere la mappa delle relazioni sociali, del rapporto con il popolo di Dio e della presenza istituzionale.

---

bili (53,5%) è leggermente superiore a quella che siano inutili e dannosi (46,5%). Tra i motivi principali di utilizzo emerge la possibilità di poter rimanere in contatto con le persone in maniera più veloce ed efficace (40,6%), seguita dall'opinione che siano utili perché fanno compagnia (28,8%), di poco superiore all'opinione che forniscono molte informazioni e punti di vista diversi dalle fonti ufficiali (24%). In misura minore gli italiani considerano i social utili per il lavoro (18%) e opportunità per coltivare i propri interessi (17,7%).

<sup>40</sup> Cf. A. DE ROSA – R. REIS – P. ANTONICELLI, *#influencer dell'amore. Testimonianze e riflessioni di tre coppie 2.0*, San Paolo, Cinisello Balsamo 2020.

Tuttavia per garantire una presenza fruttuosa e qualificata è quanto mai opportuno che presbiteri, laici e religiosi siano preparati. Molte sono le indicazioni e i doveri che già il concilio Vaticano II e il magistero successivo hanno avanzato per affrontare questa nuova tappa della missione pastorale della Chiesa. Una missione che richiede un continuo approfondimento teologico della comunicazione in quanto fenomeno umano, compito che è proprio della teologia della comunicazione e di cui si auspica una progressiva autonomia e sistematizzazione scientifica.



*L'arrivo improvviso della pandemia provocata dal Covid-19 ha provocato un cambiamento degli stili di vita e delle dinamiche sociali. Il lockdown, quale misura di contenimento del contagio, ha fatto emergere sia quanto i social media rappresentino un grande strumento di supporto per le relazioni sociali, sia una generale impreparazione delle istituzioni al loro utilizzo. Ne consegue quanto l'uso dei social costituisca una sfida anche per la Chiesa e la impegni in una conversione pastorale e missionaria per l'evangelizzazione del mondo attuale, come più volte ha ribadito papa Francesco. Occorre pertanto riflettere sul contributo che i social possono apportare all'azione pastorale della comunità cristiana e, in particolare, sul modo in cui presbiteri e laici possano farne un uso fecondo.*



*The sudden arrival of the pandemic, caused by Covid-19, has changed lifestyles and social dynamics. The lockdown, as a measure of containment of the virus, has revealed both how social media represents a great instrument to support social relations, as well as the general unpreparedness of institutions to use them. It follows that the use of social media is also a challenge for the Church and requires her to a pastoral and missionary conversion for the evangelization of the current world, as Pope Francis has repeatedly reiterated. It is therefore necessary to reflect on the contribution that the social networks can make in the pastoral action of the Christian community and, in particular, on the way in which priests and laity can make fruitful use of them.*

CHIESA – CONVERSIONE PASTORALE – COMUNICAZIONE –  
COVID-19/PANDEMIA – SOCIAL NETWORK