*Roma - Domus Pacis - 12 dicembre 2014*

***“Comunicazione e Missione”: a dieci anni dal***

***Direttorio sulle comunicazioni sociali nella missione della Chiesa***

A cura di S. E. Mons. Claudio Giuliodori

*Assistente Ecclesiastico Generale UCSC*

*Presidente della Commissione Episcopale*

*per la Cultura e le Comunicazioni Sociali*

***1. Un documento inserito nel cammino della Chiesa italiana***

In ogni circostanza e in ogni tempo la Chiesa non può venir meno alla sua  
fondamentale missione: comunicare il Vangelo in tutte le forme possibili e con tutti gli strumenti. In questa ottica, la Chiesa italiana, a partire dal Concilio Vaticano II e soprattutto negli ultimi decenni, ha posto una rinnovata attenzione al ruolo che la comunicazione sociale gioca nella cultura, nella vita del Paese e nella sua missione. Il mondo dei media è divenuto l’ambiente in cui l'uomo di oggi vive e si esprime. È il “*nuovo areopago*” dove si condividono pubblicamente i pensieri e si scambiano le idee, ma anche il nuovo “*spazio esistenziale”* dove si realizzano le diverse dimensioni della vita dal lavoro alla politica alle relazioni sociali, affettive e familiari.

Da questo punto di vista il documento approvato dai Vescovi nell'assemblea del  
maggio 2004 *“Comunicazione e Missione. Direttorio sulle comunicazioni sociali nella  
missione della Chiesa”* è un punto d'arrivo e un punto di partenza. Il documento,  
ha avuto una gestazione lunga e articolata. Riprende le numerose indicazioni emerse progressivamente negli ultimi anni: dal Convegno Ecclesiale di Palermo del 1995 alla 42a Assemblea Generale di Collevalenza del novembre 1996 fino agli orientamenti pastorali per il decennio 2001-2010 *“Comunicare il Vangelo in un mondo che cambia”.* Rappresenta in particolare una concreta e specifica attuazione di quanto auspicato negli Orientamenti per il passato decennio, dove si richiamava e si ribadiva l’importanza di innestare la comunicazione sociale nell’azione missionaria della Chiesa, facendone uno dei pilastri della pastorale ordinaria.

Con il Direttorio perciò - così come indicato nella presentazione - si vuole proporre alla comunità ecclesiale italiana “un quadro strutturato dei contenuti e delle prospettive da cui partire per realizzare una pastorale che consideri le comunicazioni sociali non come un suo settore, ma come una sua dimensione essenziale. L'attuazione di una pastorale organica e integrata, che assuma pienamente le opportunità e le prospettive della comunicazione sociale, esige un forte impegno educativo e una coerente azione pastorale supportata da competenze e da strumenti adeguati”[[1]](#footnote-1).

Il documento, proprio per la sua tipologia e per la sua finalità, è indirizzato a tutta la comunità ecclesiale affinché assuma progressivamente questa nuova prospettiva pastorale. Si rivolge poi, in particolare, agli uffici diocesani per le comunicazioni sociali, ai media ecclesiali, agli organismi del settore, a professionisti cattolici che operano sia in ambito ecclesiale che nelle strutture pubbliche e private. Si vuole anche favorire una maggiore collaborazione sinergica tra i media ecclesiali sia in ambito locale che nel contesto nazionale con l’obiettivo di far crescere una forte interazione tra i diversi livelli. Una particolare attenzione viene riservata ai processi formativi e ai diversi soggetti che possono contribuire ad una vasta e incisiva opera educativa.

***2. Un rinnovato e crescente impegno a partire dal Convegno di Palermo (1995)***

La Chiesa italiana ha vissuto in occasione del Convegno Ecclesiale di Palermo (1995) un momento di grande intensità spirituale, ecclesiale e culturale. È stata scossa dalle parole forti e incisive di San Giovanni Paolo II che l'ha invitata a dare nuovo slancio al suo impegno missionario: “In Italia infatti la Chiesa, per grazia di Dio, continua ad essere viva - questo Convegno ne è un segno - e sta prendendo più chiara coscienza che il nostro *non è il tempo della semplice conservazione dell'esistente, ma della missione.* È il tempo di proporre di nuovo, e prima di tutto, Gesù Cristo, il centro del Vangelo”[[2]](#footnote-2).

In questo modo il Papa confermava la Chiesa italiana nel cammino intrapreso agli inizi degli anni Novanta, quando l'impegno nella nuova e soprattutto nella “prima evangelizzazione” era stato assunto come obiettivo strategico del cammino decennale. Negli orientamenti pastorali per gli anni novanta, *Evangelizzazione e testimonianza della carità,* si affermava: “Di fronte a questa realtà complessa appare anzitutto urgente promuovere una *pastorale di prima evangelizzazione* che abbia al suo centro l'annuncio di Gesù Cristo morto e risorto, salvezza di Dio per ogni uomo, rivolto agli indifferenti o non credenti”[[3]](#footnote-3).

Non è un caso che a Palermo il primo ambito di riflessione sia stato riservato al tema della cultura e della comunicazione. Nella sintesi di questo ambito si affermava: “Cultura e comunicazione sociale costituiscono un *areopago* di importanza cruciale ai fini dell'inculturazione della fede cristiana. L'una e l'altra risultano intrecciate e interagenti, specie nell'età presente, informativa e multimediale... Una autentica conversione della pastorale si realizza anche attraverso una sintesi dinamica fra Magistero, teologia e catechesi, e attraverso raccordi e percorsi integrati tra la pastorale della cultura e della comunicazione e ogni altra forma e ambito di pastorale ordinaria”[[4]](#footnote-4).

L’afflato missionario, che ha contrassegnato gli anni Novanta e che è stato autorevolmente rilanciato a Palermo, trovava quindi una sua peculiare espressione nella prospettiva della “*conversione pastorale”.* Nella nota pastorale dopo Palermo si sottolinea l'importanza di dare concretezza e attuazione a questa espressione perché non resti solo uno slogan: “Oggi in Italia l'evangelizzazione richiede una *conversione pastorale (...).* Non ci si può limitare alle celebrazioni rituali e devozionali e all'ordinaria amministrazione: bisogna passare a una pastorale di missione permanente (...) È venuta meno un'adesione alla fede cristiana basata principalmente sulla tradizione e il consenso sociale (...) Per tendere a questo obiettivo, dovrà andare oltre i luoghi e i tempi dedicati al *sacro* e raggiungere i luoghi e i tempi della vita ordinaria: famiglia, scuola, comunicazione sociale, economia e lavoro, arte e spettacolo, sport e turismo, salute e malattia, emarginazione sociale”[[5]](#footnote-5).

In questo quadro generale i Vescovi italiani formulavano anche dei precisi obiettivi pastorali da perseguire nell'ambito della comunicazione sociale. Obiettivi di cui tutta la Chiesa italiana era chiamata a farsi carico: “Consapevoli del ruolo sempre più decisivo che assumono i media, intendiamo promuovere in ogni diocesi una pastorale organica della comunicazione sociale, con ufficio diocesano adeguato e animatori ben preparati, per curare la formazione dei sacerdoti, dei comunicatori e degli utenti. Ci impegniamo a far sì che i media cattolici attivino sollecitamente tra loro una rete di sinergie redazionali, gestionali, diffusionali, a livello locale e nazionale, per elevare la qualità e abbassare i costi. Chiediamo ai sacerdoti e agli operatori pastorali di sostenere e di utilizzare più largamente, nella loro formazione e nel loro servizio, i media cattolici”[[6]](#footnote-6).

***3. Un particolare impegno nel campo della cultura e della comunicazione sociale***

La *conversione pastorale* era alla base anche di quella *svolta culturale* che, nella vita della Chiesa in Italia, aveva l'obiettivo di riannodare il legame tra la fede e la vita. La separazione tra fede e vita, infatti, è uno dei nodi più critici con cui deve misurarsi l’impegno per la nuova evangelizzazione. Il rapporto tra fede e vita è anche il nucleo sorgivo di una cultura cristianamente ispirata. Sempre a Palermo il Papa evidenziava i rischi della frantumazione culturale e della progressiva marginalizzazione della fede come fattore generatore di cultura: “la cultura è un terreno privilegiato nel quale la fede si incontra con l'uomo. Perciò mi compiaccio per la scelta compiuta dalla Conferenza Episcopale Italiana di dedicare attenzione prioritaria ai rapporti tra fede e cultura, attraverso la messa in opera di un progetto o prospettiva culturale orientato in senso cristiano”[[7]](#footnote-7).

Il progetto culturale non costituiva un’alternativa alla presenza sociale e politica dei cattolici né un surrogato della scarsa incidenza della pastorale sulla mentalità e sulla società odierna. Nasceva piuttosto come espressione di una più profonda consapevolezza che la fede non è autentica e che la missione della Chiesa non è efficace se non assumono uno spessore e una valenza culturale nel senso più ampio e più pregnante del termine. Il rinnovato impegno sul versante delle comunicazioni sociali si è sviluppato come parte integrante del progetto culturale dando vita ad un binomio inscindibile che ha portato alla costituzione della *Fondazione Comunicazione e Cultura* per il sostegno alle iniziative della C.E.I. nel campo dei media e ha trovato poi autorevole conferma nel 2000 nell’ambito della riforma delle Commissioni della C.E.I., con la costituzione della nuova Commissione Episcopale denominata appunto “*per la Cultura e le Comunicazioni Sociali*”*.*

È apparso subito essenziale per l'attuazione del *progetto culturale* e per la *conversione pastorale* il ruolo dei mezzi della comunicazione sociale. La cultura da sempre è fonte di comunicazione, ma oggi la stessa comunicazione è diventata paradigma culturale. Ci troviamo di fronte ad una vera rivoluzione che va a modificare i linguaggi, gli stili di vita, i comportamenti, le relazioni interpersonali e i processi sociali. La presenza del Dio fatto uomo, vivente nella sua Chiesa, ci spinge ad annunciare il Vangelo a tutti gli uomini e in tutte le situazioni. Annunciando il Vangelo la Chiesa fa cultura nella duplice prospettiva dell'evangelizzazione della cultura e della inculturazione della fede[[8]](#footnote-8). Il legame tra cultura e comunicazione esige dalla comunità ecclesiale una continua e rinnovata capacità di discernimento teologico e pastorale[[9]](#footnote-9). Nello stesso tempo deve ispirare nuovi percorsi pastorali, in grado di porre la Chiesa come luce delle genti e vera via di salvezza per un’umanità spesso disorientata e smarrita. All’inizio del terzo millennio la Chiesa è chiamata a riprendere con coraggio un ruolo da protagonista nella vita sociale e culturale del Paese superando, paure, sensi di inferiorità e fughe in forme di religiosità consolatoria.

***4. Nel solco degli orientamenti pastorali e del Convegno “Parabole mediatiche”***

Alla luce di questa prospettiva, delineata dal Convegno di Palermo, la Chiesa Italiana ha sviluppato una progettualità che ha trovato il suo quadro unitario di riferimento negli Orientamenti pastorali per primo decennio del Duemila: *“Comunicare il Vangelo in un mondo che cambia”[[10]](#footnote-10)*. In questo orizzonte sono state promosse diverse iniziative sia per quanto concerne gli strumenti sia sul versante della formazione, della progettazione pastorale e del coordinamento dei media.

Merita di essere segnalato quale momento di svolta il Convegno nazionale *“Parabole mediatiche: fare cultura nel tempo della comunicazione”,* promosso dalla Commissione episcopale per la cultura e le comunicazioni sociali in collaborazione con l'Ufficio nazionale per le comunicazioni sociali e il Servizio nazionale per il progetto culturale. Al Convegno, tenutosi a Roma nel novembre del 2002, hanno partecipato, al di là di ogni aspettativa, *1.200 responsabili di media e centri culturali,* mentre alla sezione conclusiva tenutasi in Aula Paolo VI in Vaticano, e culminata con l'udienza del Santo Padre Giovanni Paolo II, hanno preso parte oltre *9.000 animatori della comunicazione e della cultura.*

Risuonano ancora in tutti coloro che hanno preso parte all'evento, e costituiscono un chiaro indirizzo programmatico, le parole rivolte dal Santo Padre: “In questo campo servono operai che, con il genio della fede, sappiano farsi interpreti delle odierne istanze culturali, impegnandosi a vivere questa epoca della comunicazione non come tempo di alienazione e di smarrimento, ma come tempo prezioso per la ricerca della verità e per lo sviluppo della comunione tra le persone e i popoli”. Con questo Convegno si è confermava, in modo ancor più chiaro e visibile, l'importanza delle comunicazioni sociali nel cammino della Chiesa italiana, alla luce degli stessi orientamenti pastorali per il decennio e nel solco delle iniziative che hanno fatto seguito al Convegno ecclesiale di Palermo[[11]](#footnote-11).

Il Convegno ha segnato una svolta che passava anche per una sostanziale ridefinizione delle coordinate pastorali e per una decisa mobilitazione di tutta la comunità ecclesiale, chiamata a coniugare la sua missione con la valenza comunicativa e culturale della fede. Il valore aggiunto emerso dal Convegno risiede nella partecipazione corale e nel coinvolgimento del tessuto reale della Chiesa italiana. Appariva chiaro che fare cultura non solo d’élite ma popolare, con una comunicazione seria, puntuale, coraggiosa, illuminata dalla verità della fede e ancorata all'insegnamento del Magistero, non solo è possibile ma costituisce l'unica strada percorribile per non essere fagocitati nella melassa mielosa di una comunicazione sempre più superficiale e svilita.

Una significativa sperimentazione di questa nuova prospettiva pastorale e culturale era stata avviata con le *sale della comunità.* Il Consiglio Permanente della C.E.I. nel 1999 approvava una nota pastorale della Commissione ecclesiale per le comunicazioni sociali su *“La sala della comunità: un servizio pastorale e culturale”.* La sala della comunità veniva definita “luogo della riflessione e dell'accoglienza, dell'incontro e dell’approfondimento. È spazio per sviluppare in modo creativo l'intelligenza credente, per leggere la storia a partire dallo sguardo di uomini e donne illuminati dalla fede in Gesù Cristo”[[12]](#footnote-12). Grazie allo sviluppo tecnologico “oltre ai tradizionali media del cinema e del teatro, la sala della comunità oggi è anche occasione per creare percorsi educativi con la televisione, la musica e le nuove tecnologie”[[13]](#footnote-13). Quello della sala della comunità è certamente un terreno privilegiato per continuare a sviluppare sperimentazioni e per dare un taglio creativo, anche dal punto di vista imprenditoriale, all'impegno dei credenti nella comunicazione e nella cultura.

In questo percorso è stato fondamentale l’apporto delle varie associazioni, secondo la loro struttura organizzativa e in base alle loro finalità statutarie. Tra queste si possono segnalare la ***Fisc*** (Federazione Italiana dei Settimanali cattolici); il ***Corallo*** (Associazione che coordina le emittenti radiofoniche e televisive locali di area cattolica); l’***Aiart*** (Associazione dei radiotelespettatori); l’***Ucsi*** (Unione Cattolica della Stampa Italiana); il ***Coopercom*** (Coordinamento per la comunicazione delle varie associazioni cattoliche); l’***Acec*** (Associazione Cattolica degli Esercenti Cinema che cura anche le sale della comunità); l’***Uelci*** (Unione degli editori e dei librai cattolici Italiani), ***WeCa***, l'Associazione dei Webmaster Cattolici Italiani; la Fondazione ***Ente dello Spettacolo***.

Il Direttorio ha prestato particolare attenzione alla qualità della comunicazione e al ruolo che gli operatori dei media possono svolgere nelle varie testate come era stato espressamente segnalato dagli orientamenti pastorali per il decennio: “La possibilità di comunicare in modo nuovo e diffuso è *un bene di tutta l'umanità* e come tale va promosso e tutelato. Quanto più potenti sono i mezzi di comunicazione tanto più deve essere forte la coscienza etica di chi in essi opera e di chi ne fruisce (...) Qui si colloca anche l'impegno di promuovere il ruolo e la formazione di tutti i comunicatori, ovunque essi operino”[[14]](#footnote-14).

***5. Principali prospettive pastorali***

Nel documento, oltre ad una proposta complessiva e sistematica di impegno pastorale nel campo della comunicazioni sociali, vi sono *elementi innovativi:* come il discernimento della situazione attuale (cap. I); l'approfondimento teologico (cap. II); la proposta di investire sulla nuova figura dell'animatore della comunicazione e della cultura (cap. VI); *organizzativi:* come quelli che riguardano la parrocchia (nn. 106-115); la diocesi (nn. 102-104; 190-199); l'ambito regionale (nn. 200-201); *normativi:* come quelli concernenti l'intervento di ecclesiastici sui vari media (nn. 150-151). Il documento è corredato infine da un ampio *indice delle fonti* e da un dettagliato *indice analitico,* al fine di offrire strumenti per renderne più agile ed efficace l'utilizzo. Per la prima volta un documento della C.E.I. viene pubblicato con un articolato supporto multimediale.

Nel *Direttorio* si indicano cose da fare ma soprattutto si delinea un cambiamento di mentalità e di attitudine nel modo di sentire e vivere la missione della Chiesa nell'attuale contesto determinato dalla cultura mediale.

1. **L’orizzonte teologico e antropologico.** Novità di rilievo del documento “*Comunicazione e missione*” è certamente la fondazione teologica, frutto di un’ampia e condivisa riflessione[[15]](#footnote-15), che ha ispirato e orientato le prospettive pastorali. Obiettivo fondamentale è far crescere la consapevolezza che la Chiesa esiste per la “*comunicazione”* della fedesia nei termini di un’accoglienza piena della comunicazione che viene da Dio attraverso la Rivelazione e la Tradizione sia nell'ottica del compito di annuncio sempre nuovo e attuale del Vangelo di Gesù Cristo nel mondo odierno. Ciò che siamo chiamati a fare scaturisce da una rinnovata comprensione dei fondamenti teologici della comunicazione della fede (*cf* CM nn. 26-46).

2. **Discernere e interagire con la cultura contemporanea.** Nella prima parte il Direttorio offre criteri e chiavi di lettura per capire e intercettare la nuova cultura dei media (*cf* CM nn. 1-25). Aiuta a prendere coscienza del ruolo dei media nella nostra società; a far maturare competenze; ad esprimere giudizi critici e riflessioni equilibrate, ma soprattutto aiuta a sviluppare prospettive coraggiose nell’ambito della pastorale delle comunicazioni (*cf* CM nn. 47-92). Inoltre punta a far crescere la coscienza etica e il senso di responsabilità per tutelare le persone e i soggetti più deboli e per promuovere la comunicazione sociale intesa come bene comune. Guardare ai mass media con gli occhi della fede significa vederne i limiti e le potenzialità, ma anche e soprattutto aprire un confronto e un dialogo con la cultura mediale del nostro tempo.

3. **La formazione degli operatori pastorali e la creazione di nuove competenze.** Nell'ottica di una pastorale integrata occorre prevedere un percorso articolato e diffuso di *educazione alla comunicazione,* propositiva e critica nei confronti dei media e nello stesso tempo attenta all'evoluzione dei suoi linguaggi. Del resto “i media costituiscono una sorta di scuola parallela spesso ben più persuasiva e seducente. Alla scuola, ancora una volta, spetta fornire agli studenti gli strumenti critici che ne facciano utenti liberi e responsabili. È un'alfabetizzazione, un leggere e scrivere di genere più raffinato ma non meno fondamentale" (*cf* CM nn. 75-86). Occorre pertanto formare e dare sempre più rilievo alla nuova figura *dell'animatore della comunicazione e della cultura* al cui profilo è dedicato un intero capitolo (cf CM nn. 121-142).

4. **Avviare un progetto pastorale integrato.** Si tratta di innestare in tutta l'azione pastorale, catechesi, liturgia, carità etc... un’attenzione sistematica alla dimensione comunicativa per intercettare i linguaggi dell'attuale cultura mediatica,senza perdere la specificità dei codici comunicativi religiosi. È necessario pertanto sviluppare un’attitudine culturale in grado di imprimere un forte rinnovamento anche all'azione missionaria della parrocchia. Un tale impegno va inquadrato in un *progetto pastorale organico* che, attraverso organismi e strutture adeguate deve vedere ben integrato il comparto dei media nella missione della Chiesa sia a livello locale sia a livello nazionale (*cf* CM nn. 93-120).

5. **Accrescere il raccordo e le sinergie tra media locali e nazionali** (*cf* Circuito delle radio *InBlu, Sir* e settimanali diocesani, *Avvenire* e le sue pagine diocesane, *Tv2000* e le tv locali, la stampa periodica cattolica, le editrici e le librerie, siti web nazionali e locali...) quale “segno profetico” del modo di essere e di comunicare della Chiesa. Gli operatori dei media hanno inoltre il compito di far emergere la natura della Chiesa nel suo essere realtà universale e nello stesso tempo pienamente e totalmente radicata nel territorio. Il cammino in questa direzione è stato avviato, ma c’è ancora molto da fare.

***Conclusioni***

Non possiamo ripensare al cammino intrapreso negli ultimi due decenni sul versante delle comunicazioni sociali senza proiettare lo sguardo verso il Convegno di Firenze, riconoscendo anche come tutto concorra in modo progressivo alla crescita e alla maturazione nella Chiesa italiana dell’impegno per un *nuovo umanesimo* sulla scia degli orientamenti pastorali *“Educare alla vita buona del Vangelo”*. In questo percorso anche grazie al Direttorio siamo sempre più consapevoli che i media *- come afferma Benedetto XVI nella Caritas in veritate -* “possono divenire *occasione di umanizzazione* non solo quando, grazie allo sviluppo tecnologico, offrono maggiori possibilità di comunicazione e di informazione, ma soprattutto quando sono organizzati e orientati alla luce di un'immagine della persona e del bene comune che ne rispecchi le valenze universali”[[16]](#footnote-16).

È quindi quanto mai necessario che la comunità ecclesiale abiti coraggiosamente, e con la dovuta saggezza e prudenza, il nuovo mondo plasmato dai media. È un nuovo terreno di evangelizzazione e di testimonianza cristiana. Secondo il mandato di Gesù, e come ci ricorda spesso papa Francesco, occorre farsi prossimi e solidali con ogni uomo là dove vive e nel modo con cui si esprime[[17]](#footnote-17). Nella rete e nel nuovo habitat digitale non ci troviamo necessariamente di fronte ad un umanesimo arido e chiuso ai valori spirituali e religiosi. È un ambiente dove le persone sono in ricerca e manifestano le loro difficoltà e le loro speranze, dove emerge soprattutto la domanda antica e sempre nuova di amore. Applicate alle relazioni che si sviluppano nell’ambito dei media sono illuminanti le parole di Papa Francesco: “Pertanto, quando viviamo la mistica di avvicinarci agli altri con l’intento di cercare il loro bene, allarghiamo la nostra interiorità per ricevere i più bei regali del Signore. Ogni volta che ci incontriamo con un essere umano nell’amore, ci mettiamo nella condizione di scoprire qualcosa di nuovo riguardo a Dio”[[18]](#footnote-18).

Oggi quindi - *come già rilevava il Direttorio* - la sfida più grande non è quella di usare linguaggi e strumenti di questo nuovo ambiente nelle attività pastorali, bensì quella di essere presenti nella vita della società digitale, all’interno dei processi di umanizzazione che emergono dal dilatarsi di tale ambiente per innestare, o meglio “incarnare”, in esso la visione evangelica dell’uomo e del suo destino. Come ricorda ancora Benedetto XVI, dobbiamo essere capaci di “produrre un nuovo pensiero e di esprimere nuove energie *a servizio di un vero umanesimo integrale*. […]Solo un umanesimo aperto all'Assoluto può guidarci nella promozione e realizzazione di forme di vita sociale e civile - nell'ambito delle strutture, delle istituzioni, della cultura, dell'*ethos* - salvaguardandoci dal rischio di cadere prigionieri delle mode del momento”[[19]](#footnote-19).

È questa la grande sfida che ci apprestiamo ad affrontare con il Convegno di Firenze consapevoli che - *come si legge nella Traccia* -: “La ricerca di una relazione autentica attraversa, come un filo rosso, le contraddizioni del presente: la si coglie nella comunicazione permanente e globale della rete, nella frenesia della condivisione immediata degli eventi e nel diffondersi contagioso delle emozioni; prende anche corpo in tante esperienze d’impegno per altri e con altri, capaci di testimoniare il valore e la dignità dell’umano”[[20]](#footnote-20).

Dobbiamo essere veramente grati al Signore per il cammino fatto e a tutti coloro che nella Chiesa italiana in questi anni si sono spesi per fare della comunicazione sociale un volano di crescita nella comunione e nella missione. Quanto seminato con abbondanza ha fatto già intravedere le sue primizie e certamente non mancherà, con l’impegno di tutti, di portare frutti ancora più abbondanti.

1. Conferenza Episcopale Italiana, *Comunicazione e Missione. Direttorio sulle comunicazioni scoiali nella missione della Chiesa*, (18 giugno 2004). Per una presentazione si può vedere Giuliodori C., Direttorio sulle comunicazioni sociali, in D. E. Viganò (a cura di) *Dizionario della Comunicazione*, Carrocci ed., Roma 2009, pp. 888-898. [↑](#footnote-ref-1)
2. Giovanni Paolo II, Discorso al Convegno Ecclesiale di Palermo, n. 2, in CONFERENZA EPISCOPALE ITALIANA, *Il vangelo della Carità per una nuova società in Italia,* Atti del III Convegno Ecclesiale (Palermo, 20-24 novembre 1995), ed. AVE, Roma 1997, p. 56. [↑](#footnote-ref-2)
3. Conferenza Episcopale Italiana, Orientamenti pastorali per gli anni '90 *Evangelizzazione e testimonianza della carità,* (8 dicembre 1990), n. 31. [↑](#footnote-ref-3)
4. Cfr Conferenza Episcopale Italiana, *Il vangelo della Carità per una nuova società in Italia,* Atti…op. cit., pp. 531-535. [↑](#footnote-ref-4)
5. Conferenza Episcopale Italiana, Nota pastorale, *Con il dono della carità dentro la storia. La Chiesa in Italia dopo il Convegno di Palermo,* (26 maggio 1996) n. 23. [↑](#footnote-ref-5)
6. *Ibidem,* n. 29. [↑](#footnote-ref-6)
7. GIOVANNI PAOLO II, Discorso al Convegno Ecclesiale di Palermo, n. 3, in CONFERENZA EPISCOPALE ITALIANA, *Il vangelo della Carità per una nuova società in Italia,* op. cit., p. 56. [↑](#footnote-ref-7)
8. *Cf* Pontificio Consiglio per la Cultura, *Per una pastorale della cultura,* (23 maggio 1999) nn. 2-6. [↑](#footnote-ref-8)
9. *Cf* C. Giuliodori - G. Lorizio (edd.), *Teologia e comunicazione,* San Paolo, Milano 2001. [↑](#footnote-ref-9)
10. *Cf* Conferenza Episcopale Italiana, Orientamenti pastorali, *Comunicare il Vangelo in un mondo che cambia,* (29 giugno 2001). [↑](#footnote-ref-10)
11. *Cf Atti* del Convegno: Ufficio nazionale per le comunicazioni sociali – Servizio nazionale per il progetto culturale, *Parabole Medianiche. Fare cultura nel tempo della comunicazione,* EDB, Bologna 2003. [↑](#footnote-ref-11)
12. Commissione Ecclesiale per le Comunicazioni Sociali, Nota pastorale *La sala della comunità: un servizio pastorale e culturale,* (25 marzo 1999) n. 9. [↑](#footnote-ref-12)
13. *Ibidem,* n. 24. [↑](#footnote-ref-13)
14. *Cf* Conferenza Episcopale Italiana, Orientamenti pastorali, *Comunicare il Vangelo in un mondo che cambia,* (29 giugno 2001), n. 39. [↑](#footnote-ref-14)
15. *Cf* Giuliodori G. - Lorizio G. (edd.), *Teologia e comunicazione,* San Paolo, Milano 2001; Poli G. F. - Cardinali M., *La comunicazione in prospettiva teologica,* Elle Di Ci Leumann, Torino 1998; Staglianò A., *Vangelo e comunicazione*, EDB, Bologna 2002; Giuliodori C. voce *Comunicazione* in Aa.Vv., Dizionario di Ecclesiologia, Città Nuova, Roma 2010, pp. 261-268. [↑](#footnote-ref-15)
16. Benedetto XVI, Lettera Enciclica *Caritas in veritate,* (29 giugno 2009) n. 73. [↑](#footnote-ref-16)
17. Francesco, Esortazione apostolica, *Evangelii gaudium,* (24 novembre 2013) nn. 186-216. [↑](#footnote-ref-17)
18. *Ibidem,* n. 272. [↑](#footnote-ref-18)
19. Benedetto XVI, Lettera Enciclica *Caritas in veritate,* (29 giugno 2009) n. 78. [↑](#footnote-ref-19)
20. C.E.I., Comitato Preparatorio del 5° Convegno Ecclesiale Nazionale (Firenze, 9-13 novembre 2015), “*In Gesù Cristo il nuovo umanesimo*” - Una Traccia per il cammino, p. 27. [↑](#footnote-ref-20)