

Christian Stocchi

**TRA COMUNICAZIONE E GIORNALISMO DIGITALE: LE NUOVE  
FRONTIERE DELLA CEI (GERARCHIA, SOCIAL NETWORK E  
AVVENIRE)**

**ABSTRACT.** In linea con la sua vocazione ecumenica, la Chiesa cattolica ha recentemente virato con decisione verso l'utilizzo dei nuovi strumenti del giornalismo e della comunicazione digitale, nella consapevolezza che l'evangelizzazione è innanzitutto un racconto da adeguare (nelle forme e negli strumenti) ai tempi. Nello specifico, la Chiesa italiana si sta rapidamente allineando all'accelerazione impressa dagli ultimi due pontefici.

Perciò, soprattutto dopo l'apertura dell'account Twitter di Benedetto XVI, sia i maggiori esponenti della Conferenza episcopale italiana sia gli organi di informazione che di essa sono espressione hanno reinterpreted in modo originale le potenzialità offerte dal web e, in particolare, dai social network, inserendosi a pieno titolo sia ai vertici della piramide della blogosfera, sia nel tessuto policentrico della mediasfera. In particolare, hanno saputo coniugare l'approccio di internet, basato sull'orizzontalità della comunicazione, con gli elementi propri della missione evangelica.

Superando le iniziali perplessità, comprensibilmente dovute a una esplorazione delle potenzialità del mezzo, la Chiesa italiana ha da tempo cominciato una nuova era di evangelizzazione nel segno di internet e dei social media<sup>1</sup>. D'altra parte, per comprendere strategie generali e meccanismi comunicativi, occorre innanzitutto delineare un contesto che affonda le sue radici nella fine del

---

<sup>1</sup> Sul rapporto tra Chiesa (italiana, ma non solo) e tecnologia digitale, sono stati elaborati, in particolare dall'inizio del nuovo secolo, alcuni importanti documenti dalle gerarchie ecclesiastiche: cfr. A. Silvestri, *La Luce e la Rete. Comunicare la fede nel Web*, Effatà, Cantalupa, 2010, pp. 23 ss.; sul tema, nei suoi articolati aspetti, si sta sviluppando inoltre una nutrita saggistica, a cui si farà riferimento nell'ambito del presente articolo; si segnalano innanzitutto alcuni lavori di ordine generale, che si sono sviluppati a partire dal nuovo secolo: V. Comodo, G.F. Poli, *Cliccate e vi sarà @perto. Spunti per la missione della Chiesa in Internet*, Effatà, Cantalupa, 2002 (con bibliografia e ampia sitografia di riferimento per gli studi tra vecchio e nuovo secolo); P. Aroldi, B. Scifo (a cura di), *Internet e l'esperienza religiosa in rete*, Vita e Pensiero, Milano, 2002 (il testo raccoglie le riflessioni emerse nell'ambito del convegno di studi *Internet. Un nuovo forum per proclamare il Vangelo. Le opportunità della rete per incontrare l'uomo di oggi*, tenutosi a Milano dal 9 all'11 maggio 2002, centrato soprattutto sulle linee dettate dai documenti del Pontificio consiglio delle comunicazioni sociali: *La Chiesa e Internet ed Etica in Internet*); B. Fiorentini, G. Mendes Dos Santos, *A tempo di bit. Chiesa, arte e comunicazione virtuale*, Edizioni Paoline, Roma, 2003; A. Chirico, *Massmedia e dimensione informatica nella Chiesa: problematiche pastorali e giuridiche*, in G. Dammacco (a cura di), *Tutela giuridica del minore e uso consapevole di Internet*, Cacucci editore, Bari, 2008, pp. 126-134; P. V. Grienti, *Chiesa e web 2.0. Pericoli e opportunità in rete*, Effatà, Cantalupa, 2009; Id., *Chiesa e Internet. Messaggio evangelico e cultura digitale*, Accademia Universa Press, Truccazzano, 2010; per una riflessione più generale, che non dimentica la Chiesa cattolica, H.A. Campbell, *When Religion meets New Media*, Routledge, Abingdon, Oxon, 2010.

secolo scorso<sup>2</sup> e che appare strettamente correlato con la riflessione condotta dalla Santa Sede e, in particolare, dagli ultimi due pontefici.

Nel 1992, nell'ambito dell'Istruzione pastorale *Aetatis novae*<sup>3</sup>, il Pontificio consiglio delle comunicazioni sociali rilevava l'inizio di una nuova era, in cui, anche attraverso la tecnologia, si stava procedendo verso una compiuta globalizzazione. In quel contesto, in cui era difficile prevedere a quale meta avrebbero condotto le rapide evoluzioni in corso, si affermava il diritto all'informazione e alla comunicazione e la necessità dell'impegno nel favorire per tutti l'accesso ai media. Esattamente dieci anni dopo, nel 2002, quando la frontiera dell'informazione digitale era stata ormai del tutto attraversata, lo stesso Pontificio consiglio delle comunicazioni sociali, in un documento dedicato a Chiesa e internet<sup>4</sup>, prospettava un atteggiamento di cauta apertura puntualizzando che "Internet [...] contribuisce ad apportare cambiamenti rivoluzionari nel commercio, nell'educazione, nella politica, nel giornalismo, nel rapporto fra nazione e nazione e cultura e cultura, cambiamenti riguardanti non solo il modo in cui le persone comunicano, ma anche quello in cui interpretano la propria vita". Si ravvisa qui il segno di un progressivo e significativo percorso di apertura verso le nuove forme di comunicazione, sempre con un'attenzione prima etica che tecnico-operativa, se è vero che soltanto due anni prima, in occasione del Giubileo dei giornalisti<sup>5</sup>, si osservava: "I mezzi di comunicazione sociale devono

---

<sup>2</sup> Molti studiosi e osservatori considerano il Concilio Vaticano II un momento di svolta nell'attenzione della Chiesa ai mezzi di comunicazione e alle potenzialità che essi esprimono. Cfr., ad esempio, D.E. Viganò, *La Chiesa nel tempo dei media*, Edizioni OCD, Roma, 2008.

<sup>3</sup> Su cui, vd. C. Mereghetti, *Basta un clic*, Libreriauniversitaria.it edizioni, Padova, 2014, pp. 105 ss. Vd. inoltre L. Mazzei, *Chiesa e informazione. I mass media della Santa Sede*, L'Erma di Bretschneider, Roma, 1997, pp. 73 ss.

<sup>4</sup> Pontificio consiglio delle comunicazioni sociali, *La Chiesa e Internet. Etica in Internet*, EDB, Milano, 2002. Il testo è reperibile anche in rete: [http://www.vatican.va/roman\\_curia/pontifical\\_councils/pccs/documents/rc\\_pc\\_pccs\\_doc\\_20020228\\_church-internet\\_it.html](http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_church-internet_it.html)

<sup>5</sup> Cfr. Pontificio Consiglio delle Comunicazioni Sociali, *Etica nelle comunicazioni sociali* (4 giugno 2000), 20, Libreria Editrice Vaticana, Città del Vaticano, 2000; il testo è reperibile anche in rete: [http://www.vatican.va/roman\\_curia/pontifical\\_councils/pccs/documents/rc\\_pc\\_pccs\\_doc\\_20000530\\_ethics-communications\\_it.html](http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20000530_ethics-communications_it.html)

restare un «areopagus» (*Redemptoris missio*, n. 37)<sup>6</sup>, un foro per lo scambio di idee e di informazione, che riunisca gli individui e i gruppi, promuovendo la solidarietà e la pace”. E, ancora, specificamente si notava che “Internet, in particolare, desta una certa preoccupazione circa le ”conseguenze radicalmente nuove che ha: perdita del valore intrinseco degli strumenti di informazione, uniformità indifferenziata nei messaggi che vengono così ridotti a pura informazione, mancanza di retroazione responsabile e un certo scoraggiamento nei rapporti interpersonali”<sup>7</sup>.

Più recentemente, venendo agli *Orientamenti pastorali dell'Episcopato italiano per il decennio 2010-2020*, nel documento *Educare alla vita buona del Vangelo* si recepiscono gli esiti ultimi del processo che si ipotizzava dieci anni fa<sup>8</sup>:

La crescita vorticosa e la diffusione planetaria di questi mezzi, favorite dal rapido sviluppo delle tecnologie digitali, in molti casi acuiscono il divario tra le persone, i gruppi sociali e i popoli. Soprattutto, non cresce di pari passo la consapevolezza delle implicazioni sociali, etiche e culturali che accompagnano il diffondersi di questo nuovo contesto esistenziale. Agendo sul mondo vitale, i processi mediatici arrivano a dare forma alla realtà stessa. Essi intervengono in modo incisivo sull'esperienza delle persone e permettono un ampliamento delle potenzialità umane. Dall'influsso più o meno consapevole che esercitano, dipende in buona misura la percezione di noi stessi, degli

---

<sup>6</sup> Cfr. Giovanni Paolo II, *La missione del Redentore. Enciclica "Redemptoris Missio" di Giovanni Paolo II circa la validità del mandato missionario*, Elledici, Torino, 1991 (Id., *Redemptoris missio. Lettera enciclica circa la permanente validità del mandato missionario*, EDB, Milano, 1991). E si veda in rete [http://www.vatican.va/holy\\_father/john\\_paul\\_ii/encyclicals/documents/hf\\_jp-ii\\_enc\\_07121990\\_redemptoris-missio\\_it.html](http://www.vatican.va/holy_father/john_paul_ii/encyclicals/documents/hf_jp-ii_enc_07121990_redemptoris-missio_it.html) (il documento è del 7 dicembre 1990).

<sup>7</sup> Viene, quindi, valutato anche l'impatto culturale: “I mutamenti tecnologici stanno rendendo i mezzi di comunicazione sociale sempre più diffusi e potenti. ‘L'avvento della società dell'informazione è una vera rivoluzione’ (Pontificio Consiglio per la Cultura, *Verso un approccio pastorale alla cultura*, n. 9) e le innovazioni impressionanti del XX secolo potrebbero essere state solo un prologo a ciò che porterà questo nuovo secolo”.

<sup>8</sup> [http://www.chiesacattolica.it/documenti/2010/10/00015206\\_educare\\_alla\\_vita\\_buona\\_del\\_vangelo\\_orien.html](http://www.chiesacattolica.it/documenti/2010/10/00015206_educare_alla_vita_buona_del_vangelo_orien.html) (edito in versione cartacea da Paoline editrice nel 2010).

altri e del mondo. Essi vanno considerati positivamente, senza pregiudizi, come delle risorse, pur richiedendo uno sguardo critico e un uso sapiente e responsabile.

Quanto alle prospettive, “un ruolo importante potrà essere svolto dagli animatori della comunicazione e della cultura, che si stanno diffondendo nelle nostre comunità, secondo le indicazioni contenute nel Direttorio sulle comunicazioni sociali<sup>9</sup>. L’impegno educativo sul versante della nuova cultura mediatica dovrà costituire negli anni a venire un ambito privilegiato per la missione della Chiesa”. Va anche notato come già negli *Orientamenti pastorali dell’Episcopato italiano per il primo decennio del Duemila, Comunicare il Vangelo in un mondo che cambia* (29 giugno 2001), erano consapevolmente colte le novità in atto<sup>10</sup>.

Quel che è certo, come nota Antonio Spadaro in un recente saggio, collegato fin dal titolo a un blog di una certa fortuna, è che tecnologia e comunicazione stanno disegnando uno spazio antropologico nuovo, in grado di mutare in radice le tradizionali relazioni umane e anche il cristianesimo, non solo nelle sue forme e negli strumenti propria dell’evangelizzazione, si sta ripensando alla luce di tali innovazioni, nella ricerca di una interazione tra la rete e il pensiero<sup>11</sup>. La stessa Conferenza episcopale italiana ha promosso un convegno nell’aprile 2010 (cfr. n. 2) significativamente intitolato *Testimoni digitali*, in cui emerge un’accurata analisi circa il processo

---

<sup>9</sup> Qui viene fatto riferimento a Conferenza episcopale italiana, *Direttorio sulle comunicazioni sociali nella missione della Chiesa. Comunicazione e missione*, 18 giugno 2004, cap. VI; cfr anche Benedetto XVI, *Discorso ai partecipanti al Convegno nazionale “Testimoni digitali”*, 24 aprile 2010.

<sup>10</sup> Il testo completo è reperibile sul sito internet della Chiesa italiana: [http://www.chiesacattolica.it/documenti/2001/07/00006125\\_comunicare\\_il\\_vangelo\\_in\\_un\\_mondo\\_che\\_cam.html](http://www.chiesacattolica.it/documenti/2001/07/00006125_comunicare_il_vangelo_in_un_mondo_che_cam.html). Su tale documento si veda anche il commento di L. Bissoli, *Guida a “Comunicare il Vangelo in un mondo che cambia”: orientamenti pastorali dell’Episcopato italiano per il primo decennio del Duemila*, Elledici, Torino, 2002.

<sup>11</sup> Cfr. A. Spadaro, *Cyberteologia: pensare il cristianesimo al tempo della rete*, Vita e pensiero, Milano, 2012. Quanto al blog, si veda <http://www.cyberteologia.it/>

di ridefinizione del sé, soprattutto da parte dei giovani, attivato dal policentrico universo della rete<sup>12</sup>.

In sintesi, il contesto generale e locale (con riferimento, cioè, alla Chiesa italiana, tendenzialmente la più vicina, per tradizione e stile, alle linee della Santa Sede) manifesta che “il Magistero ecclesiastico nella sua ormai non breve riflessione sugli strumenti di comunicazione insiste sul fatto che la tecnica è un fatto umano legato all’autonomia e alla libertà dell’uomo”, e allo stesso tempo evidenzia “la necessità di dare a essa un senso autentico nella vita ordinaria degli uomini”<sup>13</sup>. La stessa riflessione degli ultimi due pontefici ha inciso profondamente sulla Chiesa e, nello specifico, sulla Chiesa italiana. Tra gli interventi più significativi dedicati al tema, occorre innanzitutto ricordare quello di Benedetto XVI, che, in occasione della “Giornata mondiale delle comunicazioni sociali 2013”, aveva invitato a considerare un luogo, non semplicemente un mezzo, il mondo digitale, che perciò necessiterebbe di essere reso vivo e vitale attraverso un progressivo processo di umanizzazione, in quanto l’esistenza degli uomini si esprime, in modo quantitativamente e qualitativamente sempre più significativo, in quella dimensione<sup>14</sup>. Sulla stessa linea, Papa Francesco, che il 7 dicembre 2013, in occasione della Plenaria del Pontificio consiglio per i Laici, ha, tra l’altro, osservato: “Tra le possibilità offerte dalla comunicazione digitale, la più importante riguarda l’annuncio del Vangelo [...] è indispensabile essere presenti, sempre con stile evangelico, in quello che per tanti, specie giovani, è diventato una sorta di ambiente di vita, per risvegliare le domande insopprimibili del cuore sul senso dell’esistenza, e indicare la via che porta a Colui che è la risposta, la Misericordia divina fatta carne, il Signore Gesù”<sup>15</sup>. E ancora, a dimostrazione della centralità di questa riflessione per la Chiesa del terzo millennio, Papa

---

<sup>12</sup> Sul tema, cfr. C. Giaccardi, *Abitare la rete. Il web come luogo antropologico*, in Id. (a cura di), *Abitanti della rete. Giovani, relazioni e affetti nell’epoca digitale*, Vita e Pensiero, Milano, 2011, in part. pp. 142 ss.

<sup>13</sup> Cfr. A. Chirico, *Profili Giuridici della comunicazione nella Chiesa*, Cacucci editore, Bari, 2014, p. 117.

<sup>14</sup> Al riguardo, cfr. l’analisi di A. Chirico, *Profili...*, cit., p. 116.

<sup>15</sup> *L’Osservatore Romano*, 8 dicembre 2013.

Francesco, in occasione della Giornata mondiale delle comunicazioni sociali 2014, è ritornato sull'argomento, rimarcando la stretta interrelazione tra comunicazione e cultura e notando come la cultura della comunicazione non possa assolutamente convivere con quella dello scarto<sup>16</sup>.

Al di là della riflessione teorica, che resta decisiva per comprendere pienamente la strategia di comunicazione, sono stati l'esempio e la messa in pratica di tale approccio a segnare la fase decisiva per un compiuto approdo della Chiesa italiana sul web e in particolare sui social network.

In estrema sintesi, i vescovi italiani sembrano essersi messi prudentemente sulla strada degli ultimi due pontefici, che hanno impresso un'accelerazione decisiva nella direzione dell'accoglimento delle straordinarie potenzialità comunicative della rete, soprattutto a partire dalla fine del 2012<sup>17</sup>.

In particolare Benedetto XVI, che, a pochi anni dall'apertura di questa piattaforma social, sorta nel 2006 e impostasi con relativa rapidità<sup>18</sup>, il 3 dicembre 2012 aveva inaugurato la sua presenza su Twitter aprendo otto account in altrettante lingue, alle quali il 17 gennaio del 2013 aggiunse quello in latino. Il primo tweet è stato inviato dall'account @pontifex il 12 dicembre di quell'anno. Gli argomenti trattati sono sia legati all'attualità<sup>19</sup> sia, con maggiore frequenza, di carattere acronicamente più generale: esortazioni e richiami al dettato evangelico<sup>20</sup>. I tweet diffusi

---

<sup>16</sup> Sul tema, ma anche più in generale sull'attenzione del nuovo pontefice riguardo alla comunicazione, cfr. A. Spadaro, *Papa Francesco e la comunicazione. La 48° giornata delle comunicazioni sociali*, in "La civiltà cattolica", n. 1, 2014, in part. pp. 245 ss.

<sup>17</sup> Se la parola chiave di questa era digitale è "accelerazione" (cfr. Cfr. G. Granieri, *Umanità accresciuta. Come la tecnologia ci sta cambiando*, Laterza, Roma-Bari, 2009, p. 6:) occorre notare come la Chiesa non ne sia rimasta immune, in considerazione delle sue strutture storiche e organizzative definite attraverso quelli che Fernand Braudel definirebbe fenomeni di "longue durée" (*Histoire et Sciences sociales. La longue durée*, in "Annales. Économies, Sociétés, Civilisations", 13, 4, 1958, pp. 725-753).

<sup>18</sup> L'intuizione fu di Jack Dorsey. Cfr. G. Riva, *I social network* in M. Durante, U. Pagallo (a cura di), *Manuale di informatica giuridica e diritto delle nuove tecnologie*, Utet, Torino, 2012, pp. 472 s. La saggistica su Twitter ormai è molto ampia. Si veda ad esempio la sistematica trattazione di L. Conti, *Twitter al 100%. Comunicare e informarsi in tempo reale*, Hoepli, Milano, 2012.

<sup>19</sup> 12 dicembre: *Come possiamo vivere meglio l'Anno della fede nel nostro quotidiano?*

<sup>20</sup> Ad esempio, il 6 gennaio, in occasione dell'Epifania: *Gli uomini sapienti seguirono la stella e arrivarono a Gesù, la grande luce che illumina tutta l'umanità*.

da @pontifex nel periodo di permanenza sul soglio pontificio di Papa Ratzinger sono stati complessivamente trentotto<sup>21</sup>. Ma, dopo questa prima di sperimentazione, è stato soprattutto Papa Francesco ad essersi posto in convinta continuità con questa innovazione, intuendo evidentemente le enormi potenzialità dello strumento.

I dati aggiornati al 25 novembre 2014 sono eloquenti: 445 i tweet, in meno di due anni, 2.161.704 follower. I retweet superano per lo più il migliaio, così come la segnalazione del tweet come preferito del messaggio<sup>22</sup>. Da sottolineare anche il collegamento con un profilo Facebook che riprende i messaggi comunicati via Twitter, e perciò si configura come a esso strumentale; uno che può vantare 3.416.263 like, legato al sito [www.papafrancesco.net](http://www.papafrancesco.net), e un altro definito “Fan Page Unofficial Papa Francesco”: tale profilo può vantare 571.391 like, a ulteriore testimonianza dell’importanza ancillare rispetto all’opzione privilegiata di Twitter. Peraltro, non mancano numerosi altri profili tematici dedicati a Papa Bergoglio.

Quanto all’approccio con i fedeli, Francesco tende a utilizzare la prima persona singolare, in un plurale che appare più sociativo che *maiestatis*<sup>23</sup>, in linea con l’estrema apertura al prossimo e il carattere sorvegliatamente informale che connota lo stile del nuovo pontefice (ma anche Ratzinger alternava questa scelta con la prima persona singolare: in entrambi i casi si rileva anche un uso frequente di verbi impersonali). Privilegiare la prima rispetto alla seconda persona plurale non

---

<sup>21</sup> Cfr. la tag cloud delle parole più usate da Benedetto XVI (spicca ovviamente “Dio”): <http://www.cyberteologia.it/2013/02/il-tagcloud-dei-tweets-di-benedetto-xvi/> (data di ultima consultazione: 20 novembre 2014): “Più volte il gesto che il Papa ha compiuto il 12 dicembre 2012 sullo schermo touch di un iPad è stato collegato a livello simbolico a quello compiuto da Pio XI il 12 febbraio 1931, quando l’allora Pontefice, tra i microfoni e le valvole termoioniche della Radio Vaticana, lanciava il suo primo messaggio radiofonico. E, prima ancora Leone XIII nel 1896 aveva impresso la sua benedizione sul nitrato di cellulosa della pellicola dei fratelli Lumière”.

<sup>22</sup> Alcuni esempi: *Il potere spirituale dei Sacramenti è immenso. Con la grazia, possiamo superare tutti gli ostacoli* (11 ottobre 2014): 1077 retweet, 1909 preferiti; *Per cambiare il mondo bisogna fare del bene a chi non è in grado di ricambiare* (18 ottobre 2014): 3183 e 3662; *Quanto rumore nel mondo! Impariamo a stare in silenzio davanti a noi stessi e davanti a Dio* (18 novembre 2014): 1225 e 1765.

<sup>23</sup> Peraltro, nella saggistica, anche scientifica, di ambito linguistico, l’esempio di plurale *maiestatis* per eccellenza è proprio quello che storicamente ne ha fatto il pontefice. Cfr. B. Gili Fivela, C. Bazzanella, *Fenomeni di intensità nell’italiano parlato*, Franco Cesati Editore, Firenze, 2009, p. 106.

corrisponde soltanto a una precisa scelta stilistica, ma anche a un approccio di avvicinamento tra emittente e destinatario, che è proprio della logica della rete piuttosto che di quella del pulpito. E così la comunicazione rinuncia alla verticalità del magistero del pontefice per puntare su una orizzontalità che sa coinvolgere efficacemente i fedeli, adeguandosi, sul piano tecnico e metodologico, alle tendenze proprie dei tempi<sup>24</sup>. Sfruttando la logica ipertestuale propria del web, si rileva anche il collegamento a news.va, che colloca in modo ufficiale, in linea anche con lo stile della presentazione dell'account<sup>25</sup>, tale strumento di comunicazione nella mediasfera, al punto che talora è esso stesso, come una sorta di agenzia di stampa, una fonte di notizie<sup>26</sup>.

Va anche rilevato come il principio fondante del Cristianesimo, insito nell'idea di comunione dei fedeli che presiede al corpo unico della Chiesa, sembri efficacemente coniugarsi con la risemantizzazione del verbo *condividere*<sup>27</sup>, che può ben definirsi neologismo semantico, nel nuovo contesto della rete, e apre prospettive strumentalmente utili anche alle necessità dell'evangelizzare; inoltre, la tecnologia digitale, propria di questa epoca della globalizzazione, pare sposarsi con efficacia con l'intento cattolico, ossia ecumenicamente universale, della Chiesa di Roma, fin da principio aperta a contaminarsi col mondo, nel quale essa svolge una ben precisa funzione evangelizzatrice<sup>28</sup>.

---

<sup>24</sup> F. Colombo (a cura di), *Atlante della comunicazione*, Hoepli Editore, Milano, 2005, p. 313, con ulteriori rimandi a studi sul tema.

<sup>25</sup> *Benvenuti alla pagina Twitter ufficiale di Sua Santità Papa Francesco.*

<sup>26</sup> In particolare, l'attenzione dei quotidiani, anche nelle loro versioni online, si centra soprattutto sugli interventi del pontefice riguardo a grandi eventi internazionali. Ad esempio, il 12 giugno 2014, il sito del *Corriere della Sera* pubblica la notizia *Il papa su Twitter: "Buon mondiale a tutti"*, che riprende il tweet del pontefice *Auguro a tutti uno splendido Mondiale di calcio, giocato con spirito di vera fraternità.*

<sup>27</sup> Sulla risemantizzazione di *condividere*, si rimanda al nostro lavoro *Tecnologia informatica, giornalismo online e lingua della comunicazione digitale: alcune considerazioni sul sottocodice della rete*, in via di pubblicazione su "Tigor".

<sup>28</sup> L'idea del villaggio globale sembra essere in linea con l'esigenza di una comunità che già in epoca antica, nel suo primo formarsi, aveva abbattuto le frontiere del particolarismo, per contaminarsi con il resto del mondo, di cui i cristiani sono "anima" come si sostiene già nell'anonimo *A Diogneto* (II secolo d.C.). Peraltro, questa doppia idea simultanea di coabitazione e separatezza viene evidenziata bene da Tertulliano: *cohabitamus hoc saeculum, navigamus et nos*



Sulla base di questo esempio, alcuni vescovi italiani non hanno mancato di accogliere l'innovazione tecnologica in funzione della loro attività pastorale, anche se talora con usi differenti: il punto di riferimento principale resta il sito [www.chiesacattolica.it](http://www.chiesacattolica.it), in rete con gli strumenti online dei principali mezzi di informazione dell'episcopato italiano, oltre che con la stampa vaticana.

Il presidente della Cei, cardinale Angelo Bagnasco, è dotato di un sito internet, in cui prevale ovviamente, data la natura dello strumento individuato, una comunicazione di tipo verticale, con interventi, omelie, a discapito dell'interazione con i fedeli<sup>29</sup>. Di Bagnasco esiste anche un profilo Twitter, che tuttavia non è segnalato come ufficiale: @conbagnasco. I tweet (aggiornamento al 25 novembre 2014) sono 383: i follower 1494. I contatti sono ridotti alla mail [presidente@chiesacattolica.it](mailto:presidente@chiesacattolica.it); non si registra interazione con altri social network, prevalendo in questo caso una logica della verticalità della comunicazione, probabilmente retaggio della prima fase di sviluppo della rete. Del resto, lo stesso segretario generale della Conferenza episcopale italiana, monsignor Nunzio Galantino, ha assunto il medesimo genere di approccio per l'approdo su Internet: anche in questo caso, si privilegia la verticalità della comunicazione attraverso un sito internet ufficiale<sup>30</sup>. Non ci sono account Twitter né Facebook ufficiali, tranne, similmente al caso di Bagnasco, un profilo Facebook gestito dai fedeli<sup>31</sup>.

Anche tra gli altri vescovi prevale tendenzialmente un approccio che si potrebbe definire istituzionale: lo stesso monsignor Domenico Pompili, direttore dell'Ufficio comunicazioni sociali della Cei, opta per questa linea. Pur non disponendo egli di un profilo Twitter personale, interviene attraverso gli strumenti dell'Ufficio nazionale per le comunicazioni sociali, che

---

*vobiscum et militamus et rusticamur et mercatus proinde miscemus (ap. 42,3); licet convivere cum ethnicis, commori non licet (idol. 14,5).*

<sup>29</sup> Cfr. [www.angelobagnasco.it](http://www.angelobagnasco.it)

<sup>30</sup> Cfr. [www.nunziogalantino.it](http://www.nunziogalantino.it)

<sup>31</sup> I like sono 2309; si segnala anche un uso non assiduo dello strumento dato che, al 25 novembre 2014, l'ultimo aggiornamento risale al 2 ottobre dello stesso anno.

possiede un account dotato, al 25 novembre 2014, di 3973 followers: i tweet sono 570, con un rimando costante al magistero (e al profilo Twitter) di Papa Francesco nella logica ipertestuale propria della Rete (frequente è anche il rinvio al sito [chiesacattolica.it](http://chiesacattolica.it)). In un tweet del 9 aprile 2014, diffuso da @UCSCEI, egli spiega la filosofia di fondo che presiede all'utilizzo di Internet da parte della Chiesa: *Le tecnologie non sono un ostacolo ma un aiuto a realizzare la nostra vera vocazione comunicativa: la prossimità*. Lo stesso direttore aveva dato il via alla comunicazione via Twitter pressoché in concomitanza con la scelta di Papa Ratzinger, il 29 novembre 2012, in un tweet, ritwittato dodici volte, in cui sottolineava la necessità di non chiudere le porte al digitale. In generale, d'altra parte, il livello d'interazione con l'utente-fedele è tuttavia abbastanza basso: i retweet sono piuttosto rari.

Esperienze su scala ridotta, o comunque dotate di profilo meno istituzionale, hanno provato a realizzare alcuni vescovi italiani; altri hanno deciso di aprire un profilo personale, di taglio decisamente informale, con il quale dialogare con i fedeli. In quest'ottica si possono distinguere essenzialmente due tipologie d'uso: uno, slegato dall'esempio del pontefice, e talora addirittura precedente, si basa prevalentemente sul carisma del presule che decide di aprire un confronto diretto con i fedeli: è il caso, certamente eccezionale, del cardinale Angelo Scola, che, con 1888 tweet in cinque anni di iscrizione al social network, pare utilizzare con una certa frequenza lo strumento, in collegamento con il sito [www.angeloscola.it](http://www.angeloscola.it), che, in rete con il portale della Diocesi di Milano, si segnala per l'approccio più simile a un blog, dotato anche di un collegamento a un ricco album fotografico su Flickr e a una galleria di video su Youtube. L'utilizzo pare autonomo, nella forma e nei contenuti, rispetto al modello del pontefice; i follower sono 31.863; va anche sottolineato che l'iscrizione a Twitter del cardinale Scola risale addirittura al 2009<sup>32</sup>. L'uso dello strumento è efficace, poiché ne sfrutta, nel gioco intertestuale e ipermediale<sup>33</sup>, tutte le potenzialità

---

<sup>32</sup> L'account @angeloscola nasce su Twitter il 22 maggio 2009. Fonte: [twbirthday.com](http://twbirthday.com)

<sup>33</sup> Qui sembra valere una regola fatta propria dal giornalismo online e da altre forme di scrittura in rete: si rileva una nuova interazione tra la sintassi lineare, propria della scrittura, e una sintassi reticolare, propria dell'ipertesto. "Questa

del suo essere attratto in quella blogosfera ai cui vertici si pone il diario informatico del presule<sup>34</sup>.

Il rimando al blog (in tre lingue: oltre all'italiano, anche l'inglese e lo spagnolo) è solo un'opzione; si rilevano inoltre retweet<sup>35</sup> e una pluralità di lingue utilizzate, in linea con la fama internazionale del cardinale.

Un altro uso, più allineato all'esempio del pontefice, è quello di quei vescovi, forse meno noti al grande pubblico ma spesso rivestiti di ruoli fondamentali in seno alla Conferenza episcopale, che hanno assunto la decisione, cronologicamente successiva, di sperimentare le potenzialità del mezzo mostrate dal sommo pontefice.

Data 30 aprile 2014 il debutto del vescovo di Parma Enrico Solmi, presidente della Commissione Cei per la famiglia e la vita, che entra su Twitter con un messaggio stilisticamente legato alla tradizione (come del resto il Papa, che ha aperto un account caratterizzato dal latinismo *pontifex*): *Buona serata, saluto tutti, ci sono anch'io da questo momento...in Nomine Domini. L'impiego dello strumento è articolato e associa il commento a notizie di cronaca (locale e internazionale: dalle iniziative diocesane fino alla persecuzione dei cristiani nel mondo) all'invito alla preghiera e alla riflessione, mettendosi così in rete, anche concettualmente, con Papa Francesco. Ma, per sottolineare l'informalità del colloquio ci sono anche battute di carattere personale: *Vescovo sì... interista pure... Grazie, Mazzarri! Forza Mancini per un'Inter forte e ancor più solidale* (15 novembre 2014). Al 25 novembre 2014 i tweet sono 99, i follower 203. Protagonista anche del sinodo sulla famiglia 2014, monsignor Solmi ha twittato alcuni commenti significativi (talora ripresi dalla stampa): ad esempio, *Il sinodo va avanti con i passi sicuri del confronto, del dialogo e condividendo tutti una grande Meta. Le famiglie sono qui con noi!* (14 ottobre 2014).*

---

seconda sintassi può essere architettata come una struttura centrale, ad albero o libera". Cfr. M. Pratellesi, *New Journalism. Dalla crisi della stampa al giornalismo di tutti*, Bruno Mondadori, Milano, 2013<sup>3</sup>, p. 211.

<sup>34</sup> Cfr. in particolare G. Granieri, *Blog generation*, Laterza, Bari-Roma, 2005, p. 74; F. Lafasciano, *Comunicazione mediata da computer. Blog*, Enter Edizioni, Cerignola, 2011, pp. 64; L. Zanchi, *Emerodromo 2.0*, in G. Mirabella (ed.), *Lo spettatore vitruviano. Appunti per migliori visioni*, Armando Editore, Roma, 2011, p. 234.

<sup>35</sup> Ad esempio da *Avvenire*, come il 6 novembre 2014; dalla Fondazione Oasis il 20 ottobre 2014; da Riccardo Bonacina il 7 ottobre 2014.

Sull'esempio del pontefice, si rilevano dunque sia l'autopresentazione di monsignor Solmi che il tentativo di sfruttare la logica ipertestuale propria del web, con il collegamento ai mezzi d'informazione della diocesi di Parma<sup>36</sup>. Anche in questo caso, sia pure con una comprensibile riduzione in scala commisurata tendenzialmente alla diocesi di Parma<sup>37</sup>, i cinguettii del vescovo diventano talora una sorta di sostituto delle agenzie e, non di rado, costituiscono esse stesse notizie degne di approfondimento. Ad esempio, sul giornale online *Parma Quotidiano*, si rileva questa notizia datata primo novembre: *Il vescovo Solmi critica Halloween: "Solo una zucca vuota"*<sup>38</sup>.

Quanto alla stampa cattolica italiana, essa si è adeguata, nel tempo, alle evoluzioni tecnologiche e di recente ha compiuto il suo ultimo passo verso il digitale, tuttavia molto prima che tale svolta riguardasse il pontefice e le gerarchie. Perciò oggi ragiona, a livello locale così come a livello nazionale, in un'ottica pienamente integrata. Del resto, proprio la stessa stampa diocesana locale aveva in molti casi preceduto le iniziative individuali di esponenti della gerarchia, dovendosi allo stesso tempo adeguare non solo al contesto interno alla Chiesa, ma anche alle rapide evoluzioni del mercato editoriale: così, ad esempio, l'*Avvenire di Calabria* aveva debuttato su Twitter nel febbraio 2011, sposando una linea di consapevole apertura alle nuove opportunità tecnologiche<sup>39</sup>.

---

<sup>36</sup> *Solmi, su Twitter per dialogare*, titola *Avvenire* del 6 maggio 2014, riportando una motivazione del presule certamente significativa: "Ognuno deve sentirsi libero di trovare la propria forma di espressione. Certamente diversi sono già presenti sui social network e ben venga se anche altri decideranno di accedervi. Sapendo però che la via maestra è la relazione personale".

<sup>37</sup> Ma, come si è rilevato sopra, il ruolo nazionale del presule ne fa un punto di riferimento importante, anche al di là del territorio emiliano.

<sup>38</sup> [www.parmaquotidiano.info/.../il-vescovo-solmi-critica-halloween-solo-una-zucca-vuota/](http://www.parmaquotidiano.info/.../il-vescovo-solmi-critica-halloween-solo-una-zucca-vuota/)

<sup>39</sup> Così, attraverso un'argomentazione più tecnico-giornalistica che legata a una prospettiva pastorale o evangelizzatrice, la testava motivava allora scopo e metodo alla base del suo ingresso su Twitter: "Il lavoro del giornalista è caratterizzato innanzitutto dalla capacità di creare un messaggio (scritto, verbale, grafico o visivo) e successivamente di diffonderlo attraverso i vari organi di informazione, quindi di comunicare al pubblico, fatti della realtà quotidiana che di sicuro sfuggirebbero, e che invece è importante che si conoscano. Ecco quindi che raggiungere più gente possibile diventa un importante strumento di conoscenza. L'*Avvenire di Calabria*, ormai alcuni anni fa, è approdato su internet proprio con l'intento di portare il Settimanale cattolico calabrese al di fuori dei confini legati alla territorialità, ed avendo visite costanti oltre che da parecchie città della penisola italiana, anche da tanti paesi esteri, possiamo dire che ci è riuscito appieno. Per questo stesso principio, oggi, l'*Avvenire di Calabria* sbarca su Twitter, un social network molto utilizzato dai giovani che servirà da cassa di risonanza per amplificare il messaggio e raggiungere anche coloro che non ci conoscono o non sono nostri assidui lettori. Quindi se avete Twitter vi basterà cercare *Avvenire di Calabria*".

Per quanto riguarda l'organo di stampa più rilevante della Cei, ossia *Avvenire*, al 25 novembre 2014 ha al suo attivo 12.995 tweet, con 29.275 follower. Oltre a Twitter e Facebook (39.757 like), il quotidiano utilizza sistematicamente tutte le principali opzioni offerte dalla rete: Google Plus, You Tube, RSS Feed. In questo modo, tale testata pare pienamente inserita tra i giornali nazionali collocati sulla frontiera dell'evoluzione tecnica e digitale, come è sottolineato anche dalla saggistica scientifica sul tema<sup>40</sup>. D'altra parte, al di là di tali aspetti, pare interessante rilevare come la stampa cattolica italiana lavori ormai in una logica integrata, soprattutto per quanto riguarda i grandi eventi in grado di catalizzare l'attenzione di tutto il mondo. Prendendo in considerazione la giornata mondiale della Gioventù del 2013, si può comprendere secondo quale strategia mediatica si siano organizzati i media in quella occasione<sup>41</sup>:

Più che un grande investimento, sarebbe meglio parlare di uno sforzo condiviso e gioioso per permettere alla Gmg di Rio de Janeiro di varcare l'Oceano e dare così la possibilità a chi è rimasto a casa di seguire l'evento, e a chi vi sta partecipando di raccontarlo. Per questo in prima linea nella città carioca, a fianco dei giovani e di Papa Francesco, ci saranno i grandi media della Chiesa italiana, da *Avvenire* a Tv2000, dall'agenzia Sir a Radio InBlu. La Cei garantirà il costante aggiornamento del portale Chiesacattolica.it e del sito del Servizio nazionale per la pastorale giovanile ([www.gmg2013.it](http://www.gmg2013.it)) attraverso notizie, video e *photogallery*. Forte anche la presenza sui

---

(<http://twitter.com/AvvenirediCal>) ed iniziare a seguirlo, l'account riproporrà tutte le notizie che vengono inserite nel sito, in maniera rapida e diretta e saranno comodamente raggiungibili cliccando un link”.

<sup>40</sup> In un saggio del 2009, in cui si analizzava l'evoluzione online delle principali testate nazionali (*Repubblica*, gruppo Rcs, *Il Sole 24 Ore*, *Quotidiano.net*, *La Stampa*) *Avvenire* non compariva (A. Bettini, *Giornali.it/2.0. La storia dei siti internet dei principali quotidiani italiani*, ed.it, Catania, 2009). Tuttavia, un esame comparativo di questa testata storica con quelle segnalate e altre, consente di rilevare l'allineamento agli standard comunicativi più avanzati della stampa italiana, nonostante un forte legame alla tradizione caratterizzi certamente il quotidiano. Per la storia della testata, fondata nel 1968, si veda A. Fazio, *Dizionario della Comunicazione Giornalistica*, Luigi Pellegrini Editore, Cosenza, 2012<sup>2</sup> (s.v. *Avvenire*), il quale non manca di sottolineare appunto la rapida evoluzione in internet che si è registrata negli ultimi anni.

<sup>41</sup> La notizia è presente sul sito della Chiesa italiana ed è stata rilanciata anche dall'agenzia di stampa Sir: è datata 18 luglio 2013. Cfr. [http://www.agensir.it/sir/documenti/2013/07/00266209\\_i\\_grandi\\_media\\_della\\_chiesa\\_italiana\\_ci\\_f.html](http://www.agensir.it/sir/documenti/2013/07/00266209_i_grandi_media_della_chiesa_italiana_ci_f.html) e [http://www.chiesacattolica.it/comunicazione/ucs\\_2012/news/00048104\\_Pronti\\_per\\_un\\_evento\\_dello\\_Spirito.html](http://www.chiesacattolica.it/comunicazione/ucs_2012/news/00048104_Pronti_per_un_evento_dello_Spirito.html)

*social network* (da Twitter @gmg\_it con 4.000 *follower* e YouTube fino a Facebook, che ha già ottenuto un milione di ‘mi piace’ sulla pagina [www.facebook.com/giornatamondialedelegioventu](http://www.facebook.com/giornatamondialedelegioventu)): un piccolo *team* inviato dall’Ufficio Cei comunicazioni sociali terrà costantemente aggiornato il sito della Pastorale giovanile, come pure le notizie che arriveranno dall’Italia sugli eventi organizzati in “collegamento” con Rio.

Ecco, al di là dell’ordinaria organizzazione del sistema informativo della Chiesa italiana, paiono proprio i grandi eventi internazionali l’autentico banco di prova in cui si misura la capacità della Chiesa cattolica – non solo italiana - di rispondere alle esigenze tradizionali di evangelizzazione e di promuovere quell’autentico ecumenismo informativo che da sempre, data la sua storia e la sua struttura, la caratterizzano.

Dall’analisi fin qui condotta, si possono, a questo punto, trarre le seguenti conclusioni:

- Dopo un periodo, relativamente breve, di studio e di assimilazione delle nuove potenzialità comunicative offerte dalla tecnologia digitale, la Chiesa italiana ha imboccato con convinzione la strada di internet e, in particolare, dei social network, nella convinzione che evangelizzare significhi innanzitutto raccontare e gli strumenti debbano adeguarsi necessariamente ai tempi<sup>42</sup>;
- Mentre i siti istituzionali delle realtà ecclesiariche e dei prelati rivestiti di ruoli di rilievo nella Cei sono un dato da tempo acquisito, tra i social media lo strumento privilegiato, forse per la *brevitas* strutturale che connota l’era digitale e che la Chiesa ha fatto propria, appare decisamente Twitter, anche rispetto al più radicato e popolare degli strumenti informativi: Facebook: i tweet talora sostituiscono i lanci di agenzia, divenendo essi stessi notizie meritevoli di approfondimento giornalistico;

---

<sup>42</sup> “Da san Paolo, passando per san Giovanni Bosco, il beato Giacomo Alberione fino a Giovanni Paolo II, ma anche tantissimi altri comunicatori della fede, si avverte la sensazione che essi avessero intuito che, proprio passando attraverso la cultura corrente, la Chiesa può riaffermare concetti come quelli della centralità della persona umana”. Cfr. V. Grienti, *Chiesa e web 2.0*, cit., p. 66.

- Questa innovazione tecnologico-comunicativa non significa di per sé rinuncia alla tradizione, né, ovviamente, nei contenuti, né nella forma; infatti, una delle opzioni digitali che sta riscuotendo maggiore successo è la versione dell'account papale Twitter in lingua latina<sup>43</sup>;
- I criteri con cui la Chiesa italiana comunica sono condizionati da due suoi elementi strutturalmente costitutivi: l'esempio del pontefice e il principio gerarchico, per cui la comunicazione si rifà al modello di Papa nei tempi (l'accesso a Twitter dei presuli tendenzialmente è avvenuto dopo che tale scelta è stata adottata da Papa Ratzinger), nelle forme e nei contenuti; d'altra parte, questi aspetti forse motivano la tendenza strutturale, ancora abbastanza diffusa, dei vertici della Cei a comunicare verticalmente (sito internet) piuttosto che orizzontalmente (social network);
- Gli strumenti giornalistici della Chiesa italiana, in particolare il quotidiano *Avvenire*, si sono pienamente allineati all'uso prevalente della stampa nazionale internazionale, riuscendo al tempo stesso a valorizzare le specificità della stampa cattolica, soprattutto in occasione dei grandi eventi internazionali promossi dalla Chiesa, quando, grazie a un'organizzazione di rete, che sembra cogliere abilmente le potenzialità di internet, si offrono come imprescindibile punto di riferimento per l'informazione di tutto il mondo.

---

<sup>43</sup> Su *Avvenire* del 4 dicembre 2014, si nota in un articolo significativamente intitolato *Papa Francesco in latino: oltre 300mila followers*: "È L'Osservatore romano a sottolineare l'ultimo record dell'account twitter di Papa Francesco in latino, @pontifex\_ln: dal 4 dicembre la pagina pubblica breviloquentis viene letta e condivisa da oltre trecentomila persone. A distanza di meno di due anni dalla nascita dell'account nella lingua di Cicerone e di Virgilio, rileva il giornale vaticano, "i follower hanno raggiunto una cifra significativa, superando i seguaci degli account in lingua araba (165.000 circa) e tedesca (226.000 circa)".