

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

Dal 16 al 18 aprile scorso alla Pontificia Università della Santa Croce si è svolto l’VIII Seminario professionale sugli uffici di comunicazione della Chiesa.

13/05/2012

Storie di fede e testimoni credibili sono la chiave per una comunicazione efficace, questa la conclusione del Convegno che ha visto la partecipazione di oltre trecento persone, provenienti da 44 nazioni, tra direttori di uffici di comunicazione, portavoce, operatori pastorali e giornalisti.

Durante i tre giorni si sono alternate conferenze e panel curati da diversi addetti ai lavori ed esperti di comunicazione. Il Presidente del Pontificio Consiglio per le Comunicazioni Sociali, Mons. Claudio Maria Celli ha portato il suo saluto ai partecipanti all'inizio del convegno.

Lo *storytelling* per superare il pregiudizio

La relazione di apertura “*Tra realtà e racconto: una riflessione per gli uffici di comunicazione della Chiesa*” è stata affidata al prof. Armando Fumagalli dell'Università Cattolica che ha

sottolineato come le istituzioni e le organizzazioni della Chiesa devono imparare a realizzare una “comunicazione che non solo sia *vera*, ma che sia anche *efficace*”. Una delle soluzioni proposte dallo studioso è quella di ricorrere allo *storytelling* (narrazione di storie): “comunicare di più attraverso le storie non significa trasformare la verità in menzogna, o 'abbellire' nel senso di manipolare la verità, ma significa riuscire a superare – in molti casi – gli sbarramenti del disinteresse, della freddezza, del pregiudizio”.

Su “*La Chiesa negli schermi; offrire volti e testimonianze*” è intervenuto il prof. Jorge Milán, della Pontificia Università della Santa Croce, che ha offerto alcune indicazioni per i direttori di comunicazione su come mettere a disposizione del pubblico buone testimonianze attraverso i canali audiovisivi.

Casi di studio sulla buona comunicazione

In linea con il tema del Seminario sono stati presentati alcuni casi di studio. Sulla comunicazione dell'azione umanitaria della Chiesa, sono state presentate le campagne “Where God Weeps” (Dove Dio Piange), un programma settimanale di *Aiuto alla Chiesa che Soffre* dedicato alle zone dove la Chiesa è maggiormente perseguitata, con Mark Riedemann; e “Chiedilo a loro”, promossa dal Servizio per la Promozione del sostegno economico alla Chiesa Cattolica Italiana (8x1000), con Matteo Calabresi e don Domenico Pompili, direttore dell’Ufficio Nazionale delle Comunicazioni Sociali della CEI.

L’esperienza di *Catholic Voices* è stata presentata da Jack Valero: nel 2010 in vista della visita del Papa in Inghilterra sono nate le “voci

cattoliche”, costituite da una ventina di persone provenienti da diversi mondi professionali e sociali, preparati ad intervenire sui media su temi riguardanti la fede e gli insegnamenti della Chiesa.

Non solo esperienze ecclesiali ma anche dal mondo delle aziende e delle banche: ad esempio il progetto *Per Fiducia*, presentato da Fabrizio Paschina di Banca Intesa, per raccontare la vita quotidiana delle persone nel mezzo della crisi economica. Si tratta di brevi filmati che presentano storie a lieto fine che danno speranza e fiducia nel domani.

Un'altro dei progetti comunicativi presentati al Seminario è stato quello di *Vatican Insider*. Ne hanno parlato il direttore del quotidiano *La Stampa*, Mario Calabresi e il giornalista Andrea Tornielli.

Alcune sessioni pratiche hanno affrontato l'importanza del linguaggio audiovisivo nella comunicazione istituzionale della Chiesa. Sono intervenuti il Presidente della *Catholic Radio Association* degli Stati Uniti, Stephan Gajdosik e il filmmaker tedesco Marcus Vetter. Del tema di internet e dei social network si è occupato Gustavo Entrala, fondatore di 101.

Le esperienze dei portavoce della Chiesa e dei giornalisti

Durante il convegno si sono svolte due tavole rotonde principali. La prima ha visto confrontarsi i direttori degli uffici di comunicazione ecclesiali: Monika Vyvodova della Conferenza Episcopale Ceca, Michael Prüller della Arcidiocesi di Vienna, Pier Durieux della Arcidiocesi di Lione e Giuseppe Grazia della Diocesi di Coira. La seconda tavola ha visto

partecipare alcuni giornalisti: Patricia Thomas (Associated Press, Usa), Marina Ricci (TG5, Italia), Javier Martínez-Brocal (TV Azteca, Messico – RomeReports, Italia) e Mary Shovlain (Lucem Communications, Usa).

A chiudere i lavori è stato il Cardinale Raymond Burke, Prefetto del Supremo Tribunale della Segnatura Apostolica, con una relazione su *“Comunicazione e giustizia: quando i casi legali diventano notizia”*. Una delle principali sfide che si pone ai comunicatori istituzionali è quella di “saper riflettere fedelmente la natura stessa della Chiesa, che sin dalla sua fondazione risponde in obbedienza alla volontà del Padre, come ha insegnato il suo fondatore, Cristo”, ha spiegato il Porporato. La Chiesa “è chiamata ad essere uno specchio di giustizia nel mondo”. Cioè che la disciplina, compresi i processi

canonici, “non solo non rappresenta un ostacolo alla comunicazione della fede cattolica” quanto piuttosto è “manifestazione efficace della sua vitalità”.

Durante i tre giorni del seminario sono state presentate circa 30 comunicazioni dei partecipanti, incentrate su cinque aree tematiche: risposta alle controversie, idee e progetti di comunicazione, esperienze di “media training”, strategie per migliorare i siti web, Chiesa e “social media”.

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

pdf | documento generato
automaticamente da [https://
opusdei.org/it/article/storie-di-fede-e-
testimoni-credibili-la-chiave-per-una-
comunicazione-efficace-nella-chiesa/](https://opusdei.org/it/article/storie-di-fede-e-testimoni-credibili-la-chiave-per-una-comunicazione-efficace-nella-chiesa/)
(20/01/2026)