Il ruolo di un'università nella comunicazione sociale istituzionale: l'Università della Santa Croce

S.E.R. Mons. Claudio Giuliodori, Vescovo di Macerata - Tolentino - Recanati - Cingoli - Treia, Presidente della Commissione Episcopale per la cultura e le comunicazioni sociali

Le comunicazioni sociali rappresentano per il nostro tempo una delle novità più significative sia per la rapidità del loro sviluppo sia per il ruolo che hanno assunto in tutti i settori della vita umana e dell'organizzazione sociale. La Chiesa, sempre pronta a leggere i segni dei tempi, si è fatta particolarmente attenta al complesso fenomeno delle comunicazioni sociali. Non è un caso che il primo documento che il Concilio Vaticano II ha reso pubblico, assieme alla Costituzione dogmatica sulla liturgia, sia stato il decreto *Inter mirifica* (4-12-1963) dedicato proprio all'analisi delle affascinanti novità che emergevano nel campo dei media. Con uno sguardo fiducioso e nello stesso tempo vigile, la Chiesa si è interrogata sulla natura, sullo sviluppo e, soprattutto, sull'impatto che questi strumenti hanno sulla vita delle persone, sempre con l'intento di far emergere le grandi potenzialità per lo sviluppo della società umana e nello stesso tempo per evidenziarne le nuove responsabilità che ne conseguono. "Tra le meravigliose invenzioni tecniche che, soprattutto in questo nostro tempo, l'ingegno umano è riuscito, con l'aiuto di Dio, a trarre dalle forze della natura creata, la Chiesa accoglie e segue con particolare cura materna quelle che più direttamente riguardano lo spirito dell'uomo e che offrono nuove e rapidissime maniere di comunicare notizie, idee e insegnamenti" (*Inter mirifica*, n. 1). Questo impegno a seguire il mondo delle comunicazioni con "particolare cura materna" assunto solennemente dalla Chiesa in occasione del Concilio Vaticano II ha prodotto frutti copiosi sotto diversi aspetti. Possiamo riassumere in tre filoni i principali interventi della Chiesa.

In primo luogo il progressivo approfondimento e lo studio del fenomeno delle comunicazioni sociali che ha portato anche a pronunciamenti importanti dal punto di vista del Magistero e della riflessione pastorale. Basta ricordare tra i principali *Communio et Progressio* (23-05-1971); *Aetatis Novae* (22-02-1992); *Etica nelle comunicazioni sociali* (04-06-2000); *Etica in Internet* e *La Chiesa e Internet* (22-02-2002) a cui si aggiungono i *Messaggi* annuali che il Santo Padre, in attuazione delle indicazioni conciliari, indirizza a tutti i fedeli in occasione della Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali. Ai documenti della Santa Sede andrebbero aggiunti i tanti contributi delle Conferenze Episcopali che hanno elaborato in questi decenni veri e propri progetti pastorali nel campo delle comunicazioni sociali. Tra questi merita di essere ricordato il Direttorio della Chiesa italiana *Comunicazione e Missione* (18-06-2004), con il quale l'episcopato ha offerto a tutte le comunità ecclesiali un quadro completo e organico per affrontare la questione dei media non più come fatto settoriale ma come ambiente vitale dove si attua e si esprime complessivamente la vita e la missione della Chiesa.

Un secondo percorso si è realizzato sul versante del rapporto della Chiesa con i media nella duplice direzione di una Chiesa che è oggetto dell'attenzione da parte degli strumenti di comunicazione sociale e della necessità di coniugare in modo sempre più efficace e qualificato la missione evangelizzatrice con questo nuovo contesto socio-culturale generato dalla presenza pervasiva dei media. La Chiesa si trova a vivere da questo punto di vista situazioni complesse molto diversificate. È spesso oggetto di rappresentazioni parziali, di letture distorte, di approcci pregiudiziali di fronte ai quali spesso si sente indifesa e impreparata. Fronteggiare l'onda mediatica quando la Chiesa viene attaccata con il solo intento di gettar ombre e diffondere discredito, è certamente difficile. Non meno lo è coniugare positivamente l'annuncio del Vangelo con i moderni strumenti della comunicazione, promuovendo la presenza e l'operato dei cattolici all'interno dei vari media e nello stesso tempo valorizzando anche proprie iniziative nei vari settori delle comunicazioni sociali. Alle presenza nei media tradizionali (stampa, radio, televisione, cinema) si aggiunge oggi l'impegno per comunicare il vangelo anche nei nuovi territori digitali e in quei mondi fatti di relazioni virtuali che vanno sotto il nome di *social network*.

Tutto questo richiede una maggiore competenza e una elevata professionalità. È questa la terza direttrice su cui si è mossa la Chiesa. Sono nate, anche in ambito cattolico, numerose facoltà finalizzate allo studio e alla formazione di figure specializzate nel campo delle comunicazioni sociali. Ciascuna facoltà ha una sua storia e una sua particolare specializzazione per rispondere alle diversificate esigenze. In questo contesto, nell'ambito della Pontificia Università della Santa Croce che celebra i suoi venticinque anni di vita, è sorta la Facoltà di Comunicazione Sociale Istituzionale che si propone di formare specialisti in grado di lavorare nell'ambito della comunicazione presso le diocesi, le Conferenze episcopali o altre istituzioni ecclesiali, sia nel lavoro degli uffici di comunicazione, sia nei mezzi di comunicazione della Chiesa Cattolica. Questa iniziativa accademica risponde a un'urgenza particolarmente

Biblioteca Virtual Josemaría Escrivá de Balaguer y Opus Dei

The Role of a University in Institutional Social Communications: the University of the Holy Cross

S.E.R. Mons. Claudio Giuliodori, Bishop of Macerata - Tolentino - Recanati - Track - Treia, President of the Episcopal Commission on Culture and Social Communications

Social communications in our time represent a new experience, due to the speed of its development, and the role it has assumed in all aspects of human life and social organization. The Church, always careful to read the signs of the times, has become particularly attentive to the complex phenomenon of social communications. It is no accident that the first document that the Second Vatican Council made public, along with the *Dogmatic Constitution on the Liturgy*, was the decree *Inter Mirifica* (4-12-1963) dedicated to the fascinating analysis of the new developments that emerged in the field of media. With a trusting, and at the same time cautious look, the Church reflected on the nature, development, and especially the impact that these tools have on people's lives, always with the intent to highlight the great potential it adds for the development of human society and at the same time to highlight the new responsibilities that accompany it. "Man's genius has, with God's help, produced marvellous technical inventions from creation, especially in our times. The Church, our mother, is particularly interested in those which directly touch man's spirit and which have opened up new avenues of easy communication of all kinds of news, of ideas and orientations." (*Inter Mirifica, 1*). This commitment to be attentive to the world of communications with "particular motherly care," solemnly assumed by the Church at the Second Vatican Council, has produced abundant fruits in several respects. We can summarize the main interventions of the Church in three ways.

First is the gradual exploration and study of the phenomenon of social communications, that has also led to important pronouncements from the viewpoint of the Magisterium, and to pastoral reflection. Just remember the principle documents: *Communio et Progressio* (23-05-1971), *Aetatis Novae* (22-02-1992), *Ethics in Communications* (04-06-2000), *Ethics in Internet* and *The Church and Internet* (22-02-2002), in addition to the annual Messages that the Holy Father addresses to all the faithful on the occasion of World Communications Day, in the implementation of the conciliar recommendations. Apart from the documents of the Holy See, we should also include contributions of the Episcopal Conferences that have developed in recent decades from genuine pastoral projects in the field of social communications. Of these which merits mention is the Directory of the Italian Church *Communication and Mission* (18-06-2004) with which the bishops gave all the ecclesial communities a comprehensive and organic framework to address the question of the media, no longer as a insular entity but as a dynamic environment where one can fully apply and express the life and mission of the Church.

The second way is the Church's relationship with the media in two aspects: a Church that is the subject of attention by the media, and the need to combine, in an ever more effective and qualified way, the mission of evangelization in this new socio-cultural context, which is generated by the pervasive presence of the media. From this point of view, the Church is simultaneously engaged in many diverse and complex situations. The Church is often the subject of inadequate representation, distorted interpretation, and prejudicial points of view before which one often feels helpless and unprepared. Coping with the media wave, when the Church is attacked by those whose sole purpose is casting shadows and discrediting it, is certainly difficult. The Church must combine the positive proclamation of the Gospel message with the modern means of communication, promoting the presence and work of Catholics within the various media, and also at the same time enhance its own initiatives in various areas of social communications. At present, in traditional media like print, radio, television, and cinema, we have now added a commitment to communicate the Gospel in new digital territories, and in the world of virtual relationships that goes by the name of "social networks."

All this requires a greater expertise and elevated level of professionalism. This is the third way in which the Church is moving. Many schools designed for study and the formation of those specializing in the field of social communications were born. Each school has its own history and its particular expertise with which to meet the diverse needs that arise in the field of social communications. In this context, in the environment of the Pontifical University of the Holy Cross, which is now celebrating its 25 years of life, has arisen the School of Institutional Social Communication which proposes to train specialists, who are capable of working in communication in dioceses, Episcopal Conferences and other Church institutions, at work both in offices of communication, and within various methods of communication in the Catholic Church. This academic initiative responds to a particular urgency felt within the ecclesiastical atmosphere and works to fill an obvious gap. Institutional communication,

Biblioteca Virtual Josemaría Escrivá de Balaguer y Opus Dei

avvertita in ambito ecclesiale e va a colmare una evidente lacuna. La comunicazione istituzionale, con l'ufficio stampa e la figura del portavoce, ha assunto una rilevanza fondamentale anche all'interno dei processi comunicativi della Chiesa, soprattutto quando si tratta di "negoziare", nel senso etimologico del termine e cioè di non restare inoperosi e passivi, la corretta trasmissione delle notizie.

Nonostante i pochi anni di vita la Facoltà di Comunicazione Istituzionale si è imposta per la qualità della proposta accademica e per l'alto livello della ricerca scientifica, come dimostrano anche le pubblicazioni e i numerosi Convegni internazionali su tematiche di stringente attualità per la vita della Chiesa. Oltre a offrire le nozioni basilari circa le tecniche e le forme della comunicazione sociale, la Facoltà cura in modo particolare lo studio dell'ambito culturale nel quale la Chiesa propone il suo messaggio e incarna la fede in permanente dialogo con le donne e gli uomini del proprio tempo. Analizzando come la Chiesa ha saputo incarnare il messaggio evangelico nel corso dei secoli vengono poste le basi per capire come sia possibile attuare oggi un'efficace inculturazione dell'esperienza cristiana nel nuovo contesto sociale e culturale determinato dai media. Per questo assieme a una conoscenza approfondita dei contenuti della fede e dell'identità istituzionale della Chiesa vengono insegnate anche le teorie, le pratiche e le tecniche proprie della comunicazione istituzionale.

Facendo tesoro dell'intuizione e del carisma di San Josemaría Escrivá, l'Università della Santa Croce ha voluto offrire uno strumento di alta formazione per aiutare la Chiesa ad affrontare una delle sfide più importanti della nostra epoca. Servono infatti uomini e donne ben radicati nella fede della Chiesa e nello stesso tempo capaci di parlare al mondo in modo chiaro e convincente con i moderni linguaggi dei media. Il lavoro della Facoltà contribuisce in modo eminente a raggiungere quegli obiettivi che Giovanni Paolo II indicava nell'ultimo documento del suo Pontificato, dedicato proprio alle comunicazioni sociali. "In primo luogo occorre una *vasta opera formativa* – afferma l'amato Servo di Dio nella lettera apostolica *Il rapido sviluppo* (24-01-2005) –, per far sì che i media siano conosciuti e usati in modo consapevole e appropriato. I nuovi linguaggi da loro introdotti modificano i processi di apprendimento e la qualità delle relazioni umane, per cui senza un'adeguata formazione si corre il rischio che essi, anziché essere al servizio delle persone, giungano a strumentalizzarle e condizionarle pesantemente". La Chiesa è grata e riconoscente per questo prezioso servizio promosso dall'Università della Santa Croce attraverso la Facoltà di Comunicazione Istituzionale che ha già permesso a molte Chiese particolari di avere personale motivato e qualificato in grado di operare efficacemente nel complesso mondo dei media.

Biblioteca Virtual Josemaría Escrivá de Balaguer y Opus Dei

L'abbraccio fra il Cardinale Ruini e il Prof. Alfonso Nieto in occasione del Dottorato Honoris Causa in Comunicazione Sociale Istituzionale

The embrace between Cardinal Ruini and Prof. Alfonso Nieto on the occasion of his honorary doctorate in Church Communications

Mark Thompson, direttore della BBC, con il Rev. Prof. John Wauck

Mark Thompson, director of the BBC, with Rev. Prof. John Wauck

along with the press office and the figure of the spokesperson, has become crucial, even within the communicative processes of the Church, especially when it comes to "negotiation," in the etymological sense of the term, which is not to remain idle and passive, but proactive in order to ensure the correct transmission of the message.

Despite its few years of life, the School of Institutional Communications has established itself on the quality of the academic proposal for its high level of academic and scientific research, as demonstrated also by its publications and numerous international conferences on issues of pressing relevance to the life of the Church. In addition to offering the basics about the techniques and forms of social communication, the school cares especially for the study of the cultural environment in which the Church proposes its message, and incarnates the faith in a permanent dialogue with humanity in its contemporary setting. Analyzing how the Church has managed to incarnate the Gospel message throughout the centuries is the basis for understanding how to implement an effective enculturation of the Christian experience in the new social and cultural context determined by the media. Along with a thorough knowledge of the contents of faith and the institutional identity of the Church, the theories, practices and techniques of communication are also taught.

Building on the intuition and charisma of Saint Josemaría Escrivá, the University of the Holy Cross wanted to offer a tool for advanced formation, to help the Church to tackle one of the most important challenges of our time. To form people who are in fact rooted in the faith of the Church and at the same time capable of speaking to the world clearly and convincingly, with the modern languages of the media. The work of the School contributes in an outstanding way to reach those goals that John Paul II referred to the last document of his Pontificate, dedicated to social communications itself. "In the first place, a vast work of formation is needed," says the beloved Servant of God in the Apostolic Letter *The Rapid Development* (24-01-2005), "to assure that the mass media be known and used intelligently and appropriately. The new vocabulary they introduce into society modifies both learning processes and the quality of human relations, so that, without proper formation, these media run the risk of manipulating and heavily conditioning, rather than serving people."

The Church is thankful and grateful for this valuable service promoted by the University of the Holy Cross through the School of Institutional Communication, which has already allowed many Particular Churches to have qualified and motivated personnel, able to operate effectively in the complex world of media.

Biblioteca Virtual Josemaría Escrivá de Balaguer y Opus Dei