

Mons. Lucio Adrián RUIZ – Rapporto attività Plenaria 2022

Sono passati ormai 7 anni dal Motu Proprio “L’attuale contesto comunicativo” che ha dato inizio al Dicastero per la Comunicazione, con mandato di realizzare la riforma sognata e sperata sin del Pontificato di Giovanni Paolo II. Infatti, alla fine del Giubileo lui diceva ad alcuni Cardinali, rispondendo ad una battuta sulla comunicazione espletata durante il giubileo, che “in futuro non sarà più così (divisa) ma tutta unita”, guardando la cultura oltre il presente di allora, dando origine, già in quel tempo, al desiderio e pensiero di fare un Dicastero dedicato alla Comunicazione. Da quel momento, si sono susseguiti tanti progetti, studi, commissioni, fino quando Papa Francesco, convinto dell’urgenza del cambiamento, promulgo il Motu proprio, dando inizio a questo processo.

1- Ma guardiamo questo processo un po’ in profondità:

L’ecclesiologia di Papa Francesco è chiara: “*Preferisco una Chiesa ferita perché esce, piuttosto che una Chiesa malata perché rimane chiusa*”. Essere una Chiesa in uscita è il punto chiave e permanente del suo Magistero. Inoltre, questa uscita ha un vettore molto preciso che la muove: “*le periferie esistenziali*”, perché nessuno deve essere escluso dall’Annuncio, tanto meno gli ultimi, i lontani, in qualsiasi modo si trovino nella vita. Dobbiamo uscire, dobbiamo andare alle periferie esistenziali, seguendo la stessa dinamica della Redenzione, perché Gesù è venuto alla periferia esistenziale di tutta l’umanità, perché eravamo nella morte.

Ma questa *uscita francescana* non rimane un annuncio teorico, con una dichiarazione di buone intenzioni, ma diventa concreta, in azioni per tutta la Chiesa universale, con *una riforma e un sinodo*.

La prima, la *riforma*, è quella della Curia Romana, dove il titolo del Motu Proprio, *Praedicate Evangelium*, è programmatico e annuncia la struttura e la dinamica di *servizio e missione* di tutta la riforma. Questa riforma è un modello e una chiamata, non solo per tutte le curie diocesane, ma anche per tutte le strutture ecclesiali che devono essere messe al servizio della missione.

La seconda è il *Sinodo sulla sinodalità*, in cui tutta la Chiesa si pone in un atteggiamento di *ascolto* di ciò che “lo Spirito dice alle Chiese” (Ap 2,11), che mostra la necessaria apertura al dialogo in tutto il Popolo di Dio.

Se la *riforma* mette le strutture nella chiave della *missione*, il *Sinodo* mette le persone in un atteggiamento di *ascolto*. *Missione e ascolto* sono *dinamiche comunicative*, e queste sono le chiavi da cui devono partire tutte le attività e le strategie di comunicazione della Chiesa e su cui devono basarsi, in questa cultura della comunicazione, nell’era della Chiesa sinodale.

Ma l’ascolto, che parte e si fonda sull’ascolto del Signore, non è un atto isolato e fine a sé stesso, ma richiede una risposta, che è iconizzata nella figura del Buon Samaritano.

Questo è un elemento fondamentale dell’ecclesiologia di Papa Francesco in chiave comunicativa: “samaritanizzare”. La parabola del Buon Samaritano è un elemento essenziale del suo Magistero (lo vediamo riassunto in *Fratelli tutti*). Non c’è niente e nessuno che possa fermare l’atteggiamento di aiutare i ‘feriti della storia’, i ‘caduti sulla strada’. Tutti devono aprire gli occhi e i cuori per raggiungere coloro che sono lasciati, quasi morti, sulla strada. Non ci sono scuse per non vederlo o per non andarci. Questa “samaritanizzazione della cultura” disegna il profilo e l’atteggiamento del discepolo, dove l’unica possibilità di guardare il fratello dall’alto in basso è quando ci *si china per aiutarlo*.

Questo è il processo che genera il binomio *riforma/sinodo*, che si traduce in un altro binomio *ascolto/samaritanizzazione*, perché l’ascolto reciproco, di tutto il Popolo di Dio con tutto il Popolo di Dio, per ascoltare insieme ciò che lo Spirito dice alle Chiese, per ascoltare, come i discepoli di Emmaus, Colui che cammina nella storia con noi, per scoprire le ferite e per metterci tutti in un atteggiamento samaritano.

2- Torniamo alla riforma che crea il nostro Dicastero:

È in questo contesto e in questo spirito che è nato il Dicastero per la Comunicazione della Santa Sede, unendo le nove istituzioni che in precedenza si occupavano separatamente della comunicazione nella Santa Sede: Pontificio Consiglio delle Comunicazioni Sociali; Sala Stampa della Santa Sede; Radio Vaticana; Centro Televisivo Vaticano; L'Osservatore Romano; Servizio Internet Vaticano; Servizio Fotografico Vaticano; Liberia Editrice Vaticana, Tipografia.

All'inizio molti media hanno interpretato che si trattava di una riforma per una questione economica, altri strutturale dovuta alla dimensione che tutte le istituzioni avevano. Il Motu proprio, con le sue prime parole, che danno il nome del documento, sancì la visione che il Santo Padre aveva sia della comunicazione in sé, quanto della questione che la riforma doveva assumere, così il suo nome è stato: *"L'attuale contesto comunicativo"*.

Questo è il nome e questa è la missione, dare una risposta al "attuale contesto comunicativo". Quindi la riforma non è stata chiamata nella sua essenza per gli motivi economici o strutturali, ma di missione intesa come risposta, cioè, per ripensare il sistema comunicativo della Santa Sede perché possa essere una risposta adeguata all'uomo e la donna di oggi, e sia un adeguato strumento per l'Evangelizzazione.

Coscienti che la metafisica della comunicazione nella Chiesa è proprio il Mandato del Signore: "Andate fino ai confini ed Annunciate", è che ogni attività ed ogni infrastruttura hanno il sigillo di essere "Chiesa in uscita" per arrivare alle "periferie esistenziali".

Per questo motivo che è proprio il *cambiamento culturale* chi richiede un ripensamento del sistema comunicativo, per poter rispondere ad una cultura che si muove verso una realtà digitale, convergente ed interattiva e, quindi, per poter capire questo Annuncio ha bisogno di un nuovo linguaggio e una nuova dinamica.

Per questo motivo è necessario ben ricordare che il ripensamento e riorganizzazione richiesta partono fondamentalmente di una realtà che è esterna all'istituzione stessa, che è il cambiamento culturale.

Questa nuova realtà, caratterizzata dalla presenza e dallo sviluppo dei media digitali, è quella che richiama, a tutti coloro che vogliono seguire il passo della cultura e vogliono continuare ad accompagnare la storia ed a fare storia, a mettersi in gioco per "ripensarsi" nella nuova chiave culturale.

Ma in questa chiave "convergente ed interattiva" non è sufficiente il "ripensar-si", perché la cultura contemporanea non ha posto per i compartimenti stagni. Ripensar-si significa "pensarsi assieme all'altro", pensare la realtà in comunione con l'altro, in sinergia, in collaborazione, nella condivisione.

Il Santo Padre chiede che si "proceda decisamente verso una integrazione e gestione unitaria". Infatti, la convergenza della dinamica comunicativa culturale richiede una convergenza delle sorgenti dell'informazione. Questo è tanto più chiaro quanto che i destinatari dei servizi non vanno più ad una molteplicità di tecnologie e dispositivi, né stare localizzati per usare questo o quel dispositivo che gli permetta realizzare o usufruire dei diversi servizi. Oggi basta un semplice "smartphone" per avere tutto, sempre ed ovunque.

In questo stesso senso e sulla stessa scia, non è più comprensibile la segmentazione dell'informazione secondo le tecnologie. La "digitalità" agisce da comune denominatore (in un crescendo permanente), e l'informazione si trova in dispositivi convergenti, così il destinatario del servizio (l'utente) cerca e chiede un'informazione completa e non frammentata, opportuna e non fuori di tempo né di contesto, multimediale e non carente di elementi che gli permettano di capire ed immergersi negli eventi. È per questo che si chiede che *si proceda decisamente verso una integrazione e gestione unitaria*.

Ma questo processo di ripensamento e riorganizzazione chiesto dal Santo Padre, lo fa con un chiaro criterio di valorizzazione *"quanto nella storia si è sviluppato all'interno dell'assetto della comunicazione della Sede Apostolica"*. Cioè, la realtà non comincia adesso, nella Santa Sede la storia della comunicazione è ampia, ricca e ben scritta. È importante conoscere, riconoscere e partire da quanto buono, grande e positivo si ha fatto, eppure valorizzare i continui accomodamenti portatosi

avanti nel tempo. Ma è altrettanto necessario riconoscere il bisogno di un nuovo passo, altrettanto grande e profondo, per l'adeguamento culturale. Anzi, possiamo dire che la grandezza di quanto fatto richiama il nuovo passo.

Infine, il Motu Proprio completa le parole iniziali "*L'attuale contesto comunicativo*" con l'obiettivo missionario della riforma della comunicazione "*In tal modo il sistema comunicativo della Santa Sede risponderà sempre meglio alle esigenze della missione della Chiesa.*"

Resta chiaro dunque che, se la comunicazione non è *una attività* della Sede Apostolica, ma è il *modo apostolico* di essere di tutta la Chiesa, allora il nostro Dicastero è parte missionaria della missione della Chiesa, perché deve andare incontro all'uomo e comunicare il Messaggio del Signore.

3- Vediamo le realizzazioni in questi anni:

In questi 7 anni di vita del Dicastero molto si è fatto, e siamo lieti di presentarlo sinteticamente, specialmente quello che attiene agli anni dall'ultima Plenaria ad oggi:

Abbiamo:

- completato la unificazione delle 9 diverse istituzioni che sono confluite nel Dicastero.
- migliorato la nostra struttura di fundraising, e nominato il nuovo Consiglio di Amministrazione della Fondazione San Giovanni XIII chiedendo al nuovo board di concentrarsi sul finanziamento di progetti strategici del Dicastero
- partecipato alla Covid Commission nel gruppo comunicazione
- avviato insieme a voi una riflessione sulle sfide che le nuove tecnologie pongono alla comunicazione nel tempo presente, lavorando ad un documento pastorale sui social media
- pensato secondo un unico filo conduttore i messaggi per la giornata mondiale

Direzione Editoriale:

1. ***Le storie e il linguaggio:*** l'importanza di raccontare la vita della Chiesa in ogni Paese attraverso la multimedialità
2. ***L'Osservatore Romano, integrazione con Vatican News:*** e sempre più approfondimento
3. ***Il nuovo mensile L'Osservatore Romano di strada:*** gli ultimi sono protagonisti
4. ***Radio Vaticana - Vatican News:*** 51 lingue in audio, video, testo per parlare i dialetti del mondo
5. ***Dalle periferie delle onde corte alla web radio:*** dai radio giornali alle frontiere podcast: così Radio Vaticana si trasforma
6. ***Un messaggio in tanti linguaggi:*** video creativi, dirette e produzioni
7. ***Un sostegno al Magistero:*** editoriali e interviste che aiutano a capire
8. ***Comunicare attraverso l'arte:*** il caso di Volti dei Vangeli
9. ***Comunicare anche con i segni:*** l'attenzione alle persone con disabilità e difficoltà sensoriali
10. ***La Libreria Editrice Vaticana:*** valorizzare le parole del Papa

Sala Stampa:

Un unico obiettivo primario: la Sala Stampa in uscita

1. ***...con i giornalisti:*** sistema di accreditamento a distanza alla Sala Stampa della Santa Sede
2. ***... nella Curia:*** secondo la Praedicate Evangelium: costruire e mantenere canali di comunicazione con tutti i dicasteri
3. ***Lo sforzo di mediazione linguistica:*** progetto intradicasteriale per unificare e certificare la traduzione dell'attività papale

Direzione Teologico Pastorale:

1. ***Pontifex, Franciscus, Vatican.va:*** breve aggiornamento con alcune slide di analytics
2. ***Progetti concreti per tessere la rete con le Chiese locali:*** sforzo per la creazione di un data base, promozione del widget e altre iniziative che aiutano a rendere più concreta la comunione tra di noi

3. **Progetti concreti per tessere la collaborazione con gli organismi vaticani:** esempio dei siti realizzati da DT e DTP per “Cause Santi”, “Basilica di San Pietro” ecc. e “Bilancio di Missione” (iniziativa portata avanti da diverse direzioni per raccontare come la missione dei diversi dicasteri e il loro utilizzo delle risorse)
4. **Progetto Faith Communication in the Digital World:** programma di formazione con modalità “learning by doing” per i giovani professionisti da diversi paesi – valutazione e sviluppi futuri
5. **Progetto “Pentecost project with and through Sisters”:** visione delle potenzialità della rete delle religiose comunicatrici

Direzione Tecnologica:

1. **Innovazione tecnologica:** processo di transizione al digitale responsabile e sostenibile ispirato dalla Laudato Si
2. **Resilienza e salvaguardia del patrimonio informativo:** un nuovo sito di Disaster Recovery per ridurre il rischio di attacchi informatici
3. **Modello operativo per lavoro agile:** delocalizzazione e lavoro remoto per il personale del Dicastero (key point per la pandemia)
4. **Ristrutturazione della Tipografia per l’era digitale:** ripensamento del sistema e riqualificazione del personale
5. **Sistema di distribuzione dei contenuti multimediale e multicanale:** la nuova MCR, infrastruttura fibra ottica e satellitare, nuovo sistema di gestione dei palinsesti
6. **Approccio Multistakeholder** con la partecipazione delle Università, Organismi Internazionali e aziende private del settore
7. **Sviluppo dei ricavi:** portfolio di servizi tecnologici offerti a terzi
8. **Certificazioni internazionali:** un sistema di controllo della qualità dei processi e prodotti
9. **Riqualificazione degli impianti trasmissivi:** importante riduzione dell’inquinamento elettromagnetico

Direzione Affari Generali:

1. **Corporate Governace:** definizione della struttura organizzativa dell'ente e del piano dei conti secondo un modello basato sull'integrazione e capace al di valorizzarne gli asset specifici
2. **Procedure amministrative:** definizione e revisione delle procedure amministrative funzionali alla gestione unitaria dell'ente con un nuovo sistema gestionale ERP
3. **Andamento economico:** riduzione, nel periodo 2014-2021, del deficit di 8.000.000 di euro circa. Finanziamento di progetti editoriali e tecnologici attraverso donazioni
4. **Quadro evolutivo delle risorse umane:** riduzione, nel periodo 2014 - 2022, di 85 unità senza lasciare a casa nessuno, e sostituzioni con figure a maggiore qualificazione
5. **Relazioni Internazionali:** accreditamento e consolidamento della presenza presso le organizzazioni internazionali del settore broadcasting e telecomunicazioni