

«Il prezioso contributo alla Missione della pubblicistica missionaria (Riviste, Social, Blog...): come farne tesoro?»

Milano, 26 settembre 2020
Gianni Borsa, direttore di "Popoli e Missione"

"Abbandonato **in fretta** il sepolcro con timore e gioia grande, le **donne** corsero a **dare l'annuncio** ai suoi discepoli" (Mt)

Comunicazione è missione, e le donne del Vangelo ce lo insegnano. Ma occorre:

- avere qualcosa (di grande) da dire (non possiamo tacere la Buona Notizia)
- seguire i canoni dell'annuncio/comunicazione: "in fretta"
- farlo con gioia e timore (passione e responsabilità)

Gli strumenti della comunicazione missionaria dovrebbero seguire queste tre regole d'oro.

Distinzione tra Comunicare e Informare

"Comunicare" significa rendere partecipi più soggetti tra loro.

Abbiamo il compito di comunicare (testimoniare con la vita prima che con le parole!) la Parola di Dio in una società mondiale in cui sono in atto profonde trasformazioni sociali, politiche, economiche e tecnologiche. Equivale a "evangelizzare"

"Informare", ovvero fornire notizie: racconto del vissuto, ricerca della verità, riduzione della complessità determinata da un alto indice di notizie, portare volti e storie nelle case (sugli smartphone) delle persone. Pensiamo alle gigantesche – eppure umili – storie di dedizione e speranza che vengono dal mondo missionario.

Quale il contesto in cui operiamo?

1. Trasmissione del Vangelo del Farsi prossimo in un mondo che spesso appare distratto e disinteressato alla sfera religiosa

In una società secolarizzata, attraversata da individualismo, carrierismo e perbenismo, "aiutiamoli a casa loro"...

2. La missione ad gentes vale per l'Africa e per altre regioni al mondo, ma ormai vale per le nostre parrocchie. Siamo terra di missione: abbiamo preti e suore che provengono dagli altri continenti per annunciare il Vangelo, e dunque essere missionari, tra le nostre case.

3. Siamo in un sistema informativo segnato da profondi cambiamenti

- Persone leggono meno (crisi dell'editoria tradizionale)
- S'impongono i social media, tramite internet, che per loro natura tendono a imporre slogan al posto del proporre ragionamenti; a veicolare evidenze e punti esclamativi anziché sollecitare riflessione e confronto (una informazione e comunicazione spesso esclamativa, ingiuntiva, invettiva); a determinare confini tra quelli che stanno con me e quelli che ritengo "altri" da me, che è il contrario della ad gentes, dell'incontro fraterno, della condivisione di storie, di vita, di futuro.

Cosa ci è richiesto? Cosa ci mostrano i missionari: che ancora una volta occorre ESSERE controcorrente, così come controcorrente e scandaloso è il Vangelo di Gesù

Ci aiuta il messaggio dell'Arcivescovo Mario: siamo "autorizzati a pensare" (e ad agire). A scrivere e a parlare controcorrente. A informare controcorrente. E – anche per questa strada – testimoniare che il Signore è risorto, che cammina con noi ogni giorno...

A chi ci rivolgiamo, quali i possibili interlocutori? Quale la capacità di evangelizzare oggi?

Il lockdown: insegna che "siamo sulla stessa barca", tutti interconnessi. Emergono esigenze di un "pubblico" che, sentendosi assorbito da una quotidianità assillante e frenetica, è divenuto allergico alla complessità, alle sfumature, alle riflessioni sui grandi temi contemporanei, desiderando invece modelli semplici, ben definiti, riconoscibili...

Torna persino il tempo dell'abc dell'evangelizzazione: re-imparare a fare il segno di croce; leggere la pagina del Vangelo del giorno...

Quale informazione missionaria? Con quali caratteristiche?

- Approfondita
- Leggibile
- Generativa (capace di smuovere menti e cuori alla testimonianza del Vangelo e alla solidarietà generosa)
- Capace di farci alzare lo sguardo dall'IO AL NOI (che è il contrario dell'individualismo) nel segno della FRATERNITÀ.

Per:

- tornare a smuovere i cuori
- rendere sensibili – e generose – le nostre comunità
- fornire temi e argomenti per stare nel dibattito pubblico attuale (pensiamo solo al tema della presenza straniera nei nostri paesi o a quello delle migrazioni)

Impegni/obiettivi dei nostri strumenti missionari di comunicazione:

- Ω Favorire la riflessione
- Ω Promuovere l'animazione
- Ω Sostenere le vocazioni
- Ω Accompagnare la raccolta di fondi per finanziare attività ad gentes