

# C

## onvergenza digitale

Intervista a mons. Dario Edoardo Viganò

**M**ons. Dario Edoardo Viganò, milanese, ha 54 anni ed è prete dal 1987. Teologo-semiologo particolarmente attento al linguaggio cinematografico, dopo aver collaborato a lungo con la Conferenza episcopale italiana è arrivato in Santa Sede nel 2013, quando Benedetto XVI lo ha chiamato a dirigere il *Centro televisivo vaticano*. Lo incontriamo presso la sede della Segreteria per la comunicazione, nata nel 2015 e della quale è stato nominato prefetto.

L'atmosfera non è quella, ovattata, che talvolta caratterizza i dicasteri della Santa Sede: anzi, i corridoi sono piuttosto animati. Invece il salottino che ci ospita è un'isola di quiete. Ci consente una conversazione a 360 gradi, che si prolungherà per l'intera mattina.

– Mons. Viganò, lei si definisce, nel contesto del processo di ripensamento dei media vaticani, «solo un traghettatore». Ci può descrivere le due rive del fiume, l'ampiezza del guado e soprattutto chi ha deciso di salpare e come e quando?

«Per prima cosa va detto che la scelta d'intraprendere quella che è una vera e propria riforma è l'esito di un percorso avviatosi da tempo su due linee inizialmente parallele, e ora convergenti. La prima consisteva nell'ipotesi di un coordinamento dei media vaticani sorta intorno all'esperienza del Grande giubileo del 2000, che fu costellato di grandi "eventi" massmediali.

Il suo sviluppo, dopo la morte di Giovanni Paolo II, fu gestito con prudenza a

causa delle sopraggiunte "crisi comunicative" del pontificato ratzingeriano, per affrontare le quali si chiamò, come *advisor*, da *Fox News* Greg Burke, oggi direttore della Sala stampa della Santa Sede. Fu in quegli anni che, su indicazione del segretario di stato card. T. Bertone, mons. C. Celli, quale presidente del Pontificio consiglio delle comunicazioni sociali (PCCS), avviò la consuetudine di far incontrare periodicamente presso il suo dicastero i responsabili dei vari media vaticani: quella che oggi è la settimanale "riunione strategica dei media"».

– E la seconda linea?

«È quella della preoccupazione sorta da lungo tempo presso il Consiglio dei cardinali per lo studio dei problemi organizzativi ed economici della Santa Sede (che ha lavorato fino al 2014) a motivo del saldo negativo fatto registrare nei bilanci della Santa Sede dalle "aziende mediatiche", e tra di esse in particolare da *Radio vaticana*.

Tale preoccupazione si era sostanziata nella costituzione di successive commissioni durante il pontificato di Benedetto XVI, ed era stata ribadita durante le Congregazioni generali che hanno preceduto il conclave del 2013, essendo trasversale alle richieste di una maggiore trasparenza finanziaria e di una generale riforma della curia romana che non poteva non coinvolgere anche il sistema delle comunicazioni sociali».

– Per questo se n'è occupata la cosiddetta COSEA?

«Come ha ricordato Francesco stes-

so nel suo recente discorso alla curia romana (22.12.2016), l'istituzione di una Pontificia commissione referente di studio e di indirizzo sull'organizzazione della struttura economico-amministrativa della Santa Sede (appunto la COSEA), con il compito di studiare, d'analizzare e di raccogliere informazioni, seguì di soli tre mesi l'annuncio che il nuovo papa si sarebbe giovato di un Consiglio di cardinali per assisterlo nel governo della Chiesa universale e per lavorare a una riforma della curia romana. È in questa sede, che tutti ormai conosciamo come il C9, che confluirono i risultati della consulenza che la COSEA affidò, in tema di sviluppo e di modernizzazione della comunicazione della Santa Sede, all'agenzia McKinsey & Company».

### Investire nel capitale umano

– Il C9 come decise di procedere?

«Venne creata, sotto la presidenza del britannico lord Christopher Patten (già presidente della *BBC*, aveva collaborato con il governo del Regno Unito nell'organizzazione della visita di Benedetto XVI nel 2010; cf. *Regno-att.* 7,2015,436; ndr) un'apposita Commissione per le comunicazioni, nella quale hanno lavorato insieme, per un anno, vari esperti di profilo internazionale e i principali responsabili ai vertici dei media della Santa Sede, in particolare Vian per *L'Osservatore romano* e Ghisani per la *Radio vaticana*.

Dopo aver ricevuto il suo *Final Report*, nell'aprile 2015, il C9 ha subito

chiesto che fosse tradotto in proposte concrete, costituendo con soggetti più interni una nuova Commissione, più ristretta».

– *E molto operativa...*

«Con Paolo Nusiner (*Avvenire*), Lucio Adrian Ruiz (Servizio Internet vaticano), Antonio Spadaro (per i gesuiti) e Paul Tighe (PCCS) abbiamo lavorato bene: due mesi dopo (27.6.2015) il papa è stato in grado di pubblicare il motu proprio *Nell'attuale contesto comunicativo*, con il quale ha istituito la nuova Segreteria per la comunicazione e disposto l'accorpamento, secondo confluenze successive, di tutte le realtà della Santa Sede “che in diversi modi, sino a oggi, si sono occupate della comunicazione”: Pontificio consiglio delle comunicazioni sociali; Sala stampa della Santa Sede; Servizio Internet vaticano; *Radio vaticana*; *Centro televisivo vaticano*; *L'Osservatore romano*; Tipografia vaticana; Servizio fotografico; Libreria editrice vaticana. Queste realtà, una volta trasformate in una unica entità, potranno contare sulle specifiche competenze di cinque dipartimenti, ciascuno guidato da un direttore: affari generali, teologico-pastorale, editoriale, tecnologico e Sala stampa».

– *Ci può sintetizzare, come si farebbe in una presentazione Power point, i criteri-guida del processo di riforma?*

«Primo criterio: il cambiamento delle istituzioni esistenti dovrà essere forte e profondo, non solo di facciata. Scelte, come ha chiesto il santo padre, irreversibili. Ma perché si consolidi deve avvenire attraverso passaggi gradualmente, con una tempistica ragionevole e incoraggiando la cooperazione e non la competizione tra i diversi soggetti confluiti nella nuova Segreteria.

Secondo criterio: la riforma è necessaria quanto è necessario che la Santa Sede risponda alla missione della Chiesa nella cultura contemporanea. Questa urgenza apostolica ci richiede di fornire i contenuti che ci vengono richiesti a livello mondiale secondo il criterio “*user first*” (comprendere quello che l'utente cerca e come lo cerca) e di tenere costantemente monitorati i costi e i risultati.

Terzo criterio: il personale non può certamente essere lasciato a casa, ma deve assolutamente essere coinvolto e

dovrà anche riprendersi esso stesso nelle proprie competenze e professionalità. Sarà soddisfatto se sapremo offrirgli formazione e, quando necessario, riqualificazione; se imparerà il valore del lavoro e, non da ultimo, se avremo la dovuta attenzione pastorale nei confronti delle persone e della dignità del loro lavoro, come la Chiesa stessa insegna. Dignità che chiede anche coinvolgimento e servizio inteso non come rivendicazione».

– *Il primo criterio e il terzo sono collegati. A che punto sono i passaggi, e come stanno reagendo le persone?*

«A fine 2015 sono confluiti nella Segreteria per la comunicazione il Pontificio consiglio delle comunicazioni sociali, la Sala stampa della Santa Sede e il Servizio Internet vaticano. A fine 2016, la *Radio vaticana* e il *Centro televisivo vaticano*. Nel 2017 arriveranno *L'Osservatore romano*, la Libreria editrice vaticana, il Servizio fotografico e la Tipografia vaticana, che rappresentano la parte più tradizionale della comunicazione: anche qui occorreranno trasformazioni, migliorie e ottimizzazioni, anche se in forma diversa.

Complessivamente dovrò mettere assieme un gruppo di 650-700 persone, le quali non saranno più alle dipendenze dell'una o l'altra realtà preesistente, che si trasformano in “servizi”, ma della Segreteria.

Un vero e proprio capitale umano, sul quale intendo investire: formazione, valorizzazione delle competenze esistenti e creazione di nuove (ad esempio, a livello linguistico)».

### **Raccontare il pontificato**

– *La metà circa di queste persone lavora a Radio vaticana...*

«La *Radio* ha una grande ricchezza di professionalità e ha svolto, con la sua struttura, un compito storico a servizio soprattutto di quelle Chiese che, per ragioni politiche (soprattutto quando il mondo era diviso tra Est e Ovest), non avevano altro modo per comunicare con Roma. Oggi la situazione è cambiata, sia nelle relazioni internazionali, sia nelle tecnologie della comunicazione. Queste consentono di far giungere la voce del papa anche a comunità lontane e di

minoranza, o in zone di conflitto, senza dover più ricorrere alla trasmissione con tecnologie obsolete. Inoltre in molti paesi, ad esempio dell'Africa, esiste una ridondanza attraverso *broadcast* di conferenze episcopali. Un esempio: alcune zone dell'Africa con *KTO* della Conferenza episcopale francese.

Dove invece sono ben presenti le Chiese locali, con i propri *media*, oggi si tratta di mettersi al loro servizio, fornendo contenuti che poi provvederanno loro a diffondere».

– *Il secondo criterio riguarda appunto l'offerta dei contenuti. A cosa state lavorando?*

«Il nostro compito rimane quello di raccontare il papa, la Santa Sede e il suo magistero. Ma sapendo che ciò che caratterizza la comunicazione oggi è la convergenza digitale, cioè il fatto che i singoli *media*, con le loro identità definite, non esistono più. Ad esempio, per il telespettatore di ieri la televisione era uno strumento, per l'utente di oggi è una forma espressiva. Anche le modalità di fruizione sono abissalmente mutate.

Dunque la riforma avrà nella Rete la sua dorsale tecnologica centrale, con questa architettura: al posto del sito Internet news.va e di quelli di *Radio vaticana* e del *CTV* vi sarà un unico *content hub*, un portale multilinguistico dove trovare video, testi (non la documentazione ufficiale, che continuerà a essere reperibile sul sito vatican.va), foto e *podcast*. Questi materiali dovranno essere prodotti sin dall'origine sapendo che sono destinati a tutti i *media*, secondo quello che chiamiamo un approccio transmediale (mentre prima la tendenza era quella di trasferire in Rete linguaggi e formati legati alle tecnologie di comunicazione tradizionali).

Vi sarà chi raccoglie la documentazione entro una rete interna, chi si occupa del suo *editing* multimediale e chi ne dispone la pubblicazione sul portale. Per fare un esempio: un viaggio del papa potrà essere seguito tramite un'infografica interattiva che si arricchisce di testi, immagini e contributi video e audio man mano che il viaggio procede. L'obiettivo è che chi digita, ad esempio, “*Angelus*” su un motore di ricerca trovi fra i primissimi risultati il nostro portale».

– Non c'è il rischio d'incrementare in questo modo una sorta di «consumo» di papa Francesco da parte dell'opinione pubblica mondiale?

«No, perché l'attenzione che egli suscita da parte dei media discende perlopiù dalla sua capacità di creare un evento “trasformativo”, cioè d'inserire nella tradizione, nel “previsto” dei suoi atti pubblici un “imprevisto”: un silenzio, un gesto, un'espressione inconsueta che lui decide quando sente, con grande libertà, mettendo in qualche modo i media nella condizione di doverlo “inseguire”».

Si pensi alla decisione di fare di Lampedusa la meta del suo primo viaggio fuori Roma, così ricca di conseguenze non solo per la sensibilizzazione dell'opinione pubblica verso le sofferenze dei migranti, ma persino rispetto al suo stesso atteggiamento verso l'idea di viaggiare».

### Il peso dell'opinione pubblica

– Pensa che il modello che ha descritto potrà fare a meno delle mediazioni esterne all'istituzione? Come vede evolversi la figura del vaticanista, inteso come il giornalista che, nelle redazioni dei grandi mezzi, è specializzato nell'informazione sul papa e la Santa Sede?

«Dal punto di vista delle nostre istituzioni, il vaticanista rimane un interlocutore fondamentale. Certo, il suo profilo si è profondamente modificato secondo il cammino della Chiesa, che con il concilio Vaticano II avvia, non senza contraddizioni e ripensamenti, un diverso rapporto con l'opinione pubblica, e anche secondo il modo di comunicare dei papi che si sono succeduti.

Oggi, sempre più mi pare che il suo ruolo sia quello di un interprete, capace di collocare i momenti maggiori del pontificato, come i grandi documenti o i viaggi, nel più vasto contesto politico, sociale, culturale, oltre che in quello strettamente ecclesiale. Di disegnare scenari che tengano conto dell'attuale dilatazione del magistero, sia tematica, sia spaziale. Penso ad esempio a come l'opinione pubblica mondiale ha accolto la *Laudato si'*».

– L'opinione pubblica sulla Chiesa è anche influenzata, comprensibilmente,

dall'apprendere le contraddizioni tra il magistero (e il Vangelo stesso) e alcuni comportamenti di singoli membri, che di solito riguardano la gestione del denaro o disordini di tipo sessuale. Non crede che le istituzioni ecclesiali manchino, in questi casi, nel prendere loro stesse l'iniziativa delle pubbliche denunce?

«Sono d'accordo, anche se mi rendo conto dei fattori che, in passato, hanno condizionato gli atteggiamenti difensivi: ad esempio, per il caso più grave, che è quello delle violenze dei chierici sui minori, penso a insufficiente consapevolezza, lentezze burocratiche, mancata individuazione di percorsi e figure all'altezza della situazione. Oggi, grazie alle scelte compiute da Benedetto XVI e da Francesco, le cose stanno andando diversamente.

Non ho dubbi che si debba praticare la massima trasparenza, anche in ambito finanziario: bilanci regolari, pubblicati, spiegati... Un contributo che la Segreteria per la comunicazione potrà dare è quello della formazione nelle Chiese locali di *team* di *crisis communication*. Ma anche di coinvolgerle preventivamente in quelle occasioni, a cui mi riferivo precedentemente, nelle quali il pontificato prende iniziative di portata planetaria, così che esse stesse possano diventare interlocutrici e interpreti preparate presso i media».

– Con il modello comunicativo che ci ha descritto, pensate di dare un contributo anche alla crescita e alla maturazione dell'opinione pubblica nella Chiesa?

«Mi viene in mente l'istruzione *Communio et progressio*, che l'antenato di questo dicastero pubblicò su mandato di Paolo VI nel 1971: diceva che i media facilitano il dialogo dentro la Chiesa e descriveva l'opinione pubblica nella Chiesa come essenziale, in quanto colloquio pubblico tra le diverse membra. È molto interessante lo stile di papa Francesco circa la disponibilità a un'opinione pubblica nella Chiesa che sia trasparente, diretta e non volga piuttosto sulle strade del pettegolezzo e delle mormorazioni.

Certo, discutere in pubblico della fede, del Vangelo, della vita della Chiesa richiede molta maturità. Bisogna imparare anche ad accettare le diversità, le prese di distanza... Diviene tutto più

complesso in una situazione di media digitali nei quali la credibilità è difficile da costruire».

### La Chiesa è un poliedro

– Da questo punto di vista un caso interessante è quello del doppio Sinodo sulla famiglia e della polarizzazione che alcuni giornalisti-lobbyisti hanno alimentato. Qui c'è lo spazio per lo specialista di cose religiose che riesca a tradurre il pluralismo non in termini di faziosità. Il pontefice a suo avviso è preoccupato per questo?

«Da un lato, per dire con parole laiche concetti come “sinodalità” o “primato petrino” è necessario possedere qualche competenza teologica... O anche per comprendere la genesi di un testo come il documento finale del Sinodo in quanto “documento di convergenza”. Dall'altro, il papa mostra una profonda serenità anche rispetto alle incomprensioni che agitano la Chiesa al suo interno e che talvolta dall'esterno si strumentalizzano... Più volte ripete che vive in pace e che non gli manca l'umorismo».

– Per qualcuno questo costituisce uno scandalo.

«Ma non dimentichiamo che il Vangelo stesso è “quadriforme”, come dice la *Dei Verbum* al n. 18, citando Ireneo di Lione. Per secoli questo dato originario di una verità sinfonica non è stato più tenuto in conto, ma oggi, in un sistema caratterizzato dalla complessità, è nuovamente possibile comprenderlo. Non è un tradimento dell'unità ma una fedeltà radicale al momento originario, vera e propria armonia dei diversi.

È quanto il papa intende quando indica come modello della Chiesa non la sfera, ma il poliedro: uniti al centro, pur nelle diverse sfaccettature. Ciò che invece non è accettabile è parlare per allusioni, fomentare i pettegolezzi... Si deve tenere conto, nel dibattito, che la logica a cui rispondono gli eventi ecclesiali – come disse papa Francesco ai giornalisti subito dopo la sua elezione – “non è principalmente quella delle categorie, per così dire, mondane”, ma è “quella della fede”».

a cura di  
Maria Elisabetta Gandolfi,  
Guido Mocellin