

ACCEDI

SCRIVICI

## La Chiesa al tempo dei social. Mons. Viganò: “Per essere autorevoli bisogna essere credibili”

"Chi è nelle condizioni di incidere su opinioni e atteggiamenti pubblici non è detto che sia necessariamente credibile, ovvero che goda di una reputazione condivisa". È l'avvertimento di mons. Dario Edoardo Viganò, vice cancelliere della Pontificia Accademia delle Scienze Sociali, che sulla perdita di credibilità della Chiesa (anche sui social) non nasconde la responsabilità del clero: "C'è stato un impoverimento culturale, fino alla fine degli anni Sessanta la levatura dei preti rappresentava per il Paese un accesso al sapere e ai diritti"



23/12/2020

“È indispensabile che la Chiesa riaffermi la sua autorità anche nei contesti digitali a partire dalla credibilità”. Mons. **Dario Edoardo Viganò**, vice cancelliere della Pontificia Accademia delle Scienze Sociali, ha da poco dato alle stampe il volume

“Testimoni e influencer” (EDB) nel quale ripercorre la storia del rapporto tra Chiesa e autorità dalle origini al tempo dei social.

### **Come è cambiata l'autorità dalla Chiesa antica a quella post-Conciliare?**

Le prime comunità cristiane sorgevano grazie alla predicazione di un apostolo, che era ritenuto una figura credibile di riferimento e per questo un'autorità riconosciuta dall'intera comunità. Nella guida del popolo, gli apostoli si avvalevano dell'aiuto di collaboratori locali e degli anziani: erano gli *episkopoi* (supervisor) e i *presbyteroi* (anziani). Le comunità cristiane delle origini, dunque, erano organizzate in base a un modello sinagogale che si esprimeva nel consiglio degli anziani. L'esercizio dell'autorità aveva come elemento costitutivo e criterio di comprensione la celebrazione eucaristica celebrata in ogni comunità: chi presiedeva l'eucarestia era la stessa persona che guidava la comunità, dunque si trattava di un'autorità legata soprattutto alla fede e ai costumi.

### **Quando si è iniziato a parlare di vescovi e preti in senso più vicino a quello odierno?**

Tra la seconda metà del II e l'inizio del III secolo. Nella Chiesa antica l'autorità si è affermata gradualmente e si è ampliata progressivamente soprattutto in tre modi: attraverso l'emanazione di leggi per il bene della Chiesa, attraverso la giustizia e attraverso la correzione degli errori.

### **Cosa succede dopo il Concilio Vaticano II?**

Per la Chiesa la prima autorità è la Scrittura e la Chiesa, con la sua interpretazione, deve continuare a cercare il vero senso dei testi, lasciandosi guidare dallo Spirito Santo per superare i limiti imposti dai diversi generi letterari.

## ***Con il Concilio si rafforza l'idea che l'autorità che la Chiesa esercita è da intendersi come partecipazione all'autorità di Cristo.***

Dunque, l'autorità di Cristo è partecipata alla Chiesa in ordine al compimento della sua stessa missione che è quella di rendere testimonianza della rivelazione di Dio. In particolare la Chiesa, nel suo insieme, esprime la propria autorità nel rendere testimonianza alla verità di Cristo morto e risorto.

### **Il rispetto che la società attribuiva all'autorità del clero, però, si è andato perdendo nel tempo. Perché?**

I motivi sono molteplici, ma non dobbiamo nascondere il contributo dato dall'impoverimento culturale del clero. Fino alla fine degli anni Sessanta, la levatura dei preti rappresentava per il Paese un accesso al sapere e ai diritti.

*La credibilità intellettuale del clero nell'attuale sistema universitario e di preparazione professionale si è ristretta per la quasi totalità dei casi all'ambito teologico, per il quale oltretutto la società mostra sempre meno interesse.*

### **Una istituzione bimillenaria come la Chiesa cattolica può continuare ad avere autorità anche in un mondo in cui sono i social a dettare l'agenda?**

I media elettronici prima e lo sviluppo dei social network poi, sullo sfondo del passaggio dalla società borghese dell'Ottocento alla società delle masse del Novecento, hanno modificato in maniera significativa i processi che conducono alla credibilità. All'interno di questo processo si colloca anche la Chiesa che, pur avendo origine e finalità distinte da quelle delle istituzioni e delle aziende, rappresenta un'organizzazione dotata di autorità di tipo spirituale. È assai difficile, in questo senso, riattivare le forme classiche della relazione “verticale” in un ambiente caratterizzato da un modello comunicativo orizzontale, reticolare e socializzato.

### **L'autorità della Chiesa può trovare posto tra gli influencer della Rete?**

Inizialmente i primi grandi *influencer* sono state le *celebrity*, che riuscivano a capitalizzare sul web la visibilità guadagnata in altri ambiti. Adesso si assiste all'aggiornamento continuo della lista dei top ten *influencer*: super-utenti che sono in grado di rivolgersi a un target in maniera convincente. Ma attenzione:

*se è vero che esistono situazioni nelle quali viene riconosciuta a una persona credibilità e autorità, non è detto che questo, anche per questioni numeriche, possa trasformarsi in un riconoscimento sociale e pubblico e possa portare a un cambiamento di opinione.*

Allo stesso modo, chi è nelle condizioni di incidere su opinioni e atteggiamenti pubblici non è detto che sia necessariamente credibile, ovvero che goda di una reputazione condivisa. Credo sia indispensabile, dunque, che la Chiesa riaffermi la sua autorità anche nei contesti digitali a partire dalla credibilità. D'altronde, è la strada indicata da Papa Francesco: "Mentre siamo sulla strada verso Gerusalemme, il Signore cammina davanti a noi per ricordarci ancora una volta che l'unica autorità credibile è quella che nasce dal mettersi ai piedi degli altri per servire Cristo".

Riccardo Benotti

Copyright Difesa del popolo (Tutti i diritti riservati)

Fonte: Sir

---

Ci piace dare **buone notizie**  
**Diventa anche tu** nostro sostenitore

---



---

[Privacy](#) | [Dichiarazione di accessibilità](#) | [Amministrazione trasparente](#)



---

La Difesa srl - P.iva 05125420280

La Difesa del Popolo percepisce i contributi pubblici all'editoria

La Difesa del Popolo, tramite la Fisc (Federazione Italiana Settimanali Cattolici) ha aderito allo IAP (Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria) accettando il Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale