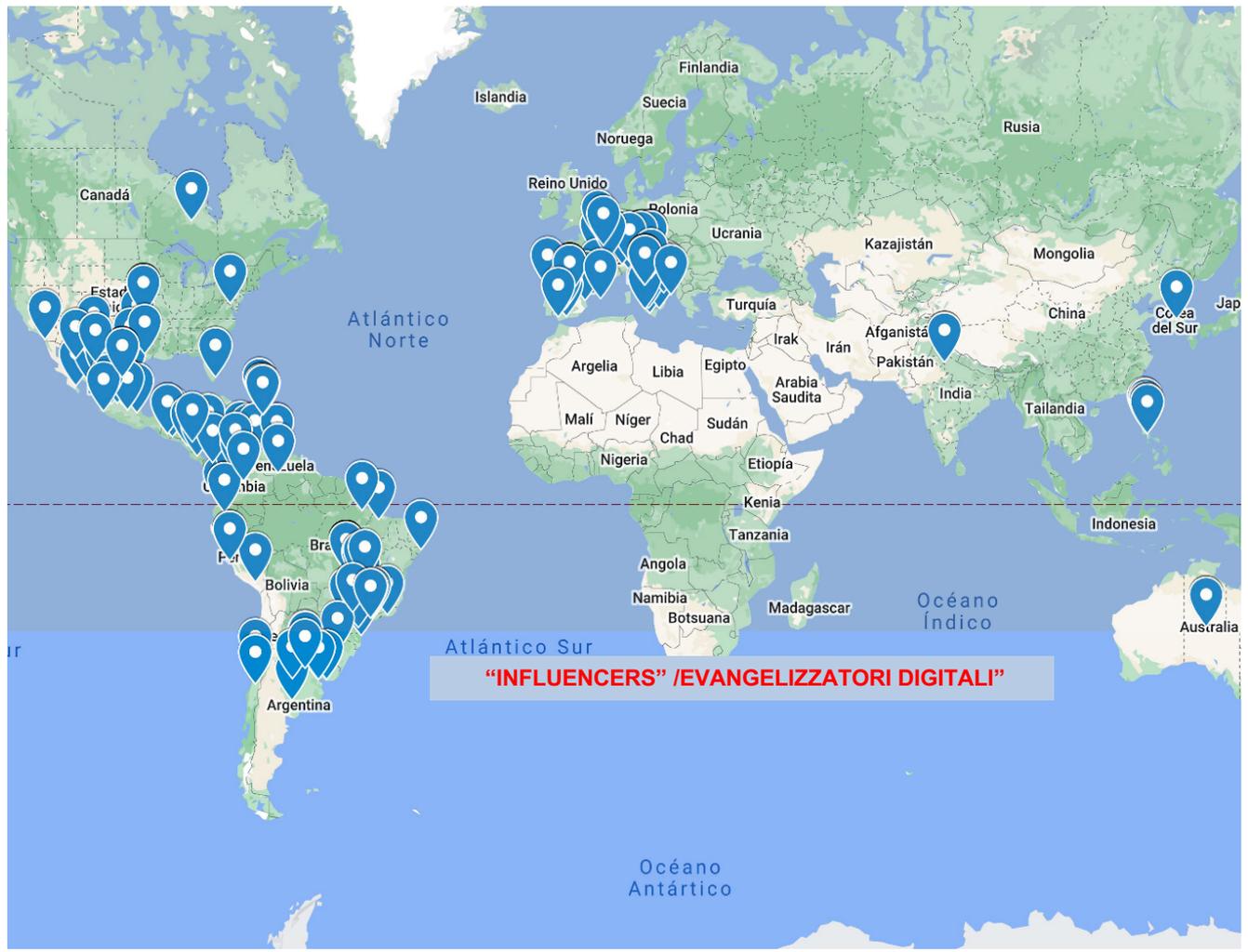


La  
Chiesa  
ti ascolta



*“Nei primi tempi della Chiesa,  
gli Apostoli e i loro discepoli hanno portato  
la Buona Novella di Gesù nel mondo greco romano:  
come allora l’evangelizzazione, per essere fruttuosa,  
richiese l’attenta comprensione della cultura e  
dei costumi di quei popoli pagani nell’intento  
di toccarne le menti e i cuori, così ora l’annuncio di Cristo  
nel mondo delle nuove tecnologie suppone una loro approfondita  
conoscenza per un conseguente adeguato utilizzo.”<sup>i</sup>*

*“La Chiesa “in uscita”  
è la comunità di discepoli missionari che prendono l’iniziativa,  
che si coinvolgono, che accompagnano, che fruttificano e festeggiano.  
“Primerear – prendere l’iniziativa”: vogliate scusarmi per questo neologismo.  
La comunità evangelizzatrice sperimenta che il Signore ha preso l’iniziativa,  
l’ha preceduta nell’amore (cfr 1 Gv 4,10),  
e per questo essa sa fare il primo passo, sa prendere l’iniziativa  
senza paura, andare incontro, cercare i lontani e arrivare agli incroci delle strade per  
invitare gli esclusi. Vive un desiderio inesauribile di offrire misericordia, frutto dell’aver  
sperimentato l’infinita misericordia del Padre e la sua forza diffusiva.”<sup>ii</sup>*

## Parte I: INTRODUZIONE

### α. ORIGINE e AMBITO di APPLICAZIONE

**Origine:** il progetto parte dalla richiesta del Papa al Sinodo di riflettere ed agire sulla Sinodalità. Il progetto RIIAL<sup>iii</sup> accoglie questo appello e propone alla Segreteria Generale il progetto "La Chiesa ti ascolta", seguendo l'invito di Papa Francesco ad essere "Chiesa in uscita" e a "raggiungere le periferie esistenziali", portando il Sinodo anche nel Continente Digitale (spazi e cultura digitale), affinché *nessuno sia escluso*.

**Sviluppo:** si è incorporata fin dall'inizio iMisión<sup>iv</sup> e, con grande sorpresa, più di 100 istituzioni e reti che evangelizzano nel mondo digitale hanno aderito. Il processo è stato avviato dal gruppo di *Intelligenza Collaborativa Delibera* ed è cresciuto con diversi contributi in una dinamica di cooperazione. In origine un gruppo ristretto di animazione e coordinamento ha guidato il progetto, che si è poi evoluto ed ora è composto di sei squadre che animano le diverse comunità in differenti lingue e culture, utilizzando quattro diversi sistemi tecnici (Delibera, Qwary, Google, Dooblo).

**Dimensione:** si tratta di un progetto "in embrione" dunque in fase "pilota"; quindi, i risultati non possono essere considerati del tutto generalizzabili a motivo del breve lasso di tempo che l'esperienza ha interessato; tuttavia, esso è stato sufficiente ad aprire una finestra che ci ha permesso di scorgere il fatto che il "continente digitale"<sup>v</sup> esiste, come una realtà trasversale, che è necessario che sia accompagnato. Per di più il progetto porta come valore aggiunto la scoperta dell'esistenza e del possibile sviluppo della vita ecclesiale in questa nuova realtà.

**Specificità:** di per sé molte realtà ecclesiali hanno utilizzato le risorse di Internet nel portare avanti i processi sinodali. L'originalità della proposta di portare il Sinodo negli *spazi digitali* non sta quindi nell'uso di strumenti digitali, ma nella valorizzazione degli spazi digitali come "locus", abitati da persone in modo naturale e proprio, con uno sguardo che nasce dalla cultura digitale, ed *intercetta un mondo che partecipa poco o nulla alla vita della Chiesa*.

#### **Portata:**

- Tempo di attuazione: 2,5 mesi
- Lingue coperte: 7 (inglese, spagnolo, francese, portoghese, italiano, malayalam, tagalog)
- Paesi coinvolti: 115
- Reti e istituzioni che hanno aderito: oltre 100
- *Influencer/evangelizzatori digitali* che hanno contribuito: 244
- Questionari compilati: 110.000
- Proposte al Sinodo: 150.000
- Persone raggiunte (potenziale di ingaggio) rispetto al sinodo: 20.000.000<sup>vi</sup>

#### **Processo:**

Un Sinodo ecclesiale è un *cammino fatto insieme, in comunione, partecipazione* che ha come orizzonte la *missione*. Per comprendere la particolarità del processo nella *Cultura Digitale*, si possono distinguere i seguenti attori e azioni:

- **Influencers/evangelizzatori digitali:** sono testimoni che annunciano e ascoltano (Chiesa in uscita) e accompagnano (Chiesa samaritana)<sup>vii</sup> con originalità e creatività nei linguaggi e nelle tecniche proprie. (Per il termine "influencer" vedere nota [viii](#)).

- **Followers:** sono gli abitanti degli spazi digitali, che si rivelano bisognosi di risposte su domande esistenziali, di fede; che cercano una comunità a cui appartenere; che desiderano prendere parola ed essere ascoltati

- **Processo sinodale digitale:** Convocazione, catechesi, invio missionario, animazione e coordinamento, consultazione, raccolta e analisi dei dati, proposte al Sinodo.

## **b. CHIAVI DI LETTURA DEL PROCESSO**

Per raccontare il Processo sinodale si è pensato ad alcuni **binomi chiave**: quattro orientati alle **Persone** e quattro focalizzati sull'**ambiente Digitale**.

### **Persone:**

1- **Laici e corresponsabilità**: si sono "scoperti" gli *influencer/evangelizzatori digitali* che bene si collocano nella prospettiva del Vaticano II, rivelandosi veri evangelizzatori, corresponsabili con l'azione della Chiesa nel mondo, secondo l'identità e la missione loro propria, in quanto discepoli battezzati e chiamati alla missione. Oltre alla nutrita presenza di sacerdoti, religiosi e consacrati, la rete trabocca di laici, audaci e creativi. Amano Gesù e conoscono il mondo e la cultura digitale.

2- **Missionarietà e accompagnamento**: per la sua natura missionaria, il progetto si è proposto di realizzare la chiamata ad essere *Chiesa in uscita che va verso le periferie esistenziali*. Lo stile di evangelizzazione nella rete ha manifestato veri rapporti umani e cristiani instaurati tra gli *influencer/evangelizzatori digitali* e i follower. Questa relazione ha generato una interattività tra annuncio, ricerca di fede e accompagnamento. Ha evocato, convocato e accompagnato la ricerca.

3- **Contatti e Vincoli** si sono rilevati due tipi di relazione, quella degli influencer con i loro follower e quella degli *influencer* tra loro. La prima manifesta che gli evangelizzatori hanno rafforzato e incrementato la conoscenza delle loro comunità. La seconda, essi hanno esteso le loro relazioni al di là dei circoli noti, realizzando un legame più *comunione* e di rete così da sperimentare un maggior senso di comunione ecclesiale che partecipano alla vita missionaria di tutta la Chiesa.

4- **Solitudine e comunione**: gli *evangelizzatori* hanno espresso il bisogno di essere ascoltati, accompagnati, aiutati, riconosciuti e integrati nella più ampia azione della Chiesa. Si sono scoperti "comunità" nella e della Chiesa universale. Essi si sono sentite chiamati, hanno chiamato altri, hanno ricevuto la proposta e generato processi, sono diventati co-creatori del progetto. La celebrazione di un "*invio missionario*" vissuto in rete ha marcato l'identità ecclesiale della missione. Infine, influencer e followers hanno espresso una profonda gratitudine per il Sinodo.

### **L'ambiente digitale:**

1- **Strumento e luogo**: le tecnologie digitali sono state originariamente intese e utilizzate come "strumento" che servono a promuovere e comunicare. Senza abbandonare la sua realtà di *strumento*, la prospettiva di concepire questa nuova cultura dalla nozione di "*continente digitale*", consiste nell'incorporare il concetto di essere un "luogo" (*locus*) che deve essere abitato, con *la visione e la cultura digitale*. Emerge come non basti usare la rete, ma occorre capirla, abitarla, con il linguaggio che gli è proprio e le sue dinamiche, nella prospettiva che *ciò che non è assunto non è redento*.

2- **Umano e soprannaturale**: nelle relazioni e nelle attività sinodali sviluppate nella rete, sono emerse l'umanità e del senso soprannaturale che si possono instaurare in questi legami. Si è riscontrato che, così come in un legame tra persone esiste un "io" ed un "tu", lo stesso vale anche per gli *spazi digitali*. Le esperienze, chiaramente visibili durante la pandemia, mostrano fino a che punto, quando c'è una ricerca e un'intenzione, si verifica<sup>ix</sup> un evento che ci proietta nello spirituale

3- **Reale e digitale**: Le persone, i tempi, gli affetti, la fede, le relazioni sono sempre reali, ciò che è digitale è il mezzo e il luogo utilizzato per stabilire legami e poter condividere a distanza. L'interattività è mediata dal digitale, ma non cancella le relazioni.

4- **Istituzione e carisma**: l'esperienza sinodale ci ha permesso di capire che gli influencer si sono mossi, con creatività e coraggio, ognuno evangelizzando con il proprio carisma, senza un quadro istituzionale formale, innovando e anticipando una pastorale in campo digitale. Emerge il desiderio e la necessità di stabilire un rapporto formale e reciproco con l'istituzione ecclesiale, sia per essere riconosciuti e accompagnati, sia per contribuire alla vita istituzionale nella cultura comunicativa.

## Parte II: SINTESI dei risultati

### 1. I protagonisti:

#### a. Influencers/evangelizzatori digitali

Emerge che *gli evangelizzatori digitali* stanno svolgendo una vera e propria *missione nel mondo*, dove ci sono molte persone che pur non conoscendo Dio cercano risposte alle domande esistenziali.

Dei 244 influencer che è stato possibile coinvolgere in questa missione condivisa, il 27% sono sacerdoti; il 10% sono suore ed il 63% composto da catechisti e laici impegnati, ciascuno con stili e sensibilità ecclesiali diverse. Il contatto con *gli Influencer/evangelizzatori digitali* è avvenuto secondo lo stile della "tradizione apostolica", ossia ognuno ha presentato un altro ed è stato garante della sua ecclesialità.

Questi influencer/missionari digitali hanno una *portata potenziale di 20 milioni di followers* (secondo quanto emerge dagli strumenti che rilevano le iscrizioni alle diverse reti).

A questi influencer/evangelizzatori è stato proposto il progetto "*La Chiesa ti ascolta*" per realizzare il processo di "ascolto digitale" sui propri social network e community (Instagram, TikTok, Youtube, Facebook, Twitter, WhatsApp, E-mail), seguendo ciascuno tempi, modalità e carismi propri. I rispettivi followers si rispecchiano nei loro modi di presentare il Vangelo e di comprendere la realtà.

I social network si sono dimostrati un importante canale di comunicazione bidirezionale, che raggiunge le persone dove e quando si trovano, soprattutto i più "lontani".

#### b. Il Popolo di Dio che ha partecipato

Oltre ai credenti battezzati e praticanti, è stata rilevata una significativa partecipazione di persone lontane, non praticanti, agnostiche, appartenenti ad altre religioni ed atee che seguono questi evangelizzatori e hanno voluto rispondere al sondaggio partecipando al progetto.

Lì, in rete, si è trovato persone ferite, che esprimono le loro domande esistenziali, vivendo in una situazione di lontananza e alienazione con modi molto diversi di esprimere la fede. Donne e uomini di diverse età che si sono, in qualche modo, palesati in attesa, perlopiù inconsapevoli, dell'annuncio della salvezza.

Il 58% degli intervistati ha meno di 40 anni e l'84% ha avuto un incontro personale con Dio. Il 66% partecipa alla Santa Messa, e 1 su 3 segue un influencer cattolico, cercando un'interazione e degli approfondimenti. I followers degli *influencers cattolici* raggiunti da questa iniziativa sono uno spaccato del Popolo di Dio ed i numeri ci dicono che sono in particolare giovani. Molti di loro (giovani) sono "solo digitali", cioè non partecipano alle attività della Chiesa in presenza fisica.

In relazione al loro rapporto con la fede cattolica, si possono individuare tre macro gruppi:

- **Credenti praticanti (50%):** fedeli attivi, impegnati e soddisfatti della Chiesa e della religione cattolica. Alcuni di loro ammettono di avere il desiderio di essere più vicini, ma non trovano il tempo o i mezzi per partecipare maggiormente secondo i loro desideri. In questo gruppo spiccano quelli di maggiore età. Indubbiamente, si tratta di un gruppo di persone con una grande fiducia nella Chiesa e con il desiderio di sentirsi ancor più parte integrante di essa. Verosimilmente questa è la ragione per cui seguono gli influencer cattolici, cioè, vogliono andare più in profondità, attraverso un ascolto e un dialogo pacato, che è difficile da trovare nelle realtà abituali in presenza.

- **Cattolici allontanati (40%):** si tratta di fedeli che sono stati partecipi per parte della loro vita, ma si sono allontanati o la loro fede si è raffreddata. Riferiscono che questo è avvenuto a causa delle decisioni della Chiesa o per mancanza di interesse. La maggior parte di loro concorda sul fatto che vorrebbero essere più vicini alla Chiesa, ma si sentono esclusi. A questo gruppo si aggiungono coloro che dicono di rivolgersi all'istituzione nei momenti di bisogno per chiedere o ringraziare. Le

risposte raccolte evidenziano che sia necessaria un'azione mirata e concreta per accoglierli, diversamente questo gruppo si allontanerà sempre di più spezzando anche il tenue legame generato in digitale, pur senza necessariamente perdere definitivamente la fede.

· **Coloro che se ne sono già andati, gli agnostici e gli atei (10%):** si tratta di un gruppo minoritario con posizioni estreme. Non sono più interessati ad avvicinarsi alla Chiesa Cattolica come istituzione e preferiscono partecipare ad altre organizzazioni religiose e/o filantropiche, ma sono comunque attratti da *influencers/evangelizzatori* che toccano la loro sensibilità, percepiti come più vicini a loro e da cui non si sentono giudicati, bensì accolti.

· **Indice di soddisfazione:** L'ascolto digitale ci ha restituito per molti cattolici un rapporto in questo momento *tiepido* con la Chiesa. Meno della metà (41%) è molto soddisfatta del proprio rapporto con la Chiesa Cattolica/religione e il 59% è *un po', poco o per niente soddisfatto*. Tra le ragioni dell'allontanamento è emerso che il motivo principale è lo scandalo legato alla pedofilia e della corruzione della Chiesa. In secondo luogo, trovano che la Chiesa non risponda alle loro preoccupazioni e priorità; altri si sentono giudicati. Emerge anche una sensazione di mancata comprensione da parte delle persone che la costituiscono e la presenza di altre possibili religioni. Inoltre, l'81% ritiene che la Chiesa abbia bisogno di un grande rinnovamento e il 32% pensa che, se non lo farà rapidamente, sarà sempre più difficile restare vicini alla Chiesa.

Innumerevoli persone lontane, ferite o escluse si sono dette grate per questo ascolto.

## 2. Metodologia:

Per realizzare il progetto, abbiamo lavorato con la metodologia e gli elementi che facilitano la comunicazione bidimensionale.

Essendo asincrona e senza limiti di spazio e tempo, essa favorisce un ascolto e un dialogo di qualità. Ciascuno può esprimere ciò che desidera senza essere interrotto e può a sua volta accogliere i pareri e le opinioni da parte di altri influencers. In generale, ciò che è successo è che non si sono limitati a leggere, ma si sono esposti lasciando dei commenti.

Inoltre, i social media consentono la pubblicazione di contenuti video di grande impatto, con una componente razionale e una emotiva che amplifica la forza e la portata del messaggio. Non si tratta solo di raggiungere, ma anche di come raggiungere.

La metodologia è riassunta nella seguente grafica:



- a. **Domande del questionario di approfondimento:** 2 versioni: 35 e 18 domande a seconda della comunità e del sistema utilizzato.
- b. **Azioni e domande concrete da parte di influencer/evangelizzatori digitali sui loro canali:** domande approfondite a risposta multipla e alcune a risposta libera.
- c. **Analisi delle conversazioni:** post selezionati, scelti in base all'impatto, su temi centrali per il Sinodo, tratti dai canali degli influencer/evangelizzatori digitali.

### 3. Analisi dell'ascolto

Combinando le tre fonti sopra citate, sono emersi **5 risultati trasversali** e **4 assi** in cui si richiede un *rinnovamento della Chiesa*, ciascuno con pesi diversi.

#### **a. Risultati trasversali**

**In sintonia con il Papa:** Complessivamente, il 67% degli abitanti cattolici del "continente digitale" consultati desidera cambiamenti come quelli proposti dal Papa; il 24% è neutrale nei confronti delle proposte del Papa e il 9% è divergente o apertamente contrario, sulla linea di un deciso ritorno alla tradizione preconciliare.

**Lontani dalla Chiesa:** Tra le diverse tipologie di persone lontane, l'elemento più critico è il 26% di credenti non praticanti, molti dei quali tali perché si sentono giudicati e non accolti dalla Chiesa, 2,5 volte più numerosi di agnostici e atei.

**Esperienza di Dio:** L'84% degli intervistati che seguono gli evangelizzatori digitali sui social media afferma di aver avuto un incontro personale con Dio.

**Riferimento alla Chiesa:** Per i 2/3 delle persone il rapporto con la Chiesa si concretizza attraverso amici credenti, più che attraverso i sacerdoti.

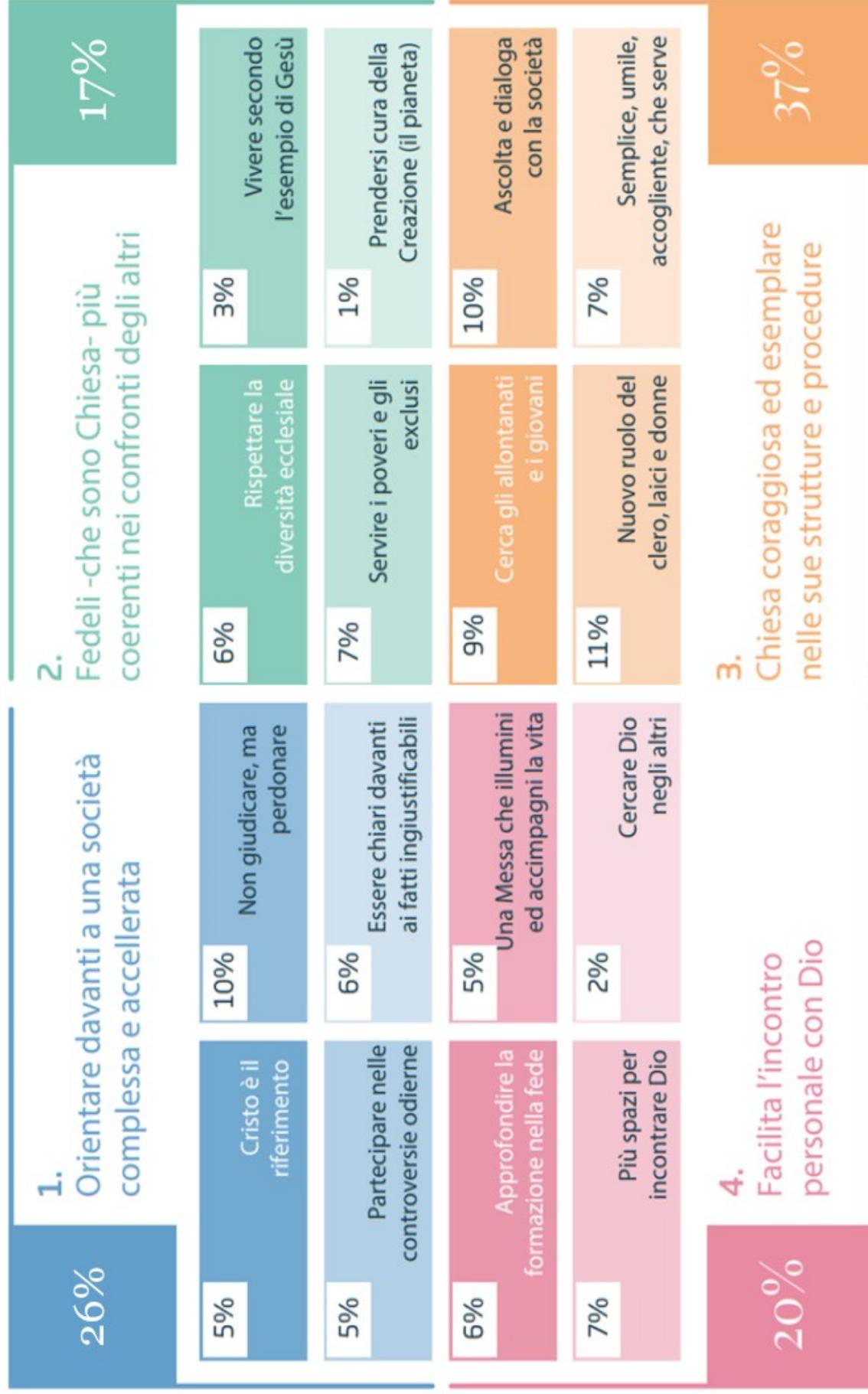
**Interpretazioni in tensione:** I dibattiti sull'esercizio della sessualità (separati/divorziati, risposati, omosessuali, ecc.) generano intensi conflitti tra cattolici con diverse interpretazioni.

#### **b. Aree che chiedono un rinnovamento della Chiesa**

Dalle 150.000 proposte del Popolo di Dio emergono quattro assi tematici, espressi sotto forma di richiesta dei partecipanti, che si sono ripetuti in proporzioni diverse. Ogni percentuale esprime il grado di adesione - percentuale di persone che lo hanno menzionato - in ciascuno degli assi.

Questo "mosaico" appare eloquente ed al suo interno sono collocate le espressioni del Popolo di Dio con cui ha commentato o risposto alla domanda aperta su cosa suggerirebbe alla Chiesa per far sentire la propria vicinanza a tutti. Esprimono in modo toccante, per la loro sincerità e profondità, il desiderio di una Chiesa santa, accogliente, che renda trasparente Gesù Cristo, che non condanni e non si fermi alle apparenze. Deve essere chiara nell'offrire la lieta novella del Vangelo.

La tabella seguente, seguita da una spiegazione di ciascun quadrante, rappresenta e sintetizza quanto raccolto nelle proposte di *rinnovamento della Chiesa*.



### **I. Orientamento in una realtà confusa e in rapida evoluzione (26%)**

Il Popolo di Dio, di fronte a un cambiamento così rapido, chiede una guida. C'è sconcerto tra molte persone. Ma indicano Cristo come modello e fondamento della Chiesa al di sopra di tutto. La figura del Papa come punto di grande riferimento.

Viene costantemente ribadito l'invito a non giudicare, in particolare le persone in situazioni di convivenza irregolare o a causa del loro orientamento sessuale, difendendo la dignità di ogni persona, come ha fatto Gesù. Chiedono di affrontare importanti controversie nella società, con una capacità di dialogo e di portare la verità di Cristo.

Chiedono di parlare e di agire con chiarezza di fronte a ciò che è ingiustificabile, come la pedofilia, gli abusi sessuali, il disprezzo per le donne, la corruzione, ecc.

### **II. Cristiani più autentici nel loro comportamento verso gli altri (17%)**

Anche la richiesta di coerenza è importante. Viene espresso il valore della testimonianza, del servizio ai poveri e ai bisognosi, punto essenziale dei seguaci di Cristo. La *solidarietà* è stata la caratteristica più sottolineata da tutti i partecipanti come tratto distintivo della Chiesa. Si chiede anche il rispetto della diversità ecclesiale, poiché esistono diversi modi di seguire Gesù, senza acrimonia o tentativi di imporre il proprio stile. Ciò significa vivere secondo l'esempio di Gesù in ogni cosa. La cura del pianeta è un riferimento fatto dai più giovani tra i partecipanti.

### **III. Chiesa coerente e coraggiosa nelle sue strutture, nei suoi atteggiamenti e nel suo modo di procedere (37%)**

C'è il desiderio di un nuovo profilo e atteggiamento di sacerdoti e vescovi, più vicini e più aperti alla partecipazione. Questo farebbe crescere anche la missione dei laici, soprattutto delle donne all'interno della Chiesa.

È richiesto l'ascolto e il dialogo con la società senza pregiudizi e l'uscire da sé stessi per incontrare gruppi diversi.

Si chiede di cercare i giovani e i lontani, con i media giusti per loro, soprattutto quelli digitali. Abbiamo bisogno di una Chiesa vicina, semplice, umile e non assoggettata alle potenze di questo mondo.

### **IV. Facilitare la relazione personale e comunitaria con Dio (20%)**

Viene dato grande valore ai momenti di spiritualità e agli spazi di incontro con Dio, che devono essere moltiplicati.

Si sentono meno istruiti di altre chiese. C'è un urgente bisogno di formazione alla fede, sfruttando anche il digitale e integrando gli *influencers/evangelizzatori digitali* come un prezioso canale di formazione per il futuro.

Si richiedono Messe che illuminino e accompagnino la vita. I partecipanti vanno a Messa regolarmente per scelta personale, non per obbligo, ma molti di loro trovano le Messe noiose. C'è il desiderio di imparare a trovare Dio negli altri e si aspira a un incontro più vero e più ampio con Dio.

## **4. Riflessione sull'"ascolto"**

Nel processo di *uscita* e di *ascolto* della *cultura digitale*, sono state raccolte le voci di tanti uomini e donne che "abitano" questo ambiente. L'ascolto ha dato spazio al dialogo e il dialogo ha portato alla comunità e al *discernimento* pastorale.

Nel processo sinodale di "La Chiesa ti ascolta", abbiamo rilevato nei partecipanti un desiderio di Dio e di comunione che fatica a trovare le parole, i luoghi, le situazioni per dire, dare, chiedere

e offrire. Si tratta di una sfida e di una sorpresa positiva. Soprattutto il fatto che la maggioranza afferma che le domande su Dio arrivano al cuore attraverso gli amici.

C'è un fenomeno che emerge: perché centinaia di giovani o persone di mezza età, lontani, rispondono a domande sulla Chiesa pur considerandola nemmeno più? Dalla consultazione emerge che è per l'amicizia che intercorre chi ha proposto il questionario o per stima, per empatia con Papa Francesco, ma anche per un sentimento di nostalgia di *Dio*, di una *comunità a cui appartenere*, di un *senso della vita* che sta scomparendo nella metamorfosi sociale e digitale.

Molte risposte, con interesse e passione, rivelano una ricerca profonda ma con molte critiche e sofferenze. Le esperienze individuali lasciano intravedere un sentimento generale tendenzialmente negativo. Si percepisce che le esperienze personali sono spesso influenzate da una percezione della Chiesa dura.

Il digitale incoraggia l'espressione di sé e ha avvicinato i "lontani", che si sono sentiti protetti dall'anonimato, non limitati, più liberi di esprimersi; ma ha anche incoraggiato i "vicini" a osare. Il web ha permesso di raggiungere le pieghe di tante vite del Popolo di Dio che si sente smarrito.

Tuttavia, il digitale, come cultura, come luogo di incontro, come strumento di dialogo, come mezzo per educare e informare, si è rivelato prezioso durante questo processo di ascolto e consultazione (le richieste di essere battezzati di alcuni ne è stata la prova). Non c'è dubbio che sia solo una parte del tutto, ma si è dimostrata importante *per l'evangelizzazione*.

#### **a. La fede del popolo di Dio del mondo digitale**

Come già detto, *la maggior parte delle* persone consultate ha avuto un'esperienza di incontro personale con Dio. Tuttavia, c'è un fatto importante che attira l'attenzione: alcuni di coloro che si definiscono "*non credenti*", anche se sono una minoranza, dicono di aver fatto esperienza di Dio. Solo una piccola parte dichiara di non aver avuto questa esperienza.

Si rileva una percentuale considerevole di chi crede nei fondamenti della fede cattolica, mentre, in una minoranza, prevale il dubbio, cioè "*credo, ma non completamente*". Questo atteggiamento si evidenzia soprattutto tra i più giovani (Millennials).

Gesù Cristo come fondamento e ispirazione che guida la vita di ogni cristiano si riflette fondamentalmente nell'essere *più solidali* e determinati ad *affrontare i problemi e le ingiustizie della vita*. Questo fenomeno è più evidente nelle persone anziane (Baby Boomers) e nelle donne. Inoltre, e quasi con lo stesso livello di adesione, si afferma che il messaggio di Gesù Cristo ispira le *loro decisioni e il loro atteggiamento generale verso la vita*.

#### **b. Partecipazione alla Chiesa cattolica**

Due terzi dei partecipanti esprimono una media o bassa partecipazione alla Chiesa Cattolica. L'altro terzo degli intervistati afferma che la propria partecipazione alla Chiesa è *alta* o *molto alta*. Da ciò emerge che questa consultazione è riuscita a raggiungere persone che non frequentano regolarmente le attività della Chiesa.

In termini di partecipazione, prevale la partecipazione *presenziale*, anche se la partecipazione *digitale* incide significativamente e la partecipazione mista è la più consueta. Tra le forme di partecipazione spiccano: la frequenza regolare o sporadica alla Santa Messa, la partecipazione ai sacramenti e alla preghiera; la partecipazione ad attività, gruppi, movimenti, congregazioni, ritiri, volontariato, ecc. Molti si sentono parte della Chiesa pur senza partecipare ad alcuna attività e altri che partecipano alle suddette attività, frequentano i social network e/o i siti web legati alla Chiesa.

L'analisi dei dati solleva delle domande: cosa fanno le persone non attive nella Chiesa, lontane o senza fede seguendo gli influencer-evangelizzatori sui social network? Trovano spazi e tempi in

cui esprimersi, interlocutori per risolvere i dubbi? Stanno cercando di confermare le loro intuizioni, di avvicinarsi a un Dio che forse desiderano in modo vago? I dati spingono ad interrogarci.

È stato chiesto loro di scegliere tre tra otto attributi della Chiesa, di cui quattro positivi (*solidale, partecipativa, vicina e innovativa*) e quattro negativi (*vecchia, distante, egoista e autoritaria*). La maggior parte delle risposte sono *positive*; più basso è il livello di istruzione formale, più alta è la forza delle risposte positive. Nello specifico, spicca - staccata dal resto - la qualità della *solidarietà*, seguita per importanza da altre due qualità: la *partecipazione e la vicinanza*. L'insieme delle risposte negative (*vecchio, distante, egoista e autoritario*) tocca la metà delle persone consultate, con i giovani e i non credenti che si distinguono. Si osserva la seguente correlazione: più alto è il livello di istruzione, più alte sono le risposte negative.

### **c. Ascolto / dialogo**

Solo un quarto della popolazione riconosce che la Chiesa "*ascolta/dialoga*" molto con i vari gruppi sociali. "*Qualcosa*", insieme a "*un po'*", sono i valori più alti in termini percentuali, con una minoranza che sostiene di *non ascoltare/dialogare*.

Parametri simili sono stati ottenuti quando è stato chiesto loro se "*si sentono ascoltati dalle persone della Chiesa con cui si relazionano*". Tra coloro che hanno scelto di affermare di "*ascoltare/parlare molto*", spiccano le donne. Questa affermazione diventa tanto più forte quanto maggiore è l'età dei partecipanti.

Va notato che tra i *non credenti*, un'alta percentuale afferma che la Chiesa "*ascolta e dialoga molto*" con i suoi fedeli. Il gruppo "*non mi relazionano con nessuno nella Chiesa*", pur essendo una minoranza, è rappresentato dal gruppo più giovane (Millennials).

Le azioni suggerite per la Chiesa per *ascoltare/dialogare* di più sono:

- *Sensibilizzare la Chiesa sull'importanza dell'ascolto*
- *Sacerdoti e religiosi devono dedicare più tempo all'ascolto*
- Un quarto suggerisce di *dedicare più canali (social network, ecc.) e persone all'ascolto*.

Nell'analisi del fatto concreto di "*essere stati consultati da un rappresentante della Chiesa nell'ultimo anno*", poco più della metà degli intervistati ha dichiarato di non essere stato consultato da nessuno della Chiesa. Ancora una volta, i più giovani (Millennials) sono la maggioranza. I più anziani affermano di essere stati consultati, mentre le persone di mezza età (Generazione X) si dividono equamente tra chi è stato consultato e chi no.

Le ragioni che ostacolano la comunicazione con la Chiesa sono varie e probabilmente rispondono all'eterogeneità della popolazione. È importante notare che solo 1/3 delle persone consultate ha dichiarato di non avere difficoltà a comunicare con la Chiesa.

### **d. Come camminare insieme**

Nel corso delle consultazioni sono stati presentati 13 suggerimenti tra cui scegliere 3 proposte, qui riportate e raggruppate per gruppi di importanza:

- *Incoraggiare la spiritualità*: silenzio e contemplazione
- *Accompagnare-Assistere-Partecipare*: coppie, famiglie, i separati/divorziati, nella sua vita e sessualità; i poveri, i migranti, i gruppi LGTB, gruppi etnici originari, i carcerati, etc.
- *Rinnovare-uscire-partecipare*: aggiornare il proprio modo di educare a tutti i livelli. Promuovere il volontariato e le attività con i giovani. L'uguaglianza delle donne nella società e nella Chiesa, essere più coinvolgenti nel mondo digitale. Punti di incontro con giornalisti e scienziati.

## PARTE III: CONCLUSIONI

### **UNA PASTORALE DIGITALE: un percorso di comunione, partecipazione e missione nell'ambiente digitale**

Nel processo di ascolto e discernimento, il bisogno di essere accompagnati si riflette trasversalmente ed è presente in modi diversi in tutti gli attori, sia nei missionari digitali che nelle loro comunità.

Per rispondere a questa esigenza, la proposta (unanimemente chiesta) è che la Chiesa si doti di una PASTORALE DIGITALE organica, sistematica e istituzionale.

Ciò significa promuovere e sviluppare questa pastorale come riconosciuta e istituzionale per animare e coordinare la vita già esistente di molteplici azioni evangelizzatrici nello spazio digitale.

Siamo consapevoli che, come tutta la pastorale, ha bisogno dello sviluppo della riflessione teologica e un inquadramento giuridico Canonico.

*Missione, Formazione e accompagnamento* spiccano fra le proposte per questa Pastorale Digitale.

#### **Come si può fare?**

##### **a. Comunione**

- Promuovere la comunione con il Papa e con le Chiese Locali affinché si manifesti sempre la comunione ecclesiale
- Aumentare il legame tra gli evangelizzatori digitali promuovendo la rete/comunione in modo che siano riconosciuti, accompagnati, aiutati, formati e sostenuti
- Costruire ponti di comunione e collaborazione tra l'ambiente digitale e la pastorale ordinaria della Chiesa (spazi presenziali) al servizio delle persone, promuovendo la conoscenza e l'apprezzamento reciproco

##### **b. Partecipazione**

- Promuovere l'azione carismatica degli influencer/missionari nell'evangelizzazione, in un dialogo bidirezionale, al fine di generare un dialogo autentico
- Generare spazi di partecipazione in cui le realtà presenziale e digitali possano entrare in sinergia per meglio evangelizzare la cultura contemporanea

##### **c. Missione**

- Chiamare e inviare Influencer/evangelizzatori, come si fa con i catechisti, perché siano e si sentano parte del Corpo e della Missione della Chiesa.
- Generare e sviluppare, in ambito digitale (sfruttando i nuovi formati e linguaggi multimediali e interattivi), una missione ampia, plurale e capillare per raggiungere le "periferie esistenziali" bisognose del Buon Samaritano.

## **A titolo di riflessione:**

L'ascolto digitale mostra le esigenze pastorali di questo nuovo ambiente umano e di fede.

La missione negli spazi digitali è nata, fin dall'inizio di questa nuova cultura, in modo naturale e spontaneo, dall'ardore missionario di evangelizzatori-influencers che, trovando nuovi ambienti di evangelizzazione, con coraggio e creatività, hanno usato i loro carismi per portare il Signore in questi nuovi orizzonti, in virtù di quel moto degli Apostoli, vissuto da tutto il Popolo di Dio: *"Non possiamo tacere ciò che abbiamo visto e udito"*.

Hanno iniziato, come in ogni cammino missionario ed evangelizzatore, un processo di ascolto e contemplazione della realtà delle persone che, anche spontaneamente, hanno iniziato a seguirli, riconoscendo in loro, anche senza istituzionalizzazione, la voce del Pastore che ha alimentato la loro fede e li ha aiutati nella loro vita. Rispondono alle esigenze delle persone nelle reti sociali, in tutti i modi e canali offerti dalla cultura digitale, aiutando la vita e la fede delle persone in innumerevoli modi.

La missione negli spazi digitali, lungi dall'opporci alla partecipazione e alla frequentazione presenziale, l'ha incoraggiata e, in molti casi, l'ha resa possibile, nella misura in cui, attraverso il lavoro di questi "missionari digitali". Vi sono stati casi in cui le persone hanno chiesto il battesimo, altri a tornare alla fede ed in Chiesa, altri in cui ci si è sentiti incoraggiati a perseverare e approfondire la propria vita spirituale e apostolica, vivendo questi spazi come luoghi in cui la Chiesa viene in aiuto. Perché la *missione* non è un'alternativa, o un "parallelo" alla vita della Chiesa, ma è parte della sua vita, nella dinamica di "andare" dove le persone sono, per avvicinarle al Signore, nel tempo di Dio e nel tempo di ogni persona, che viene rispettato. La "missione digitale" si inserisce così nel flusso della "Chiesa in uscita" per raggiungere "le periferie esistenziali", non per restare lì, ma per avvicinarle alla Tenerezza e alla Misericordia di Gesù.

### L'ESPERIENZA SINODALE

- 1- **Ascoltare**: si è fatta l'esperienza di *ascolto* degli *influencer/evangelizzatori digitali* e i loro followers. Tutti invitati ad aprirsi ad un futuro in cui l'ascolto deve essere sempre più abituale e profondo nel quadro di un'ecclesialità che cresce e si rafforza in questo spazio
- 2- **Discernere**: Questo ascolto ha lasciato il posto al dialogo, e il dialogo ha portato al *discernimento*. Il discernimento comunitario e pastorale ha più a che fare con la ricerca di ciò che piace a Dio che con un'opinione maggioritaria. È l'azione propria dello Spirito. L'essere usciti nelle periferie esistenziali degli spazi digitali ha fatto incontrare l'uomo ferito.
- 3- **Missionare**: nel mondo digitale ci sono percorsi verso una pastorale, che vuole andare a tutti e raggiungere tutti. Questa realtà sussiste nel Popolo di Dio ancor prima delle forme istituzionali e si verifica nella vocazione e nell'urgenza di arrivare all'ultimo, al dimenticato che Dio non dimentica
- 4- **"Samaritanizzare"**: abbassarsi per servire l'umanità ferita, che ascolta, discerne, si mette in cammino, per servire uomini e donne che oggi sono feriti sul ciglio della strada. Per mostrare loro e offrire loro Gesù il volto misericordioso del Padre. Questa comunità di *influencer/missionari digitali* e followers è stata vissuta, in questa fase sinodale, come una Chiesa samaritana.

**“Oggi, come all'inizio,  
dobbiamo uscire per incontrare ogni persona,  
e ancora di più, è la nostra missione,  
soprattutto quelli più lontani e quelli che soffrono.  
Dobbiamo raggiungere  
alle periferie esistenziali del nostro mondo!  
Voi conoscete i vostri contemporanei,  
sapete che molti sono soli,  
che molti non conoscono Gesù.  
Andate, andate e portate il Signore,  
andate a riempire i vostri ambienti,  
anche quelli digitali...**

**...per testimoniare  
la Tenerezza e la Misericordia di Gesù<sup>xi</sup>.**

---

<sup>i</sup> *Messaggio di Sua Santità Benedetto XVI per la 13<sup>a</sup> Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali, Nuove tecnologie, nuove relazioni. Promuovere una cultura di rispetto, dialogo e amicizia, 24 maggio 2009.*

<sup>ii</sup> *Evangelii Gaudium, 24.*

<sup>iii</sup> RIIAL: *Red Informática de la Iglesia en América Latina* ([www.riial.org](http://www.riial.org)). Progetto creato dal Pontificio Consiglio per le Comunicazioni Sociali nel 1992, portato avanti assieme al CELAM (Consejo Episcopal Latinoamericano).

<sup>iv</sup> *Asociación iMisión | Evangelizando el Continente Digital*, <https://imision.org/>

<sup>v</sup> *Messaggio di Sua Santità Benedetto XVI per la 13<sup>a</sup> Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali, Nuove tecnologie, nuove relazioni. Promuovere una cultura di rispetto, dialogo e amicizia, 24 maggio 2009.*

<sup>vi</sup> Cifra ottenuta sommando il numero di follower di ciascun influencer/evangelizzatore digitale, tenendo conto della rete in cui ha il maggior numero di follower, per capire la sua portata potenziale.

<sup>vii</sup> *Evangelii Gaudium, cap.2.*

<sup>viii</sup> Secondo la Treccani, influencer è: *Persona di successo, popolare nei social e molto seguito dai media, in grado di influire sui comportamenti di un determinato pubblico.*

Si è scelto di utilizzare questo termine per il suo valore *transculturale*, e dunque termine ponte adatto al metodo sinodale. “Evangelizzatore digitale” ne completa il significato nell’orizzonte della loro missione, sia per contenuto che per modalità e scopo.

<sup>ix</sup> Cfr. *Momento Straordinario di Preghiera in Tempo di Epidemia*, Sagrato della Basilica di San Pietro, Venerdì, 27 marzo 2020, [https://www.vatican.va/content/francesco/it/messages/urbi/documents/papa-francesco\\_20200327\\_urbi-et-orbi-epidemia.html](https://www.vatican.va/content/francesco/it/messages/urbi/documents/papa-francesco_20200327_urbi-et-orbi-epidemia.html)

<sup>x</sup> Cfr. Lc. 10, 33 – 35

<sup>xi</sup> *Videomessaggio del Santo Padre Francesco ai giovani che partecipano all’Incontro organizzato dal National Catholic Youth Conference (NCYC) ad Indianapolis (21-23 novembre 2019), 22.11.2019*