

Villaggio globale

di Ernesto Diaco

TESTIMONI E INFLUENCER? SI PUÒ FARE

Quanto i *social media* abbiano messo in crisi il concetto classico di autorità, dando vita a una comunità (almeno apparentemente) orizzontale e non gerarchica, è un'osservazione che si sente spesso. Qualche volta ha attraversato anche questa rubrica. Ciò che conta non è il ruolo, solitamente conferito dall'alto - si dice - bensì la reputazione che è attribuita dalla popolarità fra la gente, dal basso. In altre parole, il numero di *follower* e di "seguaci" digitali.

A rilanciare il tema, approfondendo soprattutto le conseguenze per la Chiesa e la sua comunicazione è un recente volume a firma di don Dario Viganò, esperto di cinema e di *media*, che dopo aver diretto il Dicastero vaticano per la comunicazione oggi è vicecancelliere della Pontificia accademia delle Scienze sociali.

Il libro si intitola "Testimoni e *influencer*. Chiesa e autorità al tempo dei *social*" (EDB). Nelle prime pagine, l'autore prende in esame l'origine e l'uso del termine *autorità*, notando quanto oggi appaia sempre più detestabile e identificato impropriamente con l'autoritarismo. I capitoli successivi contengono una sorta di storia dell'idea di autorità nella Chiesa: dalla parola di Gesù alla credibilità degli apostoli, dal rapporto tra Scrittura e Tradizione all'esercizio del potere episcopale e al Concilio Vaticano II. Il tema dell'autorità ha segnato tutto il cammino della Chiesa e l'attenzione crescente che oggi si registra verso la sinodalità non è che l'ultimo esempio. La sola prospettiva in cui può essere compresa l'autorità nella Chiesa è quella della comunione. E della testimonianza di vita.

Dalla teologia alla Rete sembra esserci un abisso ma in realtà il passo è breve. Papa Francesco - ricorda Viganò - ha detto che un *influencer* cattolico è uno, o una, che stando *online* dice sì a Dio e alle sue promesse. Ha udito una chiamata ed è partito per l'ambiente digitale, nella prospettiva di rispondere a quella chiamata anche in questo modo. Si può testimoniare il Vangelo anche mentre si posta una foto su *Instagram*, si pubblica un video su *YouTube* o si lancia una "storia" su *Facebook*. E se questo porta visibilità e a essere in-

fluenti, l'importante è essere credibili, fuggendo i rischi, inevitabili, che il mezzo porta con sé: la banalizzazione del messaggio, la preoccupazione di piacere o la droga della popolarità. D'altronde - sono ancora parole di Francesco - "non c'è bisogno di parolai che promettono l'impossibile, piuttosto di testimonianze che il Vangelo è possibile".

