

Capitolo 6

Comunicazione e Missione



A) FONDAMENTI TEOLOGICO – PASTORALI

1. Il fondamento teologico della comunicazione si radica sul mistero stesso della Trinità: il Padre comunica nel Figlio la Sua volontà e invia lo Spirito Santo per abilitare ogni uomo ad accoglierla e a metterla in pratica (cfr. C&M 38).
2. L'auto-comunicazione di Dio istituisce, quella che la *Dei Verbum* chiama, la *storia della Salvezza* (cfr. DV 2). Dio crea e la Sua attività comunicatrice si esprime come parola, comunicazione che plasma e dà vita. Sin dall'inizio Dio pone nell'universo e nell'uomo un desiderio, un'aspirazione, un dinamismo ascendente, che risponde al movimento discendente della Sua apertura amorosa e misericordiosa (cfr. C&M 31).
3. Dopo aver parlato attraverso i secoli per bocca dei suoi profeti, Dio comunica direttamente con gli uomini tramite il Verbo. La Rivelazione è comunicazione incentrata su Gesù, il vero comunicatore: nei rapporti personali, con parabole, con gesti e segni (cfr. GPII *Mess*).
4. Nell'Incarnazione del Verbo, Dio realizza un salto di qualità comunicativa: nel Suo Figlio, Gesù di Nazareth, non dialoga tramite il Suo invisibile annunciarsi nella tenda del convegno o nel tempio dell'antica alleanza, ma con la presenza personale del Suo Verbo eterno, il Figlio amato, che bisogna ascoltare e seguire (cfr. C&M 31).
5. L'uomo Gesù è la comunicazione per eccellenza di Dio ad ogni uomo, come Figlio del Padre, Egli è l'icona umana di Dio (cfr. Col 1, 15), la Sua Parola. Se Gesù parla agli uomini, è il Padre stesso a parlare. Poiché Gesù è il Figlio, Egli riceve tutto dal Padre e vive per il Padre di cui liberamente fa la volontà. Affidato radicalmente al Padre, caratterizza la Sua missione tra gli uomini come un invito a ritrovare il Padre, a riscoprirlo nella verità beatificante del Suo volto, a bramarlo dal profondo del cuore (cfr. C&M 32).
6. Compito della Chiesa è di trasmettere il Vangelo di Gesù incarnandolo nel nostro tempo, per ispirare la cultura e aprirla all'accoglienza integrale di tutto ciò che è autenticamente

umano. Con il termine generico di “cultura” si vogliono indicare tutti quei mezzi con i quali l’uomo affina ed esplica le molteplici sue doti di anima e di corpo; procura di ridurre in suo potere il cosmo stesso con la conoscenza e il lavoro; rende più umana la vita sociale sia nella famiglia che in tutta la società civile, mediante il progresso del costume e delle istituzioni; infine, con l’andar del tempo, esprime, comunica e conserva nelle sue opere le grandi esperienze e aspirazioni spirituali, affinché possano servire al progresso di molti, anzi di tutto il genere umano. (cfr. GS 53).

7. La prima e più compiuta forma di comunicazione per la Chiesa è data dal linguaggio liturgico e sacramentale. La liturgia, principalmente la liturgia eucaristica, è il luogo privilegiato di comunicazione quale «meraviglioso scambio tra Dio e l’uomo» (C&M 60-63). «Liturgia e comunicazione hanno molti aspetti in comune» (C&M 60). Infatti entrambe richiedono partecipazione e gestualità e si realizzano attraverso l’uso di segni e azioni simboliche. Per cui «a colui che presiede e a coloro che esercitano un ministero nella liturgia è richiesta una precisa competenza e un alto livello di sensibilità comunicativa» (C&M 62). Occorre, dunque, operare in noi una conversione profonda e convincerci che l’ Eucarestia è dono. È questo che dobbiamo far capire alla gente. Con un uso attento, intelligente e competente di gesti e segni, calibrando i momenti di silenzio, curando le omelie, dando al canto il suo giusto ruolo, educando alla proclamazione della Parola perché siamo chiamati ad annunciare la novità del Vangelo di Cristo con «segni che creano stupore e con una predicazione instancabile» (EN 11-12).

Altre forme di comunicazione risentono della fragilità e delle imperfezioni dei mezzi umani. Nell’annunciare Cristo, la Chiesa deve usare con vigore ed abilità i propri mezzi di comunicazione sociale (libri, giornali e periodici, radio, televisione, ed altri mezzi). La creatività dei comunicatori cattolici deve essere intrepida e creativa per sviluppare nuovi mezzi di comunicazione sociale e nuovi metodi di proclamazione. Infine, per quanto possibile, la Chiesa deve approfittare al massimo

-
- delle opportunità che le si offrono di essere presente anche nei «media secolari» (GPII Mess).
8. Il Concilio Vaticano II riconosce l'importanza degli strumenti della comunicazione sociale: il decreto *Inter Mirifica* sottolinea che «tra le meravigliose invenzioni tecniche...la madre Chiesa accoglie e segue con speciale cura quelle che più direttamente riguardano lo spirito dell'uomo e che hanno aperto nuove vie per comunicare", come la stampa, il cinema, la radio, la televisione e altri simili che "per loro natura sono in grado di raggiungere e muovere... l'intera società umana» (IM 1).
 9. Questi mezzi si sono fatti di anno in anno sempre più potenti e pervasivi e possono essere strumenti della trasmissione di idee vere o false, di valori o disvalori, in grado di condizionare opinioni e comportamenti e di favorire il diffondersi di modelli culturali (TGR 15).
 10. Definito da Giovanni Paolo II "il primo areopago del tempo moderno", il mondo della comunicazione ha ormai unificato l'umanità rendendola "un villaggio globale". Dai mezzi di comunicazione sociale derivano i principali strumenti informativi capaci di condizionare i comportamenti individuali, familiari e sociali. Da qui la necessità di rivalutare l'importanza della loro conoscenza e del loro uso, non solo per l'annuncio evangelico direttamente inteso, ma anche per evangelizzare la nuova cultura che da essi deriva (RM 37).
 11. Più volte i Vescovi italiani hanno richiamato l'attenzione degli operatori pastorali sulla necessità di favorire la possibilità di comunicare specificando che «quanto più potenti sono i mezzi di comunicazione tanto più deve essere forte la coscienza etica di chi in essi opera e di chi ne fruisce». Nonostante le iniziative avviate in questi anni dalla Chiesa in Italia per raccordare e promuovere la comunicazione in campo ecclesiale e per rendere più incisiva la presenza della Chiesa nei media, è ancora molto il lavoro da svolgere in questo campo, prima di tutto per favorire un cambio di mentalità (CVMC 39) auspicabile anche per cogliere al meglio i segni dei tempi.
 12. Ciò non significa che si debba rinunciare «alla differenza

cristiana, alla trascendenza del Vangelo, per acquiescenza alle attese più immediate di un'epoca o di una cultura», né che ci si debba limitare a proporre un mero umanesimo. Si deve anzi sapere e riconoscere che «in certi momenti il Vangelo è duro, impopolare, perché duri sono i cuori degli uomini, bisognosi di essere ricondotti sulla via della vita per aprirsi al dono di una nuova e più piena umanità» (CVMC 35).

13. Non bisogna poi dimenticare il diritto al dialogo e all'informazione all'interno della Chiesa. «Ai fedeli, infatti, è riconosciuto il diritto di manifestare le proprie necessità, soprattutto spirituali, e i propri desideri e, in funzione della loro scienza, competenza e prestigio, il diritto, e anzi talvolta anche il dovere di esprimere, pur nell'obbedienza verso i loro pastori, la propria opinione sulle questioni riguardanti il bene della Chiesa» (CJC 212§3). In questo senso i mezzi di comunicazione, se usati in modo responsabile, costituiscono un valido aiuto per migliorare il dialogo e il confronto e per promuovere una Chiesa in ascolto, aperta al dialogo, attenta alle proprie povertà -delle quali sappia far tesoro- e quindi non autoreferenziale, non ripiegata su se stessa o solo assorbita da una strenua difesa dell'ortodossia.

B) ORIENTAMENTI E SCELTE PASTORALI DA INTRAPRENDERE

14. Con conversione pastorale, si intende un processo di cambiamento di mentalità che possa far maturare nella comunità diocesana una nuova consapevolezza intorno alle sfide culturali che attendono la Chiesa nel prossimo futuro e in particolare nell'uso dei media: non più antagonisti all'evangelizzazione, ma strumenti amici e talvolta indispensabili per raggiungere gli uomini che vivono nel territorio diocesano. Quando si parla di comunicazione si rischia infatti un equivoco: si pensa troppo spesso che si tratti soltanto del come usare i *media*, in realtà il mondo della comunicazione è molto più complesso e va a toccare la vita della Chiesa in tutti i suoi aspetti: liturgia, sacramenti,

catechesi, predicazione, testimonianza quotidiana della comunità nel suo complesso e dei singoli fedeli.

15. La Chiesa, in tutte le sue componenti, è chiamata a manifestare la gloria del Signore nei ritmi e nelle vicende del tempo, nella celebrazione dell'anno liturgico, il cui centro è il triduo del Signore che culmina nella Pasqua. La Chiesa pellegrina sulla terra proclama la Pasqua anche nelle feste della santa Madre di Dio, degli Apostoli, dei Santi e nella commemorazione dei fedeli defunti, in definitiva, nella storia, attraverso la testimonianza concreta di vita di tutti i battezzati.
16. Il modo di vivere gli eventi, le celebrazioni, l'annuncio evangelico ai bambini, ai giovani e agli adulti già di per sé sono "comunicazione di un messaggio". A chi annuncia si richiede una fede e una testimonianza di vita che rendano credibili le verità che propone. È necessario tuttavia tener conto che il credente è "figlio di questo mondo" e vive in questo mondo sebbene "non sia del mondo". Per questo è necessario che esso sia a fianco della gente nel vissuto quotidiano, dove vive e lavora, senza pregiudizi, cogliendo i punti di unione e condividendo quei doni, quelle attitudini e specificità che ci fanno compagni dell'uomo contemporaneo.
Occorre porre, poi, particolare attenzione alla formazione globale e integrale dei catechisti e degli animatori della catechesi, formazione che non sia solo metodologica, ma anche culturale: spesso non è sufficiente cambiare strumenti e linguaggi, se non si è capaci di porsi a confronto e accogliere le sfide che il mondo di oggi ci pone continuamente.
17. Per far sì che i mezzi di comunicazione sociale possano divenire "strumenti al servizio del programma della nuova evangelizzazione della Chiesa nel mondo contemporaneo" servono a poco le iniziative estemporanee ed episodiche. È urgente, piuttosto, sviluppare una progettazione pastorale organica, coerente e incisiva giungendo all'elaborazione di progetti pastorali che garantiscano un'effettiva assunzione della cultura mediale quale orizzonte della missione della Chiesa (cfr. C&M 102).

-
18. Lungi dal trascurare le vie tradizionali di comunicazione, sempre necessarie, poiché la fede nasce dall'ascolto della Parola e dalla testimonianza viva delle comunità e dei singoli, l'annuncio evangelico deve arrivare al cuore dell'uomo di oggi per cui è necessario ascoltarne speranze, attese, bisogni e preoccupazioni, e trovare metodi, stili, criteri per operare l'incontro tra il Vangelo e la storia, tra la fede e la vita.
 19. Gli strumenti per una comunicazione fertile nella Chiesa si orientano verso due direzioni: a) all'interno per la crescita della fede e per una connessione costante tra i singoli e la comunità parrocchiale e tra questa e la comunità diocesana. b) col mondo che sta sulla soglia o fuori dalla Chiesa.

C) PROPOSTE CONCRETE

20. La *programmazione pastorale* della parrocchia e del vicariato dovrà mettere al centro il vissuto delle persone, le relazioni umane, e individuare, attraverso un attento discernimento, le urgenze del territorio. La capacità di entrare in dialogo con esso, anche rischiando e "sporcandosi" le mani accanto ai "poveri" nelle situazioni concrete, diventa allora la misura della fede della comunità.
21. Le parrocchie pertanto devono assumere le *sfide culturali* del nostro tempo come priorità del proprio agire pastorale, diventando centri di comunicazione di valori e proponendo, almeno nei periodi forti dell'anno liturgico e dove è possibile, attività di tipo culturale come cineforum, conferenze, dibattiti, concerti e mostre.
22. Organizzare a livello parrocchiale, o interparrocchiale o vicariale, incontri culturali, dove siano presenti anche i settimanali diocesani, come promotori o sponsor, per dibattere su temi di attualità, ma anche per riscoprire le radici cristiane della nostra cultura. Gli incontri potranno avere carattere itinerante, e potranno essere coordinati dall'ufficio diocesano delle comunicazioni sociali.

23. I presbiteri, in forza del ministero loro assegnato e per il ruolo che ricoprono nella comunità, così come coloro che per ministero o mandato sono impegnati nella comunicazione della fede, devono continuamente aggiornare e/o rivedere le modalità con cui viene presentata la verità della fede. Particolare attenzione dovrà essere dedicata all'omelia, superando forme di linguaggio stereotipato o troppo formale, per rendere vivo, comprensibile e incisivo l'annuncio di salvezza.

Come dice il direttorio Comunicazione e Missione al n. 63 «L'omelia è parte della stessa liturgia... Occorre rispettare le cinque finalità precisate nell'introduzione del Lezionario... in essa devono trovare spazio anche i riferimenti alle concrete situazioni della vita, in modo da favorire quel discernimento spirituale e culturale di cui l'uomo di oggi ha particolarmente bisogno». Si auspica, pertanto, una preparazione attenta e accurata da parte di presbiteri e diaconi, perché le "prediche" diventino omelie, discorsi familiari, volte a far arrivare la Parola ai presenti, a comunicarla. Infatti «l'evangelizzazione perde molto della sua forza e della sua efficacia se non si tiene in considerazione il popolo concreto al quale si rivolge, se non utilizza la sua lingua, i suoi segni e i suoi simboli, se non risponde ai problemi da esso posti, se non interessa la sua vita reale» (EN 63).

Si curi, inoltre, la formazione di chi proclama, commenta e comunica la Parola perché ne siano annunciatori attenti e "professionali".

24. I credenti che vivono in un determinato territorio devono essere aiutati ad utilizzare i *media* sempre nel rispetto e a servizio dell'uomo. Occorre attivare un collegamento tra le parrocchie, per esempio seguendo il criterio delle zone pastorali, per individuare operatori che curino le diverse forme di comunicazione.

25. È urgente una maggior diffusione della stampa cattolica, in particolare dei settimanali diocesani che dovranno affrontare temi attinenti la Chiesa, la giustizia e la solidarietà, sempre

distinguendo l'essenziale dal superfluo e raccontando in modo conforme al vero, gli eventi che accadono sul territorio.

26. All'interno della diocesi, l'equipe che si occupa della comunicazione deve tenersi in stretto contatto con la commissione cultura e con la Commissione della pastorale sociale e del lavoro per pianificare le attività rafforzando i gruppi già esistenti e formandone nuovi per creare relazioni sempre più ampie con momenti di confronto in cui siano coinvolte di volta in volta la scuola, la famiglia, le varie realtà della società civile.
27. L'informazione destinata ai media e che abbia carattere ufficiale e diocesano, deve essere valutata dall'Ufficio competente per assicurare un prodotto serio e di rilevanza ecclesiale.

D) GLI STRUMENTI IDONEI PER LA REALIZZAZIONE DELLE PROPOSTE

28. Il *Progetto culturale orientato in senso cristiano* elaborato dalla CEI intende "coinvolgere le tante componenti del tessuto ecclesiale in una impresa comune" con lo scopo non di formare una minoranza di cristiani preparati in grado di elaborare una cultura cristiana, quasi una "coscienza del cristianesimo", ma di aiutare tutto il popolo di Dio a motivare la propria fede.
29. Sarà compito dell'Ufficio cultura elaborare una mappa dei centri culturali presenti in diocesi, delle sale della comunità, biblioteche e dei poli di aggregazione culturale per iniziare con essi un proficuo lavoro di collaborazione, coinvolgendoli in progetti di riscoperta del territorio e delle sue radici cristiane.
30. Rientra nella pastorale della cultura diocesana anche *l'annuncio cristiano per il turismo* che orienta a proclamare la lode del Signore, le meraviglie da lui operate nel creato e soprattutto nell'uomo. Per questo va sottolineata l'importanza del turismo nell'acquisizione del benessere dell'uomo che sviluppa relazioni, intreccia la crescita integrale della persona con la fruizione dei beni ambientali, storici e artistici ampiamente rappresentati sul territorio diocesano.
31. È altresì indispensabile che l'Ufficio Cultura pianifichi i tempi e

-
- i modi per attuare a livello diocesano il *Progetto culturale della Chiesa Italiana* e che le parrocchie collaborino nella realizzazione con proposte e suggerimenti, in spirito di collaborazione e condivisione.
32. La Chiesa diocesana preveda occasioni per aiutare tutta la comunità credente a riflettere sul progetto culturale scolastico, in particolare sul ruolo della scuola nella formazione globale della persona sul contributo che la cultura cristiana può dare e sul ruolo che in questo ambito può rivestire l'insegnante di religione.
 33. Si invitano le parrocchie a mobilitare tutte le risorse comunicative possibili per coinvolgere le famiglie e i giovani nella scelta dell'insegnamento della religione nella scuola statale sottolineando in particolare l'alto valore educativo e culturale per una formazione integrale della persona.
 34. Il cammino pastorale dei prossimi anni dovrà innescare un cambio di mentalità che porti gradualmente all'uso dei nuovi mezzi di comunicazione, soprattutto tra gli operatori pastorali. Per questo devono essere avviate a livello diocesano o vicariale, iniziative per preparare adeguatamente coloro che, nella comunità cristiana, saranno delegati ad esercitare questo particolare servizio.
 35. Per realizzare il progetto diocesano e raggiungere gli obiettivi prefigurati si costituisca l'Ufficio diocesano per le Comunicazioni sociali. Il suo scopo è di coordinare e dialogare con gli altri organismi diocesani e parrocchiali per promuovere un'azione organica e integrata che tenga conto di tutte le realtà della Diocesi. L'Ufficio per la Comunicazioni Sociali dovrebbe essere articolato in tre settori: cultura e formazione, turismo e pellegrinaggi e ufficio stampa, in particolare quest'ultimo curi i rapporti con giornali, televisioni e radio locali.
 36. È necessario che in ogni vicariato sia presente un responsabile per la Comunicazione che curi i rapporti con l'Ufficio diocesano.
 37. Parrocchie e vicariati abbiano a disposizione strutture adeguate per sfruttare le grandi opportunità offerte dall'uso di Internet.

-
38. Si favorisca la realizzazione di siti web parrocchiali e l'arricchimento del sito diocesano con materiali, documenti, relazioni su dibattiti, conferenze per rendere accessibile a tutti il patrimonio culturale di cui si dispone.
 39. Dove è possibile dovrebbero essere rivitalizzati e consegnati gratuitamente i bollettini parrocchiali per fare arrivare a tutti, anche ai lontani, la voce della parrocchia.
 40. La Scuola Diocesana di Formazione Teologica (SDFT) è lo strumento per preparare operatori pastorali (catechisti, volontariato, ministri straordinari della Comunione, ecc.), diaconi permanenti, coloro che intendono insegnare religione cattolica nella scuola primaria e quanti desiderano approfondire la propria fede. Per questo è desiderio della Chiesa diocesana che tutti coloro che intendono impegnarsi seriamente nell'attività pastorale, frequentino il biennio di base destinato alla preparazione pastorale teologica fondamentale e, successivamente, nell' "anno di specializzazione" i corsi più specifici, che potranno essere attivati in sedi diverse sul territorio diocesano, per l'acquisizione di strumenti necessari ad operare nei vari ambiti pastorali. Questi corsi saranno organizzati dalla SDFT sulla base delle indicazioni fornite dalle diverse aree pastorali che intendono avvalersi di operatori formati per vivere in senso cristiano e ecclesiale la propria vocazione.
 41. Per quanto riguarda la formazione dei diaconi permanenti, facendo essi parte dell'ordine sacro e tenendo conto dell'indicazioni del Magistero, necessitano di una preparazione teologica più approfondita, e pertanto l'anno di specializzazione per loro avrà un carattere più specificatamente pastorale-liturgico.
 42. Per venire incontro alle esigenze culturali espresse dalla comunità credente, desiderosi di essere presenti nel mondo della scuola, con una identità ben definita, e per promuovere la crescita umana e spirituale delle singole persone, la Chiesa

diocesana si impegna a sostenere e a potenziare le realtà scolastiche cattoliche già esistenti e a favorire la nascita di nuovi istituti scolastici di ogni ordine e grado. Inoltre si auspica un'azione educativa unitaria delle varie associazioni e movimenti che ruotano intorno alla scuola, (Age, Agesc, Aimc, Uciim, ecc) per elaborare strategie formative sulla base di un progetto comune di pastorale scolastica, così come già avviene a livello nazionale, presso la CEI.

43. Appare anacronistica la presenza dei due settimanali TOSCANAOGGI-Vita Apuana e Il Corriere Apuano nella stessa diocesi, quantunque ci siano ragioni storiche che, almeno fino a questo momento, l'hanno giustificata. Si raccomanda pertanto di istituire una commissione ad hoc per elaborare un progetto di unificazione delle due testate con lo scopo di rafforzare, nella comunità credente, la coscienza della diocesanità e quindi il senso di appartenenza ad un'unica Chiesa.

E) PERSONE E RUOLI

44. In ordine alle finalità indicate nei punti precedenti, occorre istituire presso tutte le parrocchie o quanto meno a livello vicariale o interparrocchiale *la figura dell'operatore della comunicazione*, la cui funzione è quella indicata dal direttorio *Comunicazione e Missione*. Tale figura dovrà assumere progressivamente un ruolo sempre più importante nella programmazione pastorale e diventare il punto di raccordo tra parrocchia o vicariato e territorio e viceversa e curare il collegamento con l'Ufficio diocesano delle Comunicazioni Sociali.
45. Gli operatori della comunicazione dovranno essere scelti tra coloro che nella comunità diocesana presentano specifiche professionalità e una comprovata adesione agli insegnamenti

della Chiesa. Si possono intercettare molte persone che per impegni professionali o altri motivi non possono operare in parrocchia, ma che volentieri darebbero il loro contributo se l'impegno fosse maggiormente collegato alle proprie competenze e gestito con elasticità..." (C&M 121, 125).

46. Il messaggio della comunicazione sociale al servizio di una autentica pace alla luce dell'enciclica *Pacem in terris* al n. 167 presenta quattro pilastri essenziali: la verità, la giustizia, la libertà e l'amore. Per vocazione e anche per professione gli uomini e le donne che operano nella comunicazione sociale sono chiamati ad essere agenti di verità, di giustizia, di libertà e amore contribuendo con il loro così importante lavoro ad un ordine sociale fondato sulla verità, costruito grazie alla giustizia, nutrito e alimentato dalla carità e messo in atto sotto gli auspici della libertà (GPII - 2003).
47. Un contributo notevole all'Ufficio per le Comunicazioni sociali può essere dato dal mondo dei giovani che sempre più hanno familiarità con gli strumenti e i linguaggi informatici e dal mondo del volontariato. Per questo occorre trovare progetti comuni con l'Ufficio di pastorale giovanile e con la Caritas.
48. Il referente diocesano per il progetto culturale è persona inserita realmente e profondamente nella diocesi, mantiene costanti rapporti con il Vescovo ed è in grado anche di interloquire con le diverse realtà della pastorale e con altre istituzioni.
49. I responsabili dei vari circoli cattolici e delle biblioteche diocesane sono sollecitati a creare sempre più numerose occasioni di incontro, di riflessione e di animazione culturale attorno a questioni rilevanti per la testimonianza dei credenti nella vita di tutti i giorni. Questi centri sono invitati a collegarsi proficuamente in una sorta di rete, che renda possibile lo scambio continuo di informazioni e riflessioni.





RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

CONCILIO VATICANO II

- DV = *Dei Verbum*, n. 2.
GS = *Gaudium et Spes*, n. 53.
IM = *Inter mirifica*, n. 1.

DOCUMENTI DEL MAGISTERO

- C&M = CEI, *Comunicazione & Missione*, direttorio sulle comunicazioni sociali nella Chiesa italiana, 31, 32, 60, 62, 63, 102, 121, 125 - 2004.
CVMC = CEI, *Comunicare il Vangelo in un mondo che cambia, Orientamenti pastorali dell'Episcopato italiano per il primo decennio del 2000*, 35, 39 - 2000.
GP II = Giovanni Paolo II, *Messaggio del Santo Padre per la 34a giornata mondiale delle comunicazioni sociali*, Roma 4 giugno 2000 .
= Giovanni Paolo II, *Messaggio per la 37a giornata mondiale delle comunicazioni sociale*, Roma 2003.
NMI = Giovanni Paolo II, *Novo Millennio Ineunte*, 2001.
RM = Giovanni Paolo II, *Redemptoris Missio*, 37 - 1990.
TGR = CEI, *Testimoni di Gesù Risorto, speranza del mondo. Traccia di riflessione in preparazione al Convegno Ecclesiale di Verona*, 16 - 20 ottobre 2006.

CODICE DI DIRITTO CANONICO

- CJC *Codex juris canonici*, Codice di Diritto Canonico, 212 §3 1984.

