

2° Seminario Internazionale Editori Paolini

Ariccia, 17 ottobre 2017 (ore 9.00)

“DI QUALI MODELLI DI COMUNICAZIONE HA BISOGNO LA CHIESA NEL MONDO OGGI”

Uso dilatato dei social

Centotrentanove minuti al giorno è il tempo medio speso quotidianamente davanti ai social network. Costantemente *on line* spendiamo più tempo a guardare lo *smartphone* o il pc piuttosto che a praticare attività sportiva, oppure a una chiacchierata con gli amici. Può sembrare esagerato, ma sondaggi e statistiche parlano in modo chiaro e inequivocabile. Basta sfogliare *Digital in 2017*¹, il report annuale sull'uso del web e dei social network nel mondo. Dunque, risulta evidente, fin dall'inizio, che l'impegno va rivolto «a recuperare la conversazione *vis-à-vis*, a ritrovare un dialogo attento e presente con l'*altro*»².

Inoltre, se pensiamo che *Facebook*, *WhatsApp*, *Messenger*, *Instagram*, *Pinterest* siano territorio frequentato esclusivamente da *teenagers*, commettiamo un grosso errore. Mediamente, dai venti ai cinquant'anni, l'uso dei social è in percentuale quasi uguale. Questo significa che *Facebook*, per fare un esempio, non ha un *target* comprendente una fascia di età precisa – registriamo tendenzialmente motivazioni d'uso diverse – ma rimanere sempre più a lungo *on line* è una realtà che coinvolge un numero di persone ben oltre le nostre previsioni. Più di un miliardo di soggetti nel mondo utilizzano *Facebook* e si registra che l'uso di massa porta inevitabilmente a popolare le bacheche degli utenti di una quantità di notizie dall'incerta utilità e, talvolta, segnate da contorni ambigui. Si continua, comunque, a usarlo, anche se prevalentemente in modo passivo, restando alla finestra come se si

¹ <https://wearesocial.com/it/blog/2017/01/digital-in-2017-in-italia-e-nel-mondo>.

² D. E. VIGANÒ, *Connessi e solitari. Di cosa ci priva la vita online*, EDB 2017, p. 35.

stesse assistendo a un notiziario alla Televisione. Più recentemente stiamo registrando un fenomeno in espansione denominato “click-baiting”, ovvero la condivisione di notizie, apprese dagli “amici”, il più delle volte senza controllarne la veridicità, ma solo perché le riteniamo interessanti per noi e per gli altri. In questo modo da “social” ci trasformiamo in “media”, cioè in ripetitori di notizie, partecipando a una sorta di rituale di massa che nel tempo può diventare noioso se non sgradevole. Parliamo di *Facebook* ma, seppur con sfumature diverse, la situazione non cambia molto in altri social. Ovunque si manifesta la mania di dire o mostrare qualcosa per stupire, oppure semplicemente per vedere che cosa accade in giro per il mondo. A questo proposito Lydia Smears, giornalista inglese, ha pubblicato sul “The Guardian” del 14 marzo 2017 un articolo dal titolo altamente significativo: «Ho cancellato le mie *social media app*, perché mi hanno reso un’idiota». Si tratta certamente di una provocazione, ma contemporaneamente ci fa riflettere sulle possibilità e i rischi connessi all’uso eccessivo di questi mezzi. Su questo possiamo fare una verifica immediata se ci soffermiamo «ad esempio, sul radicamento degli smartphone nella nostra esistenza, odierni *passé-partout* per le relazioni sociali, familiari e professionali. Certo, non possiamo trascurare come i cellulari incidano anche negativamente sulla nostra conversazione e interazione»³.

Sono passati appena 25 anni da quando il *World Wide Web* è stato reso accessibile a tutti, eppure è già entrato a far parte stabilmente della nostra vita, tanto che, leggiamo in *Digital in 2017*⁴, più della metà della popolazione mondiale usa uno *smartphone*; quasi due terzi della popolazione mondiale possiede un telefono cellulare; più della metà del traffico internet è generato da telefoni; più della metà delle connessioni con telefono mobile avviene oggi su banda larga; più di una persona su cinque della popolazione mondiale ha effettuato almeno un acquisto *online* negli ultimi 30 giorni. Di fronte a questi dati, non possiamo pensare di rimanere solo spettatori di una rivoluzione che cambia la mente, il cuore, la vita delle persone, senza domandarci come entrare in contatto con gli interlocutori della rete.

³ D. E. VIGANÒ, *Connessi e solitari. Di cosa ci priva la vita online*, EDB 2017, p. 31.

⁴ <https://wearesocial.com/it/blog/2017/01/digital-in-2017-in-italia-e-nel-mondo>.

Questo tipo di approccio comunicativo e informativo genera dinamiche, nei media e nel mondo digitale, che diventano pervasive, a scapito della ricerca di spazi di sapienza nel vivere quotidiano, della fatica del pensare e dell'argomentare, della costruzione di relazioni durature. Queste possibili derive, però, non ci devono scoraggiare dal correre anche il rischio di entrare nelle piazze e di confonderci nel brusio dispersivo di questi nuovi modi di creare community⁵. Non possiamo, dunque, vivere di illusioni. I media digitali sono a disposizione, internet esiste e rapidamente si trasforma, adattandosi alle esigenze mutevoli delle persone a livello planetario. Così, la rete cambia le nostre società, e non possiamo illuderci che non modifichi la Chiesa, e anche il nostro modo di pensare e di vivere nella comunità cristiana. Si tratta di comprendere e di educare i nostri ragazzi al fatto che «non possiamo farci sedurre dall'idea di una vita in solitudine, di poter vivere senza l'*altro*. È un falso mito dalle conseguenze disastrose. Come ricorda papa Francesco, il valore dell'amicizia è fondamentale nell'esistenza dell'uomo»⁶.

“Versione Beta”

In questa prospettiva, allora, possiamo pensare che la comunicazione oggi è sempre in “versione Beta”: cioè in una situazione in cui non si dà più una struttura a partire dalla quale si ricava un modello comunicativo, secondo il metodo deduttivo. Così, il momento della verifica e del confronto all'interno della squadra è quello paradossalmente più importante per capire come muovere e come ridefinire il flusso comunicativo. È una comunicazione che non va verso una uniformità, ma va piuttosto verso un orizzonte più sistematico, convergente, se così possiamo dire. Non ci saranno più segmenti di autonomia – chi cura il parlato, chi le immagini, chi internet, ecc – ma ci saranno parti di condivisione responsabile. Tuttavia, nell'orizzonte di questo *new deal* dell'informazione sorge qualche interrogativo circa il nostro saper

⁵ Approfondisce questi aspetti: FRANCESCO, Lettera Enciclica *Laudato si'*, 24 maggio 2015, n. 47.

⁶ D. E. VIGANÒ, *Connessi e solitari. Di cosa ci priva la vita online*, EDB 2017, pp. 36-37.

navigare cavalcando l'onda di internet, anche perché la rete porta in superficie immediatamente competenze e lacune, pregi e difetti: o conosciamo le regole o non le conosciamo, o siamo credibili o non lo siamo, o rispondiamo alle attese delle persone o ci rinchiudiamo nel nostro mondo, o siamo connessi con il mondo di oggi o veniamo relegati in una sorta di Jurassic Park mediatico, o conosciamo i meccanismi, i linguaggi digitali o non li conosciamo e, quindi, non possiamo comunicare. Se vogliamo essere missionari in questo mondo, complesso e meraviglioso, è necessario conoscerne le culture e i linguaggi che sono in continua, rapida e costante evoluzione. In questa prospettiva possiamo interpretare il fatto che i non nativi digitali, come noi ad esempio, abbiamo la consuetudine di considerare approssimativa una comunicazione, una informazione che si presenti breve, istantanea, basata anche sulle emozioni. A nostra parziale giustificazione possiamo addurre il fatto che veniamo da generazioni in cui si privilegiavano i testi scritti, frutto di lunghe elaborazioni (pensiamo solo ai manuali di teologia e alle tesi che abbiamo scritto o letto). Però, non sempre è stato così. Infatti, pensiamo alla proclamazione concisa e diretta del *kerygma* negli *Atti degli Apostoli* (At 2, 14-41), oppure ai diversi linguaggi usati dalla Chiesa attraverso i secoli: le icone, gli affreschi e i mosaici, le vetrate e le sculture delle nostre chiese e delle nostre cattedrali. Codici che sono riusciti a toccare le corde delle emozioni con i canti e le musiche, manifestando la possibilità di testimoniare l'unica fede in diversi modi e con linguaggi differenti, mostrando grande capacità di adattarsi alle forme di comunicazione comprensibili alle generazioni e alle culture che incontravano.

L'orizzonte comunicativo, dunque, ci presenta la necessità di diventare “pastori digitali”, attraverso internet, i social, gli smartphone e tutte le App che le nuove tecnologie ci mettono a disposizione. Nel contempo ci rendiamo conto che per annunciare il Vangelo non basta essere esperti di nuove tecnologie e di comunicazione digitale. Anche se questo è innegabilmente importante. Evangelizzare richiede, anzitutto, la capacità di incontrare donne e uomini del nostro tempo, con le loro ferite e le loro inquietudini, con i dubbi e le paure che portano nel cuore, per

cercare di offrire loro l'incontro con il Dio della speranza che squarcia il muro dell'indifferenza e offre una ragione di vita, un motivo per sperare. In queste dinamiche relazionali la rete non è sufficiente e neanche i social media. Non è mia intenzione, ora, affermare che la presenza della Chiesa nel mondo digitale sia inutile. In realtà, mi sembra importante affermare che «la prospettiva, dunque, da cui ripartire è quella che valorizza l'aspetto primariamente antropologico e solo in seconda battuta quello tecnologico. Siamo chiamati, cioè, a riflettere sull'umanità mediale e come essa possa esprimersi in piena umanità. Il valore di tale approccio sta “nella possibilità di sganciare le competenze dal riferimento alla tecnologia e centrarle sui soggetti”, per condurre la persona “a una graduale presa di coscienza delle proprie qualità superiori, adottando costumi esistenziali raffinati come l'arte del dono, il gusto della libertà e l'intelligenza della saggezza”»⁷. Si tratta di guardare alla rete per quello che è, e non il toccasana per ogni problema, la soluzione per l'efficacia pastorale nel terzo millennio. Abbiamo a disposizione degli strumenti, che prima non avevamo, per essere presenti in un ambiente di socializzazione che per molti, specie giovani, è quasi esclusivo. Esserci ci consente di rilanciare le domande di senso, di seminare interrogativi sui temi alti dell'esistenza umana, la vita e la morte, il dolore e la felicità, il fallimento e la rinascita, indicando la risposta nella persona del Figlio di Dio⁸. Infatti, nella nostra missione, soprattutto nella vostra di editori, sperimentiamo ogni giorno un pluralismo diffuso (talvolta dai tratti ideologici), in cui l'accesso a internet permette a un numero elevato di persone di vedere tutto e di esprimere liberamente un parere su moltissimi aspetti del vivere sociale, convinti che la visione del mondo, della vita e della morte, testimoniata dalla Chiesa, sia una tra le tante che si possono trovare nel grande mercato della rete. Questi sono dati di cui non possiamo ignorare l'esistenza, sicuri di poter annunciare il Vangelo senza tener conto che le persone sono sommerse da un numero spropositato di prospettive sul mondo e sulla storia. Per questo è necessario che ci mettiamo in ascolto, così da intercettare le modalità attraverso le quali è possibile giungere al cuore di queste persone, per

⁷ D. E. VIGANÒ, *Connessi e solitari. Di cosa ci priva la vita online*, EDB 2017, pp. 9-10.

⁸ Cf. FRANCESCO, Discorso ai partecipanti all'Assemblea Plenaria del Pontificio Consiglio dei Laici, 7 dicembre 2013.

seminarvi la Parola e proclamare il messaggio della misericordia del Padre. Forse, parliamo ancora troppo e ascoltiamo poco, non riusciamo a scrollarci di dosso il guscio ingombrante di un ego ipertrofico per andare nei luoghi in cui le persone abitano, per accogliere le loro necessità, per capire che cosa si aspettano e che cosa sperano.

“Vedere col cuore”

“Vuoi essere guarito?”, chiede Gesù al paralitico presso la piscina di Betesda (cf Gv 5,6); “Che vuoi che io faccia per te?” domanda al cieco Bartimeo (cf Lc 18,41). Potremmo anche interpretare queste frasi come “Di cosa hai bisogno? Qual è il tuo desiderio più profondo? Posso dare una risposta alle tue attese? Questa premessa per dire che un buon modello di comunicazione parte dall’ascolto dell’altro, come ci indica Papa Francesco: «Condizione del dialogo è la capacità di *ascolto*, che purtroppo non è molto comune. Ascoltare l’altro richiede pazienza e attenzione. Solo chi sa tacere, sa ascoltare. Non si può ascoltare parlando: bocca chiusa. Ascoltare Dio, ascoltare il fratello e la sorella che ha bisogno di aiuto, ascoltare un amico, un familiare. Dio stesso è l’esempio più eccellente di ascolto: ogni volta che preghiamo, Egli ci ascolta, senza chiedere nulla e addirittura ci precede e prende l’iniziativa (cfr Esort. ap. *Evangelii gaudium*, 24) nell’esaudire le nostre richieste di aiuto. L’attitudine all’ascolto, di cui Dio è modello, ci sprona ad abbattere i muri delle incomprensioni, a creare ponti di comunicazione, superando l’isolamento e la chiusura nel proprio piccolo mondo. Qualcuno diceva: per fare la pace, nel mondo, mancano le orecchie, manca gente che sappia ascoltare, e poi da lì viene il dialogo»⁹. Quante volte Papa Francesco è tornato sulla “pastorale dell’ascolto” e sulla “pastorale dell’orecchio”. Alla luce di queste parole mi viene spontanea una domanda: forse parliamo a partire da noi stessi, senza dare troppa attenzione a quello che le persone effettivamente vivono? Per comprendere le persone è necessario non essere

⁹ FRANCESCO, Discorso ai Volontari di “Telefono Amico Italia”, 11 marzo 2017.

autoreferenziali, incentrati su noi stessi, ma andare loro incontro. Qualche volta ho l'impressione che anche i siti internet delle parrocchie, visibili e visitabili da chiunque, siano delle estensioni o delle repliche digitali dei foglietti parrocchiali, dei bollettini diocesani. Sono ancora strumenti a uso interno, parlano una lingua comprensibile solo a chi frequenta regolarmente gli appuntamenti della comunità cristiana, ma non riescono a raggiungere o ad affascinare i navigatori della rete, credenti e non. Non abbiamo ancora adottato la strategia del “*user first*”, cioè non siamo ancora del tutto capaci di mettere al primo posto i destinatari del messaggio. Parliamo e diamo informazioni che abbiamo scelto noi, ma non cerchiamo di intercettare le attese dei potenziali interlocutori in rete a partire dalla loro prospettiva, sforzandoci di imparare e parlare i loro linguaggi. In questo senso, mi sento di affermare che i mezzi hanno la necessità di essere sostenuti da una comunità operosa, accogliente e inclusiva, in cui si vive l'unità e la carità. Faccio riferimento a una comunità che non solo sta alla finestra a guardare il mondo che scorre lungo la strada, ma apre la porta ed esce, si immerge nei ritmi frenetici della vita, ascolta e partecipa al sentire comune delle persone che incontra. Così, «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 *I 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»¹⁰.

Istintivamente, quando accostiamo i media digitali alla fede, ci sorge qualche dubbio, come se le due realtà fossero incompatibili, comunque troppo diverse per essere anche solo connesse. In realtà, oggi è necessario che i nostri sforzi missionari tengano conto della rete, dei social media e delle loro opportunità per mettere in contatto con Gesù Cristo e con una Chiesa viva. Entrando in queste nuovi

¹⁰ FRANCESCO, Lettera Apostolica “*Evangelii gaudium*”, n. 24.

“areopaghi” della post-modernità, talvolta complessi e di non immediata soluzione, possiamo intercettare le domande che fioriscono dalle svolte culturali, scuotono in modo sensibile le fasce più giovani e, forse, meno attrezzate per salire questi tornanti della storia¹¹.

Gli interrogativi, in questa nuova avventura comunicativa, sorgono spontanei e suonano pressappoco così: ma non tutti siamo capaci; non abbiamo tempo; non riusciamo a entrare nei meccanismi di una comunicazione lontana dai nostri parametri abituali, non siamo competitivi. Non è necessario che tutti facciamo tutto. La lungimiranza di un responsabile si misura anche dalla sua capacità di trovare collaboratori che sanno costruire i “luoghi” e le modalità comunicative per evangelizzare i “gentili” del nostro tempo. A questo scopo diventa fondamentale la formazione interiore e quella professionale, per avere persone motivate dalla fede e dal loro incontro personale con Gesù. Così, non temeranno i rischi, non avranno paura di sporcarsi le mani o di sbagliare, di andare avanti anche in mezzo alle difficoltà. La formazione consente di aprire alle persone una visione sul futuro, portandole fuori dalla noia del piccolo cabotaggio e del “si è sempre fatto così”. La formazione allarga l’esperienza di vita e infonde il coraggio di sognare. E l’ho detto ai giovani: abbiamo bisogno di laici col sapore di esperienza della vita, che osano sognare»¹².

“Guai a me se non predicassi il Vangelo” (1Cor 9,16)

Nel supermercato delle offerte e delle opportunità proposte dalla rete, l’ingresso dei cristiani dovrebbe distinguersi per un “*quid*” che denota assoluta originalità e immediatamente rimanda *Oltre* e ad *Altro*. Non mi riferisco a *gadget*, o promozione di prodotti particolari, ma alla capacità di scuotere le coscienze, di risvegliare le menti, di porre degli interrogativi che suscitano l’attenzione anche di chi normalmente frequenta la piazza della città e non la chiesa. L’attenzione, per

¹¹ Cf. BENEDETTO XVI, Messaggio per la XLIV Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali.

¹² FRANCESCO, Discorso ai partecipanti all’Assemblea Plenaria del Pontificio Consiglio dei Laici, 17 giugno 2016.

esempio, ai problemi che toccano la carne delle persone, la loro vita e quella delle famiglie induce alla riflessione, accende una speranza. Inoltre, è fondamentale essere consapevoli che non possiamo raggiungere tutti nello stesso momento. C'è una gradualità comunicativa che è fatta di piccoli passi, misurati sulle persone, sulle situazioni, sugli ambienti, sui problemi che desideriamo affrontare con maggiore urgenza. Darsi delle priorità, anche nel proporsi in rete, è segno di conoscenza delle persone alle quali ci rivolgiamo e dei mezzi che usiamo. I contenuti, i toni del discorso, i destinatari non possiamo mai trascurarli. Le comunità digitali, social, non sono monolitiche, anzi, sono caratterizzate da una accentuata fluidità, presentano sensibilità diverse di fronte a linguaggi e immagini. Questi sono elementi molto importanti da tener presenti in una comunicazione istintiva come quella digitale, pedagogicamente fondamentali soprattutto per i giovani, al fine di stemperare la violenza del linguaggio e le tentazioni al cyberbullismo.

Questa vicinanza della Chiesa alle nuove tecnologie è oggi fondamentale. La rete può essere parte integrante di un processo di relazione tra i popoli. Non di comunicazione di massa ma di popolo. Non possiamo fermarci qui, però, perché la qualità delle relazioni si completa quando ci vediamo *vis-à-vis*. Non credo, ad esempio, che si possa arrivare alla cyber parrocchia. L'esperienza dell'essere Chiesa è l'esperienza di riunirsi intorno all'Eucarestia e la stessa evangelizzazione avviene grazie alla testimonianza, al fascino della vita. Altrimenti perché farsi cristiano? Perché si vede un *emoticon* cattolico? Il contagio della fede non avviene più nelle forme tradizionali, certo, ma comunque tra persone concrete. Tuttavia non dimentichiamo che in *You Tube*, *My Space*, *Facebook*, *Instagram*, ecc. cambia il concetto di intimità, di verità, identità, tempo e spazio, il rapporto con la cultura e con le proprie radici. Quindi, noi non possiamo risultare assenti da questi luoghi dove si gioca una buona parte del futuro delle persone affidate alla nostra cura pastorale, soprattutto delle giovani generazioni.

A proposito di giovani, sento ripetere, a intervalli di tempo più o meno regolari, che si sono allontanati dalla Chiesa. La domanda che mi pongo è: sono i giovani che

si sono allontanati, oppure siamo noi che non riusciamo più a seguirli, a stare al loro passo, a frequentare i luoghi in cui essi si incontrano, comunicano, dialogano. Il loro linguaggio (soprattutto quello digitale) è particolare – quando non rasenta l'eccesso – talvolta si stenta a capirlo, ma quanto e che cosa facciamo per raggiungerli? Se riusciamo a entrare in contatto con loro, a stabilire una relazione, essi accolgono anche parole impegnative, non si mostrano indifferenti se invitati a fare scelte coraggiose, ardite, non si tirano indietro se vengono coinvolti in iniziative che li toccano nel cuore, li fanno sentire partecipi del cambiamento che sta avvenendo. A questo proposito così scriveva Papa Benedetto XVI: «Soprattutto i giovani stanno vivendo questo cambiamento della comunicazione, con tutte le ansie, le contraddizioni e la creatività proprie di coloro che si aprono con entusiasmo e curiosità alle nuove esperienze della vita. Il coinvolgimento sempre maggiore nella pubblica arena digitale, quella creata dai cosiddetti *social network*, conduce a stabilire nuove forme di relazione interpersonale, influisce sulla percezione di sé e pone quindi, inevitabilmente, la questione non solo della correttezza del proprio agire, ma anche dell'autenticità del proprio essere. La presenza in questi spazi virtuali può essere il segno di una ricerca autentica di incontro personale con l'altro se si fa attenzione ad evitarne i pericoli, quali il rifugiarsi in una sorta di mondo parallelo, o l'eccessiva esposizione al mondo virtuale. Nella ricerca di condivisione, di "amicizie", ci si trova di fronte alla sfida dell'essere autentici, fedeli a se stessi, senza cedere all'illusione di costruire artificialmente il proprio "profilo" pubblico»¹³. Alla riflessione di Papa Ratzinger – a dimostrazione di quanto la Chiesa abbia a cuore questo aspetto – viene data continuità da Papa Francesco: «Oggi i *media più moderni*, che soprattutto per i più giovani sono ormai irrinunciabili, *possono sia ostacolare che aiutare* la comunicazione in famiglia e tra famiglie. La possono *ostacolare* se diventano un modo di sottrarsi all'ascolto, di isolarsi dalla compresenza fisica, con la saturazione di ogni momento di silenzio e di attesa disimparando che «il silenzio è parte integrante della comunicazione e senza di esso non esistono parole dense di

¹³ BENEDETTO XVI, Messaggio nella XLV Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali, 5 giugno 2011.

contenuto» (Benedetto XVI, *Messaggio per la 46ª G.M. delle Comunicazioni Sociali*, 24.1.2012). La possono *favorire* se aiutano a raccontare e condividere, a restare in contatto con i lontani, a ringraziare e chiedere perdono, a rendere sempre di nuovo possibile l'incontro. Riscoprendo quotidianamente questo centro vitale che è l'incontro, questo "inizio vivo", noi sapremo orientare il nostro rapporto con le tecnologie, invece che farci guidare da esse. Anche in questo campo, i genitori sono i primi educatori. Ma non vanno lasciati soli; la comunità cristiana è chiamata ad affiancarli perché sappiano insegnare ai figli a vivere nell'ambiente comunicativo secondo i criteri della dignità della persona umana e del bene comune»¹⁴. Sia Papa Benedetto sia Papa Francesco manifestano attenzione e cura particolari per i giovani immersi nel mondo digitale. Lo fanno senza allarmismi, indicando i rischi, e soprattutto le opportunità inedite che vengono offerte ai giovani e ai loro educatori per incontrare altri giovani che non seguono più l'agenda della pastorale ordinaria.

Siamo tutti consapevoli che non si possono risolvere i problemi della comunicazione della Chiesa con semplici strategie di divulgazione. Ciò che è importante, in questo frangente, è maturare la convinzione che il mondo digitale è una realtà, verso la quale abbiamo delle responsabilità attinenti alla nostra missione di annunciatori del Vangelo. Non stiamo parlando di qualcosa di virtuale (magari simile, per qualcuno, a inesistente) o semplicemente ludico o, addirittura, superfluo, ma di un mondo frequentato da miliardi di persone, soprattutto giovani. Possiamo continuare ad agire come se tutto questo non esistesse? Ci è richiesta una certa fatica, però abbiamo capito l'importanza di trasferirci nella cultura virtuale che offre nuove possibilità, già ampiamente praticate, di relazioni e di socializzazione. Infatti, comunichiamo da una parte all'altra del mondo con e-mail, ci vediamo e ci parliamo in Skype, entriamo in gruppi di Facebook, di Tweet, Instagram e simili. Questo possiamo farlo anche per il Vangelo e con il Vangelo. Teniamo presente che la rete non è solo struttura, è ambiente di relazioni interpersonali, parte integrante della vita personale e sociale. La rete non è solo qualcos'altro, esterno alla vita; è condizione,

¹⁴ FRANCESCO, Messaggio nella XLIX Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali, 23 gennaio 2015.

modo di vivere. Non solo si usa la rete, ma si vive in rete, e siamo chiamati a viverci come “sale e lievito della terra”, come “testimoni” e “missionari” della vita nuova in Cristo.

Per condizione e per vocazione, siamo immersi e in dialogo col mondo contemporaneo, che si presenta con questo nuovo modo di essere e di comunicare. Scoprirci “analfabeti digitali” o anche solo “immigrati digitali”, che balbettano qualche parola indispensabile, può provocare disagio, inquietudine, senso di estraneità, scoraggiamento, ma, da una prospettiva diversa, può attivare curiosità e voglia di imparare. Lasciamoci afferrare, allora, dall’interesse e dalla passione per un mondo nuovo al quale vogliamo annunciare Gesù Cristo e il suo Vangelo.

Condividere e dialogare

Le suggestioni che seguono nascono dall’esperienza e dallo studio della comunicazione, ora nell’era digitale, e da un campo di lavoro privilegiato che il Santo Padre mi ha affidato. Hanno origine soprattutto dal desiderio di continuare insieme, anche nel mondo 2.0, ad annunciare la salvezza che Gesù è venuto a donarci. I mezzi che scegliamo di usare hanno quest’unico obiettivo: narrare le meraviglie dell’amore misericordioso di Dio di generazione in generazione, oggi anche alla generazione dei nativi digitali, dei millennials. Esse fioriscono dall’esperienza e dalle riflessioni che raccolgo nei tanti preziosi confronti che ho al Dicastero – pensate all’incontro con i Vescovi di tutto il mondo, durante le loro visite “ad limina” – e durante i colloqui con le Conferenze Episcopali nelle loro nazioni (recentemente sono stato in Romania), agli Incontri dei comunicatori, e nei più diversi contesti comunicativi. Sono appuntamenti con persone che sempre mi arricchiscono e mi aiutano ad ascoltare tutti coloro che, con buona volontà, cercano di diffondere la speranza nel frastuono della comunicazione.

Quelli che vi offro sono degli spunti in ordine sparso, che, potremo riprendere in libertà durante il dibattito. Cerchiamo insieme, allora, delle tracce di cammino per

scoprire le modalità comunicative al fine di essere missionari nel mondo digitale, spinti dalle parole di Gesù: «Andate dunque e fate discepoli tutti i popoli, battezzandoli nel nome del Padre e del Figlio e dello Spirito Santo, insegnando loro a osservare tutto ciò che vi ho comandato. Ed ecco, io sono con voi tutti i giorni, fino alla fine del mondo» (Mt 28, 19-20). Mentre vi parlo, porto nel cuore la passione pastorale rivolta soprattutto ai giovani, assidui frequentatori del mondo digitale, ma anche più bisognosi di cura e di tenerezza, di misericordia e di pazienza. Qui ricordo soltanto che il prossimo Sinodo dei Vescovi sarà su “I giovani, la fede e il discernimento vocazionale”. Nel Documento preparatorio, nella parte dedicata ai media digitali, troviamo scritto: «Per le ragioni già ricordate, merita una menzione particolare il mondo dei *new media*, che soprattutto per le giovani generazioni è divenuto davvero un luogo di vita; offre tante opportunità inedite, soprattutto per quanto riguarda l’accesso all’informazione e la costruzione di legami a distanza, ma presenta anche rischi (ad esempio cyberbullismo, gioco d’azzardo, pornografia, insidie delle *chat room*, manipolazione ideologica, ecc.). Pur con molte differenze tra le diverse regioni, la comunità cristiana sta ancora costruendo la propria presenza in questo nuovo areopago, dove i giovani hanno certamente qualcosa da insegnarle» (III/3).

Ci aiuta ad avviare questa fase della mia proposta, a cui seguirà il dibattito, una frase carica di passione comunicativa del Card. Martini: «Nasce di qui la domanda angosciata: come ritrovare nella Babele di oggi una comunicazione vera, autentica, in cui le parole, i gesti, i segni corrano su strade giuste, siano raccolti e capiti, ricevano risonanza e simpatia? È possibile incontrarsi in questa Babele, inserire anche in una civiltà confusa luoghi e modi di incontro autentico? è possibile comunicare oggi nella famiglia, nella società, nella Chiesa, nel rapporto interpersonale? come essere presenti nel mondo dei mass-media senza essere travolti da fiumi di parole e da un mare di immagini? come educarsi al comunicare autentico anche in una civiltà di

massa e di comunicazioni di massa?»¹⁵. Sono interrogativi che risalgono al 1990 (27 anni fa) eppure mantengono una immutata freschezza e attualità.

Essere fruitori della comunicazione digitale. In questo contesto di cultura digitale, la tecnologia è una cosa importante ma non è né la prima né la più importante. Perché l'approccio alla comunicazione per gli uomini e le donne della Chiesa non può essere un approccio tecnocratico - tecnocentrico - ma, ancora una volta, antropologico: quindi sono il cuore dell'uomo e il cuore della donna che devono essere ricolmi del balsamo della grazia e della misericordia di Dio, perché anche in rete le persone – le comunità che si ritrovano in rete – possano scorgere parte di quel fascino che il Vangelo porta.

Una comunicazione antropocentrica. L'uomo, come ricordava san Giovanni Paolo II, è la prima e fondamentale via della Chiesa. L'uomo concreto, con la sua libertà, coscienza, intelligenza, cultura. Gli uomini di oggi abitano anche nel mondo digitale insieme a uomini e donne di ogni latitudine, cultura e lingua. Dunque la Chiesa non può sottrarsi, non può rifugiarsi dal mondo concreto dove vivono le persone a cui annunciare il Vangelo. I peccati infatti sono anche quelli di omissione, di non fare ciò che invece dovremmo fare. Ecco la ragione per cui essere presenti. Ma ad alcune condizioni: Anzitutto non edulcorare il messaggio di Cristo attraverso l'uso di retoriche seducenti per conquistare più followers. Sappiamo che il Vangelo pretende una presa di posizione nella vita reale come in quella digitale. Inoltre, essere presenti sulle reti sociali chiede una competenza circa lo specifico linguaggio: nessuno può avere la presunzione che il ruolo dia competenze, ma tutti dobbiamo intraprendere la strada di imparare insieme. Inoltre, non bisogna aver paura perché, come dice papa Francesco, meglio una Chiesa incidentata che ingessata e chiusa in sagrestia.

Una svolta antropologica. La riforma (conversione) dentro la quale la Chiesa è sempre chiamata a vivere, è una riforma che ha sempre un centro: l'uomo, il cuore dell'uomo, che sa accogliere la pienezza della grazia di Dio. Perché quando l'uomo è

¹⁵ C.M. MARTINI, *Effatà – Apriti*, Lettera pastorale 1991/1991, ITL, www.chiesadimilano.it, p. 2.

toccato dalla grazia, sa essere testimone affascinante del Vangelo. Anche in rete possiamo vedere Dio se lo viviamo; e, così, riusciamo a farlo vedere anche nelle pieghe più drammatiche e tragiche della storia, facendo balenare in chi naviga la convinzione che anche quelle sequenze di vita striate di dolore possono offrire all'amore percorsi originali di speranza e di prossimità. Allora, viviamo in Rete, ma in modo umano e sostenibile. Creiamo nelle nostre conversazioni su web o mobile una 'zona verde' che permetta l'ascolto, il dialogo e il confronto, è la vera sfida della comunicazione 2.0. Se infatti è bello postare una faccina sorridente sui social, guai tuttavia dimenticare l'importanza del volto reale, perché "solo un volto può vedere una lacrima su un altro volto". Un brevissimo inciso per sottolineare l'importanza di una comunicazione personale e responsabile anche nell'epoca dei Big Data¹⁶.

Fondamentale mantenere la propria identità. Noi comunichiamo quello che siamo. Possiamo, quindi, essere grandi fruitori ed esperti di comunicazione virtuale, ma trasmettere la nostra mediocrità e meschinità oppure l'onestà e la bellezza della vita, come ci ricorda Papa Francesco: «Non è la tecnologia che determina se la comunicazione è autentica o meno, ma il cuore dell'uomo e la sua capacità di usare bene i mezzi a sua disposizione»¹⁷. Il fascino anche virtuale delle nostre proposte (*client appeal*) sta nella testimonianza del seguire Cristo più da vicino e del servire i piccoli, i poveri, il popolo di Dio mediante le opere di carità e di misericordia. Solo se la testimonianza della vita è autentica, la comunicazione mediatica può suscitare fascino verso il Signore (evangelizzazione).

Digitale – virtuale – reale. Le reti sociali (social network) hanno reso possibile l'interattività aperta, in contemporanea e da luoghi distanti. In internet possiamo andare dove vogliamo e con chi vogliamo. Non c'è da chiedere permesso e nemmeno da avvertire, non esiste l'intermediazione. Nel mondo dei media digitali non siamo meno responsabili, nel bene e nel male, delle nostre azioni che hanno il peso della realtà e neppure sono eliminabili spegnendo lo schermo o interrompendo la connessione. Sappiamo bene che nel virtuale è coinvolta la nostra intelligenza,

¹⁶ Su questo si veda più ampiamente: D. E. VIGANÒ, *Connessi e solitari. Di cosa ci priva la vita online*, EDB 2017.

¹⁷ FRANCESCO, Messaggio per la L Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali.

volontà e, pertanto, le azioni e relazioni virtuali sono umanamente e moralmente rilevanti. Questo è un aspetto fondamentale per i giovani nell'educazione ai media digitali e al loro uso.

Una ricerca in salita. La verità, come avviene nell'episodio del grano e della zizzania (cf *Mt* 13,24–31) si trova in mezzo alle chiacchiere, alle mezze verità, alle menzogne. Per questa ragione è decisiva la professionalità e la correttezza del comunicatore, che non può ridursi a essere cassa di risonanza dell'opinione pubblica (sono i peccati dei cortigiani) al solo fine di destare scandalo e acquisire facili consensi. Invece, comprendere la complessità della realtà richiede uno sforzo d'interpretazione che non si può limitare all'estemporaneità dei fatti, ma deve saper leggere lo scorrere del tempo per cogliere il senso profondo delle cose. L'informazione, quindi, necessita della fatica della verifica, altrimenti rimaniamo in superficie, con il rischio di errori di valutazione o, addirittura, di false notizie (*fake news*) accolte come vere. A proposito delle *fake-news* mi sembra interessante almeno fare un cenno a uno studio realizzato dalla BBC, di cui ha scritto *Repubblica.it* il 22 settembre 2017, evidenziando che 8 persone su 10 nei 18 Paesi coinvolti nell'indagine, temono le *fake news*. La maggior parte è però riluttante all'idea di una regolamentazione di internet da parte dei governi. I dati della società *Globescan* che ha condotto l'indagine su un campione di 16 mila adulti tra gennaio e aprile indicano che solo in due Paesi, Cina e Gran Bretagna, la maggior parte degli intervistati - rispettivamente il 67% e il 53% - propende per una maggiore regolamentazione governativa di internet. I più contrari sono risultati greci (84%) e nigeriani (82%). I più preoccupati per le *fake news* sono invece i brasiliani (92%). Solo la Germania, che ha lanciato una lotta intensa alle bufale online, una maggioranza ristretta delle persone (il 51%) ha detto di non essere preoccupata del tema. I risultati del sondaggio dimostrano inoltre che cresce globalmente anche un certo disagio nell'esprimere pubblicamente le proprie opinioni online: nei 18 Paesi oggetto della stessa indagine (che vede l'Italia esclusa) anche nel 2010, il 53% non lo considera sicuro, percentuale in crescita rispetto al 49% rilevato 7 anni fa. In Europa

e Nord America il disagio sentito è maggiore¹⁸. La diffusione di questo malessere non deve stupirci «anche perché le fake news diventeranno sempre più sofisticate e ambigue. E non sarà possibile difenderci solo sulla base delle promesse di Facebook e Google di implementare algoritmi capaci di contrastare il fenomeno. Serve l'intelligenza umana non quella artificiale, generata da una macchina. Il fatto è che le *fake news* si nutrono soprattutto della distrazione dell'utente, il quale condivide ogni cosa sui propri profili spesso dopo aver letto velocemente le notizie, magari dal cellulare, senza prestare troppa attenzione al testo. Invece, occorre spirito critico da parte dei lettori: verificare le date e le testimonianze; occhio ai titoli ad effetto; alle foto insolite; all'impaginazione; ai refusi. Spesso sono proprio questi i segnali delle notizie fasulle»¹⁹.

Virtuale ... non inesistente. Certamente il mondo virtuale non è parallelo ma è parte della realtà quotidiana. E lo sarà sempre più. Non dimentichiamo, però, l'importanza di dire: sono qui; cioè, il valore della presenza, della corporeità, della comunicazione come prossimità e incontro. Non trascuriamo l'attenzione alle persone concrete, alle loro domande, al bisogno di tenerezza, di un abbraccio che ha il sapore della condivisione. Impariamo da papa Francesco a non aver paura di coinvolgerci nel vissuto delle persone, nella “carne” delle donne e degli uomini che incontriamo.

Missione editoriale. La rete virtuale è un nuovo ambito di vita e di pastorale, ci riguarda. Cerchiamo di vederne con lucidità luci e ombre, senza lasciarci abbagliare dalle une o scoraggiare dalle altre. Certo vanno conosciuti i problemi ed evitati i rischi, ma non temiamo di spargervi il seme della Parola. Siamo giunti, non del tutto sorprendentemente, a una proposta di comunicazione il cui valore è ancora costruito sulla disponibilità all'incontro personale e all'uscire dall'autoreferenzialità. Due aspetti che sembrano marginali nell'attuale luccicante pullulare di *social media*, in cui ognuno tenta, con ogni mezzo possibile, di innescare la massima propagazione

¹⁸Si veda: www.Repubblica.it, 22 settembre 2017.

¹⁹ D.E. VIGANÒ, Intervento al Workshop ““Il giornalismo al tempo delle Fake News. La frontiera della radio” “Fake Radio News”, Milano, 28 settembre 2017.

del proprio contenuto. In effetti, se vogliamo essere testimoni, non possiamo venir meno all'impegno di percorrere le vie del nostro ambiente umano (comprese le affascinanti autostrade della rete) per incontrare le persone. La verità della relazione, l'anelito a guardare il volto delle persone, ad ascoltare il battito del loro cuore non devono mancare nel mondo digitale, anzi, ci sforziamo per far diventare tutto questo quasi la sintesi grafica della nostra nuova missione che Martin Buber così compendia: «La nostra autentica missione in questo mondo in cui siamo stati posti non può essere in alcun caso quella di voltare le spalle alle cose e agli esseri che incontriamo e che attirano il nostro cuore; al contrario, è proprio quella di entrare in contatto, attraverso la santificazione del legame che ci unisce a loro, con ciò che in essi si manifesta come bellezza, sensazione di benessere, godimento»²⁰.

²⁰ M. BUBER, *Il cammino dell'uomo*, Ed. Qiqajon 1990, pp. 30-31.