

Parte seconda

I Mezzi della Comunicazione sociale oggi

Nel mondo della comunicazione

18. Nella prima parte della lettera, facendo memoria del centenario di fondazione di *Dio e il Prossimo*, abbiamo compiuto una veloce e sintetica rassegna dell'uso della stampa dall'inizio dell'Opera fino ad oggi. Abbiamo cercato di cogliere la genialità e la passione con le quali Padre Annibale ha promosso l'utilizzazione di questo mezzo di comunicazione sociale, facendovi continuamente ricorso per il suo apostolato di evangelizzazione e di carità. Successivamente, abbiamo rilevato le modalità d'azione pastorale con le quali le nostre Congregazioni, in fedeltà all'esempio del Fondatore, hanno continuato a diffondere il carisma e gli scopi originari dell'Opera.

Vogliamo ora allargare la nostra riflessione sull'universo dei *media*, che il Servo di Dio Giovanni Paolo II definì "*il primo areopago del tempo moderno [...], che sta unificando l'umanità – rendendola come si suol dire – un villaggio globale*"¹. Il ricordo del primo periodico dell'Opera offre qui l'occasione di una riflessione sulla realtà della comunicazione attuale. Questa, divenuta componente influente anche nella vita delle nostre comunità, rappresenta una sfida e una risorsa, e mostra preziose opportunità che esigono, al contempo, adesione e discernimento.

Attraverso una prima sommaria presentazione del *sistema-media* e delle sue specificità, si ripercorreranno i più importanti interventi del Magistero ecclesiale su questo tema, evidenziando in particolare quanto si riferisce alla vita consacrata. Obiettivo è cogliere alcune indicazioni utili per la formazione rogazionista e individuare le scelte operative che ne qualificano lo stile di vita; rendere più significativo ed efficace l'apostolato della Famiglia del Rogate, attualizzando l'insegnamento e la testimonianza del Fondatore.

Le nuove tecnologie: verso una comunicazione globale²

19. Rispetto ai tempi in cui visse padre Annibale – si era appena agli albori della cinematografia (1895) e della radiofonia (1922) –, l'uomo d'oggi può contare su un'ampia varietà di mezzi di comunicazione a sua disposizione. Il nostro tempo è caratterizzato da una diffusione degli strumenti della comunicazione sociale sempre più rapida, capillare e pervasiva: i *media* sono ovunque attorno a noi,

¹ GIOVANNI PAOLO II, *Redemptoris Missio*, n. 37.

² Per questa seconda parte si è tenuto conto di diversi contributi tra i quali alcuni preziosi suggerimenti di Don Silvio Sassi, Superiore Generale dei Paolini, esperto e docente di Comunicazione Sociale, la lettera del Rettor Maggiore dei Salesiani, PASCUAL CHÀVEZ VILLANUEVA, *Con il coraggio di Don Bosco nelle nuove frontiere della comunicazione sociale*, Roma 2005, AA. VV., *Vita Consacrata e Cultura della Comunicazione*, (Atti del Convegno Roma 26-27 marzo 2004 presso l'Ateneo Pontificio Regina Apostolorum), Roma 2005 e F. PASQUALETTI, *New Media e cultura digitale. Una sfida all'educazione*, in *Orientamenti pedagogici*, vol. 51, gennaio – febbraio 2004.

esercitando un'innegabile influenza su strutture di pensiero, stili di vita, modelli culturali. Stiamo assistendo, avvertono gli esperti, all'avvento della *società dell'informazione* che è una vera e propria *rivoluzione culturale*.

Lo sviluppo tecnologico è un fenomeno in continuo progresso. Dall'uso degli strumenti di massa classici come la carta stampata, e poi il cinema, la radio, la televisione, il telefono, si è entrati negli ultimi decenni, con il *computer* e la rete *internet*, in una nuova era. Il *computer* ha raccolto in sé i vari linguaggi dei media precedenti: scrittura, immagine, suono, video, grafica, dando origine, con la tecnologia digitale, ad una forma di comunicazione che ha portato con sé il sorgere di nuovi concetti: multimedialità, interattività, interfaccia, navigazione, ipertesto, realtà virtuale, cyberspazio, intelligenza artificiale, ecc..

Internet è la metafora della nuova comunicazione che ridisegna le categorie di spazio e tempo: la "rete" in cui si naviga è un luogo, uno spazio globale di incontro che azzerava le distanze fra i suoi utenti. Attraverso di essa, milioni di persone si scambiano quotidianamente messaggi e dati in tempo reale: consultano documenti, operano transazioni finanziarie, scambiano corrispondenza, si incontrano in videoconferenza. Il risultato è il superamento di distanze spaziali spesso enormi, e – dato ancor più interessante ai nostri fini – un più facile abbattimento di barriere di ordine culturale, religioso, economico, razziale. La rete è un flusso di sapere al quale, con scelte politiche ed economiche mirate, tutti possono attingere. Per gli orizzonti planetari di confronto e di scambio che è in grado di offrire, essa è anche una fucina a ciclo continuo di nuovi linguaggi. Per questo, mentre suscita crescente interesse, desta anche motivi di preoccupazione legati sia al tipo di messaggi che trasmette, sia alla necessità di acquisire una capacità critica di decodificazione e accoglienza.

La comunicazione dei *mass media* classici poggiava su un modello in cui si distingueva il comunicatore/emittente (pochi) dal ricevente/spettatore (molti); era quindi unidirezionale e prevalentemente recettiva. La comunicazione dei media digitalizzati è *personalizzata* e pone al centro del processo comunicativo l'utente. Il flusso delle comunicazioni in rete è interattivo, bidirezionale, anzi, addirittura reticolare, giacché ciascun individuo è contemporaneamente spettatore e protagonista della comunicazione. Nella rete è possibile la reciprocità e lo scambio: si può ricevere e trasmettere in simultanea. L'insieme dei servizi che si possono ottenere con la comunicazione in rete è un universo *personalizzato* che risponde alle esigenze del singolo richiedente. Egli seleziona i contenuti e partecipa alla loro elaborazione, sceglie quando iniziare e terminare la comunicazione, quale mezzo utilizzare e come rapportarsi ai suoi interlocutori; attraverso *motori di ricerca* è possibile selezionare, nell'oceano sconfinato delle informazioni, ciò che è di proprio interesse. Ne risulta una comunicazione *decentrata*, sempre più tesa verso forme di scambio pluraliste e partecipative. Ne è un esempio il moltiplicarsi di *blog* e *forum* ospitati anche negli spazi propriamente appartenenti all'informazione e al giornalismo istituzionali.

La cultura digitale tra rischio e risorsa

20. Il mondo dei media, per la ricchezza di novità che è in grado di produrre continuamente attraverso il linguaggio digitale, è destinato ad aprire spazi sempre nuovi di riflessione. Si delineeranno qui soltanto alcune caratteristiche che sono meritevoli di attenzione per la risonanza che possono avere nell'esperienza e nella vita delle nostre comunità, secondo la varietà di condizioni geografiche, ambientali e sociali in cui esse operano.

1. L'era della digitalizzazione delinea una cultura della *velocità*, in cui ogni comunicazione si svolge in tempi sempre più incalzanti. La nuova cultura presenta una *visione polifonica* della realtà: in essa è più difficile raggiungere certezze o verità, disperse nel mare delle informazioni diffuse e disponibili nella rete. Ogni istituzione si trova posta a confronto con mille altre. È la cultura della *compresenza*, della quale è facile conseguenza il *relativismo*. Nella rete si naviga: questo passaggio da un punto all'altro può riflettersi anche nello stile di vita come passaggio da un'esperienza all'altra. Ciò, se per un verso può risultare positivo perché alimenta la ricerca e l'offerta, tuttavia ha come possibili degenerazioni l'abuso e la prevaricazione. Inseriti in una rete del genere, gli utenti possono sviluppare un atteggiamento di *nomadismo*. Da questo punto di vista, l'esperienza della rete mette dunque in evidenza la necessità di formare persone responsabili e consapevoli nell'approccio alle smisurate possibilità che internet offre. E poiché i sistemi di controllo interni restano insufficienti a garantire una corretta fruizione del mezzo, è essenziale educare ad una continuità di vita fuori e dentro la rete.

2. La rete stessa, per l'enormità delle informazioni di cui dispone e delle relazioni che crea, può essere uno *strumento di educazione e formazione*. Le nuove tecniche di apprendimento elettronico offrono a zone remote la possibilità di essere raggiunte da programmi e offerte formative difficilmente realizzabili in altro modo. La rete inoltre rende possibile il contatto, la conoscenza e la denuncia di fatti che avvengono nel mondo, come le guerre, gli abusi ambientali, gli odi razziali.

3. Come vero specchio della realtà del mondo globale, la rete rischia di riflettere e ricreare in se stessa le disparità che dividono il pianeta: Paesi industrializzati da un lato, un Terzo Mondo sempre più povero e privo di mezzi dall'altro. Per comprendere questo fenomeno – il cosiddetto *divario digitale*, "digital divide" - basta considerare gli indici di penetrazione di Internet nel mondo, dai Paesi sviluppati a quelli in via di sviluppo che utilizzano solo in minima parte le connessioni internet mondiali. Oltre al "sud" del mondo esistono poi i vari "sud" dei Paesi, delle regioni, delle città e dei quartieri. Ciò porta nuovamente a riflettere sull'importanza di non staccare il problema della cultura digitale dal rapporto con l'economia, la politica e la giustizia, sia a livello locale che a livello internazionale. In tal senso, la situazione culturale che ne risulta ci interroga sui nuovi volti dell'esclusione e dell'emarginazione. Inoltre questo tema-problema a livello di macrocosmo ci interpella anche a livello di microcosmo delle nostre realtà di Congregazioni presenti nelle diverse parti del mondo: tutti dovrebbero avere la possibilità di fruire di questi nuovi strumenti di comunicazione.

4. Bisogna riconoscere che l'ambiente altamente mediatizzato ci spinge sempre di più verso una quasi totale *dipendenza tecnologica*. Il computer sta diventando, anche per noi, un componente ambientale. Gli uffici, le case sono

sempre più computerizzati. I cellulari stanno diventando ormai computer a portata di mano. Comunicare, per tanti aspetti, ci crea la necessità di una tecnologia sempre più sofisticata.

5. In ultimo desideriamo sottolineare il ruolo dell'informazione nel controllo della società con le possibili ripercussioni anche nella nostra vita. I media hanno un peso enorme nel determinare le strategie di controllo di una società. Il progresso tecnologico ha rafforzato il ruolo dei media rispetto alle stesse istituzioni. Le notizie spesso sono scelte, filtrate, organizzate e presentate in base a criteri politici ed economici predefiniti che orientano l'attenzione dell'*audience* su alcuni determinati argomenti, tacendo su altri temi "scomodi" che, in tal modo risultano come del tutto inesistenti (fenomeni dell'*agenda setting* e del *gate keeping*). Allo stesso modo i media possono favorire la *spirale del silenzio*, ossia il fenomeno secondo cui gli indecisi, o le minoranze deboli, finiscono per appoggiare le idee dei più forti, non perché le condividano, ma per mancanza di coraggio o perché prevedono di "perdere". Inoltre, i mezzi di comunicazione, "coltivando" la cultura dell'*audience*, influenzano ogni giorno il nostro modo di pensare e di agire. Attraverso programmi apparentemente innocui viene veicolata una mentalità mondana che a lungo andare può essere dirompente. In tale contesto culturale occorre acquisire una capacità critica tale da non lasciarsi influenzare dalla cultura dominante nei modi di pensare e nelle scelte di vita.

Prospettive future della comunicazione

21. Le considerazioni fatte finora hanno delineato un panorama complesso in cui tecnologia, cultura e comunicazione interagiscono fra loro, creando rapporti di dipendenza e di sviluppo reciproci. In altri termini, sarà difficile d'ora in avanti immaginare una cultura che prescindano dalla sua diffusione attraverso le nuove tecnologie. Nella considerazione delle prospettive future della comunicazione sarà dunque importante non perdere di vista la consapevolezza che la comunicazione, qualunque mezzo utilizzi, è destinata a intraprendere le vie che il progresso tecnologico indicherà. Sotto il profilo puramente tecnico, si può immaginare che avremo mezzi sempre più sofisticati in grado di prestare servizi secondo i desideri degli utenti. Già oggi è possibile concentrare in un unico strumento funzioni una volta svolte da diversi mezzi di comunicazione quali il telefono, la radio, la televisione, il computer. Le novità tecnologiche costruite sul linguaggio digitale aumenteranno la capacità della multimedialità, sia come produzione di dati che come loro archiviazione. Inoltre, il progresso della telematica (connessioni a velocità sempre più elevata) renderà possibile un flusso sempre più rapido e corposo di dati. Sulla base di queste considerazioni è inevitabile concludere che, grazie alla vorticoso evoluzione tecnologica, questi mezzi con le loro straordinarie potenzialità, continueranno a incidere sempre più sui modelli comunicativi e a rinnovare valori culturali e antropologici. Anzi non ci sarà ambito dell'esperienza umana, specialmente se consideriamo il vasto fenomeno della globalizzazione, in cui i media non diventino sempre più parte costitutiva delle relazioni interpersonali e dei processi sociali, economici, politici e religiosi.

Anche i percorsi formativi e i progetti educativi ai diversi livelli devono fare oggi i conti con i nuovi modelli della comunicazione. La *multimedialità* che favorisce una

convergenza di diversità di linguaggi che si completano e collaborano insieme, l'*interattività* che postula il dialogo creativo e in tempo reale come sistema di comunicazione abituale, la *personalizzazione* che permette all'utente di costruirsi una comunicazione su misura, la *virtualità* che consente di creare, *simulare* "realtà parallele" nella memoria dei programmi informatici, la *navigazione in rete* che dà libero accesso alle innumerevoli banche dati, esigono un ripensamento di metodi e percorsi educativi.

Un'educazione che accentua l'aspetto autoritario e disciplinare, ad esempio, si fonda su un modello di comunicazione a senso unico: dall'emittente al ricevente. Il messaggio non è messo in discussione. Tanta parte dell'evangelizzazione e della formazione religiosa ha trovato in questo modello unidirezionale il suo strumento privilegiato. La comunicazione di oggi privilegia, invece, un modello comunicativo che si impernia piuttosto sull'utente: nella comunicazione in rete questi diventa a sua volta emittente, al punto che, in alcune tecnologie, l'utente è al contempo emittente e ricevente. Si pensi, ad esempio, ai *forum* e ai *blog* delle testate giornalistiche: rispetto ai modelli classici della carta stampata e della tv, in essi i lettori possono commentare tra loro la notizia e interagire direttamente con il giornalista. Con questo nuovo modello di comunicazione dovrà fare i conti un progetto di evangelizzazione e di formazione che voglia risultare valido a partire dalla realtà della comunicazione attuale.

Magistero ecclesiale e comunicazione

22. Di fronte ad un mondo della comunicazione così complesso e pervasivo, che facciamo difficoltà a cogliere nei suoi molteplici aspetti, potenzialità e rischi, ci è di orientamento sicuro l'insegnamento della Chiesa, che per la sua specifica missione di evangelizzazione è da sempre protagonista nella comunicazione. Soprattutto dal Concilio Vaticano II ad oggi il Magistero universale è intervenuto ripetutamente per segnalare la rilevanza che il fenomeno complesso della comunicazione ha progressivamente assunto nell'ambito della società e, conseguentemente, della Chiesa stessa.

Il decreto *Inter mirifica* (04.12.1963) è il primo testo ecclesiale che offre una trattazione d'insieme degli *strumenti della comunicazione sociale* con l'autorità propria di un pronunciamento conciliare. Vi si afferma una visione positiva di tali strumenti: le tecniche comunicative inventate dall'uomo sono un dono di Dio che la Chiesa ha il dovere di utilizzare come un'autentica *forma di predicazione* (n.3), insegnandone *il retto uso*; i cristiani devono valorizzare responsabilmente la comunicazione, preoccupandosi soprattutto dell'aspetto etico.

L'Istruzione pastorale *Communio et progressio* (23.05.1971) della Pontificia Commissione per le Comunicazioni Sociali, impregnata dello spirito del recente Concilio, opera per la prima volta nella riflessione ecclesiale una descrizione del fenomeno della comunicazione che deve essere compreso nei suoi meccanismi per poter essere poi osservato con una prospettiva teologica e assunto nell'attività di evangelizzazione. La descrizione della complessità della comunicazione rende comprensibile l'insistenza del documento sulla necessità di una *adeguata formazione* per tutti i battezzati che, *recettori e comunicatori*, desiderano ricorrere alla comunicazione per testimoniare la propria fede.

Nell'esortazione apostolica *Evangelii Nuntiandi* (08.12.1975), Paolo VI tratta della comunicazione, ricordando all'intera comunità ecclesiale che *"La Chiesa si sentirebbe colpevole di fronte al suo Signore se non adoperasse questi potenti mezzi, che l'intelligenza umana rende ogni giorno più perfezionati; servendosi di essi, la Chiesa predica sui tetti il messaggio di cui è depositaria; in loro essa trova una versione moderna ed efficace del pulpito"* (n.45).

23. Il documento della Congregazione per l'educazione cattolica *Orientamenti per la Formazione dei futuri sacerdoti circa gli strumenti della Comunicazione Sociale* (19.03.1986) affronta l'improrogabile urgenza di inserire elementi specifici di formazione alla comunicazione, raccomandata dal Concilio (IM, n. 16), nel curriculum formativo sacerdotale. Riprendendo l'Istruzione pastorale *Communio et progressio* si ribadisce che *per non restare estranei alla realtà della vita e non arrivare impreparati ai loro compiti di apostolato, i futuri sacerdoti, i religiosi e le religiose, nei seminari e nelle case di formazione apprendano come questi mezzi influiscano nella società umana, e anche la tecnica di usarli; e questo apprendimento sia considerato quale parte integrante della loro formazione* (n.4).

L'enciclica di Giovanni Paolo II *Redemptoris Missio* (07.12.1990), trattando il tema del mandato missionario, offre una riflessione importante per la comprensione del fenomeno delle comunicazioni. Dopo aver definito le comunicazioni *"il primo areopago dei tempi moderni"*, il Papa le descrive non come un insieme di tecnologie, ma come una vera e propria cultura e civiltà che *nasce, prima ancora che dai contenuti, dal fatto stesso che esistono nuovi modi di comunicare con nuovi linguaggi, nuove tecniche e nuovi atteggiamenti psicologici* (n. 37).

Per celebrare il 20° anniversario di *Communio et progressio*, il Pontificio Consiglio delle Comunicazioni Sociali pubblica l'Istruzione pastorale *Aetatis Novae* (22.02.1992). Riflettendo sulle nuove esperienze mediatiche e i loro linguaggi innovativi, il documento indica le sfide che si presentano alla comunità cristiana per un uso critico e creativo dei media, avvertendo che *la comunicazione sia parte integrante di ogni piano pastorale, perché essa di fatto ha un contributo da dare ad ogni altro apostolato, ministero o programma* (n.17).

Una riflessione approfondita sull'incidenza etica dei media è proposta dal documento dello stesso Pontificio Consiglio: *Etica nelle comunicazioni sociali* (04.06.2000), finalizzato a sostenere in particolare quanti sono impegnati professionalmente nella comunicazione, attraverso l'indicazione di principi positivi. Il contributo specifico che la Chiesa apporta al dibattito sui media – precisa il documento – *consiste nel dichiarare e difendere il concetto di persona umana e della sua incomparabile dignità e dei suoi diritti inviolabili e nel concetto di comunità umana i cui membri sono uniti dalla virtù della solidarietà alla ricerca del bene comune* (n.30).

24. Segnaliamo inoltre due interventi specifici del Pontificio Consiglio delle Comunicazioni Sociali: *La Chiesa in Internet* e *Etica in Internet* (22.02.2002). Essi affrontano la nuova cultura della rete, non solo come strumento di comunicazione, ma soprattutto come *ambiente culturale* che determina uno stile

di pensiero e crea nuovi territori e nuove forme di educazione, in cui la Chiesa deve inserirsi con creatività e prudenza.

Più recentemente la Lettera Apostolica di Giovanni Paolo II *Il rapido sviluppo* (24.01.2005) costituisce una sintesi della dottrina comune della Chiesa sulla comunicazione e, al tempo stesso, indica il rilancio della riflessione e della prassi ecclesiale per *una sorta di revisione pastorale e culturale così da essere in grado di affrontare in modo adeguato il passaggio epocale che stiamo vivendo* (n. 8). Nella Lettera il Papa sottolinea che l'impegno della Chiesa oggi non consiste solo nell'usare i media, ma chiede di *"integrare il messaggio salvifico nella 'nuova cultura' che i potenti strumenti della comunicazione creano e amplificano"* (n. 2). Non possiamo ignorare – ammonisce il Papa – che *tale cultura prima ancora che dai contenuti, nasce dal fatto stesso che esistono nuovi modi di comunicare con tecniche e linguaggi inediti* (n. 3). Nella nostra epoca di comunicazione globale l'esistenza umana è chiamata a confrontarsi con i *processi mediatici che fortemente incidono sulla formazione della personalità e della coscienza, l'interpretazione e la strutturazione dei legami affettivi, l'articolazione delle fasi educative e formative, l'elaborazione e la diffusione di fenomeni culturali, lo sviluppo della vita sociale, politica ed economica* (n. 3). Per essere in grado di assumere le responsabilità nell'attuale cultura mediatica, il Papa invita i cristiani ad una *vasta opera formativa per far sì che i media siano conosciuti e usati in modo consapevole e appropriato* (n. 11), a una *"partecipazione corresponsabile alla loro gestione"*, facendo appello a una *cultura della corresponsabilità* (n. 11), a valorizzare le *grandi potenzialità che i media hanno nel favorire il dialogo, divenendo veicoli di reciproca conoscenza, di solidarietà e di pace* (n. 11).

A tutto ciò si devono aggiungere i Messaggi pontifici in occasione dell'annuale *Giornata mondiale delle Comunicazioni*³ che, focalizzando temi particolari, promuovono nella comunità cristiana una mentalità attenta alle problematiche della comunicazione.

25. Dalla rapida rassegna del Magistero universale si coglie il grande interesse con il quale la Chiesa guarda al mondo delle comunicazioni, evidenziandone la complessità, i rischi, ma soprattutto le enormi potenzialità per la nuova evangelizzazione. L'approccio della Chiesa è fondamentalmente positivo e incoraggiante; essa considera questi mezzi non solo prodotti del genio umano, ma anche grandi doni di Dio e segni autentici dei tempi. L'attenzione della Chiesa al mondo dei media non è solo finalizzata ad utilizzarli per amplificare la diffusione del suo messaggio di evangelizzazione, ma parte dalla convinzione che l'evangelizzazione stessa del mondo moderno dipende in gran parte dal loro influsso. Pertanto il suo impegno si concretizza nell'approfondimento della riflessione sulla complessità del fenomeno per la promozione di una cultura cristiana della comunicazione mediale, multimediale e in rete, nell'appello alla presenza responsabile dei cristiani nel mondo dei media, nel pressante invito alla formazione a tutti i livelli (come recettori e come comunicatori) nella consapevolezza che la missione stessa della Chiesa è evangelizzare, e che l'evangelizzazione è comunicazione.

³ La giornata annuale fu istituita da Paolo VI nel 1967 in esecuzione di una proposta conciliare (IM 18).

Vita consacrata e mezzi di comunicazione

26. Trattando dell'insegnamento della Chiesa sul mondo della comunicazione, è opportuno soffermarsi, come religiosi e religiose, su alcuni elementi del rapporto tra vita consacrata e mezzi di comunicazione. Il nesso, evidentemente, è anzitutto nella pratica: anche noi religiose e religiosi di oggi ci serviamo della comunicazione come utenti e come creatori. Come **utenti** siamo simili a tutti i nostri contemporanei: usiamo la comunicazione per informarci e formarci, per divertirci, per conoscere e approfondire, per comunicare e ricevere comunicazioni. Come **creatori**, ci serviamo dei mezzi di comunicazione nella documentazione, nella gestione di archivi e nelle segreterie, nei servizi specializzati, nelle concrete produzioni massmediali, nelle diverse forme di apostolato.

Senza dubbio come *battezzati e porzione della comunità cristiana*, siamo anzitutto tenuti ad approfondire e a mettere in pratica quanto indicato per tutti dal Magistero della Chiesa. Come *consacrati*, indicazioni peculiari ci vengono da alcuni documenti sulla vita consacrata che affrontano il tema dei mezzi della comunicazione sociale.

Nell'ambito di un'ampia riflessione sulla comunicazione all'interno delle comunità religiose, il documento *La vita fraterna in comunità* (02.02.1994) affronta al n. 34 il tema dei *media* che, come influiscono sulla vita e sulla mentalità della società, toccano inevitabilmente con i loro condizionamenti anche le comunità religiose proponendo una mentalità e un modello di vita che va continuamente confrontato con il Vangelo. Sorge allora l'esigenza che ci si educi *ad utilizzarli per la crescita personale e comunitaria con la chiarezza evangelica e la libertà interiore di chi ha imparato a conoscere Cristo*. Per questo si richiede *una approfondita formazione alla recezione e all'uso critico e fecondo di tali mezzi*. Nell'ottica della promozione della comunicazione all'interno della comunità religiosa propria del documento, merita di essere sottolineato il suggerimento di un uso comunitario o, almeno, di una valutazione comunitaria dei messaggi dei *media*.

27. L'esortazione apostolica post-sinodale *Vita Consacrata* (25.03.1996) pone i mezzi della comunicazione sociale tra gli *areopaghi della missione* dei religiosi e delle religiose oggi. Ribadendo ancora la necessità di un uso critico di essi senza lasciarsi influenzare passivamente dai messaggi, il testo afferma che i *media* costituiscono oggi per i religiosi e le religiose un importante campo di evangelizzazione che necessita di preparazione adeguata: *le persone consacrate sono tenute ad acquisire una seria conoscenza del linguaggio proprio dei media per parlare in modo efficace all'uomo d'oggi*. Le persone consacrate, da sapienti recettori ed esperti comunicatori, – si afferma – *sono chiamate ad offrire la loro particolare testimonianza nel mondo dei media*.

Lo stesso incoraggiamento viene ripreso nell'Istruzione *Ripartire da Cristo* (19.05.2002), dove si afferma che *bisogna promuovere all'interno della vita consacrata un rinnovato impegno culturale che consenta di elevare il livello della*

preparazione personale e prepari al dialogo fra mentalità contemporanea e fede, per favorire, anche attraverso proprie istituzioni accademiche, un'evangelizzazione della cultura intesa come servizio alla verità. In tale prospettiva, risulta quanto mai opportuna la presenza nei mezzi della comunicazione sociale. Ogni sforzo in questo nuovo e strategico campo apostolico va incoraggiato, affinché le iniziative nel settore siano meglio coordinate e raggiungano livelli superiori di qualità ed efficacia (n. 39).

Le indicazioni del Magistero esprimono fundamentalmente due orientamenti: il primo, volto a incoraggiare nelle comunità religiose il discernimento per un uso critico dei *media* a livello personale e comunitario, coerente con la vita consacrata e le sue esigenze; il secondo, a promuovere un'adeguata preparazione e competenza per un inserimento qualificato nel nuovo *areopago della missione* che i *media* costituiscono nel mondo di oggi.

Alcune sfide della comunicazione sociale

28. Nella comunicazione non si torna indietro. La sua evoluzione continua e rapida costituisce un'opportunità e una sfida per la nostra vita di consacrazione e per l'apostolato che svolgiamo. Dobbiamo ripensare la nostra esistenza all'interno di questa cultura mediatica, e prestare attenzione anche a cosa comunichiamo. Possiamo trasmettere moltissime informazioni e conoscenze attraverso le nuove tecnologie, ma è anche vero che comunichiamo soprattutto quello che siamo. La cultura mediatica ci interroga sulla nostra capacità di comunicare un'esperienza di fede autentica, la scelta di vita consacrata che abbiamo fatto, la missione carismatica che abbiamo ricevuto.

a) Le nuove tecnologie di comunicazione sociale

29. Guardando al contesto globale della comunicazione in cui viviamo e interagiamo, possiamo affermare che le nostre Congregazioni insieme con tutta la Chiesa sono senz'altro oggi chiamate a scegliere terreni e strategie nuovi, che permettano loro di proporre messaggi evangelici e vocazionali forti ed attraenti. In particolare, si ha bisogno oggi di strutture di comunicazione (i Centri Rogate, le Segreterie Antoniane, ecc.) fortemente motivate, leggere, estremamente flessibili e competitive. La rete offre in questo senso spazi certamente più accessibili, ma anche altri mezzi – la radio, ad esempio - possono risultare preziosi nel soddisfare le necessità di comunicazione, specialmente in terra di missione.

Le nostre Congregazioni dovranno saper accogliere le sfide più nuove della comunicazione sociale. Si tratta senz'altro di educarsi all'uso degli strumenti ma anche di riflettere sui modelli comunicativi da utilizzare per far crescere le nostre comunità e, in esse, la comunicazione.

Un rischio dal quale guardarsi è quello di concentrare la nostra attenzione sulla scelta degli strumenti e in vista della loro efficacia. Molto più importante sarà invece determinare il tipo di messaggio che intendiamo lanciare, il pubblico cui intendiamo rivolgerci, la sostanza della nostra comunicazione. A partire da questi riferimenti e proseguendo nella scelta dei mezzi, e non viceversa, potremo operare le scelte più adatte per le nostre attività pastorali: nel web (con siti

d'informazione, forum, web radio, chat, etc..), in tv, nelle radio, nella carta stampata.

A fronte delle sfide della tecnologia, è importante non dimenticare – e, anzi, rivalutare – la dimensione più immediata della comunicazione: la relazione interpersonale. In essa si realizzano l'annuncio e la condivisione. L'urgenza più grande, in quest'epoca come in passato, è coltivare il desiderio di vivere insieme, di stare con la gente, in mezzo ai giovani, ai ragazzi e ai poveri: la forza della comunicazione interpersonale e di gruppo è insostituibile a qualsiasi forma, per quanto raffinata, di innovazione tecnologica. La doverosa attenzione a cogliere le novità e le possibilità che la tecnologia saprà offrirci dovrà intendersi allora, nella nostra azione pastorale, come un servizio al primato della relazione e dell'incontro personale.

b) La trasmissione della fede

30. L'evoluzione continua e rapida della comunicazione è una opportunità per la vita di fede e la sua trasmissione, e dunque anche per la nostra vita di consacrazione. Essa pone una *preoccupazione pastorale* di fondo: la consapevolezza di evangelizzare gli uomini di oggi, non quelli del passato vissuti in altri contesti di comunicazione.

La mentalità favorita dalla comunicazione attuale interroga la capacità della Chiesa, e quindi nostra, di offrire un'*esperienza di fede* che sia non solo preoccupata delle verità da comunicare, ma anche della capacità recettiva dei destinatari per evitare la frattura tra fede e cultura spesso legata a modalità obsolete di comunicazione. Il costante evolversi della comunicazione richiede, da parte nostra, *formazione continua* che si aggiorni sui cambiamenti dei mezzi e, soprattutto, sui cambiamenti delle mentalità. Con questa prospettiva, ad esempio, siamo chiamati ad affrontare l'impegno della catechesi e della predicazione, espressioni tipiche del nostro ministero pastorale di annuncio del Vangelo.

I giovani e, soprattutto i giovanissimi, sono immersi nella comunicazione digitale. È con questa mentalità che partecipano alla *catechesi* e alle diverse esperienze di vita cristiana. In tali circostanze non si tratta di usare qualche sussidio multimediale per comunicare in maniera adeguata, ma è la proposta stessa dei contenuti che richiede altra presentazione. Il modello pedagogico della catechesi non può ignorare il modello comunicativo tipico delle nuove generazioni.

La preoccupazione vale anche per la *predicazione*. Se una volta si insegnava omiletica ricorrendo anche alla retorica, oggi il discorso omiletico deve confrontarsi con le caratteristiche dei vari discorsi dei media. Non si può pensare che i fedeli, per il fatto di varcare la soglia della chiesa, cambino i modelli comunicativi. Le diverse inchieste sulla qualità della predicazione oggi evidenziano riflessioni critiche dei fedeli nei confronti dell'omelia non tanto per i contenuti, quanto nella sua articolazione di discorso comprensibile.

c) La comunicazione del carisma

31. Anche in ordine alla sfida della comunicazione del carisma la prima domanda da porsi non riguarda tanto quali mezzi si utilizzino, a quali linguaggi si

ricorre, di quali strumenti ci si serve, con quale cultura si comunica, ma piuttosto *quali contenuti* del carisma vengono trasmessi. Ulteriore presupposto basilare è la convinzione che il carisma, in quanto realtà che coinvolge tutta la nostra persona, non lo si trasmette prima di tutto con strumenti e mezzi, siano anche i più sofisticati, ma con la testimonianza della propria vita. La radicalità evangelica, la fedeltà alla propria vocazione, la gioia della vita fraterna in comunità, la disponibilità alle esigenze della missione sono elementi che devono caratterizzare la nostra comunicazione sociale perché questa diventi significativa e convincente per le donne e gli uomini di oggi.

Occorre in ciascuna e in ciascuno il coraggio di una seria revisione dello stile di vita: da un punto di vista comunicativo questo è molto più importante dei siti web, delle radio, delle televisioni o dei giornali che saremo in grado di utilizzare, consapevoli che, senza un mutamento interiore, anche ciò che produrremo con gli strumenti della comunicazione non avrà gli effetti da noi sperati. La comunicazione non è solo un fatto di parole o di immagini, ma anche di scelte e comportamenti che implicano coerenza tra ciò che si afferma e il proprio vissuto.

La novità non sarà nelle tecnologie di cui potremo dotarci: essa sarà sempre, primariamente, nel desiderio di spendersi per i fratelli, per "i più poveri tra i poveri". La credibilità della Famiglia del Rogate è una sfida che passa attraverso un processo di acquisizione di coerenza e radicalità evangelica. In tale dimensione la comunicazione sociale potrà aiutarci a diffondere la conoscenza dell'identità rogazionista, proponendosi come una forma autentica di testimonianza e promozione vocazionale.

d) *La formazione*

32. L'impegno formativo è uno dei nodi cruciali della comunicazione sociale: si tratta di formazione ad un uso consapevole dei media che, come dono di Dio, sono una grande opportunità di testimonianza e di evangelizzazione, ma anche strumenti di controllo delle coscienze. Si richiede dunque una formazione per un uso critico dei media che porti a conoscerne la natura, le tecniche usate e l'impatto che essi hanno sui recettori.

Nel processo formativo vanno tenuti costantemente presenti i rischi e le opportunità della cultura mediatica. Alcuni suoi aspetti promuovono un miglioramento della formazione soprattutto dal punto di vista metodologico. Ad esempio, è tipico di questa cultura essere attenti alle reazioni, ai bisogni, agli interessi, alle condizioni dei recettori. Ora è proprio dell'indirizzo pedagogico odierno mettere al centro il soggetto e non il *curriculum* formativo, partendo dalla persona con le sue sensibilità, capacità e aspirazioni. Altro elemento specifico della cultura della comunicazione sociale è l'essere più intuitiva che analitico-sistematica; non si rivolge alla ragione con lunghi e astratti discorsi, ma fa uso di messaggi brevi, semplici e chiari che vanno ad interessare prima di tutto la sfera emozionale, coinvolgendo così tutta la persona. La cultura della comunicazione è, inoltre, linguaggio che privilegia l'immagine alla parola. I nostri percorsi formativi non possono non tener presenti queste caratteristiche dell'odierna cultura mediatica.

Va detto, tuttavia, che la cultura mediatica tende a ignorare la dimensione interiore e trascendente della persona; in quanto cultura dell'immagine, è effimera e non porta ad una vera introspezione; non favorisce la riflessione e l'approfondimento, anzi tende alla superficialità. Crea e facilita relazioni incontrollate, si apre a "comunità virtuali" che possono invadere la propria intimità e riservatezza. Inoltre la cultura della comunicazione sociale favorisce, come detto precedentemente, il relativismo, sostituendo la verità con l'opinione. Nell'offerta continua di informazioni e di idee di ogni tipo, lasciate alla libera scelta dei recettori, spesso la verità viene decisa dai sondaggi di opinione. La velocità e l'immediatezza coltivate dalla cultura della comunicazione sociale, inoltre, non favoriscono la formazione che comporta per sua natura un processo di apprendimento lento e paziente. Questa mentalità influenza anche il campo degli studi. Oggi alla cultura del libro molti giovani in formazione oppongono una cultura dell'immagine e dell'informatica che a lungo andare risulta essere fragile perché priva di analisi critica.

Anche nell'utilizzo del tempo non mancano dei rischi. Sappiamo che oggi, soprattutto le giovani generazioni, trascorrono sempre più ore davanti o con i *media*. Questo avviene anche nelle comunità religiose. Al riguardo occorre la formazione di nuove coscienze in grado di operare scelte responsabili per la propria vita e il proprio tempo.

Il Carisma del Rogate e i mezzi della comunicazione sociale

33. Occorre inserire l'attuale comprensione del carisma del Rogate nell'ottica sempre più consapevole dell'inculturazione delle realtà della fede, in una mutata visione culturale che sta riscrivendo un po' tutti i linguaggi della fede stessa. Si intende qui riferirsi ai due grandi aspetti della missione della Chiesa, alla quale i carismi della varie Congregazioni religiose partecipano in una comunanza di destino. Il primo aspetto è quello di integrare il contenuto del carisma religioso nei linguaggi e nelle categorie di tutte le culture; e il secondo aspetto – che è simile al primo ma ne cambia il punto di vista – è quello di fare in modo che la ricchezza del carisma diventi cultura viva, nei vari contesti geografici nei quali i nostri istituti religiosi sono presenti. Precisando meglio questa considerazione generale, il problema è quello di integrare il carisma del Rogate nella nuova cultura indotta dalla comunicazione sociale, di massa e dei nuovi media.

In questo momento del cammino della Famiglia del Rogate, con l'esigenza non solo di stare al passo della storia condotta dallo Spirito, anzi cercando di anticipare profeticamente il suo "soffio", è importante domandarci cosa significhi oggi annunciare il Rogate del Vangelo, in una maniera che non sia ripetitiva del "già detto", che non cerchi soltanto di moltiplicare i pulpiti o gli areopaghi dai quali il Rogate possa essere annunciato, ma che si sforzi di interpretare il "propagare" connesso alle nostre finalità carismatiche come un reale sforzo – sulla

scorta della magistrale lezione contenuta nella *Redemptoris Missio* – di integrare il carisma del Rogate nella nuova cultura creata dai mass media e dai nuovi media.

34. È importante – a questo proposito – richiamare brevemente l'insegnamento del Papa al fine di ottenere un buon parametro interpretativo per quanto riguarda la comunicazione del carisma del Rogate oggi.

Nel n. 37c dell'Enciclica, Papa Giovanni Paolo II dice che l'impegno nei mass-media non ha solo lo scopo di moltiplicare l'annuncio, ma che si tratta di un fatto più profondo, perché l'evangelizzazione stessa della cultura moderna dipende in gran parte dal loro influsso. Non basta, quindi, usarli per diffondere il messaggio cristiano e il magistero della Chiesa, ma occorre integrare il messaggio stesso in questa "nuova cultura" creata dalla moderna comunicazione, una cultura che nasce, prima ancora e quasi a prescindere dai contenuti, dal fatto stesso che si è in presenza di nuovi linguaggi e di nuovi modi di comunicare: un fatto che reimposta radicalmente non solo il discorso sui "mezzi" della comunicazione, ma sui contenuti stessi, ossia sulla natura del messaggio che si vuole comunicare. Pertanto, l'orizzonte che si apre va ben al di là dell'impegno nella comunicazione o verso la comunicazione, per estendersi a tutto l'universo della missione della Chiesa: ne sono interessate tutte le forme dell'annuncio di fede, e inoltre, si tratta di capire che cosa è cambiato e che cosa sta cambiando nel "destinatario" del messaggio cristiano, per far sì che la comunicazione della fede non si rivolga a un *target* immaginario o appartenente al passato, fallendo in questo modo non già per la difficoltà del messaggio, ma per difetto di comunicazione, per mancanza di sintonia. Questo discorso serve ad evitare che si verifichi una "incomunicabilità" nella quale la pastorale della Chiesa usa linguaggi – della parola orale, scritta, dei simboli, della liturgia – che adottano codici che sono sconosciuti alle persone di oggi, in quanto è cambiata – o sta cambiando radicalmente – la lingua della comunicazione.

In questo passaggio dell'Enciclica il Papa pone un formidabile tema che va affrontato seriamente sia da parte della pastorale ecclesiale nell'opera di evangelizzazione, sia da parte degli Istituti religiosi nella comunicazione del loro carisma oggi, sia per adeguare il linguaggio della fede e dei carismi, sia per capire che cosa significhi passare da un annuncio generico ad una comunicazione della fede e dei carismi nell'era della grande comunicazione mass-mediale e dei nuovi media.

35. Allora, per quanto riguarda la comunicazione del carisma del Rogate, sarà importante scoprire, di nuovo e in modo nuovo, cosa significhi oggi l'annuncio del Rogate come fondamentale invocazione vocazionale contenuta nella Bibbia, "il Libro", in una cultura e in un'epoca che non sembra più caratterizzare il suo linguaggio espressivo dominante secondo le coordinate linguistiche e concettuali del passato.

Questo sforzo di riflessione, quasi totalmente inedito e inesplorato, ci porta a delle domande, impegnative ma ineludibili, con le quali serenamente confrontarci per cercare un nuovo orizzonte di comprensione del Rogate in cui la risposta carismatica degli Istituti dei Rogazionisti e delle Figlie del Divino Zelo, a livello di spiritualità e di operatività apostolica, possa essere ancora pienamente plausibile e significativa oggi, come lo è stata per il passato, in differenti condizioni culturali.

Sant'Annibale M. Di Francia fu profondamente segnato dalla ricchezza e dalla profondità della richiesta di Gesù ai suoi discepoli: *Pregate dunque il padrone della messe perché mandi operai nella sua messe* (Mt 9,38; cf. Lc 10,2). Come oggi questa invocazione del Rogate può ancora produrre una comprensione teologica ampia e soddisfacente del "mistero della vocazione" in relazione all'annuncio del Regno di Dio, e alle conseguenze antropologiche che da esso derivano?

Il Rogate di Gesù Cristo si colloca nel cuore del dinamismo del Regno di Dio: la predicazione, l'azione taumaturgica del Cristo e il suo amore compassionevole per l'umanità, soprattutto sofferente e dimenticata, culminano nella preghiera vocazionale del Rogate, a cui segue l'elezione degli apostoli e il loro primo invio nelle città da evangelizzare. L'andare, l'insegnare, il predicare e il guarire culminano e si riassumono nell'atto di pregare *il padrone della messe*. Pertanto, l'invocazione vocazionale del Rogate va interpretata come centro propulsore, mediazione spirituale e forza missionaria raccomandata da Gesù ai discepoli, e rielaborata nella vita della comunità post-pasquale. E ai "discepoli" di oggi – ai Rogazionisti, alle Figlie del Divino Zelo e a tutti coloro che in qualsiasi modo partecipano del carisma del Rogate – cosa trasmette esistenzialmente questo dono-carisma del Signore, in modo da impostare in una maniera nuovamente significativa tutto il senso di una vita "rogazionista", e come chiede di essere comunicato – sempre di nuovo e in maniera nuova – alla Chiesa e al mondo di oggi?

36. In quale modo è oggi possibile parlare di "vocazione" e mostrarla alla Chiesa e al mondo come incontro tra due libertà, dialogo in cui nell'ineffabile iniziativa divina si inserisce la corresponsabilità della persona, "chiamata" a implorare il dono degli "operai della messe" e a condividere la passione per le sorti dell'umanità? Sappiamo – e non solo per convinzione carismatica – che l'evento di Cristo nella storia dell'umanità rappresenta il "compimento del tempo messianico" di cui il Rogate è espressione: l'abbondante messe del mondo è matura, il tempo dell'attesa è compiuto. Come dire questo al mondo di oggi? Come far comprendere – nella convinzione dell'animo e nella concretezza delle trame della vita – che l'invocazione vocazionale deve contrassegnare la permanente condizione spirituale di ciascun credente, che così diventa, "in

Cristo", protagonista operoso del Regno vivendo la sua propria e specifica vocazione e missione?

E, ancora: come comunicare in maniera dottrinalmente plausibile e culturalmente rilevante la dimensione "ampia" con la quale oggi va compreso e vissuto il carisma del Rogate, ossia il fatto che esso non va interpretato come una invocazione limitata al bisogno storico della messe, bensì partecipa della natura stessa della fede cristologica e trinitaria e perciò stesso è elemento essenziale e fondativo dell'identità e del compito della comunità cristiana tout court? Infatti, l'invito accorato ed esplicito di Gesù alla "preghiera", in un momento cruciale della rivelazione di Cristo nel Vangelo, non sembra posto a caso, ma va interpretato come condizione necessaria e permanente in vista del prosieguo della missione stessa del Cristo e della Chiesa, con l'accentuazione non solo della libera iniziativa di Dio, ma permettendo di cogliere, proprio attraverso la consegna del Rogate, anche la singolare partecipazione dei credenti alla diffusione del Regno. Pur essendo Dio l'origine della salvezza e la sorgente di ogni vocazione, Egli vuole che ciascuna persona sia corresponsabile dell'elezione e dell'invio degli "operai" nella sua messe. Nella richiesta di Gesù si può intravedere la dinamica dell'agire divino nella storia e l'essenza vocazionale dell'esistenza umana: il progetto di Dio interpella il cuore della persona e allo stesso tempo la coinvolge responsabilmente nell'avvento del Regno. Il Rogate coniuga in sé l'ineffabile mistero del progetto di Dio, e la libera e personale risposta della persona di fronte alla sua vocazione e missione nel mondo.

E, infine, come comunicare e rendere presente alla consapevolezza evangelizzatrice e missionaria della Chiesa, oggi, che il Rogate raccoglie le attese dell'invocazione vocazionale che sale dalla storia degli uomini? Una storia che chiede di diventare "storia di salvezza", e si pone come fondamento della preghiera e dell'azione della comunità cristiana che cammina nel tempo verso il compimento del Regno.

37. In questa essenziale sintesi sul Rogate – volutamente formulata in maniera "pro-vocante" sotto forma di interrogativi nemmeno tanto retorici – si è consapevoli di trovarsi davanti ad una gravidanza carismatica "eccedente", una realtà teologica che attinge altezze di assoluta vertigine, con la quale, tuttavia, è necessario confrontarci senza indugi e senza ritardi, perché il "kairos", il momento favorevole del Signore che ci visita rinnovando il dono-carisma del Rogate, non vada perduto o disatteso. È sempre urgente, e dispiegato davanti a noi, il compito di non "trattenere", in modo statico o forse anche stanco, questo dono-carisma del Rogate, ma di comunicarlo e continuamente ridonarlo alla Chiesa come legittima destinataria di tutti i beni messianici apportati da Cristo. Una missione, questa, che di continuo e in maniera sempre nuova vede impegnati tutti gli Istituti religiosi con i loro carismi e la loro profezia nella Chiesa.

In definitiva, Il carisma del Rogate ci pone oggi alcuni interrogativi cruciali che attendono una nostra risposta esistenzialmente vera e culturalmente significativa. Siamo chiamati a dire oggi e a comunicare – nella novità dei linguaggi e nella fedeltà profetica – in quale modo sia vero per noi, e sia proponibile per l'edificazione della Chiesa e per la salvezza del mondo, il fatto che nella consegna del Rogate ai discepoli da parte di Gesù si apre per l'umanità tutta l'insondabile mistero del Regno, e le è dato di entrare nell'amore del Padre rivelato in Cristo fin dall'eternità.

Questa ricchezza teologica e carismatica che appartiene a tutti i “cultori del Rogate” – a volte più nella forma di un vissuto esistenziale pervasivo che non in una compiuta sintesi concettuale – chiede oggi di essere comunicata nella nuova cultura prodotta dai mass-media e dai nuovi media. Come farlo in un modo che sia attento a questa novità, con una fedeltà che sia insieme rispettosa del messaggio carismatico del Rogate, ma anche consapevole che le modalità non potranno essere le stesse di ieri, quando ben diversa era la cultura nella quale il Rogate del Vangelo è stato, proficuamente, annunciato da intere generazioni di Rogazionisti? Proprio per essere fedeli alla perenne novità e freschezza del carisma, occorre che le presenti generazioni di Rogazionisti, di Figlie del Divino Zelo e dei laici che partecipano del carisma del Rogate acquisiscano una nuova mentalità e competenza comunicativa e ricerchino e scoprano – con coraggio, intraprendenza e creatività – le nuove chances perché anche oggi il carisma del Rogate possa essere vissuto, pregato e comunicato.

Queste nostre riflessioni sulla comunicazione sociale oggi affrontano solo alcuni aspetti di un tema ampio e complesso. Vogliono essere semplicemente degli *input* per evidenziare alcune problematiche più urgenti e creare sensibilità ed attenzione formative. Sono spunti che vanno adeguatamente ripresi e approfonditi nei diversi ambienti di vita e di apostolato. Esse fanno ora da sfondo e premessa per alcuni *orientamenti pratici* che vogliamo suggerire a riguardo.