

CFS - VI Settimana di Studio per Formatori di Seminari
Roma, 3-7 febbraio 2020

«Ti concedo un cuore saggio e intelligente» (1 Re 3, 12)
La dimensione intellettuale della formazione dei candidati al sacerdozio

COMUNICARE LA FEDE NEL SECOLO XXI

venerdì 7 febbraio 2020, ore 9.15

Mons. Lucio Adrián Ruiz
Segretario del Dicastero per la Comunicazione

TESTO PROVISORIO

1. Chiesa e la Cultura

«Il Vangelo, e quindi l'evangelizzazione, non si identificano certo con la cultura, e sono indipendenti rispetto a tutte le culture, Tuttavia il Regno, che il Vangelo annunzia, è vissuto da uomini profondamente legati a una cultura, e la costruzione del Regno non può non avvalersi degli elementi della cultura e delle culture umane. Indipendenti di fronte alle culture, il Vangelo e l'evangelizzazione non sono necessariamente incompatibili con esse, ma capaci di impregnarle tutte, senza asservirsi ad alcuna». (Evangelii nuntiandi, 20)

La storia della relazione della Chiesa, anzi dell'Annuncio del Vangelo, con la cultura e con gli strumenti propri della cultura per trasmettere il Messaggio, risale proprio al Signore stesso. Non sono pochi gli studi che indagano sulle tecniche utilizzate per predicare, trasmettere e riprodurre il messaggio nei tempi apostolici. La storia dell'arte manifesta fino a quale punto pittura, musica, letteratura, architettura siano stati molto più di semplici "veicoli" o "strumenti" di comunicazione. Essi sono diventati espressione della fede vissuta, che è stata trasmessa, *come esperienza e contenuto*, nel corso delle generazioni.

Tutte queste manifestazioni non sono state dei piccoli saggi o realizzazioni isolate. Possiamo contemplarne l'importanza e l'entità passando da Michelangelo a Mozart, dall'Aquinate a Dante, ripercorrendo nomi e opere dal valore universale, raccontante in tante raccolte di storia dell'arte religiosa.

Ma in realtà il patrimonio si fa incalcolabile se, alle grandi opere che noi tutti conosciamo, accostiamo le infinite manifestazioni di tutto il Popolo di Dio, sincronicamente e diacronicamente, che hanno vissuto e trasmesso la fede.

Non è strano in questo contesto capire come e perché la Chiesa abbia incorporato nella sua maniera di vivere e trasmettere la fede anche gli strumenti propri della tecnologia. Infatti, la radio, il cinema, la tv, il computer, Internet... sono entrati in maniera naturale nella vita e nell'agire pastorale della Chiesa, con la stessa naturalezza dell'arte in tutte le sue molteplici manifestazioni.

È vero che non sempre la qualità e la realizzazione sono state al pari di capolavori come quelli di Michelangelo, ma ciò vale anche nella vita della fede di tutta la Chiesa sotto tutti gli aspetti, dall'arte e dalla catechesi delle semplici parrocchie, alla preghiera personale di ogni giorno... Ad ogni modo, la grandezza ed importanza di tutto ciò è che, le realizzazioni grandi e meravigliose, così come le piccole e semplici iniziative, *scandiscono tutta la storia*, tutti i luoghi, tutte le culture e tutte le persone dell'universo, così il Messaggio si è trasmesso di generazione in generazione e la veracità della fede, *come contenuto e come vita*, resta scritta nel linguaggio di *ogni cultura*, con le espressioni che le sono proprie.

“Questo problema del ‘come evangelizzare’ resta sempre attuale perché i modi variano secondo le circostanze di tempo, di luogo, di cultura, e lanciano pertanto una certa sfida alla nostra capacità di scoperta e di adattamento. A noi specialmente incombe la cura di ricreare con audacia e saggezza, in piena fedeltà al suo contenuto, i modi più adatti e più efficaci per comunicare il messaggio evangelico agli uomini del nostro tempo.” (Evangelii Nuntiandi, 40).

Così, anche oggi, nell'era tecnologica e digitale, la Chiesa può vantare la gioia di avere opere tecnologiche di grandi dimensioni e di grande impatto come, fra altre, la Radio Vaticana, che nasce dal suo stesso inventore Guglielmo Marconi, e Internet, presente in Vaticano dal 1995, proprio negli anni in cui nasce il Word Wide Web, e dunque, la storia dell'Internet vaticano coincide quasi con la storia del WWW nel mondo. Questi

avvenimenti potrebbero passare inavvertitamente, ma sono in realtà dei punti saldi che parlano della visione della Chiesa rispetto alla cultura. Questa attenzione al contesto socioculturale non è richiamata da una necessità di efficacia pastorale, ma deriva dal fatto che l'Incarnazione è *evento*, *legge* e *criterio* dell'annuncio del Vangelo. Il “*O Logos Sarx Egeneto*” diventa anche dinamica dell'evangelizzazione, che richiama permanentemente ad un'incarnazione del Verbo nella vita e nella storia di ogni uomo.

Per questo motivo, la questione della “Digitalità”, tante volte sottovalutata o circoscritta all'ambito tecnico, nella nostra cultura contemporanea e nell'ottica dell'Incarnazione, assume pure la caratteristica di “*locus*” in cui si trova l'uomo d'oggi, e dove si trova l'uomo si deve trovare la Chiesa.

2. La Nostra cultura digitale

a. *Segnata dalla tecnologia*

Le Tecnologie dell'Informazione e della Comunicazione (TIC) non sono soltanto macchine, dispositivi, apparati, ma anche procedure, relazioni, e soprattutto vincoli e applicazioni all'essere umano, alla sua vita, alle sue relazioni, alla sua costruzione, al suo sviluppo, alla creazione culturale e sociale. Così, se scienza e tecnica necessitano di un confronto permanente dei propri metodi e obiettivi con il pensiero etico, per verificarne il fine ultimo e non dimenticare che questo è il servizio e l'aiuto all'uomo, da parte sua la Chiesa non può dimenticare di leggere la cultura nella quale vive e annuncia, per far arrivare il suo Messaggio affinché sia inteso.

La tecnologia, posizionandosi al centro della cultura nell'*era digitale*, assume quindi un ruolo che gli è unico. E questo ruolo culturale va a modificare non solo gli aspetti puramente “operativi”, ma comporta sempre più variazioni anche negli aspetti *antropologici*.

Le nuove tecnologie della comunicazione entrano nella nostra vita certamente non come qualcosa di accidentale, che tocca l'uomo solo in maniera marginale. La cultura contemporanea è una cultura intrinsecamente segnata dalla tecnologia, in particolare da quella comunicazionaleⁱ. Le mutazioni, che risultano dallo sviluppo tecnologico, agiscono sulla persona e su tutte le persone, sulle istituzioni, sui dinamismi di dialogo, sulla configurazione delle famiglie e delle comunità, sulla forma dell'educazione, cambiando il modo di pensare, di sentire, di vedere e di interagire con la realtà, con gli altri e con Dio. Il cambiamento spazio-temporale si presenta come una vera svolta. Quindi il problema risiede nello scoprire fino a quale punto l'uomo stesso e la sua comunità siano cambiatiⁱⁱ.

Inoltre, la cultura contemporanea, si presenta sempre più vincolata e veicolata dai sistemi digitali, e ciascuno, in maniera diversa, ne fa uso. La comunicazione non è una realtà separata dagli strumenti per comunicare (dalla parola ai mass media). Comunicare, per tanto, comporta l'utilizzo di un “media”, qualunque esso sia (dalla bocca, alla scrittura o a un mezzo tecnologico). I “medium” moderano e modellano i messaggi in virtù dei media che utilizzano. In questo modo la tecnologia si presenta come una maniera di “modulare” e trasmettere il messaggio e come una maniera di creare dinamiche di relazione.

Quindi, la cultura odierna è profondamente segnata da una comunicazione interpersonale iper-mediatica, e forse, paradossalmente, mai come oggi ci troviamo in mezzo a tanta solitudine, con nuove periferie esistenziali create proprio nel mondo della comunicazione. Si tratta di un ecosistema segnato dai sistemi digitali, che, oltrepassando il

primo livello iniziale di un'“era tecnologica”, arrivano a strutturare una vera e propria “era comunicazionale”. La tecnologia non si presenta come un “mero strumento” per aiutarci a fare le cose o le attività, bensì essa ha incorporato e sviluppato una nuova maniera di vivere e di relazionarsi, con una propria logica di pensiero e di linguaggio.

Non stiamo dunque parlando solamente di imparare a gestire “un nuovo rasoio”, “un nuovo ventilatore”, qualcosa che ci aiuti a fare meglio quanto già facevamo; non si tratta di mezzi per *facilitare l'attività che abbiamo fatto*, sono mezzi per fare *diversamente quello che facevamo e fare delle cose nuove non fatte prima*.

Questo cambiamento comunicativoⁱⁱⁱ e, soprattutto, culturale, indica un vero capovolgimento nelle diverse aree della vita umana (sociale, economica, scientifica, culturale) che ha prodotto un cambiamento essenziale nei cardini stessi della società, in particolare in quelli relazionali.

In ragione di tutto questo, risulta necessario non solo capire il ruolo della tecnologia nella cultura e per l'uomo contemporaneo, per non ridurla a uno “spazio solo per tecnici” eliminandola dall'orizzonte della nostra preoccupazione, ma implica soprattutto una grande sfida formativa, tanto per sapersi muovere nel mondo dei media quanto per saper poi trasmettere il Messaggio in questa nostra cultura concreta. Certamente questi spazi non sono privi di aspetti negativi e di rischi pericolosi, e questo deve essere un'ulteriore motivazione per esserci, perché quel che non si assume non si redime.

b. Globalizzata e globalizzante

Potremmo pensare che la globalizzazione sia un fenomeno ormai conosciuto e ben definito, che configura definitivamente la nostra comprensione del mondo. Ma essa è iniziata prima ancora della nascita di Internet come fenomeno di massa e adesso ha un acceleratore che la spinge in diverse direzioni: la comunicazione digitale (Internet, reti sociali, Big Data, IA, etc.) moltiplica geometricamente le possibilità di contatto tra enti e persone, che raggiungono *centinaia di milioni* di persone in un attimo, in tutto il pianeta^{iv}. Le più grandi aziende del mondo non hanno ancora 50 anni di vita: Microsoft, Apple, Google, Facebook, Amazon, Twitter.... E già contengono la più grande quantità di dati che ci sia mai stata disponibile sulla terra.

i. Alcune realtà che caratterizzano questa cultura:

- È **multimediale**, non solo testuale o discorsiva. I contenuti vanno molto oltre un discorso razionale-testuale.
- È quasi **onnipresente**, persino invadente, perché arriva agli utenti sia attraverso i mass media che i media personali e portatili.
- È **interattiva**, perché tutti possono fare parte del flusso dei contenuti in maniera attiva.
- È **dinamica**, perché rende qualunque contenuto capace di essere condiviso, trasformato, moltiplicato.
- È **connettiva**, l'utente non è ricevitore passivo, è anche mittente; si moltiplicano i contatti con altre persone negli spazi virtuali.
- È **enciclopedica**: il digitale contiene archivi del sapere finora mai raggiunti che servono ad andare avanti nella ricerca scientifica e culturale.
- È **informale**: mette tutti sullo stesso piano in termini di dialogo. Chi sa argomentare meglio e usare meglio i media crea opinione.

TESTO PROVVISORIO

- È **reticolare**, l'essere vincolato o meno diventa condizione di possibilità di partecipazione sociale e culturale collettiva.
- È **relativa**: L'*affidabilità non è scontata*. C'è di tutto e non tutto è vero. Bisogna imparare a scegliere con una nuova forma di visione critica.
- È **discriminante**: implica una **cultura di uso delle attrezzature** elettroniche sempre in evoluzione, chi non ne sa resta fuori.
- È **dialogale**: offre possibilità di **dialogo** tra persone di diverse generazioni, luoghi, culture, lingue.

ii. Alcune realtà che **conformano** questa cultura:

- **IOT (Internet delle cose)**: sono i dispositivi digitali (micro e nanotecnologici) inseriti nelle diverse cose, anche della vita quotidiana, a gestire le informazioni e che hanno la capacità di collegarsi entrando a far parte di tutta la rete. Le nuove fonti di informazione sono i frigoriferi, le macchine, gli orologi, le case, l'abbigliamento "intelligente", i dispositivi biomedicali. L'informazione diventa capillare, tutto è fonte di dati, e i criteri del "servizio" e della "sicurezza" mettono a rischio la "privacy" e l'"intimità".
- **Big Data e IA**: i dati accumulati in maniera indiscriminata, dai sistemi digitali tradizionali agli IOT, senza regole e senza controllo, compongono il grande mondo del Big Data. Una massa infinita di tutti nostri dati (che sono i dati acquisiti), più tutti i dati prodotti dall'elaborazione dell'Intelligenza Artificiale (ovvero i dati inferiti) che aprono la porta al calcolo predittivo. Tutti questi dati sono lì e lì staranno sempre, non si possono cancellare: la storia, nel mondo digitale, non si cambia, non si cancella, non si redime. Si tratta del cumulo di *dati acquisiti* più grandi della storia umana (salute, abitudini d'acquisto, consumo di contenuti, spostamenti e viaggi, ricerche d'informazione, ecc.)
- **Realtà virtuale**: la tecnologia che ci fa "immergere" in un mondo reale, aumentato di informazione, o di finzione, sia per imparare cose nuove che per perdersi in storie, per acquistare cose ovunque localizzate, giocare o condividere. Un nuovo modo di apprendimento, divertimento o perfino di fuga dalla realtà che è a disposizione della gente comune, che si ritrova a dover fare i conti non solo con la gestione del "reale" e del "virtuale" ma anche con la responsabilità morale di quanto fatto attraverso gli "avatar".
- **Robotica**: lo sviluppo della robotica senza dubbio ha rivoluzionato tante aree, e in maniera molto diretta quella del lavoro umano. L'apporto della robotica, in costante evoluzione, ha permesso di dignificare l'uomo risparmiandogli tante attività poco umane, ma al contempo sta lasciando senza impiego molti lavoratori, che si vedono rimpiazzati dalle macchine, e al riguardo mancano iniziative valide e consistenti per creare nuove generazioni di impiegati proprie della cultura robotizzata
- **Biotecnologie no terapeutiche**: la crescita del "non terapeutico" interpella la visione dell'uomo, perché, superando l'aiuto dell'uomo nella malattia e la sofferenza, postula il potenziamento dell'uomo e la sua evoluzione con la macchina, non solo nell'intreccio dell'uomo con i dispositivi ma in quello che si intende come "miglioramento ed evoluzione dell'uomo". Questi sviluppi non solo si presentano come tecnologie ma si accompagnano di pensieri quali **il trans-umanesimo** e **il post-umanesimo**. La questione del prolungamento della vita e la coesistenza sociale sono problemi già presenti oggi
- **Economia collaborativa**: le reti sociali hanno creato vie di guadagno dalle quali nascono nuove piattaforme per l'economia collaborativa come AirB&B, Uber, ecc. La più grande azienda di alloggi al mondo non ha un solo albergo e la più grande azienda di trasporti al mondo non possiede una sola macchina. Sono i privati che scambiano dei servizi

TESTO PROVVISORIO

sulla base di piattaforme collaborative che stanno mettendo in crisi diversi settori tradizionali e trasformando il modo in cui si creano e sostengono le grandi e piccole aziende. A questo si aggiunge la problematica delle legislazioni ancora impreparate alla gestione di queste realtà, a livello civile e penale.

iii. Alcune conseguenze di questa cultura:

Così, la globalizzazione segna il nostro tempo con una serie di conseguenze che, anche se manca la distanza storica necessaria per capire meglio ciò che è in corso, possiamo comunque cominciare a contemplare:

- **Il concetto d'identità, personalità e unicità:** la digitalità ha introdotto i concetti di "nick name" e di "avatar", per entrare negli spazi virtuali, che però aprono degli spazi rischiosi per il cambio e moltiplicazione dell'identità della persona. Le questioni dello sdoppiamento della personalità e della responsabilità morale rappresentano una vera sfida antropologica e morale.

- **I rapporti umani in trasformazione:** da un lato sembra che si indeboliscano i vincoli tra le persone, all'interno delle famiglie e nelle amicizie, ma al contempo si creano comunità nel mondo digitale e si moltiplicano i circoli concentrici di vicinanza dei rapporti umani. È tuttavia accertato che il fenomeno che la solitudine, la in-comunicazione, i problemi dei rapporti ed espressioni reali si moltiplicano raggiungendo livelli patologici

- **La concezione del tempo e dello spazio:** con le tecnologie digitali onnipresenti cambia la soggezione umana al tempo e allo spazio. Possiamo essere in contatto virtualmente con delle persone lontane ed essere presenti in "più luoghi" senza problemi. Il tempo si "allunga" senza che la notte e il giorno possano più definire il limite di tante azioni. Appaiono, fra le altre, delle sindromi legate al fuso orario pur restando fisicamente nello stesso posto

- **Emergono gli assi culturali e linguistici:** sono i nuovi "quartieri" del villaggio globale, in cui condividiamo significati, problematiche, personaggi. Cadono anche le frontiere linguistiche con le traduzioni simultanee automatiche. Nel contempo la lingua di collegamento "core" è l'inglese (senza qualità), per il suo ruolo nell'innovazione tecnologica.

- **L'alfabetizzazione digitale** è diventata la nuova porta d'ingresso alla partecipazione sociale. Gli analfabeti digitali - sia per povertà che per fascia di età o limiti fisici, cognitivi, ecc. - sono esclusi, non solo del dialogo sociale, ma da quasi tutto ciò che oggi si considera "cittadinanza" e partecipazione in senso pieno. In questo senso, si rovescia la dinamica dell'insegnamento dove i più piccoli insegnano ed accompagnano i più grandi

- **Nuovi scenari nella gestione del potere** poiché la partecipazione dei singoli si è intensificata, insieme alla possibilità di controllo pubblico su dei processi che prima rimanevano nascosti. Nel contempo sorgono i "meta-stati", perché le grandi aziende proprietarie del Big Data e l'AI forniscono dei servizi ai Governi, che diventano dipendenti del "potere privato".

c) *Che lascia la sua impronta sull'uomo*

Se guardiamo le nuove generazioni, possiamo appurare che per esse i media si nascondono, sono trasparenti, si sciolgono nella realtà^v, ma (21) lasciano la loro impronta nella logica, non solo del loro utilizzo, bensì nella struttura del pensiero e nella dinamica comunicazionale stessa^{vi}. Si tratta proprio di una struttura interna dell'approccio cognitivo

delle persone che condividono un modo/mezzo di comunicare. Per questo, a differenza di come potremmo capirlo ed usarlo noi, appartenenti ad un'altra generazione che nel computer e in Internet abbiamo visto elementi utili per redigere meglio i documenti e inviarli in tutto il mondo, quando un giovane utilizza un mezzo digitale non sta di fronte ad un "mero strumento". Non si presenta loro né un problema metafisico né morale o esistenziale, a differenza nostra che ci poniamo mille domande, come: "gli strumenti digitali sono buoni o sono cattivi?".

Per le nuove generazioni i "nuovi strumenti digitali" esistono, fanno naturalmente parte della vita, come per noi esiste l'elettricità. Chi si domanda se è buona o no? Nessuno... semplicemente esiste e ne facciamo uso. Questo vuole dire che non ci sono problemi? No, ci sono, eccome! Basta pensare a tutta la problematica dell'inquinamento ambientale. Ma non per questo l'elettricità è condannata e dismessa, anzi. Invece, partendo dalla realtà dell'esistenza e della sua bontà, è necessario dare delle risposte per arrivare alla sintesi dovuta.

Il Big Data e l'Intelligenza Artificiale, ormai fanno parte della nostra vita, anche senza saperlo, ma stanno lì, anche nella nostra quotidianità più normale: Google, Amazon, Twitter, Deepl, YouTube, Facebook, Wikipedia, ecc. Ma questi non sono solo una realtà di "mezzo", "strumento" o di "contenuti", come eravamo abituati ad analizzarli fino ad ora. Mezzi e contenuti si fondono in un'unica nuova realtà e così è vissuta ed utilizzata dalle nuove generazioni. Per quest'ultime non esiste una realtà divisa, non vi è un chiaro limite tra una cosa e l'altra, ma il contenuto viene già elaborato con la logica e il linguaggio del mezzo che si usa. Questo ci pone di fronte a una sfida, perché la "digitalità" non è un semplice "mezzo" o "strumento", è una realtà unita e complessa, e quindi **non è una realtà neutra**.

Papa Benedetto XVI scrive nella *Caritas in Veritate* (73): *Connessa con lo sviluppo tecnologico è l'accresciuta pervasività dei mezzi di comunicazione sociale. È ormai quasi impossibile immaginare l'esistenza della famiglia umana senza di essi. Nel bene e nel male, sono così incarnati nella vita del mondo, che sembra davvero assurda la posizione di coloro che ne sostengono la neutralità, rivendicandone di conseguenza l'autonomia rispetto alla morale che tocca le persone. Spesso simili prospettive, che enfatizzano la natura strettamente tecnica dei media, favoriscono di fatto la loro subordinazione al calcolo economico, al proposito di dominare i mercati e, non ultimo, al desiderio di imporre parametri culturali funzionali a progetti di potere ideologico e politico.*

Pensiamo ai giovani di oggi per i quali, ad esempio, la realtà dell'amicizia - che implica condividere tempo, idee, sentimenti, interessi - si amplia, senza conflitti interni, a tutta la *realtà virtuale* perché, per mezzo dei sistemi digitali, essi fanno di tutto il mondo la propria realtà in cui muoversi, dalla quale attingono i valori e nella quale lasciano anche la loro propria impronta.

Gli spazi digitali sono *l'ambiente* nel quale l'uomo di oggi si muove, e nel quale l'uomo si muoverà in maniera molto più profonda, articolata e onnicomprensiva. La "digitalità", intesa come fenomeno culturale, è la finestra attraverso la quale si guarda il mondo e si stabiliscono i nuovi paradigmi relazionali.

3. La Chiesa nella cultura *digitale*

Dinanzi a quanto abbiamo visto sull'uomo e la cultura in cui abita oggi, resta sempre valida la Missione della Chiesa, ovvero comunicare il Vangelo: *"Andate e fate*

discepoli di tutti i popoli". Cioè, la Missione deve arrivare a tutti gli uomini, in tutti i tempi, in tutti i luoghi, quindi pure a questo uomo, a questo tempo in questo luogo.

Per questa missione universale, la Chiesa ha necessitato di un permanente adattamento, nel tempo e nello spazio, alle diverse culture nel corso della storia, perché il Messaggio di sempre venisse capito e vissuto da ogni uomo, in tutta la storia, in ogni luogo. Il Messaggio è sempre lo stesso, è il Cristo, ma il linguaggio dell'annuncio cambia con l'uomo, che cambia pure il modo e il tempo di capirlo, di assumerlo, di viverlo.

Quando parliamo dunque di una "Chiesa missionaria", una "Chiesa in uscita" (con parole di Papa Francesco) parliamo di una Chiesa che "scende in piazza" e comunica, dialoga, incontra. In questo senso la comunicazione non è "un'attività" della Chiesa, ma è il "modo apostolico" di essere Chiesa. Ma questa missionarietà ha una caratteristica concreta, che sin dall'inizio l'ha caratterizzata: è coraggiosa e audace (Cfr. Att. 2,1-11). Così pure oggi ci sfida Papa Francesco: "*preferisco una Chiesa accidentata, ferita e sporca per essere uscita per le strade, piuttosto che una Chiesa malata per la chiusura e la comodità di aggrapparsi alle proprie sicurezze*" (EG 49).

"Uscire per le strade", in questa cultura, implica capire la comunicazione ed il mondo digitale come *nuovi spazi da evangelizzare, un nuovo mondo a missionare*. È capire e declinare il mandato: "*Andate e fate discepoli di tutti i popoli*", cioè, la Missione che deve arrivare a tutti gli uomini, in tutti i tempi, in tutti i luoghi, deve arrivare pure per questo uomo, che abita in questo tempo in questi nuovi luoghi e spazi digitali.

Ma purtroppo, invece, è assai frequente che la *Comunicazione* e il *mondo digitale* nella Chiesa vengono intesse e uguagliate con *tecnologia*, e la tecnologia ai tecnici e così la *Comunicazione* e la *Cultura digitale* vengono relegate ad un ambito marginale e semplicemente "strumentale" della vita della Chiesa. Si perde così non solo la possibilità di redimere quanto cattivo, ma soprattutto di scoprire la esistenza del mondo che lì esiste per essere evangelizzato, e che aspetta la presenza del Signore.

Invece *Comunicazione* nella Chiesa non è tecnologia, la *Comunicazione* è "Kerigma"!

La Chiesa nasce dalla Rivelazione e la Chiesa si realizza nel Comunicare il Messaggio. *Comunicazione*, prima di essere tecnologia, è parola, è predicazione, è omelia, è catechesi, è confessione, è racconto della fede, è relazione con le persone, ed è testimonianza della fede ed è celebrazione!

Questo implica un cambiamento di visione riguardo alla nuova cultura, che *deve partire dalla convinzione che la comunicazione è uno spazio ad abitare e un luogo in cui compiere la missione* perché lì si trova l'uomo d'oggi.

Papa Francesco ci dice: "*Ci dobbiamo domandare: che ruolo deve avere la Chiesa con le sue realtà operative e comunicative? In ogni situazione, al di là delle tecnologie, credo che l'obiettivo sia quello di sapersi inserire nel dialogo con gli uomini e le donne di oggi, per comprenderne le attese, i dubbi, le speranze. Sono uomini e donne a volte un po' delusi da un cristianesimo che a loro sembra sterile, in difficoltà proprio nel comunicare in modo incisivo il senso profondo che dona la fede. In effetti, noi assistiamo, proprio oggi, nell'era della globalizzazione, ad una crescita del disorientamento, della solitudine; vediamo diffondersi lo smarrimento circa il senso della vita, l'incapacità di fare riferimento ad una "casa", la fatica di intessere legami profondi. È importante, allora, saper dialogare, entrando, con discernimento, anche negli ambiti creati dalle nuove tecnologie, nelle reti sociali, per far emergere una presenza, una presenza che ascolta, dialoga, incoraggia. Non abbiate timore di essere questa presenza, portando la vostra identità cristiana nel farvi cittadini di questo ambiente.*"^{vii}

È per questo motivo che la nostra presenza si rende necessaria negli ambienti digitali, negli spazi dei *media*. Ma affinché questa presenza negli spazi digitali sia vera, non basta che “la struttura o i sistemi funzioni bene”, è necessario che le nostre strutture si aprano all’uomo di oggi, cercandolo e volendo arrivare dove lui si trova, il che implica trovarlo, anche negli spazi digitali e virtuali, imparando il suo linguaggio, la sua logica e i suoi tempi.

Dunque, per poter annunciare la Buona Nuova dobbiamo conoscere l’uomo: chi è, cosa fa, dove sta, quale realtà vive, quali sono le sue domande... Un cammino comunicativo sarà efficace se ha come obiettivo il servizio, declinato nel linguaggio adattato all’interlocutore. “Cosa serve” e “a chi serve” sono le chiavi per poter venire incontro all’uomo, perché nel servizio si presenta il Signore (Cfr. Mt 10,35-45).

4. Chiavi per comunicare la fede nel secolo XXI

A partire da quanto abbiamo potuto condividere, possiamo stillare, senza pretesa di completezza ma come *inizio di cammino*, quattro punti chiave per **comunicare la fede nel secolo XXI**:

- a) Rafforzare il “*Vedere, ascoltare*” (At. 4,20)
- b) Educare la persona nella libertà
- c) Presenza, tempo e racconto (tramandare)
- d) Educare al silenzio

a) Rafforzare quel “*Vedere, ascoltare*” (At. 4,20):

La *missione nell’era digitale* deve cominciare, prima ancora che dall’utilizzo dei media e della tecnologia, dal movimento fondamentale che è stato sempre essenziale nella vita missionaria della Chiesa, cioè, da quel impulso che ha fatto proclamare agli Apostoli “*noi non possiamo tacere quello che abbiamo visto e ascoltato*” (At 4,20). *Vedere, ascoltare* il Signore sono la chiave dell’amore, e l’amore è la chiave della missione. Questo amore è quello che fa utilizzare tutte le strade, tutti i mezzi per poter trasmettere quanto “abbiamo visto e ascoltato”, in tutti i tempi e in tutti i luoghi.

Quindi la prima chiave per *comunicare la fede nel secolo XXI* si trova nello scoprire il Signore, fare la sua conoscenza, “vedere ed ascoltare” per restare innamorato e non poter tacere mai.

È semplice, chi crede in Lui, lo conosce, lo ama, lo segue e lo ascolta, e si sente chiamato a condividere con gli altri quel diletto, quella gioia che trasforma tutto.

Da qui nasce l’impulso missionario, questa è la sua fonte e la sua origine: “ciò che abbiamo visto e ascoltato”. Papa Francesco ci spiega che “*la prima motivazione per evangelizzare è l’amore di Gesù che abbiamo ricevuto, l’esperienza di essere salvati da Lui che ci spinge ad amarlo sempre di più*” (EG 264).

Certamente vale anche il contrario: cosa ci succede quando restiamo in silenzio e non siamo missionari? Abbiamo perso o si è raffreddato l’amore?

Per questo motivo, per avere sempre vivo l’amore che nasce del “*venite e vedete*” (Cfr. Gv 1,35-40), occorre l’insegnamento per saper “*tornare al primo amore*” (Ap 2,2-4). Tante volte ci sentiamo, o formiamo le persone, come se fossimo o fossero confermati nella Grazia, e poi, davanti alla realtà del pellegrinaggio, diventa difficile “*tornare a casa*” (Cfr. Lc 15,18). Comunicare la fede, significa anche insegnare a “*tornare a casa*”.

TESTO PROVVISORIO

Dunque, se “*quel che annunciamo è quel che abbiamo udito, quel che abbiamo visto con i nostri occhi, quel che abbiamo contemplato e che le nostre mani hanno toccato della Parola della vita*” (1 Gv 1,1), ciò che la Chiesa ci chiede oggi è di comunicarlo “ovunque, trasbordando di gratitudine e gioia”^{viii}.

Questo amore, questo ardore, origine della missione, è anche l'origine delle idee migliori, della creatività intelligente, dell'originalità delle soluzioni, della sintesi delle contraddizioni, delle risposte alle aporie. Chi è innamorato, chi vive nell'amore, cerca e trova il modo di comunicare l'amore... perché non può tacere quello che ha visto e ascoltato.

b) Educare la persona nella libertà:

Una seconda chiave per comunicare la fede nel secolo xxi, la troviamo nella *formazione umana integrale*, perché la missione nell'era digitale deve cominciare da qui, dalla formazione alla libertà, che rende possibile la fedeltà ai valori e alle scelte fatte, perché “*La grazia presuppone la natura e la porta a compimento*”^{ix}.

Possiamo verificare che, oltre alla realtà dei modelli di famiglia e società dalla quale proviene l'uomo contemporaneo, egli ha un profilo che oramai non è più sedentario, e la sua *geografia psicologica* è cambiata profondamente.

Proprio perché tutto è mutevole, è necessaria una formazione umana e spirituale più completa, più permanente, più personale. È necessaria una formazione che *sappia dare risposte* agli interrogativi della nuova cultura.

La formazione si presenta quindi come “modulatore” della personalità, della relazione con gli altri, dell'impiego del tempo, della condivisione, della ricerca dei valori, della valorizzazione delle persone, dei momenti, delle cose, della vita.

La cultura contemporanea, abituata al *fast food, prêt-à-porter, quick and dirty...* ha cambiato la scala dei valori e, in nome dell’“autenticità” e della “spontaneità”, ha sacrificato il valore del “silenzio riflessivo”, della “decisione ponderata”, della “maturazione delle idee”, della “parola impegnata”, dell’“impegno acquisito”, del “rispetto dei tempi”, della “fedeltà alla propria vita”, della “valorizzazione dell'altro”, dell’“importanza delle relazioni”.

Educare implica che realtà quali: l'adeguata integrazione dei valori nella vita quotidiana, il discernimento dei contenuti, l'equilibrio della dedizione al digitale con l'attività fisica indispensabile alla vita umana, la relazione con gli altri, la creatività non esclusivamente digitale, la conoscenza ed il contatto con la natura, *siano parte intrinseca delle proprie scelte*, delle decisioni profonde e necessarie prese dalla nostra propria libertà. Queste realtà, necessarie all'equilibrio della persona umana, non possono essere vissute come elementi che ci arrivano dall'esterno, come obblighi, ma devono far parte del “patrimonio genetico” della nostra libertà.

Niente può sostituire la libertà della persona che deve sapersi gestire e saper compiere delle scelte, ed è per questo motivo che l'intelligenza e la volontà vanno formate sin dall'inizio a questa cultura. L'educazione nella libertà implica la formazione ai valori e l'irrobustimento della volontà, per saper seguire le proprie scelte oltre le difficoltà.

Urge una formazione integrale della persona e una formazione particolarmente chiara e specifica di un uso consapevole e responsabile della libertà, anche specifica per e nell'era digitale. Perciò, così come ci viene insegnato da piccoli a mangiare certe cose e ad evitarne altre, a conoscere e dominare gli accessi di ira o aggressività, è necessario accompagnare la formazione all'uso dei dispositivi tecnologici, che procurano intense gratificazioni sensoriali, emozionali e sociali, ma che tante volte occupano lo spazio che avremmo dovuto dedicare a noi. Non sono i firewall e i filtri (ovvero l'automatismo delle

macchine) a dover fare la storia dell'uomo – sebbene aiutino il processo storico – bensì la decisione e la scelta della libertà portata avanti per tutta la vita con sacrificio, perseveranza e amore.

c) Presenza, tempo e racconto (tramandare):

Una terza chiave per comunicare la fede nel secolo xxi la si trova nella triada: *Luogo, tempo e presenza*, che sono tre chiavi essenziali nella comunicazione *interpersonale*. Inutile diagnosticare costantemente il tempo passato davanti al computer e parlare dei pericoli della rete se poi non ci sono spazi veri di dialogo, spazi di condivisione, gioco e gioia interpersonale. Se non ci sono confessori, genitori, educatori disposti ad ascoltare, maestri che abbiano il tempo di condividere, il Messaggio e i valori non vengono trasmessi perché il “tramandare” implica l’“esserci”, anche negli spazi mediatici e digitali.

È sorprendente vedere che quando si vuole trattenere un bambino lo si lasci davanti a un *tablet* per farlo giocare affinché non “disturbi”, e quindi per “farlo stare buono”. La questione si complica quanto questo “essere buono” implica che non stia davanti al *tablet*... il messaggio è contraddittorio...

L’importanza della fisicità, del tempo e dello spazio condiviso sono dei pilastri che emergono proprio dall’Incarnazione. La Redenzione non è stata un decreto divino astratto, ma il Verbo che si è fatto storia, presenza, e che è rimasto nella storia di tutta l’umanità, con presenza, facendo storia nella Chiesa. Questa Redenzione si tramanda di generazione in generazione attraverso il racconto e la celebrazione, che implicano presenza e condivisione. Non c’è Chiesa senza tradizione; e la tradizione implica quel tramandare che necessita l’esserci, ed esserci implica tempo, spazio e carne (*sarx*).

Anche nell’ambito del discernimento e della formazione “alla” e “nell’era digitale”, la questione più importante risiede nel *luogo* e nel *tempo* che si impiega per la formazione e nella comunicazione interpersonale. Se non dedichiamo tempo all’ascolto e all’accompagnamento nei problemi, non possiamo stupirci che si passi tanto tempo davanti al computer... Ricordiamo sempre una cosa: in Internet sempre c’è qualcuno che ascolta, purtroppo non sempre qualcuno di buono. Con la presenza, le domande esistenziali che hanno bisogno di risposte trovano il proprio ambito nell’incontro personale.

È proprio necessaria una specifica educazione alla vicinanza e alla solidarietà, c’è bisogno di insegnare (e imparare) a “scoprire l’altro”, di realizzare che “l’altro esiste”. È qui che entrano in gioco i parametri di relazione che il mondo e la cultura non vogliono conoscere e preferiscono lasciare da parte: presenza, incontro, dialogo, ascolto, vicinanza, contatto fisico, affettività, tenerezza. Senza questi elementi la questione è semplice: le relazioni non sono umane.

La presenza con amore si traduce soprattutto nel porsi all’altezza e nella situazione dell’altro, per offrire un messaggio che dia senso alla vita e risposta alle domande. *“Quando si riesce ad esprimere adeguatamente e con bellezza il contenuto essenziale del Vangelo, sicuramente quel messaggio risponderà alle domande più profonde dei cuori”* (EG 265).

d) Educare al silenzio:

“Che cosa ci aiuta nell’ambiente digitale a crescere in umanità e nella comprensione reciproca? ... dobbiamo recuperare un certo senso di lentezza e di calma. Questo richiede tempo e capacità di fare silenzio per ascoltare”^x.

Ecco la quarta chiave per comunicare la fede nel secolo xxi: Il silenzio!

Il silenzio è una realtà che non può mancare nella vita di ogni persona che sappia *pensare ed amare*. Questa realtà del silenzio è specialmente necessaria nella società

dell'informazione, dove la velocità e la quantità dell'informazione e l'immediatezza della comunicazione (sempre e tutto *on line* e immediato) rischia di togliere la capacità di pensare e riflettere su cosa dire e cosa fare, alla propria identità e capacità di fare la propria storia.

“Il silenzio è parte integrante della comunicazione e senza di esso non esistono parole dense di contenuto”^{xi}.

È necessario imparare a “stare con sé stessi”. Il silenzio è come una lavagna bianco sul quale è possibile proiettare il proprio corso d'azione, gli eventi di ogni giorno, per osservarli oggettivamente e per poter decidere con maggiore libertà autentica, senza rimanere indietro rispetto ad essi. Senza questa capacità di restare soli con sé stessi non esiste libertà o autenticità possibile, perché restiamo sconosciuti a noi stessi e perché non diventiamo architetti della nostra storia. D'altronde, nella solitudine e nel silenzio, anche in pause non prolungate ma quotidiane, possiamo, da un lato, fare una “sintesi” permanente della nostra vita, in mezzo alla disintegrazione degli “eventi di storia e cultura”; dall'altro, ci permette di pianificare la nostra vita per evitare che questi “eventi di storia e cultura” diventino gli artefici delle nostre decisioni, perché, anche se siamo inseriti in mezzo a loro, dobbiamo essere noi a dirigere il nostro destino. Il silenzio è lo strumento migliore per impossessarsi della propria vita, per orientarla e verificarne l'autenticità.

Infine, il silenzio è la vera realtà che ci permette di pensare, che ci rende capaci di amare. Papa Benedetto XVI diceva: *“La contemplazione silenziosa ci fa immergere nella sorgente dell'Amore, che ci conduce verso il nostro prossimo, per sentire il suo dolore e offrire la luce di Cristo, il suo Messaggio di vita, il suo dono di amore totale che salva.”^{xii}*

5. Conclusione

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

“Come allora... così ora” con queste parole Benedetto XVI presenta la cultura contemporanea alla Chiesa: come **gli Apostoli all'inizio** anche **noi oggi** ci troviamo come all'inizio di una “storia nuova”^{xiv}, quindi, depositari del mandato missionario del Signore, saremo i missionari della “Cultura digitale”, nel “Continente digitale” per i “nativi digitali e gli immigrati digitali”.

Comunicare la fede nel secolo XXI significa fare dello “strumento” un “locus”, il luogo dove l'uomo possa trovare Cristo in un incontro personale. Questo chiude l'equazione: parlare il linguaggio dell'uomo negli spazi dell'uomo fa sì che l'uomo comprenda il Messaggio, si innamori e possa seguirlo. Tocca a noi il compito di tramandare “quello che abbiamo visto e ascoltato”.

Per finire, una citazione di dovere, quella chiamata fondamentale che sta alla base di quanto abbiamo detto, l'appello di San Paolo VI nell'Evangelii Nuntiandi:

“L'uomo contemporaneo ascolta più volentieri i testimoni che i maestri o, se ascolta i maestri, è perché sono dei testimoni” (EN 41).

San Giovanni Paolo II aggiungerà nella Redemptoris Missio che *“La testimonianza della vita cristiana è la prima e insostituibile forma della missione...”* (RM 42)

Papa Francesco completerà il concetto dicendo: *“Insegnate la preghiera pregando;*

TESTO PROVVISORIO

annunciate la fede credendo; date testimonianza vivendo!^{pxv}.

ⁱ «Perché il “messaggio” di un *medium* o di una tecnologia è nel mutamento di proporzioni, di ritmo o di schemi che introduce nei rapporti umani. [...] “Il medium è il messaggio”, perché è il medium che controlla e plasma le proporzioni e la forma dell’associazione e dell’azione umana. I contenuti, invece, di questi media possono essere diversi, ma non hanno alcuna influenza sulle forme dell’associazione umana». MCLUHAN, M., *Gli strumenti del comunicare*, CDE, Milano 1997, pp. 16-17; cfr. MCLUHAN, M., *La luce e il mezzo. Riflessioni sulla religione*, Armando Editore, Roma 2002; GÓMEZ GRANADOS, M., *La cultura digital: posibilidades, fracturas. Ética en la comunicación*, in PCCS, *Iglesia e informatica*, op. cit., pp. 55-88; GALVAN, J. M., *La comunicazione tra fede e cultura*, in «Era mediatica e nuova evangelizzazione» a cura di STENICO, T., LEV, Vaticano 2001, pp. 204-226.

ⁱⁱ Cfr. CONFERENZA EPISCOPALE ITALIANA (CEI), *Comunicazione e missione. Direttorio sulle comunicazioni sociali nella missione della Chiesa*, LEV, Vaticano 2004.

ⁱⁱⁱ «Certamente si tratta di un mutamento epocale, anche se in continuità con uno sviluppo che non si è mai fermato da quando l’uomo ha inventato la forma di fare il fuoco e la ruota. La questione che si pone è quella di un nuovo rapporto tra uomo e macchina. Nella mia opinione, anche se ci sono e ci saranno cambiamenti notevoli nelle dimensioni categoriali di questo rapporto, la sua sostanza non muterà. Un’altra cosa è che l’uomo, sempre libero e signore del proprio agire, possa gestire in maniera sbagliata questi rapporti, o che nuove circostanze possano renderli specialmente difficili. L’immagine radicalmente negativa e catastrofica tanto presente nell’immaginario collettivo, che ha avuto paradigmi cinematografici tanto forti come “2001, Odissea nello Spazio” di Stanley Kubrick, o la più recente “Matrix” dei fratelli Wachowski, per non parlare della letteratura, sembrano adesso assolutamente irreali e fuori posto, tanto da far pensare che il vero scopo di questi autori era in realtà un attacco frontale alla ragione “forte”, giudicata causa di ogni violenza, nella linea antitecnologica prima indicata. L’affermazione del dominio della macchina sull’uomo nella letteratura e nella cinematografia contemporanea non sembra avere altro scopo che quello di porre l’uomo di fronte alla questione della propria identità, per cercare, in maniera più o meno banale, una via di uscita alla chiusura antropologica a cui ha portato la civiltà dello scientismo esasperato». GALVAN, J. M., *La nascita della tecnoetica*, Roma 2001, <http://www.usc.urbe.it/html/php/galvan/indextecnoet>

^{iv} <http://www.mckinsey.com/business-functions/digital-mckinsey/our-insights/digital-globalization-the-new-era-of-global-flows>

^v Cfr. SAINT-EXUPÉRY, A., *Terra degli uomini*, Mursia, Milano 2000, pp. 53-54.

^{vi} Cfr. “brainframe”, DE KERKHOVE, Derrik.

^{vii} Discorso del Santo Padre Francesco ai partecipanti alla Plenaria del Pontificio Consiglio per le Comunicazioni Sociali, 21 settembre 2013, http://w2.vatican.va/content/francesco/it/speeches/2013/september/documents/papa-francesco_20130921_plenaria-pccs.html

^{viii} V Conferenza Generale dei Vescovi dell’America Latina e dei Caraibi, Documento conclusivo, Santuario di Aparecida, 2007, n.14.

^{ix} Tommaso d’Aquino, *La Somma teologica*, I, q. 2, aa. 2.

^x XLVIII Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali, 2014 - Comunicazione al servizio di un’autentica cultura dell’incontro

^{xi} Benedetto XVI, Messaggio per la 46^a G.M. delle Comunicazioni Sociali, 24.1.2012

^{xii} Messaggio per la XLVI Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali

^{xiii} Benedetto XVI, Messaggio per la XLIII Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali 2009

^{xiv} Benedetto XVI, Messaggio per la XLIV Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali 2010

^{xv} Omelia del Santo Padre in occasione della Celebrazione Eucaristica nella Solennità dei Santi Apostoli Pietro e Paolo, 29/06/2015