

Animazione massmediale cinema e media





anspi

L'animazione massmediale: cinema e media

Progettazione e coordinamento: Mauro Bignami

Disegni: Enrico Galletti

Comunicare: stili e relazioni: don Gian Mario Lanfranchini

La dimensione corporea nell'era digitale: Mons. Domenico Pompili

Valori, formazione della persona, relazioni umane: prof. Antonio Petagine

Cercatori di notizie, non di consenso: Stefano Di Battista

La radio dà voce ai senza voce: Alessandro Milan

Comunicare nell'ambito associativo: Stefano Di Battista, don Francesco Tegno

Fare rete per essere nella Rete: Domenico Delle Foglie

Comunicazione digitale, nuovo modello educativo: don Oronzo Maraffa

La comunicazione della fede, dalla Scrittura alla cultura digitale: don Silvio Barbaglia

Spiritualità della e nella Comunicazione: suor Faustina Nieddu, fsp

Esperienze: zionali ANSPI

Si ringrazia per la collaborazione: Stefano Di Battista

Stampa: Tipografia Negri, Bologna - 2013

A cura di ANSPI - Associazione Nazionale San Paolo Italia

www.anspi.it

Comunicare: stili e relazioni

Dopo la tappa del 2 febbraio 2013, che a Novara ha vissuto un momento di riflessione nel contesto del cinquantenario di fondazione Anspi (1963-2013) e del suo servizio alle parrocchie e agli oratori, l'area cinema e comunicazione necessitava d'una sintesi, che si traduce in questo manuale, dove sono raccolti i contributi di operatori del settore e le esperienze di chi vive in prima persona la vicenda oratoriana e associativa. È qui da notare la perfetta coincidenza di date tra l'evento di Novara e la prima nota pastorale che l'episcopato italiano ha deciso di dedicare all'oratorio.¹ Ogni racconto di un'esperienza significativa e costruttiva, manifesta una relazione e apre un orizzonte comunicativo che tende alla condivisione e alla crescita; nel manuale, però, emerge anche uno stile di lavoro che avvicina a quei percorsi di pastorale giovanile e di servizi educativi pensati per i più piccoli, che sono poi la traduzione pratica dei percorsi svolti dagli animatori: percorsi di formazione globale, dunque anche culturale, sempre più urgenti per quanto riguarda il mondo della comunicazione, in cui il progresso tecnologico rende obsoleti metodi e strumenti, con un'accelerazione inimmaginabile per le generazioni dell'epoca predigitale.

Ma al di là di questo primo livello, che si potrebbe definire funzionale, il volume è soprattutto elaborato per l'oratorio, oggi sempre più un luogo nel senso antropologico del termine, cioè ambiente educativo di crescita: uno spazio dove si realizzano incontri, un tempo della vita dove si diventa uomini e donne. In questo senso, l'oratorio è un luogo di comunicazione, perché ambiente di crescita umana e cristiana, e dunque ambiente caratterizzato da un forte impegno educativo della comunità nei confronti delle nuove generazioni e di impegno fra generazioni per costruire la 'civiltà dell'amore'. L'oratorio si caratterizza come precisa alternativa ai non luoghi, ovvero a quei contesti che hanno la prerogativa di non essere identitari, relazionali e storici.² Non è, infatti, uno spazio utilizzato per usi molteplici, anonimo e stereotipato, privo di storicità e frequentato da gruppi di persone solamente in transito e che non si relazionano. Al contrario, l'oratorio è un preciso luogo antropologico, cioè un ambiente di vita vissuto con una costruzione simbolica e concreta dello spazio e del tempo dalle persone che lo 'abitano'. «Gli oratori non nascono come progetti 'fatti a tavolino' ma dalla capacità di lasciarsi provocare e mettere in discussione dalle urgenze e dai bisogni del proprio tempo».³

1 Conferenza episcopale italiana, «*Il laboratorio dei talenti*» (2 febbraio 2013).

2 M. Augé, *Nonluoghi. Introduzione a una antropologia della surmodernità*, Elèuthera, Milano, 1996, passim.

3 Conferenza episcopale italiana, «*Il laboratorio...*», § 5.

Nell'oratorio come luogo antropologico, le caratteristiche principali dei processi identitari, relazionali, di storicità e di senso, si realizzano in un contesto vitale e di vita ordinaria. In particolare, il prendersi cura degli altri sul comandamento di Gesù,⁴ rivela questa dimensione antropologica: perché il senso dell'oratorio sta proprio nell'attenzione alla famiglia, ai più piccoli, all'animatore dei bambini, alla comunità delle nuove generazioni, al volontario che accoglie, raduna, educa l'italiano come lo straniero. Il manifestarsi di questa natura, per la società è una scuola di democrazia, per la Chiesa è la casa di comunione tra le diverse generazioni della comunità.

Il prendersi cura degli altri rivela, oltre all'identità dell'oratorio, anche la 'pervasività'; la sua presenza sul territorio lo rende un luogo antropologico tanto inserito nella realtà urbana e di paese, quanto nella società italiana; ed è, infine, un'occasione per definire non solo quell'ambito popolare della Chiesa italiana, ma pure le sue risorse nel mondo attuale. E così una nuova e tipica azione educativa per un'antropologia della 'surmodernità', che può essere giocata coi diversi linguaggi della vita quotidiana da e per i ragazzi e i giovani,⁵ è allo stesso tempo un principio di senso per coloro che lo abitano e un principio di intelligibilità per chi vi svolge un servizio educativo. I linguaggi della comunicazione nell'epoca digitale non ci possono trovare distratti, non solo perché abbiamo a che fare coi 'nativi digitali', le ultime generazioni, ma perché l'esigenza del comunicare è legata all'identità della persona e alla missione della Chiesa. «Uno sguardo attento alla realtà dell'oratorio e al suo sviluppo ci porta a dire che se in passato l'attenzione prevalente era per i ragazzi fino all'adolescenza, oggi appare necessario adeguare le sue proposte a una giovinezza sempre più prolungata che arriva alle soglie dei trent'anni. Si presentano nuove criticità e nuove situazioni nel mondo giovanile a cui gli oratori possono offrire risposte concrete e pertinenti, valutando attentamente le esigenze e le reali capacità di intervento.»⁶

Ecco allora che il manuale del cinema e della comunicazione elaborato da Anspi non poteva essere frutto di un'esposizione teorica, lontana dal suo 'luogo antropologico' e dalla sua dimensione nazionale, cioè dalla realtà quotidiana degli oratori, anche con riferimento alla dimensione territoriale. Col contributo di professionisti ed esperti, vogliamo vivere un'esperienza che ci aiuti a ripensare la vita quotidiana come 'comunicazione di vita buona' e 'connessione' attraverso le attività e/o i linguaggi, a una 'sorgente perenne di eternità e di verità'. La vita in oratorio non è mai vissuta per se stessi, ma sempre donata agli altri; per questo, ciò che si vive in quegli spazi e ciò che si fa è 'vita buona': «Infatti gli oratori sostengono e favoriscono il pieno sviluppo di tutte le dimensioni della persona, intellettive, affettive, relazionali e spirituali.»⁷ È l'esperienza d'un gruppo di amici sempre connesso, perché vive l'esperienza di oratorio come relazione con tutti con lo stile di Gesù, che non è venuto per farsi servire, ma per servire, essere cioè umilmente utile agli altri. Il sì della comunicazione, è il sì del servizio, il sì dell'amore incondizionato di coloro che amano Dio in verità e vita, comunicando questa gioia al mondo intero.

4 Conferenza episcopale italiana, *Educare alla vita buona del Vangelo* (27 febbraio 2010), § 5.

5 *Ibidem*, § 42.

6 Conferenza episcopale italiana, «*Il laboratorio...*», § 7.

7 *Ibidem*, § 28.



**La dimensione corporea
nell'era digitale**



La dimensione corporea nell'era digitale

La dimensione corporea nell'era digitale

Premessa: il corpo comunica

Anche se viviamo nell'era digitale, non possiamo non riconoscere che il corpo è la sede principale e insostituibile della nostra capacità di comunicare. Intanto, come sosteneva la scuola di Palo Alto col famoso assioma metacomunicativo di Watzlawick, non si può non comunicare. Per il solo fatto che abbiamo un corpo, disposto in un certo modo nello spazio, comunichiamo anche in assenza di parole: rigidità, indifferenza, imbarazzo, o al contrario disponibilità, rilassatezza, o attenzione. Le stesse distanze che teniamo con le persone, la maggiore o minore vicinanza del nostro corpo a quelli altrui, denotano insieme la nostra disposizione soggettiva, il tipo di relazione, la situazione (formale, informale) e le regole della nostra cultura. In altre parole, il corpo è il luogo principale della comunicazione; sia di quella *interpersonale* (gli studiosi insistono sull'importanza del *body Language*, o comunicazione non verbale, che l'antropologo Edward Hall chiamava 'il linguaggio silenzioso') che di quella *culturale* (come da sempre ha messo in evidenza l'antropologia e come la cultura ipermediatizzata di oggi ripropone in modo diverso).

1. Sull'importanza della comunicazione non verbale e corporea nella relazione interpersonale si potrebbero dire molte cose, ma basta attingere dalla nostra esperienza quotidiana prestando attenzione ai gesti che compiamo normalmente in modo irreflesso: postura e gestualità, mimica facciale, ricerca del contatto oculare, sono tutti modi che utilizziamo per entrare e stare in relazione con gli altri. Quella che i linguisti chiamano dimensione 'fatica' della comunicazione ha le sue forme verbali, ma anche e soprattutto i suoi modi non verbali (dal cercare il contatto oculare a quello fisico) che sono fondamentali per la comunicazione affettiva e la costruzione di un senso di 'sicurezza ontologica'. Inoltre, come hanno dimostrato anche se in modo un po' superficiale alcune serie televisive di successo (come *Lie to me*) il linguaggio del corpo è ritenuto più affidabile di quello verbale in caso di divergenza: se arrossisco dicendo che non ho rubato la marmellata, l'informazione giudicata più attendibile è quella veicolata dal rossore. Il corpo non mente, si è portati a pensare, proprio perché abbiamo meno controllo sulle nostre reazioni corporee.

2. Ogni cultura iscrive i propri significati sui corpi, e sui modi di 'disciplinare' la gestione del corpo nei momenti topici (rituali della nascita, del battesimo, del matrimonio, del funerale) oltre che nella vita quotidiana. Anche dal punto di vista antropologico e culturale il corpo è un luogo fondamentale di comunicazione. La storia delle culture può essere tracciata anche a partire dalle trasformazioni subite dal corpo e dal suo modo di presentarsi in pubblico, oltre che di interagire. Le affermazioni di conformità o 'rivoluzione' culturale passano anche dal modo di presentare il corpo (pensiamo alle minigonne delle ragazze o ai capelli lunghi dei ragazzi alla fine degli anni Sessanta, o ai piercing e ai tatuaggi di oggi).
3. Anche la comunicazione pubblica utilizza il corpo come strumento fondamentale per sensibilizzare in modo non astratto ma toccante su questioni di interesse e preoccupazione generale, attraverso i loro effetti sul corpo, come dimostrano molte campagne, non di rado discutibili e comunque controverse, in Italia e nel mondo: dalla modella anoressica immortalata da Toscani (e poi deceduta) al malato terminale di Aids, alla famosa foto della bimba vietnamita colpita dal napalm, a tante altre foto premiate per il loro valore giornalistico.

Poiché il nostro compito di cristiani è la vigilanza, anziché il sogno a occhi aperti o il sonnambulismo, è importante cogliere come nel nuovo contesto ipermediale si ridefinisca il significato del corpo, e quali sono i rischi del presente, ma anche le opportunità da saper cogliere in chiave umanizzante, secondo la raccomandazione sempre attuale di san Paolo: «Trasformatevi rinnovando il vostro modo di pensare, per poter discernere la volontà di Dio, ciò che è buono, a lui gradito e perfetto» (Rom 12,2).

Il corpo oggi: modelli di interpretazione e interazione

Il culto del corpo sembra diventato l'imperativo quotidiano della nostra epoca. Solo chi si sforza di raggiungere il proprio ideale fisico può avere successo, e dunque botox, body-styling e chirurgia estetica divengono i riti che ci promettono un'eterna giovinezza.¹ D'altro lato, tuttavia, la dimensione corporea va, paradossalmente, sempre più smaterializzandosi, parallelamente alla diffusione di internet, dei social network, dei videogiochi sempre più realistici e immersivi; e sotto l'influsso della 'mentalità da dispositivi' diventa sempre più manipolabile, scomponibile in parti viste solo nel loro aspetto funzionale e dunque sostituibili senza altro ordine considerazioni che la fattibilità. Il settore, in enorme espansione, delle nanotecnologie applicate alla medicina, da un lato mostra la legittima preoccupazione per il miglioramento della qualità della vita, e dall'altro rivela il profondo e ambivalente desiderio dell'uomo di superare il limite fisico e in definitiva di raggiungere l'immortalità.

1 — K. Müller, «Il corpo è il messaggio. L'incarnazione al tempo delle cyberfilosofie», in *Regno-att.*, n. 20, 2011, p. 707.

Il corpo nell'era di Facebook

Viviamo in un'era in cui i dispositivi sono sempre più 'incorporati': diventano delle estensioni semipermanenti, delle protesi sempre attive che ci rendono in un certo senso tutti *cyborg*. Inoltre, il trionfo dei social network ci rende evidente un paradosso della contemporaneità: da un lato un bisogno di relazione anche fisica che emerge nel lessico (contatti), nelle forme (fatiche), nei contenuti (relazionali), nelle finalità (incontri offline) di questo spazio di socialità online. Dall'altro un luogo smaterializzato (che non significa irreali) dove il grande assente è proprio il corpo. Si crea nello spazio dei social network una particolare e ambivalente situazione di 'esposizione riparata' del corpo. Da una parte il corpo è esibito, con una cura particolare nella pubblicazione (soprattutto da parte delle ragazze) delle foto nei propri profili, oggetto di una meticolosa manifattura (selezione accurata delle foto e situazioni che più corrispondono all'immagine che si vuole proiettare di sé nello spazio virtuale, pratica di 'staggarsi' se si è venuti male nelle foto pubblicate da altri ma anche, soprattutto da parte degli adolescenti, 'esagerazione' nella presentazione del sé legata da un lato all'insicurezza e bisogno di riconoscimento proprio di quella fascia di età, dall'altro alla forza e possiamo anche dire violenza dei modelli culturali dominanti.

Dall'altra parte, il corpo è anche 'riparato', grazie alla mediazione dello schermo, dal contatto oculare diretto e giudicante, dall'eventualità del rifiuto, dai momenti in cui non si è all'alterezza della propria immagine. Si può 'osare' un po' di più di quanto si sarebbe capaci faccia a faccia, e questo da un lato può aiutare ad acquisire fiducia nelle proprie capacità relazionali per prendere il coraggio di uscire dallo schermo, oppure può creare una situazione di 'alto controllo e basso rischio' (*never alone, always in control*, come scrive la Tuckle) che alla fine ci disabituava e disabilita alla capacità di interagire con l'altro faccia a faccia, una situazione da cui non ci si può disconnettere con un 'click'. Occorre infatti tenere presente che, come già scriveva McLuhan, ogni medium è insieme un'estensione e uno 'schema di privazioni'; e se il social network estende la nostra possibilità di raggiungere altri, ci priva del contatto corporeo. Un contatto che peraltro riemerge come bisogno potente, sia nella prevalenza indiscutibile della funzione fatica,² sia nelle immagini che si pubblicano online, legate a momenti sociali in cui ci si tocca, ci si abbraccia, si fanno smorfie, si sta uno addosso all'altro... Ciò che manca è anche ciò che è più presente, benché, forzatamente, nella forma della 'messa in scena': il bisogno di quel contatto che fa anche paura, perché non è mai immune dal rischio del rifiuto e del misconoscimento.

A proposito delle false promesse dei dispositivi (la 'comunione tecnologica', la connessione e disconnessione facile e indolore, il 'perpetual contact' che ci rende intollerabile il 'silenzio digitale') non sempre i giovani, per quanto abili e veloci nell'utilizzare le nuove piattaforme, mostrano una difficoltà nell'elaborare i loro significati (un 'dislivello prometeico' che da sempre caratterizza il rapporto dell'uomo coi suoi artefatti).

2 Cfr. C. Giaccardi, *Abitanti della rete*, Vita e Pensiero, Milano, 2011.

Dunque, se non si può dire che il web 'produce' un rapporto poco equilibrato col corpo (ogni determinismo tecnologico, sia in negativo come tecnoallarmismo, che in positivo come tecnoentusiasmo, va rifiutato perché nega la libertà umana), è vero che il web è un grande moltiplicatore di visibilità e accessibilità, e questo ha delle conseguenze. Il web è anche il luogo dove si cercano, in mancanza di altri contesti di elaborazione e altre guide, informazioni sul corpo, sul suo funzionamento, sulla sessualità, e dove si condividono paure o più semplicemente curiosità che non trovano spazio e ascolto altrove. Ma nell'orizzontalità e illimitata abbondanza del web è molto difficile orientarsi e molto facile fare incontri che non aiutano, rischiando così di restare vittime dei modelli riduttivi e mortificanti di cui è portatrice molta della cultura contemporanea.

Rispetto al corpo oggi siamo di fronte a due alternative, a due diverse costellazioni di significati. Le potremmo sinteticamente definire una concezione *assoluta* e una *relazionale* del corpo.

Il corpo assoluto

Il clima culturale che ha preso forma nella fase predigitale (basato su un'affermazione incondizionata della tecnica, che si è unita, potenziandola, a una concezione individualistica del sé centrata sul principio dell'autoaffermazione e della volontà di potenza) ha favorito una concezione del corpo che, assolutizzandolo (cioè sciogliendolo da ogni limite e da ogni vincolo) finisce in realtà per farlo somigliare a una delle tante macchine di cui l'essere umano sempre più si circonda. La logica del dispositivo, che è una logica strumentale e di manipolazione, finisce col cancellare il confine tra manipolare e essere manipolati e per elevare l'efficienza e la performatività a criteri supremi. Il corpo nell'era della tecnica è un corpo performante, efficiente, funzionale, corrispondente agli standard; in assenza di questi requisiti è un corpo svalutato, relegato 'fuori' dai circuiti sociali; un corpo-peso, un corpo-problema.

Il corpo-macchina è un corpo dis-integrato, nel senso che si rompe la sua integrità; e questa separazione (del materiale dallo spirituale per esempio) e frammentazione è la condizione della sua manipolabilità: analizzando la pubblicità a stampa degli anni Cinquanta, McLuhan definisce la 'decostruzione' del corpo, la sua segmentazione, il prelevare di singole 'porzioni funzionali' come la «dinamica culturale delle parti sostituibili»: ³ un atteggiamento culturale diffuso che autorizza la rappresentazione 'sezionata' del corpo umano, in particolare di quello femminile, nella pubblicità (le gambe, le labbra, la mano che sfiora un oggetto, il corpo senza testa) dentro la cornice implicita di una visione materialista del corpo come macchina, composto di parti isolabili e sostituibili. Una frammentazione che emerge anche negli slogan femministi degli anni Settanta, basati sulla rivendicazione dell'autonomia del corpo e del diritto alla libertà sessuale a partire da una nota sineddoche.

3 M. McLuhan, *La sposa meccanica*, Sugarco, Milano, 1984.

Il corpo assoluto è paradossalmente ego-centrico, tutto orientato a soddisfare l'io, ma proprio per questo degradato a strumento e trattato, di fatto, come una macchina cui si possono sostituire, ritoccare e potenziare i pezzi (e che diventa 'rot-tamabile' quando le prestazioni calano). Anche l'imperativo al godimento, tipico della cultura individualistica e performativa, finisce per produrre grande insoddisfazione, ansia da prestazione, ricorso a forme di potenziamento artificiale che generano una 'società dopata'. McLuhan parla di una «concezione comportamentista del sesso che lo riduce a un problema di meccanica e igiene» e descrive il «corpo come una specie di macchina erotica capace esclusivamente di brividi determinati».⁴

Questo imperativo si traduce in un invito alla bulimia, al rifiuto di ogni limite e produce l'effetto paradossale, ben evidenziato da Benasayag,⁵ di ribaltarsi esattamente nel suo contrario, specie tra i giovani: ecco allora che gli psicanalisti parlano di nuove fragilità e insicurezze (Turkle), nuovi sintomi (come i disordini alimentari e le nuove dipendenze), 'corpo spento' (Recalcati), crisi del desiderio, apatia e depressione. L'enfasi sul corpo senziente e sulla dimensione del godimento, oltre a disintegrare la totalità della persona (che è la condizione di ogni intensità 'piena'), produce un paradossale effetto di anestesia. A partire da questa idea di corpo assoluto ed ego-centrato i modelli di relazione non possono che essere strumentali: l'altro è funzionale alla realizzazione oppure è un ostacolo; va bene finché l'intensità emotiva è alta, poi perde significato; è oggetto di possessione, seduzione, oppure rifiuto e oblio. E la frammentazione produce un senso di assurdo, come scrive anche Lévinas: «Più che nel non senso, l'assurdo consiste nell'isolamento dei significati innumerevoli, nell'assenza di un senso che li orienti. Quello che manca è il senso dei sensi, la Roma cui conducono tutte le strade, la sinfonia in cui tutti i sensi cantano, il cantico dei cantici. L'assurdo dipende dalla molteplicità nell'indifferenza pura. I significati culturali, posti come ultimi, sono come le schegge di un'unità esplosa.»⁶

L'era ipermediale in cui viviamo raccoglie questa eredità culturale pesante, da un lato potenziando le capacità del corpo senziente attraverso le varie forme di *augmented sensitivity*, l'invito all'immersione nella cultura sempre più 'tattile', e il rischio dell'assunzione dell'intensità come principale criterio di verità. D'altra parte, come è evidente nel caso dei social network, la dimensione relazionale sta riemergendo in modo molto forte, se non altro come bisogno. Dal mondo del web abitato dalle nuove generazioni può forse venire uno stimolo, che va colto e accompagnato, per superare una cultura profondamente impregnata di sterile immanentismo o, per dirla con Lévinas, caratterizzata dal «raggruppamento dell'umanità attorno agli imperativi univoci del materialismo», e aiutarla a liberarsi.

4 M. McLuhan, *La cultura come business*, Armando, Roma, 1998, p. 35.

5 M. Benasayag, G. Schmit, *L'epoca delle passioni tristi*, Feltrinelli, Milano, 2005.

6 E. Lévinas, *Umanesimo dell'altro uomo*, Il Nuovo Melangolo, Genova, 1998, p. 61.

Il corpo relazionale

La svolta 'tattile' dell'era ipermediale può dunque, paradossalmente, essere d'aiuto nel superamento d'una visione puramente materialistica e autocentrata del corpo. Perché se da un lato è vero, come sosteneva Kant,⁷ che i sensi 'secondari' tra cui il tatto, più che farci conoscere la realtà esterna risuonano dentro di noi in termini di piacere o dispiacere e di intensità (di un odore o di un sapore, per esempio diciamo mi piace o non mi piace), è anche vero che il tatto è per definizione il senso della reciprocità, poiché non si può toccare senza anche essere toccati; e si tratta di una reciprocità 'totale', poiché il tatto non è circoscritto a un organo (come la vista o l'udito) ma è coestensivo alla nostra persona, all'esterno e all'interno.

La relazionalità è iscritta nella nostra struttura biologica e nella nostra storia, e possiamo coglierla dal punto di vista ontogenetico e filogenetico. Già il concepimento presuppone la relazione e accoglienza reciproca tra due corpi biologicamente e anatomicamente formati per l'unione; lo sviluppo dell'embrione e poi del feto avviene in un contesto di accoglienza, che è per definizione di reciprocità: la donna 'ospita' il bambino ed è resa 'ospite'. E anche una volta che il cordone è tagliato il raggiungimento dell'autonomia passa da una fase di reciproca interdipendenza che è fondamentale per lo sviluppo equilibrato della persona e che passa dal corpo: dalla cura premurosa del corpo fragile, dall'allattamento che ha una funzione psicologica oltre che biologica (*nutrix educat*, scriveva Cicerone), dalla comunicazione che passa attraverso il calore, il contatto e la tenerezza ben prima che attraverso le parole. Acquistare padronanza del proprio corpo, imparare a camminare e a muoversi nello spazio, richiede che qualcuno ci tenga la mano, ci accompagni, ci aiuti a rialzarci quando cadiamo e ci incoraggi sulle nostre capacità. E un cammino simile, in senso inverso, segna la fase della vecchiaia.

L'altro può essere oggetto di tocco rapace, violento, seduttivo (che non ha a cuore l'altro ma è io-centrato). O può essere soggetto da invitare, accogliere, incontrare. In questa accezione il corpo è medium in un senso diverso: non uno strumento, ma 'ciò che sta nel mezzo' (siamo per definizione situati e incorporati, la nostra relazione con l'altro passa attraverso la nostra fisicità); non un dispositivo, bensì un medium-messaggio, di relazione e di integrità.

Anche i modelli di relazione cambiano: la relazione è sempre relazione con l'altro, e l'altro è per definizione chi non può essere posseduto o assimilato all'io, o cesserebbe di essere altro. Questo non significa che l'unica possibilità sia rassegnarsi all'incomunicabilità delle monadi senza porte né finestre, come scriveva Leibniz. Intanto significa uscire dall'orizzonte ristretto del presente (che è il tempo del corpo assoluto) e proiettare nel futuro la nostra capacità di ridurre la distanza dall'altro. Come scrive Lévinas «la relazione con l'avvenire è la relazione stessa con l'altro»,⁸ e ancora «la presenza dell'avvenire nel presente sembra realizzarsi nel faccia a faccia

7 I. Kant, *Antropologia pragmatica*, Laterza, Bari, 2009.

8 E. Lévinas, *Il tempo e l'altro*, Il Nuovo Melangolo, Genova, 2005, p. 46.

con altri. La situazione del faccia a faccia sarebbe la realizzazione stessa del tempo; lo sconfinamento del presente nell'avvenire non fa parte del modo d'essere di un soggetto solo, ma è la relazione intersoggettiva. La condizione del tempo sta nel rapporto tra esseri umani.»⁹

In questo modello relazionale, dove l'altro si manifesta sempre nella forma di mistero, e quindi per definizione ci sfugge sempre, anche il contatto fisico, persino nella forma più intima dell'amore come eros, non riesce mai pienamente a colmare la distanza e a cogliere interamente, perciò cancellandolo, il mistero dell'altro. Come scrive Lévinas, la carezza tocca in realtà qualcosa che in parte è presente, in parte non può esaurirsi nel presente: «qualcosa di altro, sempre altro, sempre inaccessibile, sempre a-venire.»¹⁰

O, con le parole di Jean-Louis Chrétien «la carezza non vuole raggiungere né una parte del corpo né un corpo, ma l'essere amato stesso, proprio quello, nell'incarnazione inesauribile della sua presenza [...]. Ogni contatto rivela una pienezza che nessuno può circoscrivere. Tale pienezza è intoccabile, non come ciò che si sottrae necessariamente all'ordine di toccare, ma come ciò che non ne può mai diventare l'oggetto.»¹¹

Né fusione né trasparenza, né possesso né vuoto da colmare, ma apertura all'altro che diventa accesso a una ricchezza inesauribile, a una sovrabbondanza incalcolabile e mai completamente afferrabile. Per questo non è il bisogno di godimento che ci spinge verso l'altro, ma il desiderio nei termini paradossali ben espressi da sant'Agostino di *insatiabilis satietas*: un desiderio che sa di non poter raggiungere l'esito della fusione o del possesso e che non può esaurirsi nel presente; che è insieme insaziabile, perché il mistero dell'altro è inesauribile e si rinnova nel dono della relazione, e *satietas*, perché il senso di incompiutezza non toglie nulla alla bellezza della relazione, ma anzi apre la dimensione dell'avvenire come luogo di promesse ulteriori.

Un modello relazionale che non è fatto solo di azione, ma anche di capacità di ritrarsi; non solo di parola, ma anche di silenzi; non solo di gesti, ma anche di attesa paziente, per lasciare che l'altro 'sia', come ha scritto di recente la filosofa Luce Irigaray, ma ancor prima Romano Guardini.

Questo modello del corpo senziente e in relazione col mistero dell'altro è massimamente valorizzato dalla liturgia, che è un rito (un insieme di gesti codificati che esprimono un significato condiviso e servono a mettere in evidenza la comunione, il 'contatto' intimo e profondo tra il visibile e l'invisibile, l'immanente e il trascendente), in cui sia il corpo senziente (la liturgia è un evento polisensoriale totale), sia la relazionalità del corpo (con gli altri partecipanti; con Cristo attraverso l'Eucaristia), sono cruciali e reciprocamente costitutivi. La comunione prodotta dal rito è frutto della doppia relazionalità verticale e orizzontale: non è fusione, cioè cancellazione delle singolarità, ma 'Unione in Cristo', unità nella differenza.

9 *Ibidem*, p. 49.

10 *Ibidem*, p. 58.

11 J.-L. Chrétien, *La ferita della bellezza*, Marietti, Milano, 2010, pp. 38-39.

La prospettiva relazionale dischiude dunque sia una verità antropologica che una verità teologica: due verità che sono un unico messaggio, di cui il corpo è medium.

Il corpo come luogo antropologico e teologico e come medium-messaggio

Dal punto di vista antropologico, il corpo come medium-messaggio ci rivela prima di tutto che la dimensione carnale è fondamentale, è il segno tangibile della nostra unicità, insostituibilità, non equivalenza: non esistono due impronte digitali uguali, per non parlare del resto. In secondo luogo il corpo come medium-messaggio ci rivela che la nostra corporeità non è contrapposta allo spirito, per cui bisognerebbe scegliere cosa sacrificare. Nella cultura delle false alternative, il corpo relazionale ce ne manifesta l'assurdità: sarebbe come dover scegliere tra sonno e veglia, che solo nella loro articolazione ci consentono di vivere, come dice Agostino: dal sonno viene la capacità di stare svegli e attivi, così come dalla morte viene il rinnovamento della vita. Il nostro corpo è dunque un simbolo, il segno di una unità e di una pienezza inesauribili che non cancellano ma illuminano la corporeità. Come scrive anche Florenskij «il corpo è il simbolo dello spirito»¹² non perché abbia un valore puramente strumentale, ma perché insieme fanno una unità.

Nella lettera ai Tessalonicesi, san Paolo si riferisce all'uomo tutto intero: spirito, anima e corpo (I Ts 5,23). L'interiorità dell'uomo si comprende solo nella tensione con la sua exteriorità. La carne esprime ciò che in qualche modo capita nel cuore dell'uomo. Per questo, per designare la realtà interiore dell'uomo, si usano spesso simboli e immagini ispirate all'esteriorità (il cuore, le viscere, il sangue). E secondo Florenskij «l'intero precede le parti: riconoscere questo è presupposto fondamentale di una concezione cristiana del mondo.»¹³

A proposito del rapporto col corpo, scrive san Paolo: «Tutto mi è lecito!». Ma non tutto giova. «Tutto mi è lecito!». Ma io non mi lascerò dominare da nulla. I cibi sono per il ventre e il ventre per i cibi! Ma Dio distruggerà questo e quelli; il corpo poi non è per l'impudicizia, ma per il Signore, e il Signore è per il corpo. Dio poi, che ha risuscitato il Signore, risusciterà anche noi con la sua potenza (I Cor, 6,12-14). Dunque Dio è per il corpo. La stessa relazionalità orizzontale che segna il nostro venire al mondo ci indica anche la relazionalità verticale che ci costituisce più profondamente. Il corpo è medium-messaggio perché non è strumento, ma presenza piena e dunque anche 'fine' e messaggio, dentro questa relazionalità filiale.

12 P.A. Florenskij, *La concezione cristiana del mondo*, Pendragon, Bologna, 2011, p. 82.

13 *Ibidem*, p. 57.

Il corpo ha una valenza teologica per tre motivi fondamentali.

- Il primo è il fatto che è stato voluto da Dio e creato da lui, quindi necessariamente è portatore di finalità intrinseche. Creazione.

- Il secondo è che Dio ha scelto il corpo umano come mediazione per rivelarsi agli uomini: il Verbo si è fatto carne. «Dio parola non è un principio astratto, ma Persona Viva, Figlio Unigenito di Dio, che le nostre mani hanno potuto toccare.»¹⁴ Incarnazione.

- A questi due elementi, si aggiunge la Risurrezione, che riguarda il destino finale del corpo umano; la resurrezione dei corpi è un aspetto che specifica la fede cristiana. Nonostante la sua crescita, le sue sofferenze, il suo invecchiamento fino alla morte, e persino la sua decomposizione organica, il corpo umano è destinato a risorgere. Resurrezione.

Il messaggio evangelico dell'incarnazione, morte e resurrezione, continua così a restituire dignità anche a ogni corpo fragile e vulnerabile. Gesù è il mediatore perfetto, in lui medium e messaggio coincidono perfettamente («io sono la via, la verità e la vita»); egli rivela insieme chi è l'uomo e chi è Dio (Varillon): Gesù rivela che Dio è amore e che l'uomo è amato e fatto per amare. «Si fa fatica a capire l'incarnazione se Dio non è amore. Infatti la tendenza profonda, il movimento profondo dell'amore è diventare l'essere amato.»¹⁵

E questo è per noi anche un potente messaggio di libertà, la libertà dei figli amati: «Gesù rivela noi stessi a noi stessi, ci svela la grandezza della nostra libertà, strappa via le maschere che ci siamo fabbricati con le nostre mani, per paura e per egoismo. Ci dice: vali di più di quanto credi, la tua grandezza supera la coscienza che ne hai. Vivi in conformità a questa grandezza... Il cristianesimo è lo svelamento degli orizzonti illimitati della grandezza umana.»¹⁶

14 F. Varillon, *Gioia di credere, gioia di vivere*, Edizioni Dehoniane, Bologna, 1984, p. 135.

15 *Ibidem*, p. 27.

16 *Ibidem*, p. 68.



**Valori, formazione della
persona, relazioni umane**



Valori, formazione della persona, relazioni umane

Valori, formazione della persona, relazioni umane

Quello della formazione della persona è oggi uno dei compiti più importanti e più urgenti del nostro tempo. Dico questo perché, nonostante nessuno ne neghi a parole l'importanza, noi siamo oggi di fronte ad uno scenario che di fatto è dominato dal pessimismo, dallo scoraggiamento, dalla mancanza di fiducia verso il futuro, tutti atteggiamenti che non dispongono certo le persone ad impegnarsi in un progetto di vita degno di questo nome. Soprattutto, la crisi che stiamo attraversando si rivela sempre di più come una crisi non banalmente economica e finanziaria, ma come qualcosa che ci costringe a rivedere profondamente il nostro modo di vivere e di pensare. Essa ci interpella circa le nostre abitudini, le nostre relazioni, il nostro modo di considerare i beni, ma soprattutto il nostro modo di desiderare e di concepire l'uso della nostra libertà.

Il punto centrale – mi pare – sta proprio in questo: abbiamo ancora dei progetti ai quali intendiamo dedicare le nostre energie, oppure siamo diventati degli ometti piccoli piccoli, che non sanno guardare più in là del proprio naso? Abbiamo ancora dei *desideri* oppure, come avvisa un noto sociologo, ci limitiamo a soddisfare delle *voglie*?

Parlare di “formazione della persona” e di “valori” significa cercare una risposta a queste domande, risposta che non si trova in qualcosa di astratto, ma in quello che siamo disposti a vivere *concretamente*, cioè in quelle spinte profonde a cui consentiamo di animare *dal di dentro* i nostri desideri e le nostre aspirazioni. Sono quelli i nostri veri valori.

Educazione e formazione della persona

Può capitare di sovrapporre l'idea della “formazione” a quella di “educazione”. Certamente si tratta di concetti strettamente correlati; tuttavia, se ci pensiamo bene, quando usiamo il verbo “formare” non stiamo esprimendo la stessa idea di “educare”. Infatti “educare” evoca l'immagine del tirare fuori quello che hai già dentro. In

Occidente, dobbiamo probabilmente a Socrate l'idea della maieutica, ossia dell'arte di aiutare gli altri a "partorire" le verità che sono già in loro. In tal senso, un bravo educatore non è uno che si impone o che ti indottrina, ma qualcuno che ti stimola, che sa indicarti le tue capacità, che ti aiuta a scoprire la tua strada. La "formazione" dà piuttosto l'idea del costruire, l'idea di un impegno che ciascuno deve mettere concretamente nel dotarsi di certi fattori (competenze, conoscenze, capacità, ecc.) che ti permettono di raggiungere certi obiettivi. Lo scopo della formazione è quindi quello di fornire strumenti, con i quali diventare capaci di darsi una "forma", come la dà lo scultore a una statua. Solo che, in questo caso, la statua non è fuori di noi, ma in noi.

Formazione ed educazione sono allora due facce della stessa medaglia, ma pur sempre due facce diverse: a che cosa ti serve tirare fuori quello che hai dentro se poi non lo usi per costruire concretamente qualcosa di bello? In tal senso, la formazione ha per forza di cose bisogno di una fase teorica, ma consiste soprattutto in *un lavoro su di sé*, che richiede applicazione ed esercizio. Richiede la pratica. Ecco perché già i filosofi antichi pensavano che la pura teoria filosofica fosse buona solo se aiutava a fare gli "esercizi spirituali", con cui diventare un vero saggio. A sua volta, i cristiani sapevano che Gesù Cristo aveva detto che non entra nel Regno di Dio chi si limita a dire "Signore, Signore". Siamo dei "formatori" quando aiutiamo gli altri a lavorare su di sé, come noi stiamo facendo su noi stessi.

Valori e persone

Avremmo in mente un concetto distorto di formazione della persona se pensassimo che il nostro compito sia allora quello di "inculcare" dei valori, quasi che i valori siano dei principi astratti, o delle specie di idee platoniche che cercano con fatica di trovare dimora sulla terra. Se i valori fossero così, allora la persona formata assomiglierebbe molto ad un "bravo bambino" che fa tutto quello che un illuminato regolamento gli dice di fare. Ma possiamo davvero pensare che una persona con dei valori assomigli... ad una "scimmia ben addestrata"? Non che non servano delle regole – delle buone regole, intelligenti e ispirate a criteri saggiamente individuati – tuttavia possiamo facilmente intuire che una persona con dei valori non si limiti ad essere qualcuno che semplicemente mette in pratica delle norme. I valori sono vuoti senza dedizione, senza comprensione dell'altro, senza cuore. In una parola, senza *amore*. Uno dei punti centrali della disputa di Gesù Cristo con i dottori del suo tempo verteva su questo punto. E lo stesso san Paolo, nelle sue lettere, non insiste forse affinché si superi la logica della "legge"?

Altre volte pensiamo ai valori come a qualcosa che dobbiamo arrivare a possedere. Così, diciamo che qualcuno ha o non ha rispetto per gli altri, la giusta considerazione della donna, il senso della legalità, eccetera. Per quanto questo modo di parlare sia del tutto abituale, io ho sempre avuto delle perplessità in quest'uso lin-

guistico, che rende i valori come se fossero “cose” che si hanno o che non si hanno, come se fossero punti della spesa, che ci danno diritto ad un premio finale. Chi pensa di “possedere dei valori” non coltiva forse un atteggiamento di superiorità verso tutti coloro che, a suo parere, non ce li hanno? Sono convinto che questo modo “possessivo” di presentare i valori abbia purtroppo offerto qualche argomento a chi di valori non vuole proprio sentire parlare: c'è infatti chi crede che chi ragiona per valori abbia un modo rigido di pensare, con lo porterà a ergersi a giudice sprezzante degli altri e a volere prima o poi imporre a tutti i valori in cui crede lui.

Si badi, non voglio fare del buonismo o del relativismo: ci sono delle circostanze dove bisogna certamente difendere certe posizioni e rigettarne delle altre, riconoscendo che ci sono delle questioni valoriali importantissime e non negoziabili nella storia dei gruppi, in certi comportamenti, nel DNA di certi partiti politici... Non tutto è sullo stesso piano e non tutto è uguale. Tuttavia, sarebbe del tutto controproducente se dessimo l'idea che i “nostri” valori siano qualcosa che abbiamo in tasca e che tiriamo fuori per esibire una certa superiorità – nostra o della nostra cultura – sugli altri, disprezzandoli. Quando Gesù Cristo esprime il proprio disappunto verso il fariseo che orgogliosamente ringrazia Dio perché lui sì che è puro, egli ci suggerisce che se il possesso di certi valori ci facesse pensare di essere superiori agli altri, tale superba consapevolezza svuoterebbe di senso quegli stessi valori che crediamo di possedere e che vogliamo difendere.

Per non cadere in rischi di questo tipo, si dovrebbe forse ritenere che non esistono i valori, concepiti come delle utopiche entità ideali astratte. Non esistono, perché ad esistere davvero, in carne ed ossa, sono le *persone*. Vale la pena ricordare che la cultura europea ha preso a chiamare “persone” gli uomini, per sottolineare che essi non si limitano a esistere, guidati dall'istinto e dagli eventi esterni, ma hanno in mano la propria vita e danno ad essa una certa forma. “Persona” deriva infatti dal greco *prosopon*, che indicava la maschera che gli attori di teatro dovevano indossare per interpretare un certo personaggio. Così, l'uomo è persona perché non si limita a sopravvivere, seguendo un istinto naturale, ma deve cercare di vivere da *vero uomo*, interpretando *al meglio* la propria natura umana, così come un bravo attore è interpellato a interpretare al meglio la propria parte da recitare. L'immagine della maschera ci fa anche pensare al fatto che nelle nostre azioni e nel nostro modo di vivere noi facciamo *risuonare* ciò che più intimamente siamo. Quindi siamo persone perché possiamo prendere una posizione riguardo alle nostre azioni, per dirigerle *volontariamente e liberamente* verso una meta, che non è altro che la felicità, nostra e delle persone che amiamo. E se qualcuno pensasse di poter vivere senza prendere posizione, sappia che nel non prendere posizione sta già prendendo posizione...

A questo punto potrebbe diventare più chiaro il fatto che la dimensione del valore non ha a che fare con altro che non sia la capacità di promuovere ciò che vi è di più genuinamente umano in noi. Più che l'esecutore di un elenco di precetti-valori, *l'uomo di valore* è allora la persona, in quanto individuo fatto per cercare di realizzare *il meglio di sé*, interpretando al meglio la propria umanità. Così, se l'uomo è un essere

vivente, sono valori la cura della salute e la capacità di garantire una vita dignitosa; se l'uomo è un essere dotato di intelligenza e di sensibilità, allora sono valori la coltivazione l'intelligenza e del talento, la ricerca incondizionata della verità e della giustizia, come pure l'elevazione della sensibilità (quanto è urgente una formazione all'eleganza!); è poi di grande valore la capacità di coltivare le passioni, che significa a volte doverle dominare (pensate ad un iroso), altre volte doverle suscitare (pensate ad una persona poco sensibile).

A proposito della formazione della dimensione relazionale

Soprattutto, però, l'uomo è *un individuo in relazione con altri individui*. Chi non coltiva con cura le proprie relazioni rischia di diventare un uomo incapace di vivere. Quante persone iper-intelligenti o bacciate dal successo nel lavoro, toccate dalla notorietà e dalla ricchezza sono però profondamente infelici, depresse e tristi, a causa dei loro fallimenti nelle relazioni!

Credo che il punto più delicato su cui vale la pena lavorare riguarda quello che possiamo chiamare il "bisogno di consenso". È corretto pensare che alla base di una relazione ci sia l'aspettativa che qual rapporto "dia qualcosa" ai soggetti che lo vivono: sarebbe difficile mantenere viva una relazione se non pensassimo che sia un arricchimento. Tuttavia noi decliniamo spesso questo "bisogno d'altri" come bisogno di consenso, come bisogno cioè che gli altri ci approvino, ci applaudano, ci mettano su un piedistallo, che ci facciano sentire bene. Questo passaggio dalla consapevolezza che la relazione mi arricchisce alla pretesa che gli altri mi facciano stare bene può apparire sottile, ma è fondamentale ed è forse la ragione principale di tante crisi relazionali del nostro tempo. Come potremmo infatti creare rapporti capaci di durare, se valutiamo le relazioni sulla base delle emozioni che esse provocano in noi o sulla base del fatto che l'altro ci approvi sempre?

Il punto centrale sta nel fatto che dovremmo impegnarci a scovare, nei meandri del nostro cuore, quelle situazioni in cui in fondo ci interessa soprattutto il fatto che gli altri dicano bene di noi, mentre il fatto che gli altri ci aiutino a scoprire la verità su di noi passa in secondo piano. Infatti, finché la verità coincide con qualcosa di gradevole, tutto va bene. Ma non appena l'altro mi fa notare i miei difetti o non approva qualcosa che voglio fare, questo rischia di mettere in discussione tutto, proprio quando invece è solo a partire dal misurarsi con il dissenso che ciascuno di noi può veramente correggersi e migliorare. Molti matrimoni non durano perché non superano la fine della "luna di miele", ossia quando i coniugi smettono di guardarsi da semplici innamorati e cominciano a relazionarsi tra di loro con realismo, prendendo atto dei limiti, delle debolezze, delle difficoltà che tutte le relazioni vere sono chiamate a superare.

Nelle relazioni, c'è un linguaggio del dolore che non sappiamo più ascoltare. Infatti, ci sono casi in cui la sofferenza ci dice - e in certi casi fa proprio bene a dircelo - di evitare di investire troppo in talune relazioni; altre volte però la sofferenza è simile alle doglie del parto: in un matrimonio, ad esempio, la sofferenza è assai spesso ciò che ti stimola a ripensare il modo di relazionarti all'altro, che ti interpella ad essere meno egoista e a guardare con più comprensione gli errori e i difetti dell'altra persona. Se a dominare la nostra spinta relazionale è però la ricerca della nostra soddisfazione, non potremo capire il secondo tipo di linguaggio e lo ridurremo ad una variante del primo. Così, l'altro sarà sempre per te qualcuno che prima ti affascina e poi ti delude. In questo modo, rischi di vivere nella continua oscillazione tra il primo e il secondo sentimento.

Se riusciamo a cogliere l'urgenza di lavorare su queste cose, potremo capire fino in fondo perché il valore più grande che noi possiamo vivere nelle relazioni è la dimensione del *dono*. Chi dona, infatti, lo fa senza aspettarsi da lui un contraccambio. Questo però non significa che egli non sia a suo modo esigente. Chi dona non chiede indietro quanto donato, ma interpella il ricevente alla riconoscenza e a far fruttare il dono ricevuto. Per questo, il dono è l'atteggiamento più importante in cui vuole contribuire alla formazione della persona, perché è l'atteggiamento dei veri *maestri*. Pensiamo ad un insegnante, per il quale la cosa più importante non sia né il consenso degli studenti, né i loro voti sul registro, bensì la possibilità di donare ai suoi allievi le cose belle che ha dentro, cercando di accendere in chi lo ascolta il desiderio di condividerle. Egli sa che non potrà pretendere di misurare i frutti autentici di quello che ha cercato di seminare, perché il raccolto avverrà secondo modalità a volte imprevedibili e in un tempo lontano da quello in cui egli ha messo nel terreno un semplice granellino di senape.



Cercatori di notizie,
non di consenso



Cercatori di notizie, non di consenso

Cercatori di notizie, non di consenso

Avrei voluto conoscerlo, Napoleone, perché m'intrigava l'immagine di quei due ex redattori che, all'alba, entravano alla *Stampa* per scandagliare le copie appena tirate: uno col lapis rosso, in cerca di refusi, l'altro col blu, per gli errori.¹ Tali copie venivano poi consegnate a questo «personaggio bizzarro, vanitoso: piccolo di statura, dinamico, intelligente, pieno di vitalità, pronto alla battuta, lasciava cadere un ciuffo di capelli sulla fronte, forse voleva assomigliare a Napoleone.»²

Il mito di Giulio De Benedetti, piranha col ciuffo,³ è nato così. Nel 1963, il suo inviato a Dallas pensò di raccogliere le testimonianze della gente per rendere il clima dopo l'assassinio del presidente americano, John Fitzgerald Kennedy; a Napoleone non piacque, perciò gli mandò un telegramma di insulti; l'inviato, che si chiamava Enzo Biagi, si mise a piangere e diede le dimissioni.⁴ Atteggiamenti di onnipotenza e di arroganza, forse, ma legati a un valore supremo, per cui il giornalista riconosce un solo padrone: il proprio lettore. A questo giudice insindacabile si rende conto di tutto. Napoleone diceva «che esistevano due modi di scrivere per i giornali: uno limpido e l'altro opaco. Quest'ultimo meritava la fucilazione alla schiena per alto tradimento del lettore. Dunque, per non essere fucilati, bisognava scrivere, riscrivere, correggere, riscrivere ancora e di nuovo correggere. Con un traguardo: la chiarezza assoluta.»⁵

Nell'adolescenza, mia sorella sosteneva di avere uno scemo in famiglia, perché leggevo il vocabolario come un romanzo. Del tutto normale magari non ero, ma quell'uso derivava da un forte bisogno di fondamenta: volevo scrivere, nient'altro mi interessava. Ho impiegato ore per capire dove piazzare il punto fermo: prima, o

1 Cfr. G. Pansa, *Carte false*, Rizzoli, Milano, 1986, p. 13; A. Papuzzi, A. Magone, *Gidibi*, Donzelli, Roma, 2008, p. XIV.

2 E. Marucci, *Giornalisti grandi firme*, Rubbettino, Soveria Mannelli, 2005, p. 186.

3 Cfr. G. Borgese, Giulio De Benedetti, «piranha col ciuffo», *Corriere della Sera*, 13 luglio 2008, p. 35. De Benedetti (1890-1978) fu direttore della *Stampa* dal 4 aprile 1948 al 4 dicembre 1968 ed è noto anche come *Gidibi*, dalle iniziali con cui firmava i corsivi. La spinta che la sua direzione diede al quotidiano torinese, è sintetizzata da P. Ottone, *Intervista sul giornalismo italiano* (a cura di P. Murialdi), Laterza, Bari, 1978, p. 62: «Era il concorrente diretto del «Corriere», quello che si teneva maggiormente d'occhio in via Solferino, secondo la tradizione di una vecchia rivalità. Anzi, «La Stampa» era arrivata abbastanza vicina al «Corriere», come diffusione, in quel periodo.»

4 Cfr. A. Papuzzi, A. Magone, *Gidibi...* cit., pp. 150-153, che pubblica stralci dell'articolo di Biagi.

5 G. Pansa, *Il revisionista*, Rizzoli, Milano, 2009, p. 132.

dopo i caporali⁶ O per stabilire quando al papa toccasse la maiuscola, in quali casi preferire la congiunzione eufonica, com'è disciplinato l'accento acuto. Divenuto direttore, impegnavo certe riunioni di redazione per un ripasso delle regole. Devo ammettere: mi ha sempre dato un gusto particolare citare la lezione di Sergio Lepri, grande codificatore di elementi stilistici,⁷ sull'invariabilità del plurale nei lemmi stranieri. Siccome si è portati a pensare, per derivazione dall'inglese, che basti aggiungere una esse, Lepri faceva l'esempio dell'ebraico kibbuz, che si declina in *kibbuzim*. Bando agli strafalcioni quindi, tipo *fans* o *curricula*: correttamente, si scriverà i fan e i curriculum. In un mondo di eccezioni però, imparai pure che alcuni derivati dallo spagnolo seguono un'altra prassi: i *desaparecidos*, i *descamisados*...

Ma a volte, di fronte agli sguardi di sopportazione dei redattori, mi domandavo se non avesse ragione mia sorella. A soccorrermi, erano certe storie legate alle grandi firme, tipo Paolo Monelli quando dettava i suoi pezzi alla *Stampa*: «Guai a cambiare la struttura dei capoversi [...]. Guai a trasformare un punto e virgola in una virgola. Guai a usare le virgolette doppie se lui aveva usato quelle semplici.»⁸

Già, perché negli anni di Napoleone si dettava. La mia parabola ebbe faticosamente inizio nel 1981, ma decollò grazie alla diffusione del personal computer. Fino ad allora, aveva imperato il piombo, e nei giornali possedevano grande peso figure ormai dimenticate: i linotipisti, i titolisti, i correttori di bozze.

Per fare un buon titolo, ammonivano i vecchi redattori, serve un buon attacco (un buon comincio, diceva Napoleone),⁹ perché chi passa il pezzo non ha tempo di leggerlo per intero: deve trovare l'essenziale nelle prime righe. Insomma, la famosa regola delle cinque w¹⁰ sarebbe nata per esigenza pratica, dovuta al fatto che estensore dell'articolo e compositore del titolo erano persone diverse. Lo sviluppo informatico ha condotto a un'inesorabile dissoluzione di questo mondo, ma ha permesso anche l'impensabile.

Una trentina d'anni fa infatti, si cominciò a capire che i computer avrebbero potuto drasticamente ridurre i costi di avvio e gestione d'un giornale: anche in piccoli bacini territoriali, con un limitato numero di potenziali lettori, si poteva mettere in piedi un periodico con le stesse caratteristiche dei quotidiani. In quel decennio, che vide il boom della pubblicità commerciale, nacquero dozzine di testate e, con esse, centinaia di aspiranti si affacciarono al fantastico universo del giornalismo.

Restava un universo ibrido, sospeso tra linotype e stampanti digitali, ma fantastico lo era davvero. Ricordo, la domenica sera, quando tutti eravamo chiamati a

6 I caporali sono le virgolette basse, dette anche francesi.

7 Lepri (Firenze, 1919) ha diretto l'Ansa (Agenzia nazionale stampa associata) nel 1962-'90 ed è stato docente di linguaggio dell'informazione e tecniche di scrittura alla Scuola superiore di giornalismo della Luiss (Libera università internazionale di studi sociali Guido Carli).

8 G. Pansa, *Il Protagonista Libertino*, p. 153, in *Atlantide*, a. IV, n. 14 (2008), pp. 152-157.

9 Cfr. G. Pansa, *Carte false...* cit., p. 13 che nel racconto della sua esperienza, continua: «[...] quando andai al *Giorno*, scoprii che lì lo chiamavano *lead*: e questo *lead* era l'ossessione del vice direttore Angelo Rozzoni, che arrivò a farmelo cambiare sei volte.»

10 Dall'iniziale delle parole inglesi who (chi), what (cosa), when (quando), where (dove), why (perché).

raccogliere risultati e tabellini delle partite di calcio: solo il *nerista*¹¹ ne era esentato, perché deputato agli ultimi giri di cronaca.

Noi, dunque, cominciavamo a chiamare i corrispondenti dei campionati di Prima e Seconda categoria: gente che stava a bordo campo, magari come guardalinee, oppure in panchina. Ce n'erano alcuni che, se la squadra era stata sconfitta, ti fornivano solo la loro formazione, adducendo che quella avversaria l'avevano persa, o non gli era stata passata. Allora, scattava l'operazione bar dello sport. In un'epoca in cui i cellulari erano fantascienza, si scorreva l'elenco telefonico del paese da cui proveniva la squadra ospite e si cercava un locale dove ti potevano dare il recapito dell'allenatore, d'un dirigente, o di qualcuno che avesse visto la partita; che poi, magari, rintracciavi in pizzeria, dove riuscivi a fartelo passare dopo esserti beccato gli insulti d'un cameriere trafelato. Non esisteva internet, non c'erano e-mail, le fotografie, solo in bianco e nero, venivano sviluppate in tempi record. Eppure, i giornali giungevano puntuali in edicola.

Come detto, tuttavia, un mondo stava tramontando e, con esso, i riferimenti di un'era che, raccontata adesso, si sarebbe tentati di definire pionieristica. Per dire del trapasso che si era compiuto tra la stampa a caldo e quella a freddo,¹² valga un aneddoto dei miei esordi.

L'attuale direttore dell'Asca (Agenzia stampa quotidiana nazionale), Gianfranco Astori, allora potente deputato locale della Democrazia cristiana, chiamò il giornale per una dichiarazione; mi accingevo a prendere appunti, ma lui chiese di passargli un dimafonista:¹³ che sarebbe come cercare la fermata della metropolitana a Roccasecca. Perché i nuovi editori, questo facevano: mettevano in piedi strutture ridotte all'osso, contando sugli ardori di noi, giovani rampanti, pronti a sacrificarci gratis, giorno e notte, pur di firmare un'apertura di prima pagina; convinti pure, quegli stessi editori, che una volta smorzata la nostra passione, gli sviluppi tecnologici avrebbero consentito di colmare il gap. E su questo, bisogna dar loro atto che l'hanno azzeccata.

Si guadagnava poco e si lavorava molto, cullati dall'illusione di produrre qualcosa di utile per le sorti dell'umanità. Tale idea, era rafforzata dalle critiche e dalle segnalazioni che si raccoglievano in redazione. Un lunedì in cui, per motivi che non ricordo, il giornale uscì privo della colonna vincente del Totocalcio, la segreteria dovette fronteggiare le proteste di chi si sentiva defraudato dei soldi lasciati all'edicolante. Questa attenzione per circostanze all'apparenza banali, induceva a credere di essere artefici d'un meccanismo virtuoso, per cui una società più informata sviluppa partecipazione e dibattito. In verità, la gente si lagnava se, il 7 gennaio, non pubblicavi l'elenco dei biglietti vincenti della Lotteria Italia, ma raramente perdeva

11 Nel gergo giornalistico, il redattore specializzato in cronaca nera.

12 Così viene distinta la composizione tipografica su linotype (e monotype), prodotta con piombo fuso, e quella computerizzata. Tale argomento, che mi capitò all'esame di Stato, è trattato ai quesiti 301-302 di F. Abruzzo, *Codice dell'informazione*, Centro di documentazione giornalistica, Roma, 1999 (2ª ed.), p. 936, che è il manuale di preparazione alle prove per l'iscrizione all'albo dei professionisti.

13 È il trascrittore al dimafono, apparecchio collegato al telefono per la registrazione.

tempo a occuparsi di quel fondo¹⁴ in cui eri stato così accurato nell'analisi e nel lessico. «Lettere, telefonate, reazioni di lettori e telespettatori sono segnali preziosi, ma vengono pur sempre da personalità particolari, più attive e dotate di senso critico: la maggioranza del pubblico è silenziosa.»¹⁵ Una lezione di umiltà, prima di tutto, ma pure una chiara indicazione riguardo il mestiere del giornalista: che è quello di cercar notizie, non di preoccuparsi dei destini del cosmo.

Quell'eccitazione però, sfociava in una tensione etica che si sviluppava assieme alla pratica. Si parla spesso del diritto di cronaca, che scaturisce dall'articolo 21 della Costituzione della Repubblica italiana,¹⁶ ma non sempre si richiama il suo rovescio, cioè il dovere di cui un giornalista è investito di fronte ai fatti. In proposito, mi capitò di polemizzare col direttore d'un periodico, che aveva tenuto a bagnomaria la vicenda di alcuni preti, i quali s'erano intestarditi nel voler celebrare solo in latino: finché il vescovo, esasperato, non li rimosse. Il collega insisteva nella lettura del diritto come possibilità escludente: la notizia, ho facoltà di darla o non darla (dato che la questione era imbarazzante, meglio evitare).

La mia opinione invece, è che valutazioni preventive schiudano inesorabili processi censori: «Può darsi che l'onestà assoluta non esista, ma intanto diciamo al droghiere di non rubare sul peso. Può darsi che l'obiettività giornalistica non esista, ma intanto pensiamo a far bene i giornali.»¹⁷ E i giornali fatti bene, sono quelli che non nascondono le notizie, ma neppure le gonfiano o le esasperano: «La prima cosa da conquistare [...] è la fiducia del lettore [...]. E questa conquista la si fa non ricorrendo mai ai falsi, che prima o poi vengono scoperti, e da quel momento è meglio cambiar mestiere. L'idea di conquistare il lettore con le montature sensazionalistiche dei fatti può funzionare sulla breve distanza. Su quella lunga, procura solo discredito. [...] Noi dobbiamo essere e restare al servizio del lettore, e in senso non astratto, ma concreto in quanto è lui che ci mantiene comprando i nostri giornali [...]»¹⁸

Guardando all'informazione locale, cui ho dedicato quasi un quarto di secolo di professione, non si pensi che l'autocensura voglia tacere chissà quali complotti: è, piuttosto, un atteggiamento per scongiurar grane, tipo il giorno in cui, a *Novara Oggi*, irruppe un tizio, del quale avevamo scritto che era stato fermato per insulti e resistenza ai carabinieri; spalleggiato da un compare, cominciò ad alzar la voce, e fui grato al mio vice che, interpostosi con la sua mole, evitò il peggio. Incidenti del genere non sono eccezionali, laddove la struttura d'accoglienza prevede un semplice bancone, presidiato da miti segretarie.

14 Il quesito 258, in F. Abruzzo, *Codice...* cit., p. 930, pone un distinguo tra fondo e editoriale: «È l'articolo per eccellenza [...] che esprime il parere del direttore o di un collaboratore illustre su un determinato argomento, quello che si ritiene più importante della giornata. Sue caratteristiche: rigorosa limitazione a un fatto, chiarezza espositiva, capacità di convincere, brevità. Occupa l'apertura di prima pagina, in alto a sinistra. Il fondo è firmato, l'editoriale no.»

15 P. Bianucci, *Te lo dico con parole tue*, Zanichelli, Bologna, 2008, p. 129.

16 «Tutti hanno diritto di manifestare liberamente il proprio pensiero con la parola, lo scritto e ogni altro mezzo di diffusione. La stampa non può essere soggetta ad autorizzazioni o censure.»

17 P. Ottone, *Il buon giornale*, Editori Associati, Milano, 1990, p. 281.

18 I. Montanelli, *Le mie tre regole*, in F. Cevasco, D. De Stefano, *Come si scrive il Corriere della Sera*, Rizzoli, Milano, 2003, p. 9.

Nulla a che vedere con gli ingressi blindati dei grandi quotidiani, dove le redazioni difficilmente sperimentano i problemi generati da certe notizie. Così, un servizio ripreso dalla rivista *Altroconsumo*, con elenco dei supermercati dove la spesa era più cara, causò la rescissione del contratto pubblicitario da parte della catena interessata e una rissa verbale col direttore della concessionaria, che vedeva svanire le sue provvigioni.

Si potrebbero sciorinare decine di altri esempi, ma l'essenziale è chiaro: il giornalismo è mestiere che nasce dalla passione e intreccia il mito dell'*Encyclopédie*,¹⁹ raccogliendo e tramandando, di giorno in giorno, la vicenda umana. Utopie? Si apra internet, allora, e ci si domandi da dove scaturisca quel bisogno di fissare, in miliardi di pagine virtuali, ogni aspetto della vita e della conoscenza.

Proprio in questo snodo, tuttavia, si materializza quella nemesi per cui la parola di carta sarebbe destinata a scomparire, annientata da una tecnologia che tanto progresso ha consentito. Le previsioni sul futuro dei giornali vanno per le spicce: «Negli Stati Uniti quelli generalisti probabilmente moriranno comunque, qualsiasi cosa facciano. Ma in altri continenti come l'Asia c'è più tempo per i cambiamenti. Quelli di nicchia, dedicati allo sport o al business, quelli iperlocali hanno maggior probabilità di sopravvivenza un po' ovunque.»²⁰ Ma se anche si realizzassero gli scenari più foschi, davvero sarebbe un dramma? «David Cressy ha descritto bene, per esempio, come nell'Inghilterra elisabettiana un raffinato e complesso sistema di fuochi e campane non solo portava 'le notizie' a casa della gente, ma così modellava e modificava la pubblica opinione.»²¹

C'è qualcuno, oggi, che rimpiange quel metodo? Coloro che si dannano l'anima per il possibile tramonto indotto dal web, o temono di perdere il posto,²² oppure si fanno fregare dalla nostalgia. Perché la tenerezza verso quei collaboratori che mandavano fogli scarabocchiati, cui poi occorreva dare senso compiuto, è un inganno: allora li maledicevo, e li sopportavo solo per mancanza di alternativa. E per quanto romantica possa apparir l'epoca del fuorisacco,²³ vuoi mettere la comodità dell'e-mail?

19 *Encyclopédie ou Dictionnaire raisonné des sciences, des arts et des métiers*, progettata e pubblicata in Francia nel 1745-'72 sotto la direzione di Denis Diderot e Jean-Baptiste Le Ronde d'Alembert.

20 N. Bruno, R. Mastrodonardo, *La scimmia che vinse il Pulitzer*, Bruno Mondadori, Milano, 2011, p. 152.

21 A. Cavallari, *La fabbrica del presente*, Feltrinelli, Milano, 1990, p. 22.

22 Lampante il direttore del *Corriere della Sera*, in una lettera ai propri redattori: «Di fronte a rivolgimenti epocali di questa natura, l'insieme degli accordi aziendali e delle prassi che hanno fin qui regolato i nostri rapporti sindacali non ha più senso. Questo ormai anacronistico impianto di regole, pensato nell'era del piombo e nella preistoria della prima repubblica, prima o poi cadrà. [...] Non è più accettabile che parte della redazione non lavori per il web o che si pretenda per questo una speciale remunerazione. [...] Non è più accettabile la riluttanza con la quale si accolgono programmi di formazione alle nuove tecnologie. [...] Non è più accettabile una visione così gretta della professione che ogni giorno fa le pulci, e giustamente, alle insufficienze e alle inadeguatezze di tutto il resto del mondo dell'impresa e del lavoro.» Le affermazioni sono tratte da F. de Bortoli, *Informazione, nuove tecnologie, regole. Il confronto al «Corriere», Corriere della Sera*, 3 ottobre 2010, p. 36, dove compare anche la replica del comitato di redazione.

23 Così erano definite le notizie dell'ultima ora che i corrispondenti locali inviavano alla redazione centrale per ferrovia o per corriera; le buste e i plichi venivano appunto tenuti fuori dal sacco postale, per essere consegnati a mano, all'arrivo, all'incaricato del ritiro.

Così io, esaltando Napoleone, ne ho ritagliato l'immagine più aderente al mio percorso, e declinando l'articolo, limitando gli avverbi, sfrondando i concetti, ne ho ricercato l'approvazione postuma. Ma pure questa è invenzione: Napoleone non c'è più e non potrà contraddirmi. Pare abbia detto, però, che un giornalista scriverà in prima persona solo il giorno in cui sbarcherà sulla Luna: se fosse ancora qui, sarei licenziato.



La radio dà voce
ai senza voce



La radio dà voce ai senza voce

La radio dà voce ai senza voce

Romeo Dallaire esitò prima di rispondere. I suoi occhi si inumidirono: «Io non sono riuscito a salvarli. Sono morte un milione di persone, mi capisce? Non posso dire 'ho fatto il mio dovere' e pensare di cavarmela così con la mia coscienza. Mi avevano chiesto aiuto e io non ho potuto fare niente.»

Romeo Dallaire è un ex generale canadese. Nel 1994 era il comandante della Minuar, la missione di pace dell'Onu che assistette inerme al peggiore genocidio nella storia africana: l'uccisione di un milione di persone in Ruanda. In tre mesi di follia furono uccise con lance, spade, machete, coltelli e frecce 11 mila persone al giorno, 416 ogni ora, 7 esseri umani al minuto. Quando lo incontrai a Ginevra, alcuni anni fa, il generale Dallaire aveva perso tutta la sicurezza di un tempo: lui aveva provato a disobbedire agli ordini di evacuazione che provenivano dai vertici delle Nazioni Unite, a non abbandonare i ruandesi al loro destino. Era rimasto al suo posto, a Kigali. E quando pensò a un modo per far sapere al mondo occidentale ciò che stava succedendo, la prima idea che partorì fu quella vincente: farsi intervistare quotidianamente dalla radio pubblica canadese. Ogni sera una voce flebile, sempre più sconsolata, quella del comandante in capo del contingente Onu, raccontava l'inferno ruandese.

Parto da qui, da un Paese e da avvenimenti relativamente lontani nel tempo e nello spazio, per raccontare cosa vuol dire fare informazione attraverso il mezzo radiofonico. Perché è studiando ciò che successe in Ruanda nel 1994 che ho capito in fondo il potere che può avere questo *medium*. Me lo confermò un altro testimone oculare di quei tragici fatti, l'allora console generale italiano a Kigali, Pierantonio Costa. Perlopiù sconosciuto alle nostre latitudini, Costa per i ruandesi è 'lo Schindler italiano'. Come Oskar Schindler, reso famoso dal regista americano Steven Spielberg, durante i massacri, Costa si mise in mente di salvare il maggior numero di persone possibile. Per farlo utilizzò tutti i suoi averi, il suo nome e le credenziali diplomatiche. Dall'aprile al luglio del '94, tanto fu il lasso di tempo dei massacri indiscriminati su uomini, donne, bambini e vecchi, Costa salvò 500 ruandesi e 123 cittadini europei, comprando con il denaro la loro libertà e facendoli espatriare in Burundi. Inoltre contribuì in modo determinante alla protezione e al salvataggio di un migliaio di bambini. Alla fine della guerra aveva elargito a destra e a manca per questo scopo tre milioni di dollari, accumulati in trent'anni di attività imprenditoriale. Ancora oggi l'ex console italiano ricorda con sofferenza le immagini vissute e a domanda precisa

si limita a rispondere: «Ha mai visto uccidere una capra con un coltello? Si può fare la stessa cosa con un uomo.»

Fu proprio Costa a farmi comprendere quale ruolo può avere una radio, in particolare in Africa: «La gente uccideva - mi disse - perché da una stazione radiofonica impartivano quest'ordine. Si chiamava 'Radio delle Mille Colline'. Da lì venivano diffusi messaggi semplici, del tipo: 'Uccidete i tutsi (l'etnia numericamente minoritaria in Ruanda), sono degli scarafaggi, non meritano di vivere'.» La gente eseguì. Persone normali, che fino al giorno prima erano professori, agricoltori, operai, si tramutarono in carnefici, anche del vicino di casa. Di fronte al mio stupore sul perché persone fino al giorno prima miti avessero imbracciato le armi, eseguendo ordini così freddi e terribili, Costa mi diede la risposta che non scorderò per tutta la vita: «Perché lo avevano detto alla radio. E la gente in Africa crede a quello che la radio dice.»

In qualche modo la radio ha un potere 'magico': le voci che escono da quell'apparecchio sembrano posarsi dolcemente sulle nostre spalle e sembrano rivolte direttamente a noi. Per capirlo meglio basta fare un piccolo esperimento: isolatevi in una stanza o nell'abitacolo dell'automobile, accendete una radio e ascoltate la voce della persona che parla. A differenza della tivù, vi sembrerà che quel suono sia proprio diretto a voi, in un rapporto a due, esclusivo. Milioni di orecchie potrebbero essere all'ascolto in quell'istante, eppure penserete che quella voce sia stata confezionata solo per voi. Questo è il fascino e la forza dell'informazione radiofonica.

Da piccolo ho sempre voluto fare il giornalista. Ero curioso di conoscere persone e avvenimenti e sono sempre stato attratto dalla lettura dei giornali. Ho trascorso la mia infanzia e la mia adolescenza a Sesto San Giovanni e ho frequentato le medie dai salesiani. È un luogo che ancora oggi mi sta molto a cuore: è lì che ho conosciuto i miei più cari amici, gli insegnanti che mi hanno formato, è lì, o meglio nell'oratorio attiguo, che ho praticato gli sport che ancora amo. Non posso dimenticare i tornei di calcio, i periodi di ritiro spirituale, i tanti momenti di aggregazione. Erano gli anni Ottanta, difficili per certi versi, quelli in cui imperversava l'eroina, disponibile per pochi soldi e a ogni angolo di strada, e l'oratorio per molti ragazzi della mia età è stato un rifugio sicuro, un'isola felice, una via di uscita spensierata ai problemi. Per me trascorrere i pomeriggi in oratorio era una felicità. Da una parte i momenti di spiritualità, dall'altra le ore svago in un luogo protetto, curato e accogliente. Si sa poi come va la vita, si cresce e il rapporto sia con la fede che con la spiritualità è cambiato, non lo nego. Sono cambiati anche gli oratori, da allora. È cambiata d'altronde la società, e non in meglio. Ora siamo nell'era della tecnologia, i ragazzi vivono perennemente attaccati ai cellulari, agli smart-phone, ai tablet e faticano a incontrarsi dal vivo. L'idea di buttare un pallone in mezzo a una quarantina di gambe e correre, sudare, socializzare non credo sia più così popolare tra molti ragazzi e ragazze. Ed è da qui che vorrei partire per una riflessione comune. Cosa si potrebbe fare per aumentare l'aggregazione tra i giovani, per renderli più uniti, per formare un gruppo con la voglia di fare? La risposta, magari provocatoria, ma semplice è una parola di sole cinque lettere: radio. Sì, proprio questa: fare una radio. Può sembrare complica-

to, costoso, faticoso. Invece vi assicuro che è qualcosa di fattibile. E per convincervi racconto un'altra storia, che ci porta sempre in Africa.

È la storia di Giorgio Lolli, un bolognese che da ragazzo (e parlo degli anni Sessanta) faceva il tecnico radiofonico e poi si ritrovò, per varie coincidenze del destino, a vivere nell'Africa sub-sahariana. A quel punto si inventò letteralmente un lavoro che fa tuttora: costruire emittenti radiofoniche. Ne ha messe in piedi a centinaia, disseminate in villaggi sconosciuti perfino alle mappe geografiche del Mali, del Togo, del Ghana, del Benin, della Costa d'Avorio... Giorgio Lolli capì trent'anni fa le potenzialità della radio, in un continente vasto e povero come l'Africa. Là dove le distanze sono spesso incolmabili e le informazioni circolano al ritmo del lento scorrere della vita, un mezzo immediato, dinamico ed economico come una stazione radio poteva segnare la svolta per milioni di persone. E così è stato. Lolli fa una cosa semplice ma di fondamentale importanza: dà voce ai senza voce. «Per questo - mi ha detto un giorno - nelle radio che costruisco si parla la lingua locale. Libertà significa che ognuno, anche il più povero, possa farsi sentire, possa parlare.»

La vita di Giorgio Lolli è un racconto ricco di aneddoti e di fascino. Da lui ho imparato che costruire una radio costa poco, e che poter dare una notizia a persone che non hanno altri mezzi di comunicazione è di fondamentale importanza. Perché le persone che sanno diventano automaticamente più libere. Lolli un giorno mi disse: «Ricordo quando creai la radio a Bamkass, nel deserto del Mali. All'inaugurazione c'era tutto il villaggio, gli abitanti si erano addirittura 'autotassati' pur di avere la loro emittente. E il sindaco dichiarò: 'Ora che abbiamo la farmacia, il pozzo e la radio, abbiamo tutto ciò di cui abbiamo bisogno'.»

Certo, le cose qui in Italia sono molto diverse. I mezzi di comunicazione abbondano: televisioni satellitari, internet e radio propongono una smisurata offerta di prodotti e informazioni. Ma il punto è saper discernere e non farsi travolgere dall'immenso flusso di notizie che ci vengono proposte. Ora, se penso a un oratorio gremito di ragazzi assetati di cultura, pieni di curiosità nei confronti del futuro mi immagino quanto possa essere galvanizzante e entusiasmante proporre loro di costruire una radio. Non quelle con l'antenna e i ripetitori ma una semplice web radio. Bastano una piccola saletta, un computer, un microfono, una conoscenza un po' approfondita della tecnologia che ai ragazzi di oggi certo non manca, e il gioco è fatto. Si può così creare una stazione ascoltabile via web dove i ragazzi possono gestire tutte le fasi di realizzazione di un vero e proprio palinsesto, cioè della programmazione. Non ci sono frequenze radiofoniche da acquistare a caro prezzo e dopo una interminabile trafila burocratica, non esiste alcuna limitazione nel raggio di emissione: una voce che esce da un computer e da una web radio può essere ascoltata dal vostro vicino di casa così come da un australiano. Con la peculiarità già detta: quella voce sembra che parli proprio a te che sei all'ascolto. Lo scriveva anni fa il più celebre studioso dei mezzi di comunicazione, Marshall McLuhan: «La radio - sosteneva - tocca tutti intimamente e personalmente: il suo aspetto più immediato è un'esperienza privata.»

Pensate che appassionante avventura: bisognerà decidere per quante ore essere in onda, immaginare e studiare un insieme di programmi di informazione e di intrattenimento. Bisogna decidere chi ha voglia di provare l'ebbrezza del microfono, mettersi alla prova come conduttori, come tecnici, come autori. È un viaggio davvero emozionante, stimolante, coinvolgente. E' un'esperienza che fa crescere lo spirito di gruppo, che mette davanti alle proprie potenzialità ma anche ai propri limiti. In una parola, è uno stimolo alla crescita dei ragazzi. E cosa c'è di più bello di sapere che tutto questo possa avvenire in un oratorio, un luogo dov'è fondamentale diffondere il messaggio evangelico ma anche un posto dove si può agevolare, positivamente, la socializzazione e la maturazione di tante persone. Progettare una radio è un'avventura a tratti esaltante: ci sarà chi si troverà benissimo a scrivere dei testi da far leggere a qualcun altro, chi vorrà parlare e far parlare gli ascoltatori che potranno intervenire (magari via skype, un altro sistema tecnologico semplice che i ragazzi conoscono alla perfezione), chi si vorrà occupare della pubblicità e dell'ufficio stampa (altro compito fondamentale per far conoscere a più persone possibili l'esistenza di una web radio). Si potranno inventare format radiofonici e coinvolgere anche i padri spirituali, si potrà imparare quanto sono importanti il tono della voce, il ritmo, la cadenza, la dizione. Tutti elementi che potranno servire anche nel futuro, nella vita privata ma soprattutto in quella professionale. Si potrà imparare a comunicare ma anche ad ascoltare. A dare voce alle persone, a stimolare il dialogo. E chissà, addirittura a formare a una professione.

La voce è una nostra caratteristica impalpabile, ma guai sottovalutarla. È con la faccia e con la voce che un ragazzo domani si presenterà a un colloquio di lavoro e poter lavorare sul suo modo di porsi di fronte a un microfono potrà aiutarlo a essere più sicuro di sé. Noi siamo, in parte, la nostra voce. E la radio è voce. Non apparenze ma esclusivamente voce, e quella vi assicuro non tradisce mai. Perché un'altra cosa che ho imparato facendo questo lavoro è che la radio non mente. A differenza della televisione, dove il messaggio veicolato in modo monodirezionale e senza alcuna possibilità di interazione può essere distorto dalle immagini che sviano e spostano l'attenzione.

La radio è stato il mio primo amore e ancora oggi non potrei immaginarmi fuori da quel mondo. Ho iniziato dalle piccoli emittenti, alcune delle quali oggi non esistono neanche più. Ho coniugato subito la passione per lo sport e la professione e per anni ho fatto le radiocronache delle partite della mia squadra del cuore, il Milan, prima su Radio Village (una stazione scomparsa), poi su Radio Number One. Finché nel 1999 mi sono imbarcato nell'avventura di Radio 24, l'unica radio in Italia con la formula news&talk come direbbero negli Usa, vale a dire una stazione la cui programmazione prevede solo 'parlato' in un misto di programmi dedicati all'informazione e all'intrattenimento. In 13 anni di carriera a Radio 24, grazie agli insegnamenti preziosi di un maestro del settore, Giancarlo Santalmassi, ho scoperto che alla radio si può fare di tutto: si può dare voce a un condannato a morte negli Stati Uniti, come fu nel caso di Derek Rocco Barnabei nel 2000, si può raccontare

la quotidianità delle guerre come quelle in Afghanistan e in Iraq, si possono toccare da vicino gli orrori dell'Olocausto attraverso la testimonianza di Nedo Fiano, sopravvissuto ad Auschwitz.

Su Fiano voglio spendere alcune parole. Il signor Nedo, classe 1925, nei campi di sterminio perse tutta la famiglia. Lui fu l'unico a sopravvivere. Finita la guerra e riconquistata a fatica la normalità, Fiano per anni ha girato le scuole d'Italia per raccontare ai ragazzi gli orrori vissuti. Quando lo ospitai a Radio 24 fece un racconto intenso, drammatico di quegli anni. E pianse, in onda, singhiozzando ogni qualvolta dovette parlare della madre, diventata un cumulo di cenere al crematoio di Auschwitz. Pianse, Nedo, e oggi, a distanza di cinque anni da quella puntata, diversi ascoltatori ancora mi scrivono chiedendo di poterla riascoltare. Quel giorno la voce di Nedo Fiano aveva reso possibile la magia della radio: aveva preso per mano ogni singolo ascoltatore in un rapporto esclusivo e lo aveva trasportato dentro il campo di Auschwitz. Quel suono era la storia di Nedo, e Nedo quel giorno era la radio.

Chi mi ha seguito fin qui può pensare a un messaggio visionario, a un progetto irrealizzabile e impervio. Non è così. Bastano un pizzico di volontà e di entusiasmo, la passione per la comunicazione e un buona dose di intraprendenza. La radio, concedetemi poi quest'ultimo atto d'amore, conserva una poesia che nessun altro mezzo di comunicazione possiede. A tutti noi è capitato almeno una volta di dare un volto alle persone che parlano, quando non abbiamo la possibilità di conoscerle direttamente. Il più delle volte quando si scopre quali fattezze si celano dietro a una voce, si rimane delusi perché non ci saremmo mai figurati quella persona così come in realtà appare. Questo perché la radio preserva il mistero tipico di tutto ciò che non è totalmente svelato. Così ci permette di immaginare e sognare, due azioni indispensabili per riuscire bene anche nella vita di tutti i giorni.

Possiamo dire che la radio mantiene un manto di invisibilità. E allora cito ancora McLuhan, quando ricordava che la radio, un mezzo che ci si presenta apparentemente in una forma diretta e personale che è privata e intima, in realtà per ciò che più conta «è una subliminale stanza degli echi che ha il potere magico di toccare corde remote e dimenticate».

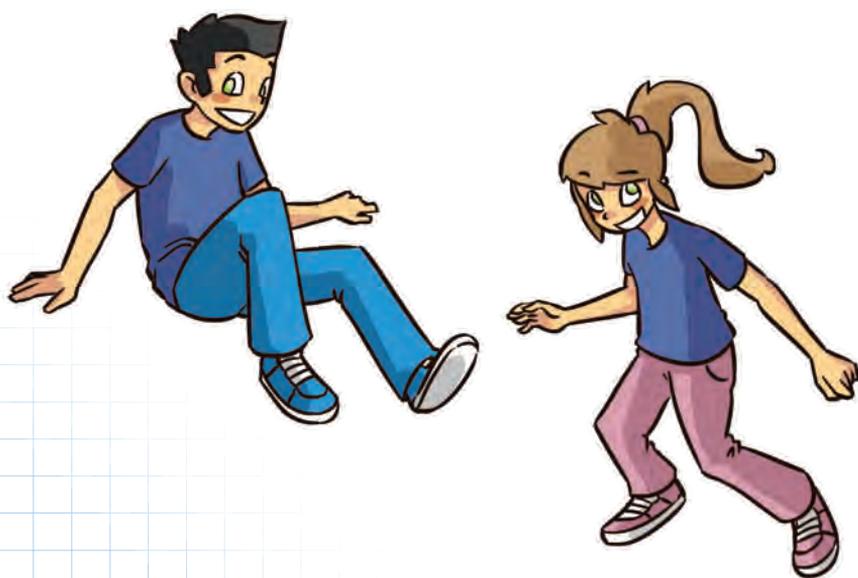
Se penso a un luogo simile, che possa toccare corde remote e dimenticate, mi viene in mente proprio l'oratorio della mia adolescenza.



Questa è una foto dei padri comboniani del Togo per 'Radio Speranza', un'emittente realizzata con l'aiuto di Giorgio Lolli nel villaggio di Tabligbo. Alcune ragazze italiane intervengono in una trasmissione nel 2010.



**Comunicare nell'ambito
associativo**



Comunicare nell'ambito associativo

«Come sappiamo e ricordiamo, da giovani, noi tutti, alla nostra maniera, abbiamo contestato uomini e strutture, che si ritenevano perfette: lo stesso San Benedetto al suo tempo consigliava l'abate di ascoltare i giovani perché in essi, spesse volte 'si rivela maturo consiglio'.»¹

Parrà strano che in un sussidio di lavoro sulla comunicazione, steso a ridosso del cinquantenario Anspi, compaia un brano di monsignor Battista Belloli,² risalente agli inizi del 1985. Non vuole essere una provocazione, ma di fronte ai traguardi che, 28 anni dopo, sono stati raggiunti nella diffusione delle tecnologie, può rappresentare un valido spunto di riflessione su come la relazione col mondo giovanile, che tali strumenti usa in modo massiccio, sia in questi decenni mutata. Ancora in pieno XX secolo, il mezzo di comunicazione per eccellenza era la carta stampata.

Nell'epoca della contestazione studentesca, le idee e le visioni d'un 'mondo nuovo' circolavano attraverso una miriade di bollettini e opuscoli, spesso ciclostilati; la sfera d'influenza era, necessariamente, a corto raggio: in buona parte, si diramava dagli ambienti universitari, propagandosi faticosamente verso la periferia per quasi esclusiva iniziativa dei singoli. Anche gli oratori avevano un loro ruolo, e le tendenze degli educatori si ripartivano tra coloro che propendevano per il pensiero anticonformista, e quelli, invece, che si preoccupavano di temperarlo, in ossequio a riferimenti culturali più conservativi.

Questa dialettica si dispiega nelle righe di monsignor Belloli, là dove sottolinea che «dobbiamo ascoltare i giovani perché le loro reazioni sono un segno, una manifestazione di ciò che bolle più profondamente nella società e le loro manifestazioni esprimono, spesso inconsciamente, verità antiche, ma ancora valide, sebbene dimenticate. Dobbiamo perciò, più che imparare dai giovani, comprenderli senza la pretesa (sempre occulta nel sottofondo di ogni autorità) di strumentalizzarli. Sarà uno sforzo notevole per molti adulti, rinunciare alla soddisfazione del paternalismo, del protezionismo, che spesso ha nuociuto alla comunità ecclesiale, ed ha allontanato i più attivi ed intelligenti ed ha reso gli altri esecutori passivi, e perciò non totalmente responsabili, di ciò che facevano.

1 B. Belloli, «Comunità educativa di base», p. 1, in *Anspi Oratori e Circoli Giovanili d'Italia*, a. XVII, n. 1 (1985), pp. 1-2.

2 Monsignor Belloli (1911-1999), originario di Rovato (Brescia), fu presidente Anspi dalla fondazione al 1993.

Gli adulti, però, non possono restare ai margini, ma devono parteciparvi con umiltà, accettandone i temi di fondo entro i limiti ragionevoli di una collaborazione e di una ricostruzione comunitaria.»³

Tale posizione era, a suo modo, rivoluzionaria: in seno al mondo ecclesiale, il tema della comunicazione è sempre stato in primo piano, ma l'interlocutore privilegiato finiva per essere, prioritariamente, il mondo degli adulti. Nel 1952, in diocesi di Brescia vedeva la luce la *Rivista del Catechismo*, affidata alla direzione di don Silvio Riva:⁴ una testata che ereditava gli intenti del periodico *Il Catechista Cattolico*, voluto dal vescovo di Piacenza, Giovanni Battista Scalabrini, nel 1876.

Fu in questo ambiente di grande tradizione, dove fin dagli esordi collaborarono monsignor Belloli e monsignor Carlo Pedretti, che prese corpo l'idea d'un sodalizio a servizio degli oratori e dei circoli giovanili. Questa ispirazione fu fortemente incentivata e sostenuta dall'allora arcivescovo di Milano, Giovanni Battista Montini; la sua figura è di fondamentale importanza anche sul versante della stampa ecclesiale.

Divenuto pontefice infatti, si adoperò per la realizzazione d'un quotidiano cattolico nazionale. «Per Paolo VI, figlio di un giornalista, e autorevole firma dei periodici della Fuci, anche attraverso la stampa e i mezzi di comunicazione si sarebbe dovuta compiere quella necessaria e irrinunciabile azione di apostolato alla quale i credenti sono chiamati. Sin dalla giovinezza, Montini, avvalorò l'eventualità che la stampa cattolica potesse svolgere un ruolo di portata quasi missionaria nei confronti di una società che "tutto ha inventato e scoperto fuorché il Vangelo".»⁵

Con la fondazione di Anspi, nel 1963, gli indirizzi comunicativi assunsero valenze che, in nuce, anticipavano quella che si sarebbe poi definita multimedialità: in particolare, incentivando la creazione di sale cinematografiche, si organizzavano cicli di film che venivano poi discussi in un'ottica di lettura del linguaggio espresso dalle immagini. Ma non è priva di significato la circostanza per cui «qualche mese dopo essere stato eletto Papa, il 22 settembre del 1963, rivolgendosi ai partecipanti all'assemblea dell'Unione cattolica della stampa italiana Paolo VI auspicò un rinnovamento della stampa cattolica, chiamata ad esercitare "una maggiore incidenza sulla pubblica opinione".»⁶

Per questo l'esigenza di sintetizzare, in forma di pubblicazione, gli intenti associativi, offrendo spazio anche alle iniziative e alle voci del mondo giovanile provenienti da oratori e circoli, col Sessantotto si fece pressante.

3 B. Belloli, «Comunità educativa... cit., p. 1.

4 Cfr. C. Pedretti, *Quelle radici nel segno del catechismo*, p. 14, in *Anspi Oratori e Circoli*, 3/2011, pp. 14-15. Riva apparteneva, all'epoca, all'Ufficio catechistico di Como.

5 E. Versace, *Volle «Avvenire» voce dei cattolici*, *Avvenire*, 21 dicembre 2012, p. 20. Fuci è l'acronimo di Federazione universitaria cattolica italiana.

6 *Ibidem*.

Nel 1973, l'esperienza della *Rivista del Catechismo* venne abbandonata;⁷ nel 1975 apparve il mensile *Anspi Oratori e Circoli Giovanili d'Italia*,⁸ che nel 1978 si trasformerà nella rivista attuale.⁹

Con l'avanzare del XXI secolo, il 'recinto' dell'informazione è stato terremotato dall'irruzione dei social network, attraverso cui il pubblico reclama una partecipazione attiva. Il progresso, parallelo al rapido adeguamento del mercato, ha messo nelle mani non solo dei giovani, ma anche dei bambini, gli strumenti tecnologicamente più perfezionati: e sono proprio queste generazioni che dimostrano un'abilità straordinaria nell'utilizzarli.

Tali possibilità, in certi casi sono connotate da valenze negative: non sempre conseguenti a necessità, al gioco o al divertimento, ma anche per far del male. In ogni caso, Facebook e Twitter, oltre a blog e forum di vario genere, rappresentano la modalità prevalente di messa in connessione col mondo: un'evoluzione che la Chiesa non ignora, tant'è che Benedetto XVI si è dotato di opportuni profili sulle principali piattaforme.

Pure Anspi segue con attenzione tale percorso, senza però rinnegare il passato. Il segno dell'adattamento si può cogliere nella linea editoriale della rivista. La ripresa delle pubblicazioni fu preceduta da una discussione con la base, ovvero coi rappresentanti dei circoli e degli zionali. Un primo incontro, piuttosto informale, si ebbe a Bellaria (Rimini), nell'ambito della Festa d'estate, il 5 settembre 2010; il successivo, meglio strutturato, alla Conferenza organizzativa di Sassone. In questo secondo, emersero tre principali attese, di cui la rivista veniva investita: informazioni sulle tendenze del mondo giovanile; spazi di riflessione sui metodi educativi e formativi; recupero del percorso storico di Anspi, soprattutto nelle aree di più antico radicamento.¹⁰

Un'ulteriore necessità, espressa in separata sede, riguardava poi il puntuale aggiornamento circa le normative fiscali e giuridiche concernenti la gestione e l'amministrazione dei circoli. Proprio quest'ultima richiesta, inerente un ambito in continuo, veloce cambiamento, si decise di esaudirla con newsletter e rimandi al sito internet, mezzi che permettono una più dettagliata e dinamica gestione di tali notizie. Avendo poi meglio individuato i target, si stabilì una collaborazione col quotidiano *Avvenire*, per un'informazione più orientata a un pubblico esterno ad Anspi. La rivista dunque, per quanto attenta alle scansioni della vita associativa, ha compiuto una scelta intesa ad approfondire proprio quegli aspetti richiamati a Sassone, attraverso approfondimenti e focus, anche derivanti da esperienze di altre realtà. Fra i settori, è stato privilegiato quello sportivo, vuoi per l'intrinseca capacità di aggregazione, vuoi per la capillarità di iniziative.¹¹

7 Nel 1957, la direzione era stata assunta da Belloli.

8 Cfr. C. Pedretti, *Quelle radici...* cit. p. 15; si noti tuttavia che l'articolo di Belloli citato alla nota 1 risulta tratto dalla raccolta dell'anno XVII: una discrasia cronologica che deve ancora essere indagata.

9 La testata odierna, *Anspi Oratori e Circoli*, a periodicità bimestrale, sospese le pubblicazioni a metà del 2010, per riprenderle nel dicembre dello stesso anno, ancora sotto la direzione di Pedretti, che aveva assunto l'incarico dopo la morte di Belloli. Dall'1 gennaio 2011, direttore responsabile è Stefano Di Battista.

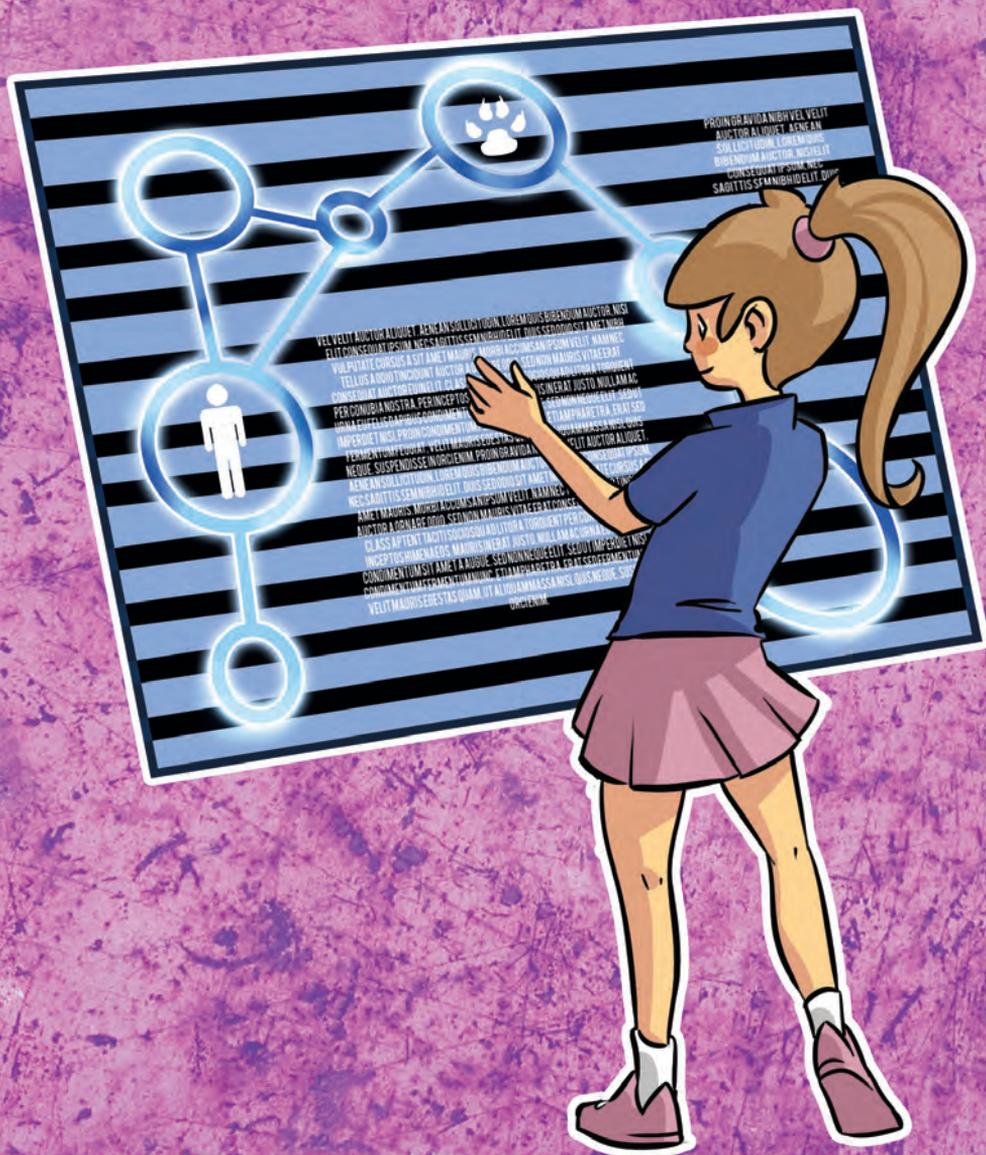
10 Tali suggerimenti sono sintetizzati in *Conferenza organizzativa Anspi, Ciampino (Sassone) 28-30 ottobre 2010. Verbale riunione nuovo corso rivista Anspi, 28 ottobre 2010, ore 21:30*, inedito, redatto dalla Commissione comunicazione, presieduta da Gian Mario Lanfranchini.

11 Nel 2011 si è dato vita a un'apposita sezione, curata da Francesco Umberto Iodice.

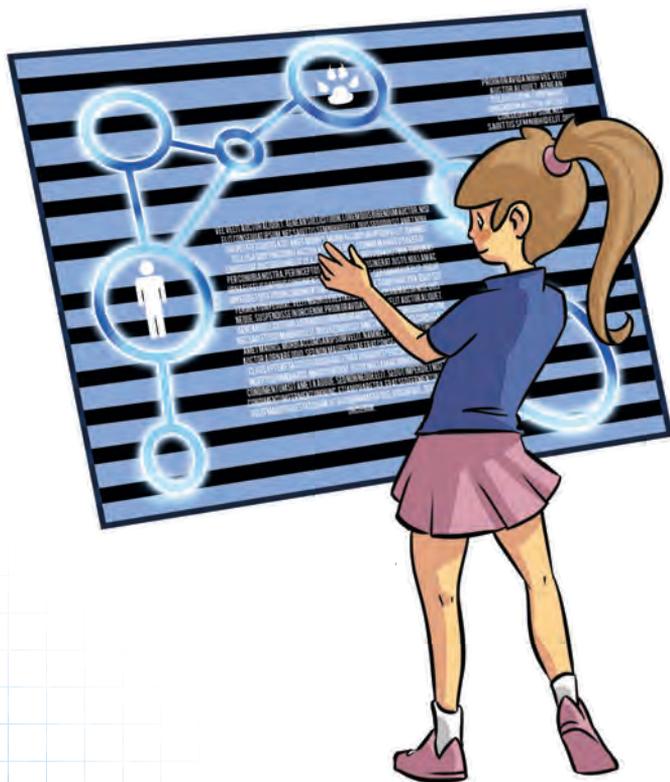
Stante questo scenario, torniamo al fondatore: auspicava una comunità educativa di base che, coniugando le domande dei circoli, tenesse conto della formazione degli educatori e del coinvolgimento dei giovani; per attuarla, occorrevano canali comunicativi che, all'epoca, erano quasi esclusivamente cartacei.

Quel che qui importa, però, non è discutere il mezzo, bensì le finalità. Nella parte conclusiva del suo scritto, monsignor Belloli ricorda che «i giovani devono partecipare direttamente [...] e devono essere disponibili per un'azione responsabile e non solo come contestatori; gli adulti devono creare un clima di solidarietà, di collegialità di lavoro, di fiducia ed esperienza democratica tra loro e verso i giovani. Si supera, in questo modo, il pericolo dell'immobilismo della tradizione e si attua quel clima amichevole che S.S. Paolo VI ha indicato come il clima più bello della istituzione oratoriana [...]»¹² In fondo è questo, dopo mezzo secolo di storia, l'indirizzo che Anspi deve conservare e valorizzare.

12 B. Belloli, «Comunità educativa... cit., p. 2.



Fare rete per essere
nella Rete



Fare rete per essere nella Rete

Fare rete per essere nella Rete

Forse oggi è più facile sperimentarsi nel costruire una rete sociale che progettarla e magari descriverla. La difficoltà è certamente legata da un lato alla crescente rarefazione dei contatti personali e dall'altra alla pervasività delle tecnologie di comunicazione che ci danno la percezione di essere già in relazione, prim'ancora di aver scambiato due parole o qualche sensazione. Perciò la sfida si pone in termini serissimi per chi voglia costruire una rete che si avvalga del convergere del lavoro di diverse associazioni, tutte con una propria identità, con statuti comportamentali, prassi educative, campi di azione, metodologie e dinamiche.

Una pluralità che i cattolici italiani conoscono bene e che soprattutto nella lunga stagione del Post Concilio hanno tangibilmente sperimentato nei luoghi canonici dell'azione pastorale: dalle parrocchie alle diocesi, dagli oratori ai movimenti, dalle associazioni alle più diverse forme di partecipazione.

Eppure, i tempi nuovi, con l'esplosione delle nuove tecnologie, pongono con urgenza la necessità di fare rete soprattutto a quanti operano in campo educativo per poter disporre di quella marcia in più, tanto necessaria soprattutto per interloquire con le nuove generazioni, senza perdere quel filo che lega, soprattutto gli educatori, alle generazioni più mature. Basti pensare alla stessa nuova definizione di 'luogo' che ci interpella e ci chiede di valutare come stare, in quel luogo tutto speciale che è la Rete, dove le porte sembrano tutte aperte. Una volta imboccate, però, alcune conducono verso strade completamente diverse e distanti dai nostri valori di riferimento.

In tal senso occorre chiedersi come sia possibile mettere in comune risorse, esperienze, abilità, per fare massa critica e cogliere l'opportunità del web come strumento per fare rete a livello interassociativo, laddove sempre più spesso la Chiesa italiana promuove momenti di interscambio e se possibile, di interazione. Basti pensare, alle proposte di impegno unitario che vengono lanciate e che spesso non ci trovano pronti ad una risposta unanime, pur nella nostra diversità. In questa direzione occorre mettere in atto strategie nuove facendo ricorso alle nuove tecnologie, anzi esaltandone la dimensione relazionale.

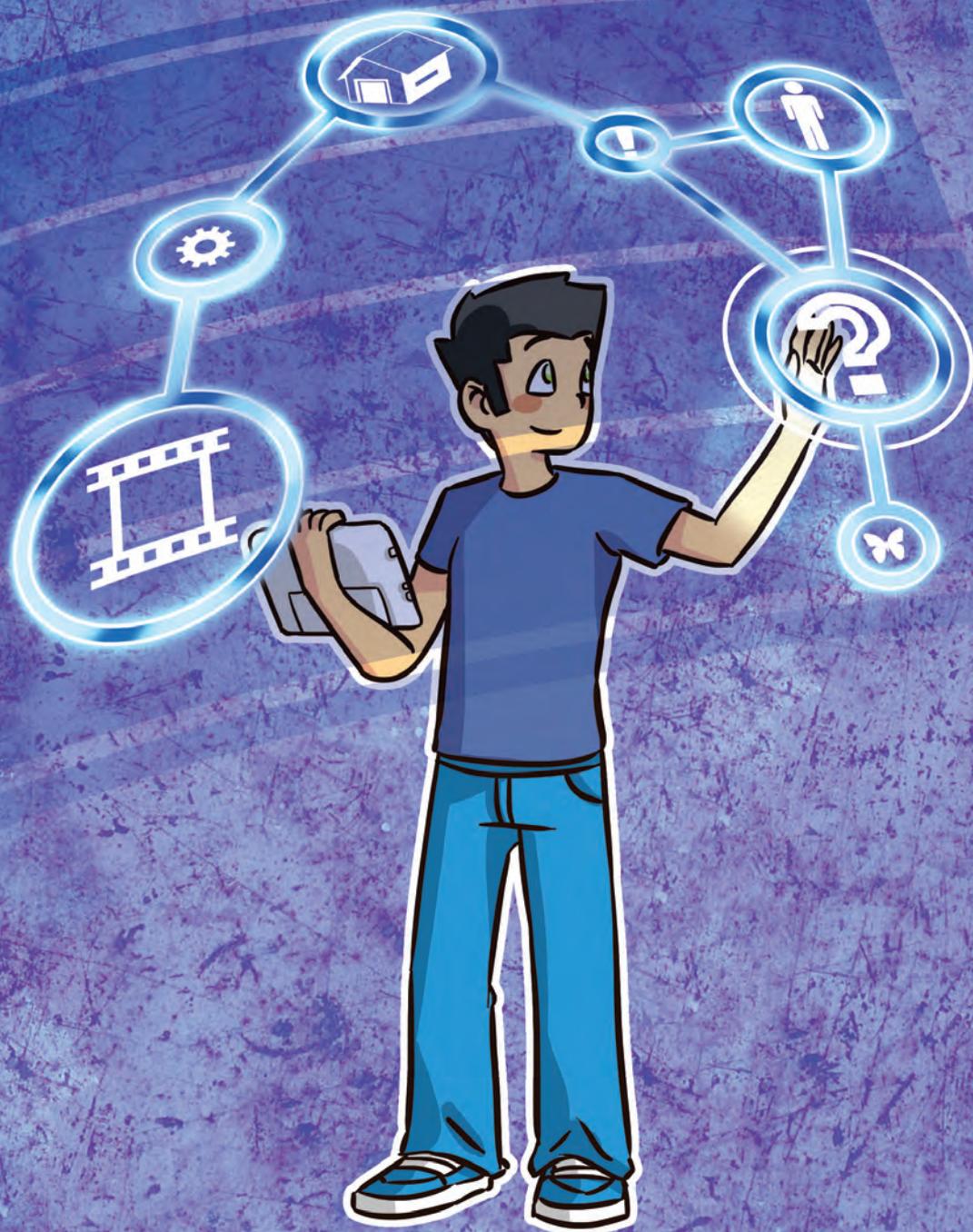
Di sicuro dobbiamo imparare a valorizzare le nostre capacità di comunicazione. È questo uno dei gap più pesanti che spesso ci condanna all'autoreferenzialità se non all'irrelevanza. Il non sapere quanto bolle in pentola nella parrocchia accanto, ma anche nell'associazione che ha una significativa presenza sul territorio nel quale anche noi operiamo, è un deficit insopportabile che comporta spesso la duplicazione degli eventi, la sovrapposizione delle occasioni, la dispersione delle forze. Con il rischio, tangibile, della scarsa incisività delle azioni e della inadeguatezza della presenza nello spazio pubblico.

Un primo impegno per fare rete nella Rete, dunque, è **comunicare insieme**. Non a caso il nostro è definito il secolo della comunicazione: oggi è la comunicazione il fattore strategico. Non è la sostanza dell'agire, ma spesso ne è l'anticamera imprescindibile. Talvolta, a dire il vero, assume un tale e determinante valore (strategico) - basti pensare all'impatto comunicazionale del papato o alle esperienze più recenti dei partiti nati e cresciuti attraverso la Rete dalle cui modalità di relazione interna hanno mutuato persino programmi e modalità di azione - che si arriva a concludere che senza comunicazione è impossibile esistere. Citando il famoso assioma di Paul Watzlawick «non si può non comunicare». Oppure, in altre parole e utilizzando una battuta, che poi tanto battuta non è, se non comunichi non esisti. E quanto questo sia vero per il mondo cattolico è sotto gli occhi di tutti. Ma per comunicare insieme occorre imparare a comunicare al proprio interno. Prassi questa spesso sconosciuta e sottovalutata. La comunicazione per fare rete deve necessariamente essere orizzontale e verticale, cioè sia fra i soggetti promotori della rete (orizzontale) sia rivolta a tutti i soggetti esterni alla rete (verticale). Con un'avvertenza: la verticalità è un concetto che nel web ha poco senso, in quanto piuttosto si dovrebbe parlare di trasversalità.

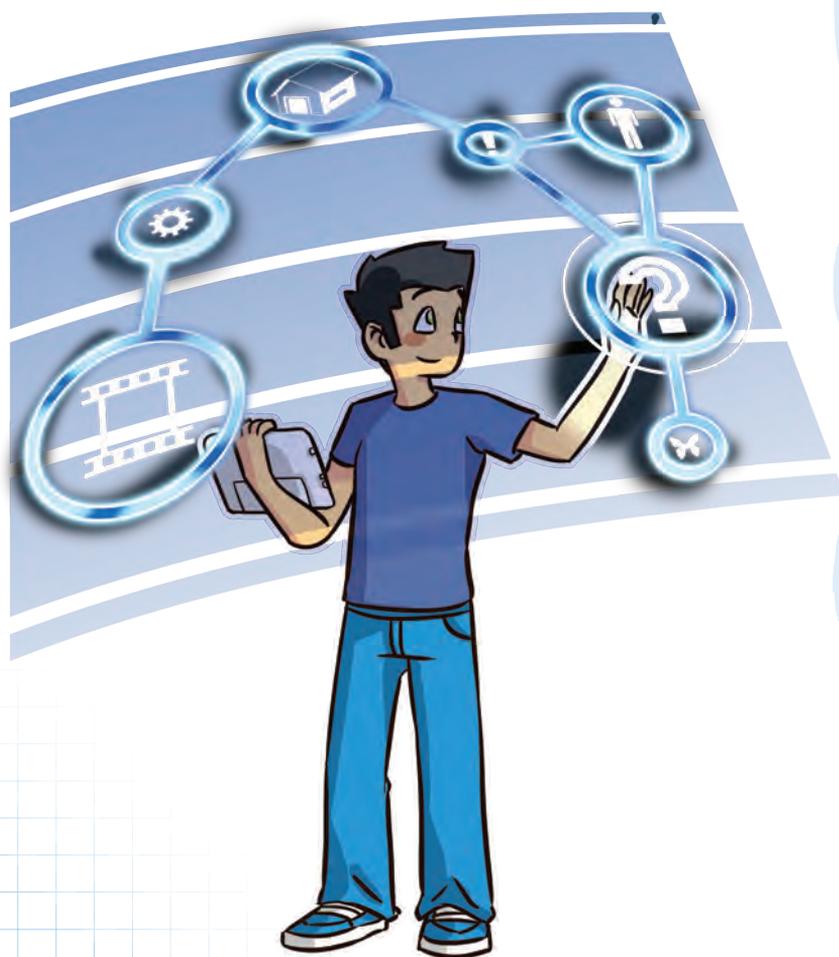
Un secondo impegno per fare rete nelle Rete è **progettare insieme**. Questa prospettiva comporta da un lato l'individuazione dei campi comuni nei quali è possibile operare congiuntamente (vedi le esperienze di volontariato e le attività sui territori), ma anche una predisposizione ad una cessione di autorità. Per intenderci, la logica della Rete è di per sé fintamente egualitaria e il motto più in voga, in questo momento è 'uno vale uno'. Sottintende cioè un principio di parità e parificazione che dovrebbe facilitare una prassi democratica, ma rischia spesso di trasformarsi in uno scontro più da bar sport che da confronto civile. Al di là delle scorciatoie sociologiche, resta il fatto che i cattolici hanno una lunga esperienza del lavorare insieme perché molto li unisce, correlata a una predisposizione naturale a marcare la propria soggettualità identitaria, il proprio dna. Ora è inevitabile che il progettare insieme non premia le identità, ma la dimensione comunitaria. Per progettare insieme, anche nella Rete, ovvero nel nuovo luogo in cui siamo chiamati a vivere e a relazionarci, dobbiamo scegliere di essere generosi e di far prevalere un noi più grande.

Un terzo impegno per fare rete nella Rete è **agire insieme**. Occorre cioè realizzare azioni significative che utilizzino gli strumenti del web per modellare prassi capaci di evidenziare l'intenzionalità (il fine condiviso), di costruire mentalità (è il tema della formazione del senso comune del popolo), di suscitare e attivare nuove azioni correlate (dall'agire in Rete all'agire interpersonale e comunitario), di acquisire valore di esemplarità (costruzione di trend comportamentali in grado di definire l'identità). In questo agire insieme conta soprattutto garantire alcune peculiarità: la dimensione testimoniale (metterci la faccia), la prassi della trasparenza (esseri se stessi e non mascherarsi), la forza dei gesti (esemplarità concreta). Sul piano operativo è necessario operare una sintesi alta, virtuosa e moderna, fra la dimensione dei contenuti o dei valori che stanno a cuore alla nostra rete e gli strumenti che la Rete mette a disposizione. Necessita una fantasia che ci deve indurre a mettere insieme le intelligenze più creative di cui disponiamo all'interno delle nostre associazioni e in grado di gestire e cavalcare l'innovazione, rischiando in proprio e senza compromettere la dimensione valoriale, identitaria e comunitaria delle associazioni.

Tutto questo esaltando gli strumenti e i linguaggi che la tecnologia e il medium ci offrono, senza farsi prendere dalla paura paralizzante dinanzi al nuovo che ci interpella. In quest'ottica bisogna guardare lontano e intuire che molte funzioni del vivere comune, forse in un domani molto più vicino di quanto noi supponiamo, saranno trasferite nella Rete. Per questo è essenziale conoscerne le modalità operative e funzionali e padroneggiarle, per non essere esclusi o peggio soggiogati. Pensiamo che anche i processi educativi e culturali, e persino le pratiche più propriamente sociali e politiche, saranno sempre più condizionate da questo 'non luogo'. La stessa fede cristiana è già chiamata a vivere in tale realtà. Da cattolici, fare rete per essere nella Rete, è una preconditione necessaria per non condannarci all'irrilevanza. Irrilevanza comunicativa, ma pur sempre irrilevanza.



**Comunicazione digitale,
nuovo modello educativo**



Comunicazione digitale, nuovo modello educativo

Comunicazione digitale, nuovo modello educativo

Il mondo in tasca

Sembrerebbe l'ennesima espressione a effetto, ma non lo è. A pensarci bene, i potenti smartphone che i ragazzi - e non solo quelli che frequentano i nostri oratori - si ritrovano tra le mani quasi fossero recenti protesi corporee, offrono possibilità inedite di connessione e relazione solo fino a qualche anno fa inimmaginabili.

Li chiamiamo 'nativi digitali' perché vengono su senza doversi addestrare a questo *media climate* - a differenza degli adulti che faticano un po' di più ad affrontare questa invasione di strumenti, tecniche e mentalità nuove e ulteriori rispetto alle proprie. In una scatoletta di pochi grammi e con qualche centimetro quadrato di display oggi si incrociano media diversi (telefono, computer, televisione, giornale digitale)¹ con una grande possibilità di interattività ed ipertestualità che generano un'inedita possibilità di autorialità e di condivisione.

È la logica del 2.0, la metamorfosi dello spazio virtuale che da semplice contenitore di informazioni diventa piazza per la condivisione e lo scambio di messaggi, idee, immagini, etc.

I giovani, si potrebbe dire, sembrano funzionare in modalità *multitasking*; ovvero, sembrano manifestare una notevole capacità di eseguire più operazioni contemporaneamente, anche se - «non è capacità di lavorare in parallelo su più compiti allo stesso tempo, ma di rendere talmente veloce il passaggio da un compito all'altro da restituire l'impressione della contemporaneità».²

Tutto questo, evidentemente, non ha risparmiato il *modus vivendi* dell'uomo, anzi. L'abbondante presenza dei mass media ha contribuito a modificare gradualmente i riferimenti esistenziali obbligando a una profonda revisione del rapporto con se stessi e con gli altri e l'Altro (Dio, per intenderci).

1 Si fa qui riferimento al fenomeno della *crossmedialità*, processo attraverso cui «i contenuti mediali inducono il destinatario a passare da un medium all'altro, per potenziare e arricchire la sua esperienza comunicativa, ludica, commerciale e formativa» in P. Ferri, *La scuola digitale. Come le nuove tecnologie cambiano la formazione*, Mondadori, Milano 2008, 18-20.

2 Cfr. P.C. Rivoltella - S. Ferrari, *A scuola con i media digitali*, Vita e Pensiero, Milano, 2010, p. 48.

La comunità ecclesiale, da sempre attenta a questa dimensione, non ha mancato di segnare il passo attraverso interventi particolarmente significativi per quanti si occupano di elaborare progetti educativi.

Già nel 1999 il Pontificio Consiglio della Cultura affermava che «I media [...] trasformano la maniera di percepire le cose: la realtà cede il passo a ciò che di essa viene mostrato»³ per invitare a riconoscere che i media, mentre si presentano come una delle molteplici fonti di intrattenimento, sono anche forieri di conoscenze e opinioni, di modelli di comportamento e di valori che determinano orientamenti e scelte poiché danno contenuto a quel patrimonio simbolico adoperato dagli individui per interpretare la realtà.

I moderni mezzi di comunicazione, infatti, creano cultura e offrono elementi simbolici e conoscitivi quali risorse a cui l'individuo attinge nel contesto delle diverse interazioni sociali.⁴

L'episcopato italiano negli Orientamenti pastorali per il decennio 2010-2020 'Educare alla vita buona del Vangelo' traccia una precisa sintesi di questo contesto evidenziando con chiarezza come il mondo della comunicazione stia sempre più rivelandosi come una «dimensione dotata di una rilevanza imponente per l'educazione» poiché - proseguono i Vescovi - «Agendo sul mondo vitale, i processi mediatici arrivano a dare forma alla realtà stessa. Essi intervengono in modo incisivo sull'esperienza delle persone e permettono un ampliamento delle potenzialità umane. Dall'influsso più o meno consapevole che esercitano, dipende in buona misura la percezione di noi stessi, degli altri e del mondo. Essi vanno considerati positivamente, senza pregiudizi, come delle risorse, pur richiedendo uno sguardo critico e un uso sapiente e responsabile».⁵

Papa Benedetto XVI nel Messaggio per la Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali 2013 ha invitato la comunità ecclesiale a frequentare la nuova 'agorà' costituita dalle reti digitali: «Lo sviluppo delle reti sociali richiede impegno: le persone sono coinvolte nel costruire relazioni e trovare amicizia, nel cercare risposte alle loro domande, nel divertirsi, ma anche nell'essere stimolati intellettualmente e nel condividere competenze e conoscenze».⁶

3 Pontificio Consiglio della Cultura, *Per una pastorale della cultura*, 9: EV 18/1061.

4 Cfr. M. Wolf, *Gli effetti sociali dei media*, Bompiani, Milano, 2003¹⁰, p. 73.

5 Conferenza Episcopale Italiana, *Educare alla vita buona del Vangelo. Orientamenti pastorali dell'Episcopato italiano per il decennio 2010-2020*, Paoline, Milano, 2010, p. 51.

6 Benedetto XVI, *Messaggio per la XLVI Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali. Reti Sociali: porte di verità e di fede; nuovi spazi di evangelizzazione*. Il Pontefice Emerito aveva segnalato il fenomeno della pervasività dei media nella *Caritas in veritate*. Lettera enciclica sullo sviluppo umano integrale nella carità e nella verità, n. 73.

Educare ancora

A questo punto della riflessione, che possa esserci un certo legame tra comunicazione ed educazione, non deve essere considerato una novità se si pensa che entrambe queste dimensioni sono radicate nell'esperienza umana universale: alla comparsa di ogni medium ha fatto poi seguito una modificazione più o meno accentuata anche dei sistemi educativi. Senza volerci attardare in riflessioni che richiederebbero diverse pagine, basti pensare all'ingresso massiccio della tivù in tantissime case italiane e a come questa 'scatola magica' abbia influito sull'organizzazione pratica della vita familiare (gli orari delle trasmissioni, le televisioni commerciali con le loro proposte di animazione per ragazzi...).

È sotto gli occhi di tutti che non vi è nulla di quanto venga comunicato che non risuoni nelle coscienze anche sotto il profilo educativo (indipendentemente dal fatto che la comunicazione abbia o meno una finalità educativa).

Ci interroghiamo da educatori su questi temi perché, non è inutile ribadirlo, non può esserci per i credenti nulla di estraneo di quanto entra ed attraversa la vita degli uomini con i quali la comunità ecclesiale vuole condividere un tratto di strada.

I nostri oratori, accogliendo la preziosa indicazione dei Vescovi italiani per il presente decennio dedicato all'educazione, sono chiamati a rinnovarsi per esprimere sempre più «il volto e la passione educativa della comunità, che impegna animatori, catechisti e genitori in un progetto volto a condurre il ragazzo a una sintesi armoniosa tra fede e vita».⁷

Pur essendo mutate le condizioni contestuali in cui avviene il processo educativo, resta inalterato il senso profondo dell'educare. L'etimologia della parola - nella sua delicata ricchezza - richiama sempre un intervento esterno che promuove la crescita di un'altra persona. Prima di provvedere, dunque, all'elaborazione di nuovi modelli educativi sarebbe opportuno recuperare alcuni punti fermi spesso dati per scontati, ma scivolati lentamente nell'oblio della prassi. Alcune precisazioni ci aiuteranno a comprendere meglio.

In base al contesto e alla forma che assume il processo educativo, è possibile distinguere un'educazione formale che si caratterizza per la sua chiara organizzazione e la sua intenzionalità (si pensi alla scuola) da un'educazione non formale che, pur essendo intenzionale non è molto organizzata perché vissuta nelle dimensioni "normali" come le famiglie e gli spazi degli oratori. A queste si aggiunge un'educazione informale che si caratterizza per la mancata intenzionalità ed organizzazione ed in questa è possibile ravvedere l'offerta di senso proposta dal sistema dei media e dalla realtà virtuale in genere.⁸

7 Conferenza Episcopale Italiana, *Educare alla vita buona del Vangelo... cit.*, 42.

8 Cfr. F. Ceretti, *Pedagogia 'dei' media*, in D. E. Viganò (a cura di), *Dizionario della Comunicazione*, Carocci, Roma, 2009, pp. 816-828.

Circa gli effetti dei media, il documento dei Vescovi italiani chiarisce che «Il loro ruolo nei processi educativi è sempre più rilevante: le tradizionali agenzie educative sono state in gran parte soppiantate dal flusso mediatico. Un obiettivo da raggiungere, dunque, sarà anzitutto quello di educare alla conoscenza di questi mezzi e dei loro linguaggi e a una più diffusa competenza quanto al loro uso».⁹ Pertanto, se il processo educativo prende vita all'interno di una relazione interpersonale - perché si mettono in gioco due libertà e due volontà - i media non esercitano un ruolo propriamente da soggetti del processo educativo, quanto quello di sostegno o di interferenza.¹⁰

In conclusione, ad essere chiamata in gioco sembra che non sia tanto la moltiplicazione di teorie e modelli educativi, quanto piuttosto la credibilità delle figure educative finalmente adulte che devono confrontarsi con ragazzi e giovani che sono spesso dipinti come distratti, svogliati e individualisti, ma che custodiscono - anche oggi - un incredibile desiderio di relazione e condivisione. Si tratta dunque di spostare la nostra attenzione sull'educatore più che sugli educandi.

Il possibile identikit dell'educatore

Se proviamo a delineare l'identikit dell'educatore/animatore dei nostri oratori con i ragazzi a cui si è fatto riferimento, ci piace pensarlo attento al continente digitale: in una parola, prudente, ma non ingenuo. Né ultras né diffidente o, per dirla con la celebre distinzione offerta da Umberto Eco già nel 1964, né apocalittico né integrato. È bene imparare a riconoscere le opportunità e le sfide dalle parecchie insidie che possono nascondersi nei meandri del web.

Appare doveroso segnalare il rischio - frequente anche nei nostri ambienti - di cedere agli estremi o di un atteggiamento difensivo e, pertanto, di condanna in toto del mondo dei media o di esaltazioni ingenuie ed inopportune. I media sono animati da una propria logica e l'incontro tra le possibilità offerte da questi mezzi e le caratteristiche dell'annuncio cristiano richiede un sapiente equilibrio tutto da elaborare. Per esempio, mentre la catechesi si serve della parola, la televisione adopera un «linguaggio totale»¹¹ in cui parola, immagine e suono non sono compartimenti stagni giustapposti, ma costituiscono sin dall'inizio un'unità. Questa considerazione è davvero stimolante se si pensa alla voglia di autorialità che i giovani manifestano attraverso la condivisione di video autoprodotti attraverso cui danno voce al loro mondo simbolico. Il famoso 'muretto' di qualche anno fa, sembra essersi spostato solo un po' più in là. Non è più il caso di arroccarsi in giudizi negativi sul mondo digitale formulati più per una malcelata pigrizia che per un'approfondita riflessione; ci piacerebbe un educatore/animatore che faccia un uso 'intelligente' (il

9 Conferenza Episcopale Italiana, *Educare alla vita buona del Vangelo...* cit., 51.

10 Cfr. Comitato per il Progetto Culturale della Conferenza Episcopale Italiana (a cura di), *La sfida educativa*, Editori Laterza, Bari, 20094, pp. 148-152.

11 B. Seveso, *Diffidenza o accoglienza? Il controverso punto di vista dei teologi*, in G. Angelini (a cura di), *La Chiesa e i media*, Edizioni Glossa, Milano, 1996, p. 125.

contrario, si badi bene, è 'superficiale') dei social network per creare connessioni che accendono la scintilla per un incontro vis-a-vis oltre il web. E per far questo occorre una buona dose di convinzione.

Se network dev'essere, network sia! Ci piacerebbe pensare a figure educative che lavorano in rete con altre e che sono capaci di generare autentici spazi di condivisione (sia online che offline).¹² E l'immagine della rete non rimandi esclusivamente a quella dell'ambiente digitale tessuta dalle molteplici connessioni, ma anche - un po' più semplicemente - al supporto offerto agli acrobati perché, qualora dovessero sbagliare la presa, non abbiano a farsi male. Come a dire, ci vogliono educatori presenti nella vita dei ragazzi, ma che li lascino anche un po' sperimentarsi nella vita con tutte le acrobazie che la caratterizzano.

La logica del network è quella di non avere centri o, al contrario, di averne molteplici; questo dato non deve spaventare l'educatore, semmai incoraggiarlo ad attrezzarsi anche culturalmente per pensare a percorsi non più monocorde, ma attenti a tutte le dimensioni della persona. Un educatore sapiente potrebbe sfruttare bene la 'viralità' dei social network per far passare attraverso questi potentissimi megafoni della contemporaneità dei messaggi positivi.

Il nostro abitare l'ambiente dei media digitali dovrebbe caratterizzarsi per competenza, intelligenza e creatività. Sarebbe bello ed entusiasmante (finalmente) riscoprirsi credenti che abbandonano il ruolo di spettatori per essere fermento vivo in un mondo che chiede di tornare alla radice della bellezza e della bontà, Cristo Gesù.

Infine, è importante ed urgente richiamare - pensando alla formazione della coscienza morale dei ragazzi - anche la forza distruttiva che questi mezzi hanno nei confronti di una persona: a volte basta solo una parola fuori luogo, poco rispettosa per far del male a qualcuno. E magari, dopo l'ennesimo episodio di cyberbullismo i responsabili del gesto risponderanno che tutto era pensato come uno scherzo innocuo. I vescovi sono attenti anche a questa dimensione quando affermano che «Il modo di usarli è il fattore che decide quale valenza morale possano avere. Su questo punto, pertanto, deve concentrarsi l'attenzione educativa, al fine di sviluppare la capacità di valutarne il messaggio e gli influssi, nella consapevolezza della considerevole forza di attrazione e di coinvolgimento di cui essi dispongono».¹³ Il prossimo impegno per gli educatori sarà quello di elaborare proposte formative che offrano chiavi di lettura del continente digitale e dei suoi codici, del 'perché' usarli e anche del 'come'.

12 Cfr. Conferenza Episcopale Italiana, *Educare alla vita buona del Vangelo...* cit., 51: «Pure in questo campo, l'impresa educativa richiede un'alleanza fra i diversi soggetti. Perciò sarà importante aiutare le famiglie a interagire con i media in modo corretto e costruttivo, e mostrare alle giovani generazioni la bellezza di relazioni umane dirette. Inoltre, si rivela indispensabile l'apporto dei mezzi della comunicazione promossi dalla comunità cristiana (tv, radio, giornali, siti internet, sale della comunità) e l'impegno educativo negli itinerari di formazione proposti dalle realtà ecclesiali. Un ruolo importante potrà essere svolto dagli animatori della comunicazione e della cultura, che si stanno diffondendo nelle nostre comunità, secondo le indicazioni contenute nel Direttorio sulle comunicazioni sociali».

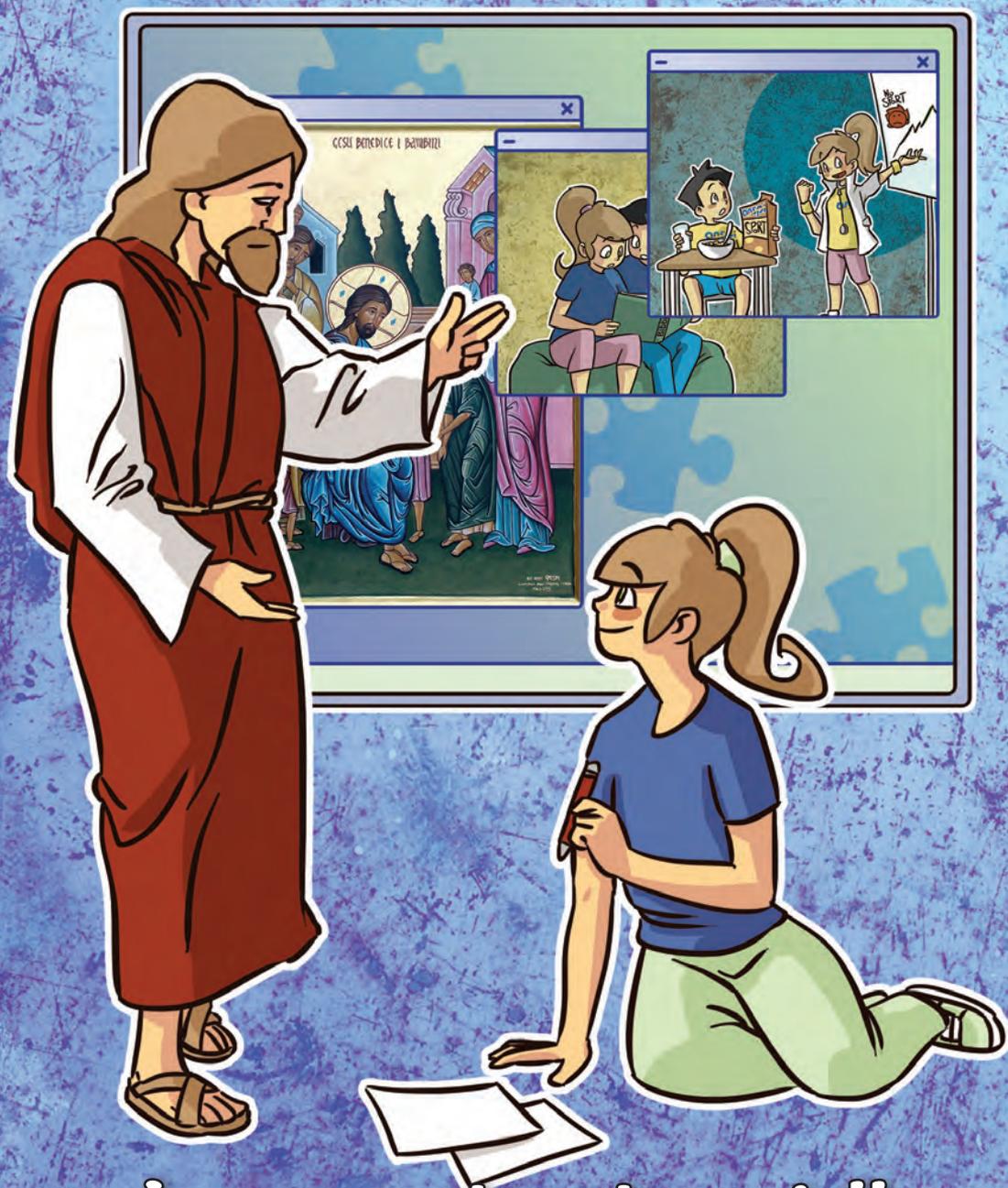
13 *Ibid.*, 51.

Non perfetti, ma in cammino

«Sono un uomo che tiene in tasca un bellissimo telefonino e in questo momento suona, ma io non so se rispondere, se digitarlo o lasciare le mie mani nella posizione in cui si trovano. Sono giunte, come se dovessero pregare, ma non ho nemmeno un Dio a cui rivolgermi e prego il dio che non c'è, ma di cui ho bisogno. Il telefonino squilla ancora con una musichetta triste, un frammento del Dies Irae, là dove si dice che l'uomo è grande per la sua miseria, senza la quale l'evento più grande della storia, l'incarnazione di Dio, non sarebbe avvenuta e Dio ne dovrà tenere conto nel giudicare l'umanità. Il telefonino suona e il conflitto, se rispondere o aspettare che taccia, continua sulle note e sulla voce di un benedettino dell'abbazia di Solesmes che forse mi porto dentro».¹⁴

Con molta probabilità, un giovane di quelli che frequentano i nostri oratori avrà altre suonerie sul suo cellulare, ma all'educatore non sfuggirà l'occasione di pensare che questi potenti mezzi vanno bene solo se ci aiutano a costruire un mondo migliore. Insieme.

14 V. Andreoli, *La vita digitale*, Rizzoli, Milano, 2007, pp. 220.



**La comunicazione della
fede: dalla Scrittura alla
cultura digitale**



La comunicazione della fede

La comunicazione della fede: dalla Scrittura alla cultura digitale

1. Introduzione

«Comunicare il Vangelo in un mondo che cambia»: questo il titolo scelto e posto a capo degli Orientamenti pastorali dell'Episcopato italiano per il primo decennio del 2000; l'attuale decennio di vita ecclesiale nazionale si orienta invece all'«Educare alla vita buona del Vangelo». Così, da diversi anni, l'attenzione pastorale della Chiesa italiana è rivolta al delicato ambito della «trasmissione della fede». *Comunicazione ed educazione* sono due volti dell'unico compito missionario del «tradere fidem».

Il titolo del presente contributo mette l'accento sull'annuncio cristiano - nei termini della «comunicazione della fede» - che passa dalla «scrittura», cioè da una «cultura della scrittura», ad una «cultura digitale». Il tema ci aiuta a comprendere quanto originariamente la comunicazione della fede, servendosi della scrittura, ha plasmato la forma della natura missionaria della Chiesa: *«Andate e fate discepoli tutti i popoli, battezzandoli nel nome del Padre e del Figlio e dello Spirito Santo, insegnando loro a osservare tutto ciò che vi ho comandato. Ed ecco, io sono con voi tutti i giorni, fino alla fine del mondo»* (Mt 28,20).

Il comando del Signore risorto richiede di annunciare, insegnare e battezzare per rendere discepoli tutti i popoli. Missione impossibile umanamente parlando, parole che attraversano tutta la storia fino alla fine del mondo e tutto il mondo fino alla fine della storia. Spazio e tempo si estendono nei loro confini per corrispondere al comando del Signore. Come abitare quello spazio e quel tempo indicati dalle ultime parole terrene del Signore risorto?

Vogliamo in questo scritto far percepire la distanza e l'affinità di due universi comunicativi: quello tipico delle origini cristiane, nella sfida delle tensioni religiose, sociali e politiche del mondo antico a contatto con uno dei primi esempi di globalizzazione della storia e quello attuale, di questi ultimi anni, una cultura definita digitale, informatizzata. Il percorso terrà sempre di fronte la categoria che è posta qui al centro dell'attenzione: la trasmissione della fede nell'incrocio tra comunicazione e cultura.

2. Il rotolo e il codice e la sacra Scrittura ebraica e cristiana

Ogni forma comunicativa orale, data dalla voce umana, è per sua natura circoscritta all'hic et nunc. La forma originaria dell'annuncio e dell'educazione alla fede è segnata dalla realtà concreta, dall'incontro che si realizza tra le persone, nelle dimensioni spazio-temporali.

L'invenzione della scrittura nell'antichità ha permesso al cristianesimo nascente di replicare l'evento di parola dell'apostolo, in tempi e luoghi molteplici, indipendentemente dalla presenza o meno dell'autore del testo. San Paolo utilizza da subito questo strumento per la sua missione. L'epistola destinata ad una comunità e portata da un discepolo-interprete dell'apostolo, permette di rendere presente l'assente, attraverso una parola che rinasce dalla scrittura sul rotolo. Per una comunità, per molte comunità, per infinite volte. Il testo scritto moltiplica le possibilità della diffusione del pensiero, della teologia, della fede cristiana.

Mentre la tradizione ebraica fece la scelta di disporre il testo sacro su rotolo di pergamena, la missione cristiana utilizzò a partire dal II sec. il codice di papiro e poi di pergamena, l'attuale libro. Per gli ebrei il testo porta in sé una sacralità, data non solo dalle parole di Dio ma anche dalla materialità del suo supporto, un rotolo di pelle trattata e preparata secondo norme stabilite dalla tradizione rabbinica, coeva all'epoca dei padri della Chiesa.¹

Il cristianesimo adottò presto questo medium intuendone le possibilità straordinarie per la diffusione del messaggio e non esitò a trasferire i propri testi sacri sui supporti più funzionali al contesto di utilizzo. La teologia del Logos giovanneo, che fonda l'identità della più alta manifestazione della Parola di Dio nella figura storica umano-divina di Gesù di Nazaret (Gv 1,1-8), ha prodotto, in seno al cristianesimo, una relativizzazione della Scrittura sacra in quanto tale. La pienezza della Parola di Dio è Gesù Cristo stesso, il Logos/Parola fatta carne (Gv 1,14) e non un libro scritto.

Il testo sacro è al servizio dell'oralità, per una parola proclamata a voce alta. Allora non esisteva la lettura mentale, e la parola accade solo attraverso l'emissione della voce. Pertanto la lettura silenziosa e mentale della sacra Scrittura, quando si imporrà, sarà sempre e solo una lettura privata, individuale, perché priva di vocalità. La vera lettura è quella comunitaria, ascoltabile, prodotta con l'emissione della voce, nell'atto di trasformare la Scrittura in Parola.

Il contesto fondamentale entro il quale questa dinamica si è sviluppata nelle tradizioni ebraica e cristiana, fu la liturgia. Dalla prassi liturgica nasce la coscienza canonica dei testi biblici:² i libri ritenuti sacri, meglio, le Scritture ritenute sacre, vengono raccolte e rilegate in un unico codice per la prima volta - Antico e Nuovo

¹ Il riferimento è ai trattati rabbinici *Sefer Torah* (III sec. d.C.) e *Masseketh Soferim* (VIII sec. d.C.).

² Cf. L.-M. Chauvet, *Della meditazione. Quattro studi di teologia sacramentaria fondamentale*, Leiturgia, Assisi: Cittadella; Roma: Pontificio Ateneo Sant'Anselmo 2006.

Testamento - nella metà del IV sec., in epoca costantiniana. A testimonianza di ciò la storia ci ha consegnato due esemplari, il Codice Vaticano e il Codice Sinaitico.

La trasmissione della fede, attraverso la modalità piena della scrittura, viene codificata e canonizzata proprio nel momento storico in cui il cristianesimo inizia ad avere i primi spazi di esercizio e di libertà riconosciuti dall'impero romano.

Nella *Vita Constantini* di Eusebio di Cesarea si narra che l'imperatore Costantino commissionò allo *scriptorium* di Cesarea cinquanta copie dell'intera Bibbia cristiana - Antico e Nuovo Testamento - per la ricca chiesa imperiale di Costantinopoli: si trattava, probabilmente, della prima grande opera di investimento culturale attraverso la copiatura di testi che avrebbero fissato le basi del deposito della fede nelle comunità cristiane nel IV sec.³

L'utilizzo del codice per l'intera Bibbia cristiana, è indice di una scelta strategica del cristianesimo - una sorta di biblioteca ambulante dell'antichità - per la diffusione e per la trasmissione della fede nelle comunità cristiane.

Accanto a quest'operazione si registra anche il sorgere di elenchi di testi apocrifi in tradizioni eterodosse. Tra le azioni di *damnatio memoriae*, funzionali ad estinguere una tradizione culturale, vi era quella del bruciare i libri, a significare la distruzione della memoria fondativa di una tradizione.⁴ Il canone dei libri sacri, stabilito nei primi quattro secoli, accrebbe il valore strategico del codice biblico.

3. Dall'uso molteplice della sacra Scrittura come libro all'invenzione della stampa

L'uso liturgico del codice biblico, prima ancora della creazione dei lezionari,⁵ consacrò anche nella tradizione cristiana una forma di simbiosi tra testo sacro e libro sacro, anche se in una forma molto più lieve rispetto alla tradizione ebraica. I codici e i lezionari miniati medievali stanno ad indicare l'importanza della disposizione del testo all'interno di un progetto di paginazione.

La disposizione testuale sulla pagina inizia ad avere una propria autonomia e consistenza accanto ad una funzione estetica e artistica non più finalizzata soltanto alla proclamazione della Parola. Il libro assume sempre di più valore intrinseco, a motivo del suo contenuto sacro, un oggetto di pregio.

Inoltre, la pratica monastica della *Lectio divina* sulla *sacra pagina*, aumentò progressivamente il valore della relazione personale con il testo sacro; così pure l'uso della sacra Scrittura nelle università medievali nel sorgere della teologia come *scien-*

3 Cf. K. Lake, *The Sinaitic and Vatican Manuscripts and the Copies sent by Eusebius to Constantine*, *Harvard Theological Review* 11 (1918) 32-35.

4 Si vedano come esempi: 1Mac 1,56 all'epoca della profanazione del Tempio sotto Antioco IV Epifane, il quale stracciò e bruciò i rotoli della sacra Scrittura; At 19,18-19 a Efeso molti convertiti fecero un grande falò dove vi bruciarono i libri di pratiche magiche alla vista di tutti, un patrimonio di cinquantamila dramme d'argento.

5 Inizialmente la lettura della sacra Scrittura e dei Vangeli nella liturgia veniva fatta segnando sul codice biblico la sezione di testo da leggersi per la celebrazione, in analogia alla sezione settimanale della Torah nella sinagoga ebraica.

tia fidei. Infine, non è un caso se il primo libro stampato da Johann Gutenberg (1455) fu proprio la Bibbia e ciò diede inizio ad una nuova rivoluzione dei sistemi culturali, nel passaggio dalla tecnica della scrittura amanuense alla tecnologia della macchina da stampa. In sintesi, il connubio tra testo sacro e libro (sacro), aumentò sempre di più nel corso del medioevo fino a stabilire un vincolo quasi inscindibile, anzitutto nell'uso liturgico.

L'ancoramento della sacra Scrittura, nella sua qualità di *textus*, alla realtà fisica del libro, nella forma del codice, ha segnato profondamente la coscienza della tradizione cristiana lungo i secoli, fino all'invenzione della stampa, evento che andò ulteriormente ad accrescere il successo del libro e a consacrare questo come il supporto, potremmo dire, *princeps* e indiscusso della Scrittura santa.

4. La lingua sacra e la scrittura sacra: trascendenza e immanenza della Parola di Dio

Se è vero da una parte che la Parola di Dio nell'ermeneutica cristiana non si identifica con la sacra Scrittura, in quanto, nel suo compimento corrisponde a Gesù Cristo stesso, rivelatore del Padre,⁶ va anche detto che la stessa sacra Scrittura non si identifica neppure con la Bibbia.

Il termine Bibbia, dal greco, significa «libretti o libri» e nell'uso ha assunto un significato di singolare unicità, un unico Libro originato da una molteplicità di testualità.

La sacra Scrittura si imprime con l'inchiostro sulle pagine del libro o su quelle di un rotolo, ma può essere scolpita sul cornicione di una cattedrale, su un altare, sulla facciata di una chiesa e in mille altri luoghi posti a supporto della scrittura. La Bibbia in sé rappresenta il precipitato fisico e concreto di una testualità canonizzata, fatta di segni, espressione di un codice linguistico preciso: l'ebraico, il greco, il latino, l'italiano, ecc.

Se la tradizione cristiana ha accolto nella sua storia linguaggi e scritture diverse (ebraico, aramaico, greco, latino, siriano, copto, etiopico, georgiano, ecc...) occorre riconoscere che ciò che determina la peculiarità sacra della Scrittura non è né il contenente (rotolo, codice o altro) ma neppure il codice linguistico, bensì il contenuto espresso linguisticamente. Ciò che va individuato nella ricerca della qualità specifica della sacra Scrittura è dunque l'evento di Parola che, da una parte, trascende lo stesso codice linguistico ma, nel contempo, si materializza in ogni linguaggio.

Se per l'ebraismo non c'è dubbio che la lingua e la scrittura ebraica hanno svolto un ruolo decisivo nella definizione di sacralità della Parola di Dio, nella tradizione cristiana invece, pur essendo originariamente attestata una Bibbia in

6 Cf. *Dei Verbum* 4.

lingua greca, presto si diffusero traduzioni in tutte le lingue, laddove occorreva far giungere il messaggio evangelico, su comando del Signore. In questo senso l'evento di Pentecoste, raccontato dal testo di Atti degli Apostoli, diventa una sorta di fondazione emblematica non solo sul fronte dell'oralità dell'annuncio cristiano, ma anche della sua redazione scritta: *«Apparvero loro lingue come di fuoco, che si dividevano, e si posarono su ciascuno di loro, e tutti furono colmati di Spirito Santo e cominciarono a parlare in altre lingue, nel modo in cui lo Spirito dava loro il potere di esprimersi»* (At 2,3-4).

L'intervento di Pietro a commento di ciò che è accaduto quella mattina racconta l'annuncio originario del vangelo di Gesù Cristo (At 2,22-36) e i presenti, ascoltandolo nella loro lingua natia, accolgono quella Parola. Tale struttura originaria libera il cristianesimo dai vincoli della lingua sacra, della scrittura sacra e del libro sacro. Ma nel medesimo tempo permette a questo di assumere nella sua pienezza la forma storica precisa in ogni lingua, in ogni scrittura, in ogni libro e in ogni altro luogo perché la forma originaria della trasmissione della fede sussiste nella persona stessa di Gesù Cristo che ha promesso di essere il «Dio con noi» fino alla fine della storia.

Lo Spirito di Pentecoste rende concreta e attuale la Parola del Risorto. Già l'autore anonimo della «Lettera a Diogneto», un testo cristiano del II sec., ricordava questa tensione che è generata dalla verità dell'incarnazione di Cristo: *«I cristiani vivono nella loro patria, ma come forestieri; partecipano a tutto come cittadini e da tutto sono distaccati come stranieri. Ogni patria straniera è patria loro, e ogni patria è straniera (...) Dimorano nella terra, ma hanno la loro cittadinanza nel cielo. (...) A dirla in breve, come è l'anima nel corpo, così nel mondo sono i cristiani. L'anima è diffusa in tutte le parti del corpo e i cristiani nelle città della terra. L'anima abita nel corpo, ma non è del corpo; i cristiani abitano nel mondo, ma non sono del mondo»* (A Diogneto, V-VI passim).

5. «Bibbia liquida» ed «Editio typica»

La fluidità e la struttura «liquida»⁷ della realtà nella quale si trova il mondo contemporaneo a ben vedere non è così lontana dalla storia della formazione dello stesso testo biblico.

Se proviamo a riflettere sul fenomeno della moltiplicazione di manoscritti nell'antichità, attraverso l'opera degli amanuensi, sulle varianti testuali del testo biblico che solo nel Nuovo Testamento se ne contano circa 300.000, sul fatto che lo stesso testo standard⁸ sul quale si fondano le traduzioni in lingua moderna altro non è che opera di critica testuale e, infine, se pensiamo al dato che proprio il

7 L'uso dell'aggettivo proviene dall'immagine della «liquidità» resa nota dal sociologo e filosofo polacco di origine ebraica Zygmunt Bauman.

8 Ci riferiamo al *The Greek New Testament* della *United Bible Society* giunto nel 1993 alla quarta edizione.

testo cristiano per eccellenza, il Nuovo Testamento, così come è stato ricostruito nell'edizione critica in lingua greca non esiste in nessun manoscritto dell'antichità, essendo punto di convergenza di dibattiti tra gli studiosi... se teniamo presenti questi aspetti, comprendiamo anche il senso della fluidità e della natura «liquida» della trasmissione del testo biblico.

Spesso però le tradizioni religiose cercano di circoscrivere la deriva infinita delle varianti e delle variazioni, consacrando i propri testi fondatori e delimitando il perimetro del testo. L'istanza canonica da una parte e la produzione dell'*Editio typica* dall'altra convergono nella finalità di «chiudere l'opera», sigillare un testo, consegnarlo al futuro. Il detto *scripta manent* per la sacra Scrittura vale anzitutto in quanto operazione canonica legata all'*editio typica*, ovvero l'edizione certificata, che per la Chiesa cattolica, allo stato attuale, è la *Nova Vulgata Bibliorum Sacrorum Editio* (1986). Tale coscienza si sviluppa nel contesto della polemica con le chiese protestanti, nel cuore del XVI sec., a partire dalle riforme del Concilio di Trento.

Ogni traduzione in lingua moderna dai testi originali va però verificata sulla nuova edizione della *Biblia vulgata*, che risale a san Girolamo (IV-V sec.), il padre della Chiesa che tradusse il testo biblico ebraico in lingua latina.

Se tradizionalmente il binomio Parola-Scrittura ha caratterizzato l'articolazione della genesi e dello sviluppo dell'attività missionaria della Chiesa, nel senso che la Scrittura sacra è divenuta norma normante della fede lungo i secoli e ha permesso di superare i limiti dello spazio e del tempo, oggi con le possibilità di trasferimento, di simulazione e di reduplicazione del reale non solo è immaginabile diffondere in ogni spazio e in tempi brevissimi l'informazione scritta, bensì è possibile riprodurla in parola, con l'ascolto e le immagini registrate, con l'ausilio di un sottofondo musicale *ad hoc*, di facile e comoda trasportabilità, anche in tasca, con sistemi di amplificazione, tipo audio cuffie per tutti, ecc... Il portare il mondo a disposizione ovunque per i nostri sensi immette, come si diceva, una relazione assolutamente diversa rispetto alla fatica del reale.

Che ne è della Bibbia, intesa come testo biblico, come sacra Scrittura? E quali sono le nuove direzioni della comunicazione e trasmissione della fede cristiana? Qual è il destino della testualità classica che nella forma della scrittura ritrovava la sua stabilità?

Oggi invece nulla di più fluido di un testo, con un solo click è possibile mutare ogni cosa in una pagina scritta, reinventando il format.

6. La «cultura digitale» e la crisi del testo materializzato

L'avvento in questi ultimi decenni della «cultura digitale» ha mandato progressivamente in crisi la concezione della sacra Scrittura come libro, come realtà tattile e concreta. Le recenti tecnologie digitali non possono più essere intese semplicemen-

te come strumenti di comunicazione ma hanno assunto un ruolo tale da istituire una sorta di realtà parallela, chiamata specularmente *realtà virtuale*. C'è infatti un mondo che cammina dentro e a fianco del mondo reale: l'essere connessi sempre e ovunque, trasforma il virtuale in una piazza molto più frequentata delle piazze reali. E l'intensità dei rapporti, delle relazioni, delle comunicazioni e delle informazioni definisce l'ambiente di riferimento di ciascun uomo.

Se la tecnologia delle comunicazioni è andata sempre più configurando modalità di accesso immediato con trasportabilità semplificata, dagli *smartphone* ai *tablet*, e connessioni potenzialmente infinite, il dato certo è che l'attuale modello globalizzato porta in sé la caratteristica di avere da anni destrutturato la concezione e la fruizione dell'esperienza nelle dimensioni fisiche e reali dello spazio e del tempo come tradizionalmente venivano concepite. Infatti, sebbene il telefono, la radio e la televisione nel secolo scorso abbiamo contribuito a facilitare e a velocizzare le comunicazioni e le informazioni, la vera rivoluzione è avvenuta nell'ultimo quarto del secolo con l'avvento di Internet come infrastruttura di telecomunicazioni e del Web quale ragnatela di contenuti digitali legati tra loro attraverso collegamenti ipertestuali. Inoltre, lo sviluppo recente della tecnologia digitale del *Web 2.0*, in particolare con i *social media* e i *social network* ha accelerato ulteriormente il processo iniziato dalla rete favorendo l'insediarsi di quella che è definita la *network society*.

Più che distinguere tra realtà e realtà virtuale, oggi si sperimenta una forma di «virtualità reale». Ovvero, è il «virtuale» che va assumendo sempre più i connotati di quella solidità tipica della res che la teoria filosofica e gnoseologica dell'evidenza tradizionalmente aveva prodotto. Ciò che appare sempre più decisivo dalle scelte politiche, personali, sociali, economiche e persino affettive dipende dall'abitare o dal non abitare la *network society*.⁹

È evidente che se da una parte si pone il problema etico del *digital divide* tra le aree geografiche diversamente sviluppate, dall'altra non si può non osservare che lo sviluppo delle ricchezze e gli investimenti futuri stanno andando in tale direzione.

Ecco allora evidente la sfida per il cristianesimo e per la sua trasmissione della fede. L'attuale cultura obbliga a rimodellare il concetto di *realtà*, di *verità* e di *mondo*, perché gli ambiti di relazioni comunicative si sono moltiplicati così a dismisura al punto tale da generare *mondi* sempre più complessi e potenzialmente interconnessi, entro una *realtà* che non riesce più a dire cosa sia reale o cosa sia virtuale, producendo una sorta di visione relativistica nei riferimenti stabili e *veritativi*.

Gli studi di settore in questi ultimi anni incoraggiano la Chiesa a riflettere sul cambiamento e sul compito sempre nuovo quanto urgente di un'azione di nuova evangelizzazione, attraverso una presenza che si configura come una forma di "testimonianza digitale".¹⁰

9 Per questi aspetti si veda in particolare l'e-book dell'Associazione *Indigeni Digitali* con presidente Fabio Lalli: *La cultura digitale: valori e ruolo nella Società dell'Informazione* (<http://blog.indigenidigitali.com/wp-content/uploads/2012/02/cultura-digitale-ebook.pdf>)

10 Dal 22 al 24 aprile 2010 a Roma si è tenuto l'importante convegno: «Testimoni digitali. Volti e linguaggi nell'era crossmediale»: http://www.testimonidigitali.it/home_page/00000045_Home.html

Nel 2010 la CEI, attraverso l'Ufficio delle Comunicazioni Sociali, ha voluto richiamare l'attenzione sulla presenza della Chiesa ad abitare le nuove piazze, i nuovi areopaghi. In questo senso, Antonio Spadaro, S.J., direttore di *La Civiltà Cattolica*, che da anni segue e studia il fenomeno, afferma: «Pensare la fede al tempo della rete non è solo una riflessione al servizio della fede. La posta è ancora più alta e globale. Se i cristiani riflettono sulla rete, non è soltanto per imparare ad 'usarla' bene, ma perché sono chiamati ad aiutare l'umanità a comprendere il significato profondo della rete stessa nel progetto di Dio: non come strumento da 'usare', ma come ambiente da 'abitare'». ¹¹

7. La pagina e lo schermo

Rispetto al libro classico, alla Bibbia quale Scrittura sacra in un libro, la cultura digitale mostra tutta la sua versatilità e la sua ampiezza di possibilità attraverso l'invenzione dello schermo. Sulla pagina è inscritto il testo, il procedimento di scrittura fa di una pagina bianca di un libro l'inizio di un'opera scritta, il precipitato di un evento di parola, sentimenti, percezioni e pensiero. Lo schermo invece non è un vetro anche se così si presenta nella sua forma esterna. Il vetro è come una finestra sull'oltre che è già lì, è come una barriera di separazione da una realtà ad un'altra e la unisce a colui che osserva. Lo schermo si pone in una logica diversa: «Non separa per unire, ma fa vedere ciò che 'non c'è'. O meglio: fa 'apparire' qualcosa che non gli sta dietro né dentro. La fonte delle informazioni trasmesse e visualizzate su uno schermo non è 'interna'. Lo schermo 'trascende' se stesso, e l'informazione visiva che comunica non è legata a esso, come il testo non è legato alla pagina, ma, potremmo dire, 'galleggia' fuori. Chi guarda lo schermo non guarda 'attraverso' ma guarda 'dentro', e ciò che egli vede è sempre una 'apparizione' e non una 'veduta' o una 'visione'». ¹² La digitalizzazione della testualità universale (cf. in special modo l'operazione di digitalizzazione delle fonti e delle biblioteche più importanti al mondo sotto la leadership di Google Books), con l'invenzione dell'e-book, e la possibilità di consultare la Bibbia – oggetto delle nostre considerazioni – in tutte le lingue, originali e moderne, attraverso uno *smartphone* oppure un *tablet*, appare come una *chance* mai vista prima nella storia. Sullo schermo *touch screen* di un *tablet* si palesa la forma ancestrale della tavoletta, nel suo archetipo antico, sulla quale, dal tempo degli antichi Sumeri, si incidevano i segni della scrittura... ora si tocca, si striscia, si tabula, si vede, si ascolta, si registra, si filma, ecc... la realtà virtualizzata in tasca! Una rivoluzione tecnologica in pochissimi decenni che ha fatto accrescere a dismisura le possibilità del reale attraverso infinite applicazioni. Digitalizzare significa far apparire e rappresentare riducendo il volume e il peso richiesto da ogni accesso normale alla realtà: una biblioteca in un *tablet* invece di interi scaffali di libri! La differenza è abissale e porta con sé uno stile, un'abitudine di vita, un adeguamento progressivo degli utenti che contribuiscono ad accrescere il flusso della cultura digitale.

11 Cf. A. Spadaro, *Cyberteologia. Pensare il cristianesimo al tempo della rete*, Transizioni 37, Milano: Vita e Pensiero 2012, p. 11.

12 Cf. A. Spadaro, *Cyberteologia...*, p. 109-110.

8. Riscrivere oggi la Lettera a Diogneto

Come l'immagine trascende lo schermo, il testo la pagina, lo spirito la lettera, così è il cristiano nel mondo: l'analogia antica è fondata sulla persona ed è trasposta sulla cosa che configura, racconta, vi iscrive quello che la persona sente, recepisce e vive. Lo scarto istaurato nella lettera a Diogneto, la trascendenza offerta alla vita cristiana nel dono dello Spirito è la chance ancora oggi attuale che dice quanto sia necessario e urgente abitare la piazza della cultura digitale e non rifuggire. Non sono neppure necessari missionari come un tempo che con coraggio partivano. Tutti siamo già dentro, occorre starci con creatività, abitando luoghi, spazi, dibattiti, arene diverse di questa virtualità reale, portando con sé la coscienza cristiana della trascendenza dell'Altro, la nostalgia della pienezza, della cittadinanza celeste.

A questo compito ci chiama la Chiesa oggi secondo il comando del Signore: «Andate in tutto il mondo e proclamate il Vangelo ad ogni creatura» (Mc 16,15). Oggi il mondo non è più circoscritto, il virtuale della cultura digitale apre a *mondi* sempre più sconfinati.

Non posso però tacere che in tutto questo crescere a dismisura di contatti, chat, facebook, twitter e quant'altro non si possa escludere un germogliare, in un futuro prossimo, di nuova forma di monachesimo! Come dall'Alessandria cosmopolita nell'Egitto del sec. IV Antonio e Paolo decisero di rifugiarsi nel deserto della Tebaide, non mi stupirei se tra qualche tempo sorgesse una forma di «monachesimo *dal* digitale», una fuga verso l'essenziale.

L'uomo è un «animale comunicativo» ma ogni eccesso produce anche l'effetto opposto. E come la cultura monastica antica contribuì a tenere desta la spiritualità e la cultura, credo che siano ancora oggi necessarie figure che lavorino nella profondità, che amino il silenzio, la concentrazione, capaci di astenersi dall'essere continuamente connessi, coscienti che la connessione fondamentale che il cristiano deve fare propria è quella data a Pentecoste, nel dono dello Spirito del risorto.

Quindi, abitare criticamente e in modo responsabile le piazze digitali, ma incoraggiare anche forme di asceti profonde, assetate di relazioni autentiche e vere, contro il facile consumismo e ubriacatura tipici di ogni overdose.

Penso all'immagine del giorno e della notte di Gesù: connesso di giorno con le folle, con gli avversari, con le invocazioni dei bisognosi, di notte, solo, connesso col Padre suo. L'antica forma dell'azione e della contemplazione è necessaria per un equilibrio cristiano e quindi autenticamente umano.



**Spiritualità della e nella
Comunicazione**



Spiritualità della e nella Comunicazione

Spiritualità della e nella Comunicazione

Un filo rosso attraversa la spiritualità della comunicazione e nella comunicazione. Questo filo rosso è nel Vangelo: "Io sono con voi tutti i giorni, fino alla fine del mondo" (Matteo 28, 20). "Voi, miei discepoli, andate in tutto il mondo e proclamate il Vangelo ad ogni creatura" (Marco 16, 15). Da allora gli Apostoli, i Padri della Chiesa, i Santi di ogni epoca e latitudine, "di ogni lingua, popolo e nazione", hanno proclamato la Buona Novella del Signore Gesù, perché l'hanno vissuta in fede, speranza, carità.

Per acquisire la spiritualità della comunicazione e nella comunicazione, è importante lasciarsi plasmare dallo Spirito Santo secondo la Parola del Signore. Il Santo Padre Benedetto XVI ci aiuta a pregare:

"Spirito Santo, che abiliti alla missione, donaci di conoscere che, anche nel nostro tempo, tante persone sono in ricerca della verità sulla loro esistenza e sul mondo. Rendici collaboratori della loro gioia con l'annuncio del Vangelo di Gesù Cristo, chicco del frumento di Dio, che rende buono il terreno della vita e assicura l'abbondanza del raccolto".

I due discepoli che andavano a Emmaus sono emblema di questa spiritualità: "Ci ardeva il cuore nel petto mentre Egli spiegava le Scritture". E corsero ad annunciare agli altri discepoli: "Abbiamo visto il Signore" (v. tutto il brano in: Luca 24, 13-35).

Cuore e centro della spiritualità della comunicazione è l'Eucaristia, celebrata e adorata: in essa "celebriamo il mistero della fede, che ci unisce sotto il segno dell'amore". Nella storia della Chiesa, i Sommi Pontefici, mediante il loro magistero, hanno proposto la realtà e la spiritualità della comunicazione: come e quando e perché comunicare.

In tempi più recenti, il Concilio Ecumenico Vaticano II, di cui stiamo celebrando il 50° anniversario (1963-1965), in tutti i Documenti, Dichiarazioni, Discorsi ci immette in questa stupenda realtà spirituale. Possiamo leggere il documento sulle comunicazioni sociali: *Inter Mirifica* (1963) e i Messaggi annuali del Papa per la Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali, che fu istituita dal Papa Paolo VI nel 1964. In questo ambito lo stesso Paolo VI ci ha dato un documento di insuperabile valore: l'esortazione apostolica *Evangelii Nuntiandi* (1971).

Il Santo Padre Benedetto XVI ce ne ripropone la scoperta, perché questi scritti abbracciano tutto l'ambito della evangelizzazione. Il Sinodo dei Vescovi sulla "Nuova Evangelizzazione per la trasmissione della fede cristiana" (7-26 ottobre 2012) ci richiama a questa realtà di vita, per riscoprire e alimentare la nostra fede.

L'anno della Fede (11 ottobre 2012-24 novembre 2013) è una pista eccezionale in ordine a questa spiritualità: basta leggere e meditare la Lettera apostolica *Porta Fidei*, con cui il Santo Padre ha indetto l'anno celebrativo. Egli così esordisce:

"La porta della fede che introduce alla vita di comunione con Dio e permette l'ingresso nella sua Chiesa è sempre aperta per noi. E' possibile oltrepassare quella soglia quando la Parola di Dio viene annunciata e il cuore si lascia plasmare dalla grazia che trasforma. Attraversare quella porta comporta immergersi in un cammino che dura tutta la vita. Esso inizia con il Battesimo, mediante il quale possiamo chiamare Dio con il nome di Padre" (*Porta Fidei*, n. 1): varcare la soglia, riscoprire il nostro Battesimo, che ci ha aperto questa Porta Santa.

I discorsi dello stesso Benedetto XVI sono un richiamo continuo, soprattutto nelle catechesi del mercoledì o in circostanze di visite pastorali alle parrocchie, a percorrere questa strada, a restare in questo cammino che ci conduce a Gesù Cristo: "Io sono la via, la verità e la vita" (Gv 14, 6). Il Santo Padre, nel primo tweet inviato ai giovani che l'hanno contattato attraverso questo social net work, ha scritto:

"Dialoga con Gesù nella preghiera.
Ascolta Gesù che ti parla nel Vangelo.
Incontra Gesù, presente in chi ha bisogno.
Lui è sempre accanto a te".

L'Inno dell'Anno della fede, composto da Mons. Marco Frisina, ci fa invocare insistentemente: *Domine, adauge nobis fidem! Credo, Domine, adauge nobis fidem!* Concludo questo breve scritto richiamando la figura di un grande apostolo della comunicazione sociale: il beato don Giacomo Alberione (1884-1971). Egli fu il fondatore della Famiglia Paolina (1914): "apostoli di Gesù Cristo nel mondo della comunicazione", i quali vivono la spiritualità della Parola di Dio e la diffondono, per fare a tutti la carità della verità: *veritatem facientes in charitate* (San Paolo agli Efesini 4, 15).

Perché la sua azione fosse efficace, così pregava:

"O Maestro divino, Tu hai parole di vita eterna: alla mia mente, ai miei pensieri, sostituisci Te stesso, o Tu che illumini ogni uomo e sei la stessa verità.
La tua vita è precetto, via, sicurezza unica, vera, infallibile.
Fa' che io la conosca; fa' che metta ogni momento il piede sulle tue orme.
Al mio cuore si sostituisca il tuo.
Al mio amore a Dio, al prossimo, a me stesso, si sostituisca il tuo. Come accadde a San Paolo: "Vivit in me Christus" (Gal 2, 20).
Vivi in me, o Gesù, vita eterna, vita sostanziale".



CINEMA



Esperienze



Esperienze

Web, il miracolo della modernità

di Rosario De Nigris

Il comitato zonale di Benevento da sempre comunica coi suoi oratori e circoli. Avevamo creato un nostro giornalino ricco di notizie, di eventi realizzati e di proposte in programma, che potesse essere fruito da soci e non. Con gli anni e l'esperienza, lo avevamo perfezionato, reso appetibile anche sotto la veste grafica. Coloratissimo e dal taglio giovane, era apprezzato perché, chi prima e chi dopo, era messo in condizione di essere informato a livello locale, regionale e nazionale, dopo una capillare distribuzione che esigeva i suoi tempi.

Oggi che le cose sono cambiate e la comunicazione dev'essere più diretta e veloce. Anche noi, da qualche mese ci siamo modernizzati, per cui stiamo sfruttando i moderni canali comunicativi e il nostro caro giornalino cartaceo ha ceduto il posto al web. Pertanto, nuovo taglio grafico, colori accattivanti e velocità del viaggio in rete, favoriscono una perfetta informazione. Il panorama delle notizie è rimasto essenzialmente lo stesso: spunti di riflessione spirituale, risalto delle attività realizzate, corredate di ampi servizi fotografici, proposte che possono interessare tutti, suggerimenti e consigli, diffusione di nuove direttive nazionali.

Oggi il giornalino arriva sul computer di ognuno, che in tempo reale sa cosa si sta facendo o cosa si vorrebbe fare: non c'è più bisogno del contatto personale coi responsabili e non c'è più dispendio di mezzi, di tempo e di risorse. È il miracolo della modernità, di cui apprezziamo l'utilità, senza però dimenticare che il parlarsi, il confrontarsi de visu e lo scambio di esperienze umane mediante dialogo e dialettica non potranno mai passare di moda.

Comunicare il nostro pensiero sul mondo

di Cristina Tugnoli

Il valore della comunicazione è di dare visibilità a quanto si svolge. Succede così anche negli oratori e circoli, e dimentichiamo, invece, che un valore aggiuntivo potrebbe essere la condivisione di pensieri su temi importanti, che potrebbero contribuire alla costruzione di una società civile che più assomigli ai nostri principi: un essere 'nel mondo', dando il contributo come associazione pensante. Per Anspi, inoltre, la comunicazione è quel prezioso mezzo che aiuta ad annunciare il legame profondo tra la Parola e quel che organizziamo, e che dà senso al nostro agire.

'Comunicare per crescere' è un corso di comunicazione organizzato da Anspi Emilia Romagna nel 2012. Gli obiettivi che si proponeva erano di creare una rete tra gli iscritti, gli oratori e circoli, il nazionale e le realtà terze; esprimere la nostra visibilità (chi siamo, dove andiamo) e comunicare le nostre programmazioni non tanto per pubblicizzare un calendario di eventi, ma per capirne il senso. A tal fine, è evidente che la 'comunicazione' è importante per rafforzare la nostra identità, proporre i valori di cui l'associazione è portatrice, condividere il patrimonio di idee, generare un pensiero da far conoscere anche ad altre realtà.

L'esigenza di dare un senso all'informazione è stata portata alla luce nel corso di un'analisi effettuata nell'ambito d'un progetto che la regione Emilia Romagna richiedeva alle Aps territoriali, dando una compartecipazione finanziaria. Due esigenze, un bando progettuale, la volontà di tutti (in primis, regionale e zonali), dei destinatari, un coordinamento e un professionista della comunicazione, Gino Belli: nasce così 'Comunicare per crescere', un percorso di formazione. Anspi regionale ha interpretato un bisogno e ne ha dato risposta con un mandato: quello di formare un gruppo di addetti stampa che potessero collaborare e farsi portavoce nella diffusione dell'identità e dei valori Anspi.

Vi sono stati alcuni passaggi preparatori: quattro incontri interzonali, per capire la funzione della comunicazione; l'acquisizione d'un gruppo di partecipanti, provenienti dai diversi zonali, interessati ad approfondire il tema e sviluppare un processo comunicativo continuativo, imparando una metodologia utilizzata da professionisti. La modalità è stata quella d'un corso residenziale: fondamentale, infatti, era condividere il background e vivere un'esperienza intensa, unendo teoria a esercitazioni pratiche. Tra le tematiche, vi sono state: tecniche e mezzi della comunicazione (comunicato stampa, conferenza stampa, articolo); profilo dell'addetto stampa e sue relazioni, comunicazione interna ed esterna. Gli incontri si sono svolti nel corso di tre week end, di cui l'ultimo ha visto i corsisti impegnati a realizzare un video sulla presentazione di Anspi regionale. Tale lavoro è stato presentato alla regione Emilia Romagna ed è sul sito regionale. Sono state condotte verifiche con questionari e momenti di discussione; vi è stata la consegna dell'attestato formativo.

Il progetto ha segnato solo l'inizio d'un percorso che mira ad agevolare la

comunicazione fra noi e gli altri e che tenta di comunicare «il nostro pensiero sul mondo» come ha detto Belli. Da questo gruppo, come iniziativa autonoma, è nato un gruppo di discussione on line dove ci si confronta. Attualmente vengono proposti articoli e spunti, ma soprattutto si sta creando un nuova rete di amicizie e di collaboratori preziosi per il regionale. Non so dire se ciò sia una 'buona prassi': sicuramente è una 'buona semina' che va coltivata e che sta producendo piccoli, ma preziosi frutti.

Nel vortice della comunicazione globale

di Fabio Righetti

Comunicare nelle più svariate forme, era il centro del convegno che si è svolto il 2 febbraio 2013 a Novara, nel progetto 'Sette volte Anspi' per il cinquantenario associativo. Un convegno che ha innanzitutto unito ragazzi e persone di luoghi distanti, rendendo il colpo d'occhio dei dialetti e delle 'parlate' intrigante, come avviene in ogni manifestazione Anspi. Il tema è stato però la comunicazione, non l'incontro. L'idea nasce dal fatto che comunicare non è cosa scontata, semplice e univoca, ma presenta forme e tempi diversi e affascinanti. Come organizzatori, quello che ci eravamo prefissati era di portare vicino ai partecipanti questi differenti modi di trasmettere informazioni, stringendo un occhio alla modernità e all'ormai sempre più centrale mondo del web. Rendere l'evento disomogeneo anche nello svolgimento è stato un obiettivo che si è fortemente ricercato, con diversi modi nel costruirlo: dopo una lezione frontale, con illustrazione dei manuali dedicati, si è passati a un'intervista condotta da Alessandro Milan, conduttore di Radio 24, a don Gianmario Lanfranchini (responsabile Anspi comunicazione), don Paolo Padrini (noto per aver portato il Papa su Facebook), e Doriana Marin (organizzatrice dello spettacolo 'San Giovanni fa veder gl'inganni'), con stile radiofonico, fatto di domande dirette e incalzanti. I protagonisti sono stati poi i ragazzi, divisi in vari laboratori, ognuno dedicato a un metodo comunicativo: radio, fumetto, grafica, musica, teatro, social network. Questa parte è stata la più apprezzata, per la possibilità di entrare nel vivo e nel fare, che un workshop permette, potendosi portare a casa poi l'esperienza d'un lavoro insieme.

La centralità che la comunicazione riveste nella società moderna non è un dettaglio trascurabile per Anspi, che ha tra i suoi scopi di unire e rendersi vicina al prossimo, a partire dal bambino per finire al circolo. Perciò il convegno è stato un successo, avendo dato la possibilità di un'espressione diversificata e su più livelli di contatto di quella che è la realtà della comunicazione Anspi.

Una tivù che ha l'oratorio come stile

di Gianluca Martucci

Anche noi della parrocchia di San Vito di Gioia del Colle (Bari), con l'occasione dataci dai laboratori organizzati a Novara il 2 febbraio, abbiamo potuto sperimentare le nostre opportunità comunicative. Siamo giunti, infatti, con la troupe di Oratv per seguire l'intero evento.

Ricordiamo che la nostra esperienza televisiva nasce a Bologna nel 2004 con uno stage formativo, cui parteciparono alcuni ragazzi dell'oratorio dell'epoca. L'obiettivo iniziale, era di contribuire alla realizzazione d'un video magazine mensile, in rete con altri 50 oratori sul territorio nazionale.

Consistente il materiale prodotto negli anni dai ragazzi che hanno aderito al progetto, tra cui servizi sull'introduzione dell'euro, sull'uso delle sostanze stupefacenti, sullo sport educativo, interventi in diverse attività culturali che hanno interessato la nostra cittadina, attualità politica e iniziative varie, cui la nostra troupe ha partecipato con impegno e sempre con una finalità educativa.

Il progetto continua tuttora nel nostro centro giovanile, con tante difficoltà anche di origine tecnica, ma con l'entusiasmo degli inizi. Anche la redazione giornalistica di questa testata, in piedi da 12 anni, è stata impegnata a Novara per raccogliere notizie, curiosità, catturare tutto quello che può servire a rendere vive le relazioni interpersonali in una comunità come la nostra, che ha sposato in pieno l'oratorio come stile.

Festa d'estate, una macchina ben oliata

di Francesco Umberto Iodice e Cesare Stoppani

La Festa d'estate non è solo l'appuntamento più importante del calendario sportivo Anspi. Raccogliendo migliaia di presenze da ogni regione d'Italia, l'associazione si riunisce a formare un grande oratorio a cielo aperto.

Fondamentale per la buona riuscita dell'evento diventa quindi la comunicazione, che a Bellaria Igea Marina (Rimini) si dipana su due fronti: comunicazione interna, attraverso 'Il magazine della festa', foglio informativo quotidiano che funge da diario di bordo della manifestazione, ricordando appuntamenti, riportando risultati e classifiche aggiornate e proponendo dei focus sui momenti più importanti; comunicazione esterna, con l'addetto stampa che cura i rapporti con le testate locali e regionali, con le emittenti televisive, concorda e organizza le interviste, invia inviti ai momenti ritenuti di interesse dell'opinione pubblica e, infine, cura la rassegna stampa.

È un lavoro impegnativo, ma facilitato da una macchina ben oliata, frutto di anni di collaborazione tra membri dello staff nazionale eventi ed enti locali (in primis, il comune di Bellaria Igea Marina), l'addetto stampa del sindaco e Verdeblu, la fondazione che svolge attività promozionale del territorio. Il motivo del successo, siamo convinti risiede nell'aver creato rapporti personali favorendo, con lo spirito di condivisione, l'amicizia e la gioia del ritrovarsi.

Da queste premesse, ogni anno a Bellaria Igea Marina parte davvero la Festa.



Indice

Comunicare: stili e relazioni	3
La dimensione corporea nell'era digitale	7
Valori, formazione della persona, relazioni umane	19
Cercatori di notizie, non di consenso	27
La radio dà voce ai senza voce.....	35
Comunicare nell'ambito associativo	43
Fare rete per essere nella Rete	49
Comunicazione digitale, nuovo modello educativo	55
La comunicazione della fede: dalla Scrittura alla cultura digitale.....	63
Spiritualità della e nella Comunicazione	75
Esperienze.....	79

La nascita di ANSPI (Associazione Nazionale San Paolo Italia), nel 1963, fu la logica conseguenza d'una serie di esperienze presentate e portate a maturazione dalla *Rivista del Catechismo*, che sviluppò un ampio e profondo dibattito sui molteplici aspetti della vita in oratorio e in un circolo. Da quel gruppo redazionale emersero le figure chiave dell'associazione. È quindi in ambito comunicativo che vanno ricercate le radici di Anspi.

Dopo cinquant'anni contrassegnati da un notevole sforzo editoriale, l'associazione si è aperta alle nuove tecnologie: accanto ai tradizionali mezzi a stampa, i canali digitali stanno ampliando la proposta informativa, espressione d'un mondo che evolve e in cui Anspi intende giocare da protagonista.

La vita dell'oratorio pulsa attraverso le giovani generazioni: sono i loro bisogni e le loro sensibilità a dettare il passo e a plasmare la proposta, nel quadro di quell'educazione integrale della persona che l'associazione da sempre propugna. Anche nella proposta del circolo la comunicazione ha bisogno di fare buon uso di questi nuovi linguaggi digitali.

Questo manuale, concepito per coloro che, a vario titolo, hanno a che fare con l'oratorio e con il circolo, intende fornire spunti di riflessione sul modo in cui la comunicazione traduce la realtà e la rende percepibile nella sfera individuale.

anspi

Sede Nazionale
Via G. Galilei 65, Brescia
tel. 030.304.695 - 030.382.393
fax. 030.381.042
e-mail: info@anspi.it
www.anspi.it



anspi