



DIRE LA FEDE NELL'EPOCA DEI SOCIAL NETWORK I NEW MEDIA, I GIOVANI E LE PAROLE DELLA FEDE mercoledì 8 giugno 2011, Facoltà Teologica del Triveneto – Padova

Evangelizzare efficacemente nel tempo dei new media

comunicazione di don Roberto Laurita, catecheta

* "Fuori dalla mia finestra c'è un albero di limoni...Mi sono sempre piaciuti i limoni. Da bambino quando la zia mi offriva delle caramelle, sceglievo sempre quelle gialle. A volte sapevano di banana (che disgusto!), ma di solito avevano il gusto aspro-dolce del limone. E quando mi ammalavo, mia mamma mi preparava delle tisane di limone e miele. Ora, quando passeggio nel giardino davanti alla mia finestra, non di rado mi fermo per sentire il profumo pulito e vivace di un limone appena colto.

Ma che cosa c'entrano i limoni con la tecnologia? Un limone colto dall'albero ha la scorza ruvida. Più curato è l'albero, più ruvida è la scorza. Se la si schiaccia un poco ne esce un olio profumato e d'improvviso la superficie diventa liscia. E poi c'è quel succo asprigno, così buono sulla cotoletta e con le ostriche, nei drink estivi e nel tè caldo! Tatto, olfatto, gusto. Tre dei cinque sensi non possono essere trasmessi attraverso la tecnologia. Tre quinti della realtà, il sessanta per cento".

Così, in modo piuttosto scanzonato, Jonah Lynch comincia il suo libro, *Il profumo dei limoni. Tecnologia e rapporti umani nell'era di Facebook* ¹. Laureato in fisica a Montréal, è entrato in seminario, ha studiato filosofia e teologia all'Università Lateranense ed attualmente è sacerdote della Fraternità sacerdotale dei Missionari di san Carlo Borromeo. Le sue riflessioni, devo ammetterlo, mi sono state di molto aiuto

nell'affrontare un tema così complesso, ma anche avvincente.

* Devo subito dichiarare che *il titolo contiene qualcosa che desta subito un certo allarme in me come catecheta:* l'efficacia non è, propriamente parlando, uno dei connotati dell'evangelizzazione e dell'educazione alla fede. Essa appartiene, piuttosto alla comunicazione pubblicitaria e ai suoi effetti "magici". E' possibile, infatti, ricorrendo a tecniche subliminali, influenzare le persone fino a indurle ad acquistare questo o quell'oggetto reclamizzato. E questo senza che nemmeno se ne rendano conto. Tutto questo, però, non ha nulla a che fare con l'ambito della fede che prevede l'appello alla libertà (e quindi alla coscienza) dell'individuo. Non di efficacia, dunque, si deve parlare, ma di *fecondità* ². Questa, infatti, istituisce un tipo di relazione che fa posto alla *rinunzia al dominio* (non si genera da soli), alla *sorpresa* (il generato non è totalmente programmabile), alla *reciprocità* (il generato diventa lui stesso "fecondo" di fronte al genitore) in una parola *all'alterità e al tempo*. Se l'efficacia dà l'illusione dell'intervento magico e dell'onnipotenza, la fecondità si afferma nel tempo e con tutte le caratteristiche sopra elencate. Bastano pochi secondi per "convincere" suo malgrado qualcuno a comprare un prodotto; al contrario ci vogliono ben nove mesi perché un piccolo d'uomo venga alla luce.

Senza volerlo ci siamo trovati già a parlare di *relazione*: sarà un concetto determinante nell'itinerario che intendo proporre.

- -

¹ LYNCH, JONAH, *Il profumo dei limoni. Tecnologia e rapporti umani nell'era di Facebook*, Torino, Lindau 2011, pp.13-14

² THÉVENOT, XAVIER, "L'etica dell'atto catechistico. Etica e funzione del linguaggio in catechesi", in: AA.VV., *La morale in catechesi. Problematiche e prospettive*, Milano, Paoline 1991, p.100.





1. Questa nostra epoca digitale

Le nuove tecnologie, ed i *new media* che se ne avvalgono, hanno di fatto cambiato la nostra vita. Ad affermarlo è lo stesso Benedetto XVI° nel suo Messaggio per la 45a Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali ³. Egli rileva come "oggi la profonda transformaziona in atta calla accominata della comunicazioni sociali in atta calla cal trasformazione in atto nel campo delle comunicazioni guida il flusso di grandi mutamenti culturali e sociali" e osserva che "le nuove tecnologie non stanno cambiando solo il modo di comunicare, ma la comunicazione in se stessa, per cui si può affermare che si è di fronte ad una vasta trasformazione culturale. Con tale modo di diffondere informazioni e conoscenze, sta nascendo un nuovo modo di apprendere e di pensare con inedite opportunità di stabilire relazioni e di costruire comunione". Il papa giunge addirittura a paragonare tali cambiamenti a quelli prodotti dalla rivoluzione industriale! In effetti ci troviamo davanti a possibilità del tutto inedite. Le tecnologie hanno trasformato alcune dinamiche basilari e alcuni modelli della stessa comunicazione. I mezzi tecnici che permettono di comunicare accumulano funzioni che un tempo erano proprie di più strumenti. E i contenuti della comunicazione ricevono una distribuzione sempre più capillare e pervasiva in vari formati e su diverse piattaforme. "Computer e cellulari stanno accorpando funzioni che prima erano proprie di oggetti differenti: telefono, stereo, radio, macchina fotografica, televisore, navigatore satellitare, libro...I contenuti della comunicazione non sono più prodotti unici fruibili attraverso un medium unico e determinato. Per cui, ad esempio, una canzone trasmessa in radio diventa un file da condividere su un computer, colonna sonora al cinema, video clip su YouTube, suoneria da cellulare, testo da diffondere via sms o da condividere su Twitter o Facebook...In tempo di "cultura convergente" si spalanca così davanti all'uomo di oggi un flusso costante e aperto di processi comunicativi che ha in internet il proprio ambiente di elezione" ⁴.

Viviamo, dobbiamo riconoscerlo, in un'era digitale e assistiamo alla creazione di un intreccio di "reti sociali" la cui caratteristica è quella di permettere lo scambio di conoscenze principalmente all'interno di scambi personali. Dare informazioni significa innanzitutto "condividerle" e le relazioni che si creano in Rete permettono di superare le barriere spazio-temporali per cui è possibile trovarsi in contatto

costante con persone che abitano in un altro continente.

2. Solo uno strumento?

In genere si è portati a pensare che uno strumento è semplicemente a disposizione dell'utente, è neutrale, e quindi non è né buono, né cattivo. Di conseguenza si ritiene che sia soltanto l'utente a usare la tecnologia, e non anche la tecnologia ad usare l'utente. Ma ogni strumento ha un impatto su chi lo usa. La scoperta della "neuro plasticità" ci mostra come ogni esperienza che facciamo lascia una traccia nel nostro cervello e questi si adatta continuamente alle circostanze in cui vive, anche a livello fisico ⁵. "La neuroplasticità fornisce l'anello mancante per comprendere come i mezzi di informazione e le altre tecnologie intellettuali abbiano esercitato la loro influenza sullo sviluppo della civiltà e contribuito a guidare, a livello biologico, la storia della

_

³ "Verità, annuncio e autenticità di vita nell'era digitale", 5 giugno 2011.

⁴ SPADARO, ANTONIO, "La 45a Giornata Mondiale delle Comunicazioni sociali", in "La Civiltà Cattolica", q. 3855 (5 febbraio 2011), 2011, I, p. 218.

⁵ DOIDGE, NORMAN, *Il cervello infinito. Alle frontiere della neuroscienza: storie di persone che hanno cambiato il proprio cervello*, Milano, Ponte alle Grazie 2007.





conoscenza umana" ⁶. Dunque diventiamo ciò che vediamo, ciò che pensiamo, ciò che leggiamo, ciò che facciamo.

Basta rifarci a due scoperte per comprendere questa realtà:

a. *Il cellulare* ha, di fatto, eliminato lo spazio. Ognuno di noi può essere rintracciato dovunque. C'era un tempo in cui i rapporti lavorativi erano circoscritti al luogo fisico del lavoro. Ora si può lavorare ovunque e il risultato è che non c'è più differenza tra ufficio e abitazione. Certe esperienze non sono più le stesse: la prima gita scolastica lontano dalla famiglia, l'università fuori sede...Ci si può sentire dovunque e tutti i giorni e quindi il cordone ombelicale che ci lega alla famiglia viene reciso molto più tardi. Il modo di concepire il lavoro, il legame con i propri cari, il rapporto con lo spazio sono cambiati.

b. *La televisione* ci offre la possibilità di scegliere il mondo in cui vivere. La disponibilità di molti canali fa sì che si possa saltare da un canale all'altro. E questo rafforza la convinzione che il mondo non è innanzitutto "dato", ma "scelto". La televisione ha un rapporto complicato con la verità: ha una sembianza di oggettività, ma si sa che è facilmente manipolabile. La cura della luce e del trucco, costanti del lavoro televisivo, rendono il mondo dentro lo schermo un mondo iperrealistico, più reale del mondo reale.

Di qui la necessità di cominciare a decifrare *le logiche* che presiedono al funzionamento della Rete. Antonio Spadaro lo ha fatto nel sito *Cyberteologia* ⁸ e ne ha individuate quattro:

- a) Skype è un software di messaggistica e VoIP (Voice Over Internet Protocol) che unisce alla chat, un sistema di telefonate basato su un network peer-to-peer. L'uso più comune è quello che permette di fare telefonate completamente gratuite. Funziona solo se sia il mittente che il destinatario sono collegati a Internet e sono connessi tramite il client Skype. Funzionando con la logica del peer-to-peer non ha server centrali, non ha un deposito da cui si scarica qualcosa. La sua logica consiste nell'unire due punti tramite un sistema di connessione.
- b) *Google* attua invece la logica del centralizzare tutto, *cloud computing*. Le informazioni di un punto vanno a finire tutte in una "nuvola" (*cloud*) nella quale restano sempre aggiornate e salvate, e dalla quale possono essere scaricate e usate...In questo caso si collega un punto con un deposito (la nuvola), sempre disponibile ai punti che hanno ad esso accesso.
- c) Facebook realizza invece la logica del social network: un punto condivide un'informazione all'interno di una rete di relazioni ben precisa: un punto verso una rete di punti.
- d) *Instapaper* funziona come una sorta di acchiappafarfalle. Appena trovo un contenuto interessante lo faccio orbitare attorno a me, salvandolo grazie a questa applicazione. E' la logica dell'*orbital content*: il contenuto non è più radicato nei siti web, ma fluttua in orbite gravitazionali attorno agli utenti.

⁶ CARR, NICHOLAS, *Internet ci rende stupidi? Come la rete sta cambiando il nostro cervello*, Milano, Cortina 2011, p.69.

⁷ LYNCH, JONAH, *Il profumo dei limoni. Tecnologia e rapporti umani nell'era di Facebook*, Torino, Lindau 2011,

pp. 54-55.

[§] SPADARO, ANTONIO, "Quattro logiche della Rete: peer-to-peer, cloud computing, social network, orbital content", in Cyberteologia (12 maggio 2011).





Appare chiaro, allora, che la Rete è quanto di meno neutro vi possa essere. Le sue logiche influenzano infatti il nostro modo di agire perché danno vita a visioni del mondo, del lavoro, della conoscenza, delle relazioni...

3. Interrogativi

Ogni tecnologia porta con sé un mutamento del rapporto con il mondo, una facilitazione di certi aspetti di quel rapporto e una complicazione di altri. Tutto

dipende, a questo punto, da quali aspetti sono facilitati e da quali ostacolati.

Analizziamo quello che capita, per esempio, in Facebook ⁹. Si tratta di un social network che corrisponde in qualche modo ad una "piazza" : le persone possono incontrarsi, costruire delle vetrine dove esporre se stesse e la propria vita e tenersi in contatto. Come riconoscono tutti, dal papa al fondatore di Facebook, i social network rispondono ad un desiderio profondo di comunione. Ma come lo interpretano? Qual è, di fatto, la logica che ispira la loro offerta?

a. Incontrarsi. C'è una differenza fondamentale tra un incontro virtuale, che avviene chattando, ed un incontro reale, fisico. A mancare, nel primo, è il corpo (con san Giovanni diremmo: la carne). Percepire un profumo, stringere una mano, dare un bacio, guardarsi negli occhi, ridere insieme sono tutte esperienze che passano solo attraverso il corpo. Anche su Facebook si "sta insieme", ma è un'altra cosa. "Vedersi su *Facebook*", cioè chattare nella propria camera, non è come bere una birra insieme; digitare sullo schermo 'ahahahahahah" non è come uno scoppio di riso che risuona all'interno di un

gruppo di amici...

b. Costruire delle vetrine per esporre se stessi. C'è in ognuno di noi, e particolarmente nell'adolescenza, un Narciso nascosto che vuole attirare lo sguardo altrui. Per questo non esita ad usare delle maschere o a costruire una statua di se stesso che non corrisponde alla realtà. Solo così può far emergere alcuni aspetti di sé mascherandone altri. Un'operazione del genere non sarebbe possibile in una relazione diretta: le persone che ci sono vicine scoprirebbero la verità. Del resto proprio lo stare senza maschera è l'essenza del rapporto umano maturo. Il resto è pubbliche relazioni. E poi viene da domandarsi: E' veramente possibile ad una persona vivere al cospetto di tutti? L'"io pubblico" non finisce col prevalere sull'"io privato"?

c. Tenersi in contatto. Dietro la straordinaria crescita di Facebook c'è – è vero – un desiderio forte che è presente nell'uomo. Ma in che modo gli si risponde? Gli amici diventano una pura quantità: "io ho 731 amici". Tra l'altro tutti sono sullo stesso piano: amici autentici, semplici conoscenti, persone con le quali è intervenuta una rottura (gli "ex"). Ciò che nel contatto fisico risulta duro, difficile da realizzare, appare invece facilissimo quando basta digitare una frase qualsiasi per "entrare in contatto". Ma in questo contatto manca qualcosa di

determinante: sguardi, pause, espressioni del viso...

In gioco, lo si vede, è la relazione. Quella che i social network mi offrono non può essere giudicata con criteri inerenti al sistema stesso: l'efficienza, la reperibilità, la velocità e la frequenza di comunicazione. Ne esistono anche altri, da non sottovalutare: la profondità, la ricchezza, l'unicità.

Se ricevo una mail da una persona amica che mi parla di sé, dei suoi momenti difficili, delle sue scoperte, posso illudermi che quel messaggio sia stato rivolto

⁹ LYNCH, JONAH, op. cit., pp.87-89.





proprio a me. Provo una sensazione diversa quando mi accorgo, dai contatti con altri, che anch'essi l'hanno ricevuta. Cos'era allora? Un messaggio personale o un articolo di giornale girato a più persone? Comprendiamo tutti che è diverso ciò che provo alla presenza di un'opera d'arte (penso al Cristo in croce di Mathias Grünewald nel museo di Colmar) e quello che mi accade quando vedo una delle tante sue riproduzioni...L'evento unico è ben diverso da una serie quantitativa di eventi. Che cosa cambia in definitiva? Cambia la valutazione della persona. Chi mi ha mandato il messaggio, per risparmiare tempo, lo ha mandato anche ad altri. A quel punto a dominare è stato il solo messaggio, avulso dal contesto intimo dell'amicizia tra mittente e ricevente, la pura materia non il complicato intreccio di intenzioni, forma e messaggio all'interno di un contesto irripetibile e personale. Qual è il rischio? Lo sottolineava già l'allora card. Ratzinger quando rilevava il pericolo di "fare dell'altro e degli altri un puro oggetto, una semplice funzione, mettendoli al servizio del proprio volere. L'altro e gli altri non vengono considerati come realtà vive in se stesse, con un proprio diritto, alla cui esistenza autonoma io debbo piegarmi. Vengono invece trattati come funzioni, cioè alla maniera della macchina, come qualcosa di morto" ¹⁰. Una conversazione autentica realizza un ritmo equilibrato tra parlare ed ascoltare: nella Rete essa è sbilanciata sul parlare. Del resto so bene che sarò ascoltato solo quando farà comodo all'altro...Se vado su un forum per risolvere un problema posso accedere alla conoscenza di migliaia di persone e quindi trovare rapidamente una soluzione. Ma queste sono ridotte a puri datori di informazioni, il che è qualcosa di meno di 'persone''.

4. Una relazione senza il corpo

I rapporti epistolari, le telefonate, le email, gli sms non possono minimamente sostituire i rapporti umani diretti. Solo in questi si rivela l'originalità dell'essere umano, che si rivela unico nella irripetibilità della sua carne. Ora "il linguaggio dell'amore, come i linguaggi delle altre esperienze fondamentali dell'uomo, è infinitamente vario e ha bisogno di tutti i sensi, e di tutti i registri espressivi, anche solo per approcciare da lontano ciò che vorrebbe dire" ¹¹. Nel caso della Rete la presenza fisica non è coinvolta, ma solo parole, immagini e suoni mediati attraverso una macchina.

Il linguaggio dell'amore, come il linguaggio religioso, ha bisogno di una comunicazione personale e corporale. Ci si può fidare di una persona, non tanto di un "messaggio". Ci si può affidare ad una persona, seguirla, amarla. Si può sentire un sussulto per qualcuno che è qui, ora, vicino a me.

E' nel corpo, in definitiva, che sperimento la bellezza della relazione. I limiti fisici, a questo punto, non sono una gabbia mortale, ma un confine permeabile, che consente la comunione. Paradossalmente, proprio sperimentando il confine del mio corpo, posso aprirmi all'esperienza della comunione e provare sorpresa e gratitudine per quello che mi sta accadendo.

Misuriamo, a questo punto, quello che Domenico Pompili chiama la differenza tra "connessione" e "relazione" ¹². La rivoluzione digitale ha realizzato il passaggio dalla trasmissione (uno-a-molti, senza feedback) all'interazione (molti-a-molti, in

¹⁰ RATZINGER, JOSEPH, Cantate al Signore un canto nuovo, Milano, Jaca Book 2005, p. 57.

¹¹ LYNCH, JONAH, op. cit., p.84.

¹² POMPILI, DOMENICO, "Rivoluzione industriale/rivoluzione digitale", in: "Vita Pastorale", n. 5/2011, pp. 65-67.





una prospettiva di scambio e di reciprocità). In tal modo l'intelligenza diventa connettiva e collettiva. Per la Rete questa connessione è centrale: essa riduce le distanze e crea delle condizioni di interazione, che non riguardano solo la conoscenza, ma anche le relazioni interpersonali, in un contesto – tra l'altro – di perpetuo contatto. In tutto questo, bisogna riconoscere che si realizza un desiderio di comunicazione e di amicizia radicato nella stessa natura umana.

E tuttavia "la connessione è la condizione della relazione, ma non è ancora relazione in senso pieno. E' una relazione virtuale, non nel senso di fittizia o inevitabilmente superficiale, ma nel senso di "potenziale", da realizzarsi nella dimensione dell'integrità e non solo in quella smaterializzata della Rete: in altri termini la connessione è necessaria, ma non sufficiente per la relazione" ¹³. La "vita digitale" dunque non corrisponde ad una sorta di "seconda vita", un mondo fittizio prodotto dalla simulazione, ma piuttosto un "campo totale", composito, che ci consente di traversare mondi diversi. Il suo motivo ispiratore e il suo fine ultimo resta, però, l'incontro intercorporeo, nell'ascolto e nell'accoglienza dell'altro, nella sua integrità.

La Rete è un moltiplicatore di connessione attraverso la riduzione della distanza: l'accento non è più sull'individuo (spettatore), ma sulle relazioni. Poiché le manca la corporeità, la fisicità, essa assurge allora ad un ambito di transito e di allargamento dei contatti, ma non può costituire la destinazione ultima della relazione. "E' attraverso il contatto che l'altro da *aliud* (esterno, estraneo, astratto membro di una categoria, potenziale ostacolo o strumento per la mia realizzazione) diventa *alter*, l'altro che mi libera, che mi risveglia alla mia umanità, con cui realizzare comunione" ¹⁴.

5. Quale evangelizzazione senza Incarnazione?

Il prologo di Giovanni ci presenta il Mistero dell'Incarnazione in termini sconvolgenti per un uomo di quel tempo. Il "Logos" si è fatto "sarx". La perfezione di Dio ha assunto la carne di un uomo. Il Cristianesimo è segnato da questo avvenimento che non diventa sono un elemento fondamentale del Credo, una verità da professare, ma anche un metodo, il metodo scelto da Dio stesso, nella pienezza dei tempi, per entrare in comunione con l'uomo.

E' attraverso la carne di Cristo, che gli uomini entrano in comunicazione con Dio. Il corpo, lungi dall'essere considerato una zavorra, diventa addirittura il tramite di un incontro. Analizzando la relazione di Gesù con i suoi Pierre Babin ¹⁵ non può fare a meno di notare come essa passi attraverso la "modulazione" cioè quel complesso di vibrazioni dotate di intensità e di altezze diverse, di ritmi e di armoniche particolari, tutto ciò che si presenta sotto i sensi sotto forma di vibrazioni visive, sonore o tattili. E' attraverso la modulazione che si comunicano il sangue (la potenza dell'istinto), il corpo (la presa sul mondo), il soffio (la primizia dello spirito), le tradizioni (l'anima degli antenati), il ground (ciò che dà alle realtà il loro posto e il loro valore. "La prima adesione della fede si rivolge non a frasi esplicative, ma alla modulazione, cioè all'intensità, alla qualità, alla bellezza e alla seduzione della persona che manifesta

-

¹³ POMPILI, DOMENICO, art. cit., p.67.

¹⁴ Ibidem

¹⁵ BABIN, PIERRE, La catechesi nell'era della comunicazione, Torino-Leumann, LDC 1989, pp. 39-78.





tale fede. I discepoli seguono anzitutto per modulazione. Aderiscono globalmente ad una persona: "Maestro, dove abiti?"" ¹⁶.

"Gli esecutori dei comandi del Signore sono pronti al suono della sua parola", dice il salmo (102,20). "Al suono della sua parola", cioè alla sua voce, al tremito del fiato nella gola, non al suono dei vocaboli. Gesù, presentando se stesso come il buon pastore, afferma che le pecore riconoscono la sua "voce" (Gv 10). Questa esperienza sembra avere un'importanza decisiva nel ministero di Gesù. Scorrendo i vangeli appare chiaramente come egli non si sottragga al contatto fisico, anche quando potrebbe risultare imbarazzante: è il caso della peccatrice che lo raggiunge in casa del fariseo (Lc 7, 36-50) e piange sui suoi piedi, li asciuga con i suoi capelli, li profuma e li bacia. I malati, anche quando c'è pericolo di contagio come per i lebbrosi, non vengono guariti a distanza, ma attraverso un contatto con le membra malate. E' attraverso questi gesti rischiosi che Gesù comunica non solo la guarigione, ma anche l'amore, la tenerezza, la compassione, la vicinanza di Dio. Davanti al sepolcro vuoto, il giorno di Pasqua, è la voce di Gesù che la chiama per nome, a strappare Maria alla sua tristezza e ad aprirla all'incontro con il Risorto.

6. La logica dell'Incarnazione...

E' vero: oggi noi non abbiamo più accesso alla "carne" del Cristo, il suo corpo glorioso non è sottoposto alle leggi della fisica. E tuttavia la fede passa ancora necessariamente attraverso la "carne".

a) La "carne" dei testimoni, il contatto fisico, non virtuale, con loro. E' attraverso di essi che avviene l'annuncio, è per loro tramite che si realizza l'educazione alla fede. Le difficoltà che sta attraversando oggi la catechesi nascono forse dall'illusione di poter sottrarsi alla fatica della relazione, usando strumenti sempre più sofisticati che dovrebbero risultare "magici". C'è, dietro una domanda costante di competenza comunicativa un sogno o una volontà di potenza: l'illusione di avere la bacchetta magica per trovare senza difficoltà ascolto, consenso, seguito. Ma la logica dell'Incarnazione va di pari passo con quella della Passione/Risurrezione. C'è un autentico "morire a se stessi" che si realizza nel rifiuto di ciò che ci suggerisce Narciso, nel rispetto della libertà dell'altro, nella rinuncia ad omologarlo o a sedurlo per piegarlo ai propri obiettivi (c'è una certa differenza tra "seducente" e "seduttore"!), nell'accettazione di quei momenti difficili che intervengono in ogni relazione.

Del resto tale rapporto risulta arricchente nella misura in cui è anche reciproco. Non c'è solo la "carne" del testimone, ma anche quella di coloro che ricevono il suo annuncio. Ed è proprio questo scambio che dà luogo allo stupore e alla sorpresa, con cui reagiamo all'azione dello Spirito.

b) La "carne" costituita dal ministro e dalla materia che divengono veicoli della grazia sacramentale. Babin descrive a questo proposito un'esperienza vissuta in prima persona ¹⁷. In occasione di una festa in un paese straniero gli accadde di partecipare a una Messa solenne presieduta da un arcivescovo, circondato da molti sacerdoti. Non poteva capire un solo vocabolo, se non – di tanto in tanto – la parola "Gesù". Decise pertanto di seguire la modulazione cioè i costumi, i gesti, le luci, i movimenti della folla, la musica dei canti, la mimica del predicatore. Quale fu il suo feed-back? Muoversi insieme assieme agli altri, seguire, eventualmente canticchiare.

-

¹⁶ BABIN, PIERRE, op. cit., p. 45.

¹⁷ Ibidem





Oltre a queste reazioni globali, però, "avvenne un vero feed-back e fu il gesto della comunione. Compresi allora il discorso del pane di vita. Agli uditori della parola, alle folle esitanti che lo seguono, Gesù dice: "Mangiate la mia carne, bevete il mio sangue". In tal modo le spinge a questo feed-back insieme simbolico e fisico. Troppo spesso feed-back ed interattività significano: parlare, dialogare, premere un bottone, scrivere, telefonare. D'accordo! Ma non dimentichiamo mai che il primo feed-back – e il più importante – è quello di mangiare e bere, come avvenne nel grembo di nostra madre".

7. Quando la Rete resiste o contrasta...
Come osserva Antonio Spadaro ¹⁸ il problema della liturgia in Rete potrebbe essere affrontato ricorrendo alla distinzione che esiste tra l'opera d'arte e la sua riproduzione altamente perfezionata. A questa manca sempre un elemento, cioè l'hic et nunc dell'opera d'arte. La sua esistenza unica, infatti, è irripetibile nel luogo in cui si trova ed è proprio questo a costituire il concetto della sua autenticità. "La magia della tecnica, abolendo la distanza dell'hic et nunc, scatena sull'atto liturgico una dinamica per certi versi simile a quella della riproduzione tecnica dell'opera d'arte, grazie alla quale si creano riproduzioni fedelissime nelle quali c'è tutto tranne l'opera '. Il digitale produce, all'interno della propria griglia di possibilità, una copia più o meno buona; l'analogico è una cosa in sé. Il digitale è strutturalmente incapace di sfumature: deve atomizzare il mondo in frammenti piccoli, magari con una risoluzione al di là del limite della percezione umana, per poterli poi' misurare e ricomporre da un'altra parte (si pensi ai pixel!). Quanto emerge, tuttavia, non ha la densità o la presenza di una singola nota di musica, o una singola pennellata di colore, nella sua complessa unità.

Ecco perché l'evento liturgico non è mai "tecnicamente riproducibile". Perché nell'hic et nunc in cui viene celebrato incorpora in maniera irriproducibile l'azione dello Spirito, che rende presente e attualizza il mistero di Cristo. E perché il rituale viene dal corpo: "Non battezziamo lo strato neocorticale del cervello, ma l'intero corpo, quella palpitante massa di nervi, sangue, muscoli e fibre, di emozioni e di sentimenti umani, di speranze e di dubbi. Apparteniamo ad un popolo esattamente appartenendo ad un corpo" 20. Se questo aspetto evidenzia alcuni "limiti" della Rete, non mancano casi in cui questa sembra addirittura contrastare alcune esperienze significative della fede.

E' sempre Antonio Spadaro a segnalarlo ²¹. Egli parte proprio da alcune considerazioni *sul verbo* "*salvare*" così come viene utilizzato nella Rete e nel senso che esso riveste all'interno dell'esperienza cristiana. Salvare qualcosa nel mondo digitale significa salvarla dall'oblio, dalla dimenticanza, dalla cancellazione. Salvare in senso teologico significa salvarla dalla dannazione, dalla condanna. Ora salvezza e perdono si richiamano a vicenda. Tuttavia il perdono consiste nel cancellare il peccato, mentre la salvezza digitale, il "salvataggio" è esattamente l'opposto: se un file è salvato, tutto, anche gli errori restano fissati, non dimenticati. In tal modo oggi "la Rete è diventata il luogo in cui l'oblio è impossibile, il luogo in cui le nostre

¹⁸ SPADARO, ANTONIO, "Liturgia e tecnologia", in: "La Civiltà Cattolica", q. 3860 (16 aprile 2011), II, pp. 107-120.

¹⁹ SPADARO, ANTONIO, art. cit., p. 112.

²⁰ MITCHELL, N., "Il rituale e i nuovi media", in: "Concilium", 41 (2005), p. 118.

²¹ SPADARO, ANTONIO, "Verso una "Cyberteologia"? L'intelligenza della fede nel tempo della Rete", in: "La Civiltà cattolica", q. 3853 (1° gennaio 2011), I, pp.15-27.





tracce restano potenzialmente incancellabili. Se ci volessimo reinventare una nuova vita le tracce del nostro passato sarebbero sempre lì alla portata del vicino di casa. (...) Nel mondo in cui dunque "il mio peccato mi sta sempre dinanzi" (Sal 51,5) e tutto è digitalmente "salvato" come risulterà pensabile la salvezza religiosa?" ²²

8. Non si tratta del primo cambiamento...

Mc Luhan ²³ ha già descritto la serie di fenomeni apparsi quando il medium-stampa s'è aggiunto al medium-alfabeto. Proprio allora, quasi senza avvedersene, la Chiesa ha cominciato a sottovalutare le forme primitive della propria comunicazione per privilegiare la comunicazione catechistica. "Impara il catechismo stereotipo, rigoroso, sistematico, astratto e potrai fare la comunione: sarai membro del gruppo". Così al matrimonio comunità familiare è subentrato il matrimonio come contratto individuale. Il seminario, la vita religiosa, l'intera struttura ecclesiale sono stati regolati dal potere separatore e chiarificatore delle ideologie e del diritto canonico. Ciò che si condivide in questi ambiti sono gli ideali, le finalità della vita, le conoscenze e gli insegnamenti, le regole e i metodi, le lotte e le sfilate. L'amministrazione, col suo seguito di rapporti, di statistiche e di resoconti, è il risultato della sostituzione della paternità o dell'amicizia.

Abbiamo imparato a decifrare, grazie alla storia, la nascita e il consolidarsi di quello che comunemente viene chiamato "il dispositivo tridentino della catechesi". Con il nome di "catechismo" si venne così a designare nel contempo un'istituzione, un libro, un contenuto, una pratica educativa. Ma "l'istituzione catechetica di fatto non può svolgere la propria azione se non collegandosi con altre istituzioni ecclesiali" ²⁴ e in ogni caso con il "campo sociale" in cui è inserita. Così con il passare del tempo si sono inserite dinamiche nuove, prima impensabili. Se prima si trattava solo di "riprodurre" un modello già costituito, ora si tratta di giungere ad una "professione personale di fede". Se prima ci si accontentava di un''istruzione", di far imparare una "dottrina", ora si avverte la necessità di "educare alla fede" e quindi di provocare un cambiamento, di destare un agire. Le trasformazioni intervenute nel tempo, comunque, testimoniano la crescente necessità di creare "relazioni" che un tempo erano date per scontate (la preghiera personale, la liturgia, una comunità, una pratica quotidiana di gesti e di comportamenti). E' forse casuale che gli ultimi prodotti del movimento catechistico italiano risultino tanto più perfetti quanto più inutilizzati (si pensi ai "catechismi per i giovani"…)?

La rivoluzione digitale domanda di essere "abitata" non "idolatrata". E' uno strumento utile, ma solo uno strumento che non ci esonera dalla parte più delicata che è quella della relazione diretta, corporea, fisica. Come ha affermato Benedetto XVI° nella Verbum Domini ²⁵: "Tra le nuove forme di comunicazione di massa, un ruolo crescente va riconosciuto oggi a Internet, che costituisce un nuovo forum in cui far risuonare il Vangelo, nella consapevolezza, però, che il mondo virtuale non potrà mai sostituire il mondo reale e che l'evangelizzazione potrà usufruire della virtualità offerta dai new media per instaurare rapporti significativi solo se si arriverà al

contatto personale, che resta insostituibile".

²² SPADARO, ANTONIO, art. cit., p.22.

²³ MC LUHAN, MARSHALL, La galassia Gutenberg. Nascita dell'uomo tipografico, Roma, Armando 1991 (6a ed.).

_

²⁴ PIÉTRI, GASTON, "La catechesi" in: *Iniziazione alla pratica della teologia, vol.* 5°, *Pratica*, Brescia, Queriniana 1987, p. 86.

²⁵ Verbum Domini, Esortazione apostolica post-sinodale, 30 settembre 2010, n. 13.





9. "Abitare" la Rete per poter evangelizzare.

"Se oggi il digitale è diventato il nostro ambiente vitale, abitare è il modo di viverlo. Come scriveva Illich, in numerose lingue vivere è sinonimo di abitare. Chiedere "dove vivi?" significa chiedere qual è il luogo dove l'esistenza quotidiana forma il mondo. (...) Interrogarsi sui modi di abitare il "continente digitale" significa che non è tanto il cambiamento tecnologico in sé, quanto il riflesso antropologico, il nostro modo di lasciare tracce nel paesaggio digitale che ci sta a cuore" ²⁶. E dunque si tratta di prendere a cuore il territorio umano: "Nel territorio infatti si incontrano o quantomeno si possono incontrare tutti, nessuno escluso. E questa è precisamente la missione: muoversi, farsi trovare, intercettare tutti: *omnes gentes*!" ²⁷.

Per far questo, tuttavia, bisogna superare alcuni ostacoli.

Il primo, come riconosce Domenico Pompili ²⁸ è l'autoreferenzialità, cioè la tendenza a parlare di sé più che a lasciar emergere una visione complessiva del mondo. E' l'illusione che il Vangelo si lascia circoscrivere da quello che facciamo o pensiamo di fare. E' il bisogno di rifugiarsi nel passato, più o meno mitizzato.

Viene poi il rischio di perdersi nel semplice desiderio di esprimersi, che è ben diverso dal comunicare. Questo implica infatti il saper cogliere le domande degli altri e conoscere l'interlocutore.

C'è quindi il pericolo di sottovalutare l'importanza dell'informazione. Così non riusciamo a raccontare, a far parlare i fatti. Non siamo capaci di narrare la realtà, di offrire un dato significativo, un confronto con diversi punti di vista.

Questo aspetto va di pari passo con una ridotta stima delle competenze richieste dalle regole della comunicazione. La scelta del mezzo digitale non è indifferente: offre nuove possibilità, ma al contempo esige una capacità specifica.

Dobbiamo, infine, riuscire a mettere a fuoco la nostra originalità, ciò che ci caratterizza dal punto di vista cristiano. E questo passa, inevitabilmente, attraverso uno stile che si ispira al Vangelo e rinuncia alla forza del volume, all'aggressività dei messaggi, al bombardamento delle immagini per riscoprire il digiuno, un digiuno che è silenzio, pudore – dell'anima prima che del corpo – e attraverso di essi accede ad una dimensione contemplativa della vita.

10. La forza del comunicatore cristiano

Pierre Babin ²⁹, mettendosi dal punto di vista del linguaggio dei media, indica tre caratteristiche che danno forza alla comunicazione della fede.

In primo luogo il comunicatore *parla sotto influenza*. Senza dubbio è teologo, ma nei suoi occhi, nelle sue esitazioni e nelle sue variazioni di umore ci accorgiamo che un Altro vive in lui e lo guida, un Altro che è oltre la scienza teologica. In effetti solo chi ascolta Dio può far ascoltare Dio.

In secondo luogo il comunicatore *mette in evidenza un paradosso permanente di forza e di debolezza*. E' quello che fa dire a Paolo: "Quando sono debole, è allora che sono forte" (2 Cor 12, 10). Se ci fosse solo la debolezza non verrebbe ascoltato,

_

²⁶ POMPILI, DOMENICO, *Il nuovo nell'antico. Comunicazione e testimonianza nell'era digitale*, Cinisello Balsamo, San Paolo 2011, p. 29.

²⁷ Ibidem.

²⁸ *Ibidem*, p. 31-32.

²⁹ BABIN, PIERRE, La catechesi nell'era della comunicazione, Torino-Leumann, LDC 1989, pp. 76-77.





sarebbe inconsistente. Ma è proprio la sua paradossale, disarmante povertà a costituire una forza. Il che dimostra che un certo stile di comunicazione basato solo sull'esibizione dei muscoli, sull'attacco dell'interlocutore, sull'aggressività a

qualsiasi costo, in fondo non paga.

Înfine il comunicatore fa vedere la sua interiorità. Non solo le sue emozioni, le sue convinzioni intellettuali, ma il mistero che lo fa vivere. Mistero che egli svela non perché vuole, ma soltanto perché esiste: un segreto intimo che trabocca nelle sue risposte, negli occhi, nella mimica.

11. Le nuove "opportunità" e le "nuove povertà": una sfida

Ciò che vale per il "testo del catechismo" nel dispositivo tridentino della trasmissione della fede vale anche oggi per la presenza religiosa nel Web: bisogna evitare di cadere nell'idolatria 30. La Rete, considerata dal punto di vista del fruitore, diventa un caleidoscopio di immagini. Ma proprio questa nuova possibilità di usufruire di un numero sterminato di immagini, grazie alle nuove tecnologie, produce un modo nuovo di accostarsi all'immagine e di vivere attraverso di essa un'esperienza religiosa. Il Web offre un potenziamento della capacità di diffusione e di comunicazione di specifiche rappresentazioni e dottrine, ma nello stesso tempo può modificare i contenuti dell'esperienza religiosa, cambiarne le forme stesse della prassi. E' il caso della "religione tecnologica". Qui l'immagine sul Web "tende a prendere il posto, nel suscitare l'esperienza religiosa, non solo del reale, ma anche dell'immagine che nella realtà fa da veicolo al rapporto religioso". E si capisce perché: "l'immagine sul Web ha un'attrattiva diversa, che nella società dello spettacolo può anche risultare più efficace, rispetto all'immagine che si può incontrare in luoghi fisici (come ad esempio le chiese). Ne risulta una privatizzazione dell'esperienza religiosa" ³¹. C'è infine un terzo modo di vivere le immagini in Rete: quello delle "tecnologie religiose", ovvero delle comunità religiose che hanno il loro ambiente, il loro spazio rituale, oggetti di culto esclusivamente nel Web, che dunque assurge a "spazio sacro". Qui allora è l'immagine più della parola a giocare un ruolo decisivo.

La crescita di possibilità non è esente da rischi ³² e inoltre va di pari passo con "nuove povertà". Una di esse, a titolo di esempio, è una crescente "incapacità rituale" che rende sempre più difficili le celebrazioni cristiane. L'assenza di riti umani che scandiscono il corso della giornata (come il saluto al mattino o alla sera, un "grazie" come risposta ad un dono, lo stare insieme a tavola, il raggiungere ordinatamente un luogo...) rende del tutto improbabile una liturgia cristiana che, come nel caso dell'Eucaristia domenicale, impegna un congruo spazio di tempo e propone riti ben più complicati.

Ricchezze nuove vanno di pari passo con povertà inedite e costituiscono una sfida. Abitare il mondo digitale significa anche avvedersi dei suoi "buchi" e cercare di porvi rimedio.

³⁰ E' il titolo di un intervento di Adriano Fabris a cui ci riferiamo: FABRIS, ADRIANO, "Non cadere nell'idolatria. Modelli di presenza religiosa sul Web", in: "Vita Pastorale", n. 5/2011, pp. 75-77.

³¹ Ibidem, p.77.

³² Li troviamo abbondantemente descritti in: LIVINGSTONE, SONIA, Ragazzi online. Crescere con internet nella società digitale, Milano, Vita e Pensiero 2010 e in: TONIONI, FEDERICO, Quando internet diventa una droga. Ciò che i genitori devono sapere, Torino, Einaudi 2011.