



La dimensione docente-pedagogica nel campo della comunicazione in don Alberione e nel Magistero della Chiesa.

Perché e come formare alla comunicazione

Joana T. Puntel, fsp

Il tema a me affidato in questa mattinata, *La dimensione docente-pedagogica nel campo della comunicazione in don Alberione e nel Magistero della Chiesa*, è senza dubbio non solo rilevante, ma anche di estrema importanza perché riguarda la vita paolina: la nostra identità carismatica, la formazione necessaria e specifica per vivere e svolgere con qualità la missione di evangelizzare con la comunicazione all'interno della *cultura della comunicazione*, realtà che attualmente si esprime come cultura digitale e, più recentemente, come "cultura della connessione". Il nostro carisma appartiene alla Chiesa, viviamo una vocazione e siamo evangelizzatori che seguono l'insegnamento della Chiesa. Lo specifico della nostra vocazione nella Chiesa dovrebbe contribuire non solo a trasmettere il "lieta novella", ma anche a portare un contributo specifico nella riflessione del contesto in cui questa "lieta novella" avviene e la formazione delle persone che vivono oggi nella società contemporanea e che percepiscono in modo diverso la fede e la religione.

Pertanto, per sviluppare i punti principali della relazione, anche se ancora in una visione generale, è necessario seguire un percorso che si soffermi sui poli fondamentali su cui poggiare la "dimensione docente-pedagogica nel campo della comunicazione in don Alberione e nel Magistero della Chiesa". Dobbiamo, perciò, dare uno sguardo alle radici.

Guardare le radici: qualcosa che ci appartiene

Per entrare in questo tema c'è bisogno di comprendere a chi esso appartiene. E questo non come chi opera "dal di fuori", cioè come chi fa una ricerca su un particolare soggetto esterno alla sua persona. È invece qualcosa che ci appartiene, di cui noi stessi siamo parte integrante. Ecco, perciò, il requisito necessario e l'invito chiaro a guardare alle nostre radici. Noi non stiamo "soli". Facciamo parte di un carisma.

Alle radici del carisma troviamo don Alberione

È importante pensare *quali* necessità pastorali il giovane Alberione abbia portato nell'Eucaristia e *come* lo abbia fatto nell'adorazione della "famosa notte" che ha diviso i due secoli. La cultura è di grande importanza e di impatto su di lui. Egli cercherà di capire quello che aveva *percepito*, quello che aveva sentito. Dove? Come? Già qui si vede la grande sensibilità di un piccolo-grande uomo, don Alberione. L'*Abundantes divitiae* ci dà la risposta:

Vi era stato poco prima un congresso (il primo cui assisteva), aveva capito bene il discorso calmo ma profondo ed avvincente del Toniolo. Aveva letto l'invito di Leone XIII a pregare per il secolo che incominciava. L'uno e l'altro parlavano delle necessità della Chiesa, dei nuovi mezzi del male, del dovere di opporre stampa a stampa, organizzazione ad organizzazione, della necessità di far penetrare il Vangelo nelle masse, delle questioni sociali ...¹

... Da allora questi pensieri ispirarono le letture, lo studio, la preghiera, tutta la formazione².

Rimaneva in fondo il pensiero che è necessario sviluppare tutta la personalità umana per la propria salvezza e per un apostolato più fecondo: mente, cuore, volontà; come volle significare sull'iscrizione posta sulla tomba dell'amico Borello (1904)³.

Aggiungendo alla "ispirazione" (e alla "provocazione") dello Spirito una vasta esperienza, ma anche l'intelligenza e la sensibilità pastorale – praticamente una "ossessione" pastorale facile da percepire nei suoi scritti⁴ – il Fondatore genera dentro di sé, nella preghiera, nella ricerca di consigli, nel magistero della Chiesa, l'architettura del suo progetto. Docile allo Spirito, don Alberione è diventato come un punto luminoso nella Chiesa, profondamente in sintonia con la realtà socio-culturale-ecclesiale. Lui si è come svegliato, e per questo chiede al Signore: «Che cosa devo fare per gli uomini del nuovo secolo?». In quel contesto, la sua preoccupazione nasceva da una chiamata ad annunciare la Parola di Dio con i moderni mezzi di comunicazione, allora fiorenti. In un primo momento con la stampa, poi con la radio, la Tv, il cinema, e infine gli audiovisivi e, guardando al futuro, «tutto ciò che la scienza potrebbe offrire per fare del bene». È stato necessario ampliare l'orizzonte, essere in sintonia con i tempi, per proclamare la Parola di Dio.

«Fare qualcosa per gli uomini del nuovo secolo»

Don Giacomo Alberione iniziò nella Chiesa uno stile unico di evangelizzazione, di santità e di apostolato con la stampa e tutti i nuovi media, «predicazione scritta insieme alla predicazione orale»⁵. La Chiesa e la società hanno ricevuto in dono la Famiglia Paolina per l'evangelizzazione con la comunicazione. Il Primo Maestro ha intuito il significato e l'importanza della comunicazione come "asse" su cui si muove la pastorale. Così ha introdotto nella Chiesa un carisma pastorale: evangelizzare con la comunicazione.

I cambiamenti sociali hanno influenzato la pastorale. A riguardo don Alberione afferma: «Conviene ampliare [gli orizzonti], in base alle esigenze di oggi. (...) Conviene prendere il mondo e gli uomini come sono oggi, per fare il bene, oggi». «Tutta la Famiglia Paolina è orientata alla pastorale. (...) Oggi si parla molto dello spirito pastorale; tuttavia, è da qualche tempo che questo spirito pastorale si è risvegliato» (1965). Fornire orientamenti alle opere pastorali moderne è ciò che si deduce dal suo spirito profetico e creativo. Così afferma:

La religione, la dottrina, la morale, ascetica sono immutabili; tuttavia, essi hanno sofferto e ancora soffrono certo progresso accidentale, perché saranno comprese da uomini e si adattano alle esigenze dei tempi e classi sociali. Dobbiamo condurre le anime al cielo; però, dobbiamo condurre non coloro che hanno vissuto dieci secoli fa, ma quelli che vivono oggi⁶.

¹ Giacomo Alberione, *Abundantes divitiae*, n. 14.

² *Ibidem*, n. 21.

³ *Ibidem*, n. 22.

⁴ In modo speciale cfr. Giacomo Alberione, *Appunti di Teologia Pastorale* e anche *Apostolato delle Edizioni*.

⁵ Giacomo Alberione, *Apostolato stampa*, p. 24.

⁶ Giacomo Alberione, *Appunti di Teologia Pastorale*, pp. 92-93.

Don Alberione ha capito che il progresso aveva messo a disposizione dell'apostolato dei mezzi tecnici potenti per comunicare «la dottrina della Chiesa, la morale cristiana, il culto cattolico. Tra questi mezzi di comunicazione: stampa, radio, televisione, dischi ecc.»⁷.

DOCENZA – PEDAGOGIA

Ma dove il beato Alberione ha situato la missione paolina all'interno della Chiesa? Egli stesso ha detto: «Il gran mezzo di salvezza che il Signore ha voluto adoperare per salvare gli uomini è l'annunzio, la buona novella, il Vangelo. Quello che il Figlio di Dio ha cominciato deve essere ora continuato dai Sacerdoti. Perciò la Chiesa adempie il gran mandato: “docete”»⁸.

Per il nostro Fondatore, la docenza per la Famiglia Paolina significa che con la sua missione di annunciare il Vangelo partecipa al *munus docente* della Chiesa, che ha tre ministeri (*munus*):

- Il *munus* di Governo (*munus regendi*), che è specifico dei pastori, dei vescovi e si sintetizza con il ministero di preservare la ricchezza della fede
- Il *munus* di santificazione (*munus sanctificandi*): per amministrare i sacramenti, battezzare, perdonare i peccati, celebrare l'Eucarestia.
- Il *munus* della docenza (*munus docendi*): annunciare il Vangelo a tutte le nazioni, trasmettere l'insegnamento di Gesù, cioè il Vangelo.

Partecipare al *munus docente* significa che la nostra missione è quella di trasmettere la verità del Vangelo, come Gesù ha insegnato e fatto. Siamo, cioè, chiamati ad insegnare come Gesù, che prima ha fatto, ha dato l'esempio, poi ha detto di fare. Troviamo in Cristo una straordinaria coerenza tra parola e vita, tanto che la gente riconosceva che “parlava con autorità”. In altre parole, partecipare del *munus docente* della Chiesa è evangelizzare.

La docenza è quindi un elemento che caratterizza l'identità paolina e si realizza nel “fare la carità della verità”. Alle Figlie di San Paolo, in una occasione particolare, don Alberione si è espresso così: «Il vostro Istituto è eminentemente docente: insegna la verità da credere per essere salvati; il modo in cui si dovrebbe andare per raggiungere il cielo, i mezzi per mantenersi nella grazia»⁹.

In questo contesto si capisce che quando il Fondatore insisteva sulla dimensione docente-pedagogica della nostra missione, egli pensava di situarla all'interno della missione evangelizzatrice della Chiesa. Nella Chiesa, la missione paolina è quella di evangelizzare, annunciare, comunicare, insegnare.

Don Alberione vuole significare che il termine “docenza” era riferito all'importanza ecclesiale della nostra vocazione. Non siamo nel mondo una presenza “relativa”, indifferentemente dissociati nello spazio. Noi siamo una parte importante della Chiesa. La Chiesa ha bisogno della missione paolina per comunicare il suo tesoro, il Vangelo. Questo ci responsabilizza enormemente per il dono ricevuto.

Per il beato Alberione, la docenza non è una caratteristica o un aspetto della nostra missione. Ma è il luogo della nostra missione nella Chiesa, il modo in cui serviamo nella Chiesa.

Per dar concretezza all'evangelizzazione con la comunicazione, don Alberione ha creato una **pedagogia integrale** (pedagogia concepita qui nel senso di una serie di principi, metodi e strategie per educare le persone a raggiungere un obiettivo). È in questo senso che il Primo Maestro ha sempre insistito su una formazione integrale. La formazione integrale (come amava ri-

⁷ *Carissimi in San Paolo*, p. 313.

⁸ *Carissimi in San Paolo*, p. 824.

⁹ Giacomo Alberione, *Alle Figlie di San Paolo. Meditazioni e istruzioni 1946-1949*, p. 528.

petere!) ha ispirato quasi tutta la sua produzione letteraria dei primi lavori, come il *Donec formetur Christus in vobis* (1932), fino a quella summa degli anni '60 che è l'*Ut perfectus sit homo Dei* (1960-1962), attraverso interventi costanti di vario genere, animati sempre da un intento pedagogico per la vita consacrata e apostolica.

Questo è il filo d'oro che collega i sette opuscoli: una formazione solida, concreta, integrale, che parte dalla mente (formazione della mentalità cristiana, religiosa, apostolica, paolina); una formazione umana, dalle virtù morali di base a quelle sociali; una formazione per il lavoro e la laboriosità; una formazione della coscienza per un uso responsabile della libertà¹⁰.

È significativo il discorso che Benedetto XVI ha rivolto alle Superiori generali nel 2007: «Non stancatevi di riservare la massima cura per la formazione umana, culturale e spirituale di coloro che vi sono affidati, in modo che siano in grado di rispondere alle odierne sfide culturali e sociali»¹¹.

Nell'analisi degli articoli pubblicati nel 1956 che costituiscono il testo *Santificazione della mente*, in *Carissimi in San Paolo*¹², emerge prima di tutto la visione che don Alberione aveva della persona e l'importanza che lui dava al pieno sviluppo della personalità. Egli afferma che l'uomo, in ogni parte e in ogni sua parte, è unificato in Cristo Maestro e trova in lui il supporto di crescita e sviluppo: «In Cristo, la persona umana ha il massimo e lo sviluppo sovranaturale».

Così don Alberione insiste sulla formazione di un'idea-forza, di una mentalità umana, cristiana, religiosa, paolina. E così si esprime:

Educare significa formare buone abitudini; in primo luogo l'abitudine a pensare in una determinata maniera, secondo determinati principi resi chiari e posseduti così profondamente da illuminare tutti i progetti, giudizi, programmi, propositi, vita e attività¹³.

Due grandi poli. Una Pedagogia integrale (il carro della comunicazione)

Don Alberione non si stancava di sottolineare ai suoi figli e figlie che l'equilibrio del carisma paolino è composto da una contemplazione con finalità apostolica e da una azione pastorale che sia allo stesso tempo contemplativa. Qui risiedono i due grandi poli del carisma paolino: **santità e missione apostolica** ("salvare le anime" con i mezzi di comunicazione, per vivere e dare Gesù Cristo Divino Maestro)¹⁴.

Il carisma paolino ha un'identità pastorale e trova nell'evangelizzazione con la comunicazione la sua eterna giovinezza (Sassi, 2013), tanto che sin dall'inizio della fondazione il beato Giacomo Alberione ha descritto il carisma paolino come un'unità indissolubile formata da elementi diversi: «Il mondo ha bisogno di una nuova, lunga e profonda evangelizzazione»¹⁵.

¹⁰ Pina Riccieri, *Santificazione della mente. La studiosità - Alcune piste di lettura*, Lavoro monografico, Roma.

¹¹ *Discorso di Papa Benedetto XVI ai partecipanti all'Assemblea plenaria dell'Unione Internazionale dei Superiori Generali*, Roma, 7 maggio 2007.

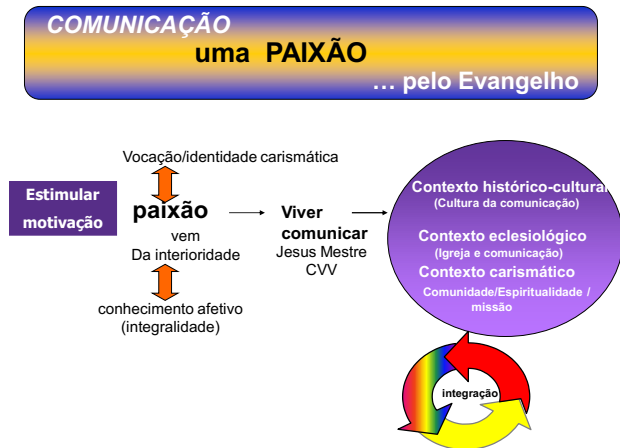
¹² *Carissimi in San Paolo*, pp. 1123-1194.

¹³ *Ibidem*, p. 1142.

¹⁴ L'espressione "dare" appartiene di fatto alla teoria della comunicazione di massa: dall'emittente al ricevente. Oggi si usa di dire "comunicare" Gesù Maestro all'interno dell'evoluzione delle teorie della comunicazione.

¹⁵ *La Primavera paolina*, p. 680.

VIVERE / SANTITÀ / APOSTOLATO



La formazione nella comunicazione è un elemento essenziale dell’apostolo paolino. La comunicazione, tuttavia, non si identifica con i mezzi specifici dell’apostolato, ma caratterizza tutti gli aspetti della vita paolina, così che fin dalle origini la comunicazione non è stata identificata solamente in uno strumento di apostolato, ma in una dimensione che ha aiutato il Primo Maestro a costruire un’idea di evangelizzazione, una vita comunitaria necessaria per evangelizzare, una identità di Paolino/a che evangelizza con la comunicazione, una spiritualità appropriata per un apostolato che evangelizza con la comunicazione. La comunicazione è parte inesauribile del carisma paolino¹⁶.

Per illustrare tale integralità, il primo Maestro presenta il Carro Paolino e dice che la vita paolina è come un carro che si muove su quattro ruote: spiritualità, studio, apostolato e povertà. E aggiunge: «Questo è il carro su cui viene portato il Vangelo alle anime, e su cui dobbiamo stare per porgere il Vangelo alle anime»¹⁷. Noi notiamo che la comunicazione non è la quarta ruota, bensì la comunicazione è tutto il carro. L’apostolato come quarta ruota, è il progetto che in quel particolare momento storico la Congregazione deve svolgere per l’evangelizzazione. In questo senso l’apostolato è una ruota. Ma tutto funziona in riferimento alla evangelizzazione (“per comunicare Gesù”), che per noi è la comunicazione. Se cambia la comunicazione non dobbiamo solo cambiare la ruota dell’apostolato, ma dobbiamo modificare anche le altre tre ruote del carro. Ad esempio, il carisma paolino è stato pensato dal Primo Maestro per l’apostolato della stampa; successivamente è stato progettato per l’apostolato delle edizioni, cioè, l’integrazione della stampa con il film, radio, Tv, ecc.

Tutto nel carro deve essere finalizzato alla missione (“salvare le anime”). Oggi, viviamo in un contesto comunicativo basato sul linguaggio digitale. Modificando la comunicazione ogni riflessione sul carisma paolino deve cambiare e cioè deve essere adeguata alla comunicazione: la formazione, la vita comunitaria, i voti religiosi, la vita spirituale. «Con il cambiamento della

¹⁶ Silvio Sassi, *Formazione alla comunicazione: elemento essenziale dell’apostolato paolino*, in Seminario Internazionale sulla Formazione. Roma, ottobre 2010, pp. 253-269.

¹⁷ Giacomo Alberione in occasione del 40° anniversario di fondazione delle Figlie di San Paolo.

comunicazione, dovrebbe anche cambiare la nostra formazione, la nostra comprensione della vita comunitaria e della vita spirituale», afferma don Silvio Sassi¹⁸.

A partire da quanto si è detto sopra, possiamo intravedere la necessità di una prudente saggezza, anche sociologica, perché la riflessione sui cambiamenti della comunicazione incide anche sulla vita comunitaria, il modo di vivere e di presentare la nostra spiritualità, la nostra formazione. Le lacune possono emergere quando non si prende in considerazione che formare un giovane oggi non è la medesima cosa che nel 1914 o nel 1960. Un formatore che non sa nulla,

ma proprio nulla della comunicazione in cui viviamo, fatica a pensare che riesca a preparare degli apostoli; forse riuscirà a far pregare secondo lo spirito paolino, riuscirà a spiegare quali sono i valori della vita religiosa paolina, ma quando si incontrerà con questo problema nella vita apostolica nel web, penso che non riuscirà a dire ciò che è necessario. Ed è una lacuna¹⁹.

La domanda che sorge, quindi, e che ci provoca è come prepariamo, oggi, l’apostolo della comunicazione. Importante è ricordare che la preghiera è in relazione all’apostolato (alla missione); la formazione è in relazione all’apostolato (alla missione).

Se la comunicazione è il fulcro che unifica tutti gli elementi della vita Paolina, tutta la vita paolina, troviamo in don Alberione tutti questi elementi legati alle esigenze della stampa (secondo il tempo di don Alberione). Nel testo *La Primavera Paolina* troviamo la presentazione dello sviluppo del pensiero del Primo Maestro circa il carisma paolino. Notiamo che la necessità dell’apostolato della stampa ha determinato tutto il resto. Ma il Fondatore era ancora vivo quando la comunicazione ha cominciato a cambiare: non è solo la stampa, ma anche il cinema, radio, televisione, dischi ecc. E don Alberione stesso precisa: «Noi dobbiamo dare la Bibbia e i valori umani anche con questi mezzi». A partire dai suoi scritti, percepiamo uno sviluppo del suo pensiero. Ad esempio, nel 1933 ha scritto la prima redazione dell’*Apostolato stampa*, negli anni 1950 *Apostolato della edizione*; più avanti *Apostolato delle edizioni*²⁰.

LA RUOTA DELLO STUDIO - La ruota dello studio deve essere finalizzata alla missione

Con espressioni diverse, ma che fanno sempre riferimento alla ruota dello “studio”, (ad esempio, la “scienza”, l’“istruzione”, “la parte intellettuale”, lo “studio”, ecc.), sempre don Alberione precisa nei suoi scritti che «lo studio è l’atto di tutta la persona: entrano in gioco le sue facoltà intellettuali, la sua volontà, le emozioni, i sensi... Lì si inseriscono la loro partecipazione alla vita sociale, la vocazione, aspirazioni...»²¹. Lo scopo è che percepisca che al centro c’è lo **sviluppo integrale** della persona. E deve essere uno studio finalizzato.

Possiamo, quindi, concludere a partire dal suo ricco insegnamento che nella Famiglia Paolina non si studia per studiare, non per ambizione o vanagloria. Gli studi sono portati avanti per essere preparati a portare Cristo e il suo Vangelo al mondo di oggi, il cui linguaggio, sensibilità, problemi e aspettative sono cambiate enormemente negli ultimi tempi e continueranno a cambiare a un ritmo inimmaginabile.

Alla esortazione di don Alberione “fate a tutti la carità della verità”, si può aggiungere ciò che in un’altra occasione egli stesso ha detto: «Ma fatelo in maniera efficace; preparatevi con uno studio serio e continuo, investendovi della responsabilità del vostro carisma specifico». E, ancora, in riferimento allo studio: «Tutta la formazione deve compiersi ed ordinarsi, in modo spe-

¹⁸ Silvio Sassi. *Formazione alla comunicazione: elemento essenziale dell’apostolato paolino*, in Seminario Internazionale sulla Formazione. Roma, ottobre 2010, pp. 253-269.

¹⁹ *Ibidem*, p. 259.

²⁰ Silvio Sassi, *op. cit.*, p. 262.

²¹ Juan M. Galaviz Herrera. *Il “carro” paolino. Orientamenti per lo sviluppo integrale dei consacrati paolini secondo gli insegnamenti di Don Giacomo Alberione*, Roma, Società San Paolo, 1993.

ziale per gli studi, rispetto all'apostolato proprio della Famiglia Paolina»²². È importante vigilare, quindi, per non fare diventare lo studio un valore puramente funzionale e professionale. È essenziale studiare per la missione, ma non con un atteggiamento di semplice esperto o professionista specializzato nel nostro campo solo per ragioni pratiche. In un altro scritto il Fondatore dice ancora: «Lo studio ha il suo scopo, o meglio un duplice scopo: perfezionare in noi il dono naturale della intelligenza; e prepararci per compiere la missione affidata da Dio»²³.

È assolutamente necessario ricordare che lo studio è per la vita, che significa imparare da ciò che sarà fatto in vita²⁴. È importante scoprire tutto ciò che è necessario per compiere la nostra vocazione²⁵.

Dentro i due poli dello studio – formazione integrale della persona e studio per la missione (evangelizzazione) – don Alberione ci provoca quando ci chiede: «Quand'è che il sapere è perfetto in un Paolino? Non quando egli ha studiato soltanto, ma quando ha fatto esperienza, perché allora abbiamo l'esercizio pastorale e quindi potrà compiere bene e perfettamente il suo lavoro»²⁶.

FEDELTA' DINAMICA AL CARISMA - "Stare sempre in movimento nella mentalità e nell'azione"

All'interno degli scritti del Fondatore (e nella sua esperienza di vita) troviamo la motivazione, il "perché" e il "come formare" alla comunicazione. In primo luogo, in senso integrale, come indicato sopra: siamo comunicazione con tutto il nostro essere (v. le "Quattro ruote"). In riferimento all'apostolato, questo equivale a «fare del bene agli uomini di oggi; a dove cammina questa umanità? Fare qualcosa per la gente del nuovo secolo; il vostro apostolato dovrebbe puntare a una nuova direzione per la società...». Sono parole di don Alberione, spesso ripetute dai suoi figli come un filo rosso che spiega la specificità del carisma paolino.

Il mondo è in rapida evoluzione; i centri abitati, la cultura, il commercio stanno cambiando. Rivoluzioni pacifiche e rapide sono fatte con la stampa, radio, cinema, televisione, aviazione, movimenti politici, sociali, industriali, l'energia atomica ... È necessario che la religione sia sempre presente; che si utilizzino tutti i nuovi mezzi di difesa e di conquista (...) Chi si ferma o rallenta rimane in dietro; lavorerà in un campo dove il nemico ha già fatto la vendemmia²⁷.

E già nel 1950 consigliava l'aggiornamento, allertando intanto che questo avrebbe potuto sollevare timori di riforme contrarie allo spirito dell'istituto. Lui stesso spiegava che l'aggiornamento è quell'azione di far rivivere tutto lo spirito dei fondatori (...), ma nello stesso tempo considerare i bisogni e le circostanze odierne, per le applicazioni e le interpretazioni necessarie²⁸. Proprio per mantenere una fedeltà dinamica al carisma c'è bisogno di capire i principali cambiamenti che interferiscono o che provocano nuovi modi di pensare e di concretizzare la comunicazione.

1. Età Moderna. Nell'era moderna, per esempio, il concetto di comunicazione ha visto diverse interpretazioni, in particolare con lo sviluppo dell'industria. All'interno di questa prospettiva,

²² *Ut perfectus sito homo Dei*, II, p.193.

²³ *Ibidem*, p. 169.

²⁴ *Carissimi in San Paolo*, p. 220.

²⁵ *Ibidem*, p. 791.

²⁶ *Ibidem*, p. 177.

²⁷ *Ibidem*, p.1010.

²⁸ *Ibidem*, pp. 805-806.

la “rivoluzione industriale” e la “rivoluzione della comunicazione” procedono mano nella mano.

Nell’epoca industriale, ma anche nella modernità, abbiamo la cultura di massa che si esprime come una “profusione infinita di segni”. Legata al processo di sviluppo industriale e urbano, la comunicazione di massa genera la produzione di un prodotto industrializzato ed egemonico. Di conseguenza, abbiamo una cultura egemonica. In questo contesto i media diventano produzione e trasmissione di forme simboliche. Si tratta di un cambiamento profondo nella società, perché i *mass media*, come forma simbolica, iniziano a mediare la “cultura moderna”. È la fase industriale.

Durante questa fase, detta della modernità, il concetto di comunicazione è chiamato **mezzi tradizionali di massa**. Si tratta del cinema, della radio, della televisione. È stato questo il modello che ha portato alle prime teorie della comunicazione. Ha avuto un ruolo notevole nel secolo scorso ed è ancora il riferimento principale di comunicazione nella società di oggi.

Le caratteristiche fondamentali della comunicazione in questo momento sono la comunicazione mediata dalla tecnica e l’assenza di dialogo, anche se non vi è scambio di significati. È altamente monologica. Non ha lo stesso livello di reciprocità e di specificità interpersonale di altre forme di interazione, sia mediata che “faccia a faccia”.



È importante notare che in questo modello si sviluppa la “unilinearità” dall’emittente al ricevente (il feedback è molto limitato e solo per rialimentare la fonte): qui praticamente non c’è interattività. C’è consumo. Si può dire che tutti i metodi di insegnamento, di pastorale – in ultima analisi della società in generale e quindi di tutte le istituzioni – si basano su questa unilinearità (si potrebbe dire: uni = singolo, linea = linea, in modo unidirezionale da A a B. Cfr. la figura sopra).

Don Alberione, inserito nel suo tempo, segue il modello pastorale esistente, e cioè il concetto di comunicazione esistente, che è il concetto di comunicazione di massa. Don Alberione ha voluto fare del bene. La modalità, le forme, e il concetto che plasmava le forme era la cultura imperante del tempo (l'unilinearità), un modo per trasmettere la Buona Notizia del Vangelo attraverso i mezzi di comunicazione.

L'apostolo dell'edizione. L'Apostolo della comunicazione.

Alberione: l'apostolo della comunicazione.



2. L'età contemporanea - Anche se rimangono i precedenti "modelli" di comunicazione, nella società contemporanea viene introdotto un nuovo concetto di processo della comunicazione, la presenza della comunicazione dialogica non presenziale, che ha un'origine recente e che, quindi, si rivela come elemento di novità, che riformula tutte le forme di comunicazione, visto che ha un'influenza sempre maggiore.

La caratteristica essenziale di questo nuovo modello è la combinazione tra il rapporto dialogico e la mediazione tecnica, permettendo la simulazione del primo modello di comunicazione oltre le barriere del tempo e dello spazio. Trattasi, secondo John Thompson, di «variazioni di un'interazione mediata dal computer»²⁹.

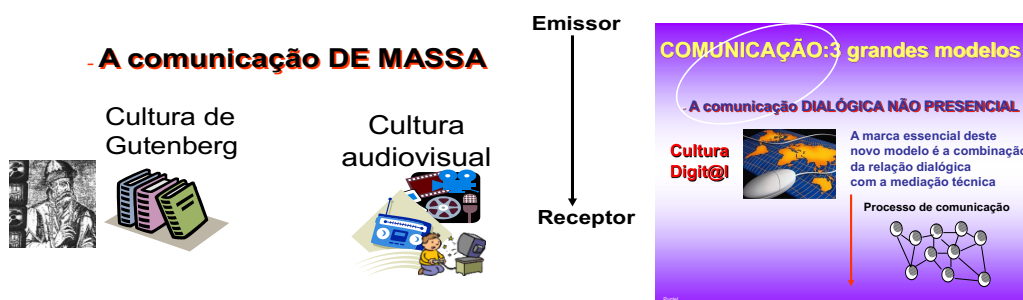
Nella società contemporanea, la storia delle trasformazioni comunicative equivale non solo ad annotare il cambiamento dei modi di memorizzare, organizzare e comunicare le informazioni in senso evolutivo, ma anche di capire anche il carattere qualitativo di ogni interruzione comunicativa e, con questo, l'introduzione di un nuovo modo di sperimentare il mondo e di definire la realtà³⁰.

Il cyberspazio è la dimensione sociale in cui si svolge questo nuovo modello di comunicazione attraverso chat, e-mail, teleconferenze, mailing-list, social network on-line, ecc. C'è una nuova configurazione di tutta la comunicazione.

²⁹ John B. Thompson. *A nova visibilidade* in *Matrizes*, n. 2, aprile 2008.

³⁰ Massimo Di Felice (org.). *Do público para as redes - A comunicação digital e as novas formas de participação social*. São Caetano do Sul (SP), Difusão Editora, 2008, p. 21.

COMUNICAÇÃO: 3 grandes modelos



La rivoluzione digitale è oggi l'ultima rivoluzione della comunicazione che ha cambiato per la prima volta nella storia umana la stessa architettura del processo di informazione. Ciò è dovuto alla sostituzione del modo frontale di trasferire informazioni (teatro, libro, stampa, cinema, Tv) per passare a quello reticolare, interattivo e collaborativo.

È da questo contesto che il sociologo italo-brasiliano Massimo Di Felice spiega la nascita di «una nuova forma di interazione, a seguito di una innovazione tecnologica che cambia il modo di comunicare e il loro significato, stimolando, allo stesso tempo, le pratiche interattive senza precedenti tra noi e le tecnologie dell'informazione».

Il mondo contemporaneo sta vivendo un nuovo ambiente, in cui la trasmissione della fede “è in crisi” a causa di molti fattori, che si presentano come sfide per un cambiamento di mentalità, dell'uso delle lingue, soprattutto per le continue trasformazioni della cultura mediatica, in cui si constatano non solo le nuove tecnologie che danno uno sviluppo accelerato ai media digitali, ma anche un “uomo nuovo”, un nuovo soggetto, un nuovo rapporto con la fede, una nuova percezione della fede e di Dio. Ciò richiede un nuovo modo di trasmissione della fede. Vedere che c'è un passaggio nel modo in cui gli esseri umani si relazionano con il sacro, nelle interazioni comunicative favorite dall'ambiente digitale, è qualcosa che viene presentato come “nuovi” orizzonti, che sfidano l'evangelizzazione per la trasmissione della fede in un processo di “mediatizzazione” digitale della religione.

Già Papa Benedetto XVI, considerato il primo Papa di un'epoca fortemente digitale, ha capito questi “nuovi orizzonti stimolanti”, affrontando la questione nei diversi messaggi per le Giornate Mondiali delle Comunicazioni Sociali, incoraggiando la riflessione sulla nuova presenza della Chiesa nel “continente digitale”³¹. Sui processi di comunicazione attuali proposti dai nuovi media, il Papa afferma: «Questo è uno dei modi in cui la Chiesa è chiamata ad esercitare la “diaconia della cultura” nel presente “continente digitale”».

Nello sforzo di una riflessione progressiva, mostrando apertura alla cultura contemporanea e allo stesso tempo insistendo con fermezza sull'insegnamento del Magistero, che è necessario per una evangelizzazione dove fede e cultura sono sempre in dialogo, i messaggi di Benedetto XVI rivelano come la Chiesa sia chiamata a camminare dentro il cambiamento culturale e a “uscire” dal suo ritardo nella trasmissione della fede. È così che tra i suoi messaggi emerge quello del 2013: «Social Networks: portali della verità e della fede: nuovi spazi di evangelizzazione». Benedetto XVI è consapevole che «la trasformazione profonda operata nel campo delle comunicazioni guida il flusso di grandi mutamenti culturali e sociali» (Messaggio 2011), dove i

³¹ Espressione usata da Benedetto XVI per il messaggio per la XLIV Giornata mondiale delle Comunicazioni Sociali, *Il sacerdote e il pastore nel mondo digitale: i nuovi media a servizio della Parola*, 16 maggio 2010.

giovani vivono «nel mondo digitale che, tuttavia, per noi adulti sembra spesso strano» (Messaggio 2009).

Soprattutto i giovani stanno vivendo questo cambiamento della comunicazione con tutte le ansie, le contraddizioni e la stessa creatività di coloro che sono aperti con entusiasmo e curiosità alle nuove esperienze di vita. Il crescente coinvolgimento nel pubblico Areopago digitale dei *social network*, conduce a stabilire nuove forme di relazione interpersonale, influenza la percezione di sé e quindi inevitabilmente pone la questione non solo della giustezza delle proprie azioni, ma anche di autenticità del proprio essere³².

Il contesto dei cambiamenti apportati dai nuovi media (o “post-massa”), e che noi chiamiamo cultura digitale o cybercultura, caratterizza la cultura contemporanea, soprattutto con l’avvento della microinformatica che vanno a dare una tinta al pianeta, «che prende una dimensione più radicale con l’avvento delle rete»³³. È questa la cultura del cellulare, del computer, delle reti, dei micro-oggetti digitali che funzionano grazie al processo elettronico digitale. In altre parole, la cybercultura sarebbe la cultura contemporanea, in cui i vari dispositivi digitali sono già parte della nostra realtà.

È importante sottolineare che è cambiato sostanzialmente il nostro rapporto con gli oggetti tecnici attuali, e cioè «per la prima volta, forse, abbiamo la dimensione tecnica, digitale, incollata alla dimensione della comunicazione». Pertanto è importante considerare che non ci sono solo le tecnologie per lavorare i materiali e l’energia di tutto il mondo, ma anche che queste permettono una trasformazione comunicativa, politica, sociale e culturale. Perché «siamo in grado di spostare le informazioni, beni simbolici, non materiali, in un modo senza precedenti nella storia del genere umano»³⁴.

Nel mondo digitale, in modo molto singolare e a un ritmo sempre più veloce, internet si è sviluppato offrendo un nuovo mondo di informare, con nuove possibilità di ricezione dei messaggi e un accesso alle informazioni in tutti i settori della vita e della cultura. In più, internet ha permesso l’intervento, la partecipazione attiva e interattiva dei partner digitali, che sono stati battezzati internauti [e ora, “attori web”].

Il Magistero della Chiesa, con papa Benedetto XVI, ha capito come le nuove tecnologie di comunicazione interferiscano nei rapporti, cambino il modo di comprendere il contenuto e, pertanto, la fede. Il Papa spiega il suo punto di vista affermando che

Le nuove tecnologie stanno cambiando non solo il modo di comunicare, ma la comunicazione in sé, così si può dire che abbiamo una vasta trasformazione culturale. Con questo modo di diffondere informazioni e conoscenze, nasce un nuovo modo di imparare e di pensare, con inedite opportunità di stabilire relazioni e di costruire comunione³⁵.

La vasta trasformazione culturale, e quanto Benedetto XVI afferma circa il cambiamento della “comunicazione stessa”, si può trovare nei risultati ed enunciati dei principali ricercatori, sociologi ed esperti di comunicazione, quando si parla di una “nuova architettura del processo informativo”, espressione del sociologo Massimo di Felice, che afferma: «La rivoluzione digitale è, oggi, l’ultima rivoluzione della comunicazione che ha cambiato per la prima volta nella storia umana, l’architettura stessa del processo informativo» (2010). La realizzazione di questa nuova modalità di trasmissione è stato studiato e approfondito da vari pensatori, ma, ancora secondo Di Felice, come già detto sopra, essa è la «sostituzione del modo frontale di trasferimen-

³² Messaggio del Santo Padre Benedetto XVI per la XLV Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali, 5 giugno 2011.

³³ André Lemos, *O que é a Cultura Digital, ou Cibercultura?*, in R. Savazoni – S. Cohn, *Cultura digital*, Brasil, Rio de Janeiro, Beca do Azogue, 2009, p. 136.

³⁴ *Ibidem*, p. 136.

³⁵ Messaggio del Santo Padre Benedetto XVI per la XLV Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali, 5 giugno 2011.

to di informazioni (teatro, libro, stampa, cinema, Tv) con quella reticolare, interattiva e collaborativa». Il sociologo spiega che, da quel contesto, viene «una nuova forma di interazione, a seguito di una innovazione tecnologica che cambia il modo di comunicare i loro significati, stimolando allo stesso tempo, pratiche interattive senza precedenti tra noi e le tecnologie dell'informazione» (2010).

In questa “nuova architettura” della comunicazione è necessaria una nuova teoria sociale dei media e nuove prospettive, anche negli studi di comunicazione. Non si può più pensare ai media come meri strumenti o cose da utilizzare. Facendo uso dei nuovi mezzi, chiamati anche post-massa, dobbiamo sviluppare nuove forme di interazione, cambiando il modo di comunicare e il suo significato. Pensiamo, ad esempio, ai social network e ai telefoni cellulari, che «sono portatori di innovazione non solo tecnologiche, ma anche sociali, sensoriali, politiche, economiche e culturali»³⁶.

La trasmissione unilineare (o unidirezionale) è sostituita, dunque, da quella reticolare, interattiva e collaborativa. Nella cultura digitale il processo di comunicazione passa attraverso matrici e logiche diverse rispetto a quelle di solo poco tempo fa. Ciò richiede un cambiamento di mentalità per vedere l'evoluzione del processo comunicativo, a seconda delle stagioni, per esempio con la diffusione di internet: il web 1.0 è statico, qui le persone navigano e consumano informazioni; il web 2.0 garantisce la partecipazione: qui le persone usano la rete come base per tutti i tipi di interazione come forma attualmente predominante: blog, foto, video, social network. Ci stiamo muovendo verso il web 3.0, con la crescente partecipazione dei sensori di tipo RFID (Radio-Frequency Identification) e *mobile tags* (quali QR Codes, per esempio). Così le persone, gli animali, gli oggetti, i luoghi, o “assolutamente ogni cosa” può essere parte del web. Questo si chiama “internet delle cose”.

È soprattutto nel Web 2.0 che il “ricevente” diventa “attore”, co-creatore³⁷. La parola chiave del paradigma corrente di comunicazione, in particolare con internet nella cultura digitale, è **l'interattività**. E questa è stata resa possibile soprattutto da internet, permettendo l'intervento, la partecipazione attiva e interattiva tra i partner digitali. Secondo Raquel Recuero, dobbiamo considerare che le reti sociali sono anche «spazi di interazione, luoghi di discorso, costruito dagli attori al fine di esprimere elementi della sua personalità o individualità»³⁸.

L'azione di comunicare il Vangelo - La trasmissione della fede

Se il tema della XIII Assemblea Generale Ordinaria del Sinodo dei Vescovi (2012) è stato *La nuova evangelizzazione per la trasmissione della fede cristiana*, va notato che c'erano molte voci profetiche capaci di offrire alla Chiesa riflessioni aggiornate e cariche di orizzonti nuovi e stimolanti della comunicazione come parte integrante e indispensabile per la trasmissione della fede, fino al punto di affermare che non è la fede in crisi, ma la “trasmissione” della fede. Questo ha a che fare con il metodo di trasmissione. Tra le voci profetiche vi è l'intervento dell'allora Presidente del Pontificio Consiglio delle Comunicazioni Sociali, l'Arcivescovo Claudio Maria Celli:

La nuova evangelizzazione ci chiama ad essere attenti alla “novità” del contesto culturale in cui siamo chiamati ad annunciare la Buona Novella di Gesù Cristo; ma anche la novità dei metodi (...) Viviamo in

³⁶ Massimo Di Felice, *As redes digitais vistas a partir de uma perspectiva reticular*. 2011. Disponibile al seguente indirizzo: <http://www.ihu.unisinos.br/entrevistas/500515-pos-complexidade-as-redes-digitais-vistas-a-partir-de-uma-perspectiva-reticular-entrevista-especial-com-massimo-di-felice>. Accesso l'11 gennaio 2017.

³⁷ Uno dei ricercatori che attualmente sta facendo nuove riflessioni nel campo della sociologia e della comunicazione è Bruno Latour con la sociologia dell'attore-rete, in cui i soggetti sono gli agenti dei propri processi associativi come, per esempio, la comunicazione.

³⁸ Raquel Recuero, *Redes Sociais na Internet*, Porto Alegre, Editora Sulina, 2010, pp. 25-26.

tempi di profondi cambiamenti nella comunicazione. Sono visibili rispetto alla tecnica. Ma nella cultura è più significativo ancora. I nuovi mezzi stanno cambiando radicalmente la cultura in cui viviamo e offrono nuovi percorsi per condividere il messaggio del Vangelo. Le nuove tecnologie non solo hanno cambiato il modo di comunicare, ma la comunicazione stessa, creando una nuova infrastruttura culturale che sta influenzando l'ambiente della comunicazione. Non possiamo semplicemente fare quello che abbiamo sempre fatto e come abbiamo fatto con le tecnologie. Oggi, più che mai abbiamo bisogno di coraggio e saggezza per evangelizzare. Quindi, in primo luogo, osservare che la Buona Novella deve essere proclamata anche digitalmente. L'altra sfida è quella di cambiare il nostro stile di comunicazione. Dobbiamo occuparci, in particolare della questione del linguaggio. Nel forum digitale, c'è lo spontaneo, l'interattivo e il partecipativo³⁹.

Tenendo conto dei cambiamenti nella società, in particolare per quanto attiene alla “rivoluzione dei rapporti” causata dai nuovi processi di comunicazione e irradiata dalla cultura digitale, ci rendiamo conto che c'è un “nuovo soggetto” nelle relazioni e nuove esigenze di comunicazione. C'è una nuova logica, un nuovo modo di imparare, di insegnare, come la realtà contestuale che si fa impellente e che molto saggiamente la Chiesa cerca in tutti i modi di presentare, come ha fatto ad esempio col messaggio di Benedetto XVI per la Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali *Verità, annuncio e autenticità di vita nell'era digitale* (2011) e *Social Networks: portali della verità e della fede: nuovi spazi di evangelizzazione* (2013).

La trasmissione della fede, specialmente nei metodi pastorali, dovrebbe essere aperta a nuovi linguaggi che si sviluppano nella comunicazione digitale, perché «determinano, tra le altre cose, una capacità più intuitiva ed emotiva che analitica, guidano a una diversa organizzazione logica del pensiero e del rapporto con la realtà»⁴⁰.

Pertanto, non si tratta solo di acquistare un nuovo computer. Il cambio consiste nel passaggio da una “idea” che abbiamo avuto finora del testo, della lettura. Questo provoca un cambiamento di metodo; cioè, scrivere non è più semplicemente offrire un messaggio chiuso che comunica l'intenzione dell'autore, ma esso fornisce materiale al lavoro del lettore, che di fatto si trasforma in “autore”. Si modifica così la forma del produrre. Poi, cambia la funzione del recettore. Ora questi è il web-attore. Nell'interattività, egli costruisce, inter-agisce. È l'utente che si serve, come vuole, dei prodotti da consultare; può scegliere secondo i propri gusti e desideri. Così, in particolare l'ipermedia, favorisce lo sviluppo dell'interattività in modo straordinario. Questo non è solo una “novità” nel mercato ma nuovi linguaggi che sono già progressivamente presenti nell'area pedagogica. Abbiamo raggiunto una fase in cui ogni persona diventa un “nodo” comunicativo collegato a tutti gli altri. In questa prospettiva, non possiamo più vivere fuori dalle “rete”.

Il **come** formare alla comunicazione equivale a tener conto della complessa società del XXI secolo, non solo con cambi di paradigmi, ma con nuovi paradigmi, con nuovi nodi di socializzazione, riconfigurati ogni giorno da nuove tecnologie di comunicazione, oggi chiamate complessivamente “cultura digitale”. È essenziale capire che così nasce un “soggetto nuovo”, un nuovo essere antropologico con il quale interagiamo. Questo nuovo soggetto è presente nella formazione, negli studi, nei nostri centri di studio... infine, siamo chiamati a formare questa persona, sia a livello personale che accademico. Nel ambito della fede, cresce una nuova percezione, una nuova comprensione della fede e un nuovo rapporto con la religione. Questa realtà porta la necessità di nuovi modi per trasmettere la fede. E questo processo passa attraverso la nuova architettura della comunicazione, in cui avviene il passaggio dall'unilinearità (unidirezionalità) per trasmettere il messaggio all'interattività. È soprattutto in questa nuova compren-

³⁹ Cfr. *Synodus Episcoporum*, Bollettino, 18 dicembre 2012.

⁴⁰ *Messaggio del Santo Padre Benedetto XVI per la XLV Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali*, 5 giugno 2011, b.

sione del processo comunicativo che avviene la crisi della trasmissione della fede. «È necessario tornare attenti ascoltatori dei linguaggi degli uomini del nostro tempo, per prestare attenzione al lavoro di Dio nel mondo»⁴¹.

Per la comunità civile, ma soprattutto per la Chiesa, si presentano sfide che richiedono riflessione, perché non si tratta solo di comunicare il messaggio evangelico nel linguaggio contemporaneo,

ma si deve avere il coraggio di pensare più a fondo, come è avvenuto in altre epoche, il rapporto tra la fede, la vita della Chiesa e le trasformazioni che l'uomo vive. È l'impegno di aiutare quelli che sviluppano ruoli di responsabilità nella Chiesa, per essere in grado di comprendere, interpretare e parlare il "nuovo linguaggio" dei media [New Media] in funzione pastorale, in dialogo con il mondo contemporaneo⁴².

CONCLUSIONE

Dopo aver rivisitato le nostre radici, dopo aver approfondito il "Carro Paolino", aver capito ancora una volta che dobbiamo educare e formare le persone a "fare del bene agli uomini di oggi" e indicare nuove direzioni nella società di oggi, secondo la prospettiva di don Alberione, ora ci corre l'obbligo di interessarci, studiare, comprendere e agire nel nuovo ambiente della cultura digitale. Sono le nuove sfide. Si presentano nuovi modi per trasmettere la fede e, quindi, ci sono nuove problematiche circa il linguaggio simbolico che parla della trascendenza.

Potremmo allora chiederci: quali sono le sfide che il cosiddetto "pensiero digitale" presenta allo sviluppo del nostro carisma paolino? Quali sono le domande e le esigenze? Gli ambienti ecclesiali, sia quelli nell'ambito dell'istruzione accademico-teologica che quelli impegnati nella pastorale, sono invitati a superare la visione puramente strumentale della comunicazione e ad evitare il rischio di un vuoto nel dialogo tra fede e cultura. Come si vive la fedeltà dinamica al carisma paolino?

La fedeltà creativa abbraccia simultaneamente il passato, presente e futuro, consapevoli che lo Spirito ci attende sempre.

Il beato Alberione ha assimilato, vissuto e lasciato come testamento per Paolini e Paoline il "protenderci in avanti" di san Paolo: «Protendersi in avanti ogni giorno, non fermarsi mai, sia nel cammino di santità, sia nel lavoro apostolico. Avanti. Protendersi in avanti»⁴³.

⁴¹ *Ibidem*, b.

⁴² *Ibidem*, b.

⁴³ Giacomo Alberione, *Prediche del Primo Maestro*, 6/1958, p. 192.