

**Uffici delle Comunicazioni Sociali delle Diocesi di Lombardia**  
**“Verso il Convegno TESTIMONI DIGITALI”**  
**Milano – Teatro Gnomo, 27 marzo 2010**

## **“Io scriverò su queste tavole” La Chiesa, l’annuncio, i new media**

Vi confesso di sentirmi un poco intimorito nell’aprire con un mio intervento un Convegno dove si parla di comunicazione nell’era digitale.

Non sono un esperto di comunicazione, tanto meno di nuovi *media*. E tra me e me, prima di accettare l’invito, pensavo: “Ma è cosa per giovani e per specialisti del settore. Non certo per me”.

A ben pensarci però, sono giunto alla conclusione che, se avessi rifiutato, avrei peccato di omissione: *un vescovo non deve, forse, occuparsi principalmente di comunicazione nelle sue giornate?* Non deve essere proprio l’annuncio del Vangelo la passione più viva e la preoccupazione più forte di un pastore? Per lui si tratta di comunicare non qualche realtà di poco conto, ma la persona concreta di Gesù Cristo, la sua parola di vita eterna, la salvezza che è venuto a donare, la speranza da lui offerta ad ogni uomo, specie se povero e oppresso. E – come per ogni cristiano e uomo di buona volontà – non deve essere anche del vescovo la premura, l’urgenza, la gioia di mettere in comunicazione gli uomini tra di loro?

Per questo non posso non interessarmi della realtà della comunicazione. In particolare, mi interessa soprattutto comprenderne le possibilità, le condizioni, i limiti, le opportunità e le prospettive nell’era “digitale”. Volentieri allora ascolterò e leggerò con attenzione le relazioni di questa mattinata, che aiuteranno anche me – come tutti gli altri animatori della comunicazione presenti – nella conoscenza di questa fondamentale attività dell’uomo.

## **Tra paura e coraggio**

Porto nel cuore il desiderio – quasi un augurio per i frutti di questo incontro – che *alle nostre comunità cristiane sia dato di avere uno sguardo aperto e una considerazione positiva circa le nuove opportunità comunicative.*

Dico questo perché spesso riscontro nei “nostri ambienti” riflessioni e toni allarmati: la paura delle ricadute sull’educazione delle giovani generazioni, il timore – a volte non motivato criticamente – che questi strumenti finiscano per compromettere le normali relazioni tra le persone, la tentazione non piccola di intervenire per censurare, controllare, oscurare...

Aggiungo poi che anche chi nella nostra attività pastorale è motivato al confronto con questi nuovi scenari cade a volte in lamentele eccessive per la presunta inadeguatezza della Chiesa nell’abitare questi territori, per la denuncia di sfide giudicate ormai perse, di distanze ritenute quasi incolmabili con gli utenti dei *new media*...

Spesso pure i sacerdoti, i religiosi e coloro che si occupano dell’educazione alla fede delle nuove generazioni condividono questi sentimenti di sconforto: si sentono superati nei propri linguaggi, giudicano inadeguati i supporti mediatici fino ad ora utilizzati, si percepiscono incapaci di intercettare e comprendere i ragazzi che sono loro posti davanti...

A queste preoccupazioni – a dire il vero, non sempre del tutto infondate – fanno eco gli allarmi degli esperti sui rischi e sulle conseguenze delle eccessive relazioni virtuali vissute tramite i *social network*. Molti genitori poi – spesso digiuni di nuove tecnologie – sono spaventati dalle attività dei figli nei nuovi *media*, *osservandoli mentre agiscono* da protagonisti. Pure allarmati sono molti insegnanti che riscontrano influenze (se non addirittura deformazioni) nelle capacità cognitive, di apprendimento e di espressione dei propri alunni.

Ma *la paura non può essere il sentimento dominante* quando si considerano la realtà e l’attività della comunicazione nell’era digitale! Lo dico non per un generico ottimismo o per un’ingenua e incondizionata fiducia nel futuro e in tutto ciò che è novità. Affermo ciò a partire da una precisa considerazione: *al centro di ogni attività di comunicazione* – tradizionale o digitale che sia – *non c’è forse l’uomo?* Non è sempre l’uomo l’autore di ogni azione comunicativa? Non ne è lui il destinatario?

## **Al centro sta l'uomo!**

Le condizioni, le modalità, l'incisività di questo protagonismo umano sono in rapidissimo ed estesissimo cambiamento (pensiamo solo all'ultimo decennio), mutano in funzione dello strumento considerato. Certo, ma sempre ci stiamo riferendo ad un'attività profondamente umana.

La comunicazione è attività umana non solo perché posta in essere da una persona – al pari di ogni altra azione –, ma *perché nello specifico è finalizzata a tessere dei legami con altri soggetti*, perché vuole realizzare vicinanza, prossimità, incontro, relazione. Addirittura vuole mirare all'intimo delle persone, alle loro emozioni, ai loro pensieri e sentimenti...

Anche nella comunicazione dell'era digitale, quindi, ad essere *l'elemento centrale, decisivo, insostituibile*, meritevole di riflessioni serie e approfondite – prima ancora della novità tecnologica e della materialità degli strumenti impiegati – è *la persona*: è una realtà che è ben conosciuta – o che tale dovrebbe essere – dalla Chiesa, dalla famiglia, dalla società, dalla scuola, dalla politica...

Nella comunicazione – in ogni tipo di comunicazione – c'è *in gioco l'uomo* con i suoi desideri, i bisogni, le attese, le ansie, le gioie, le fatiche, le debolezze, i punti di forza...

Se *conosciamo* la persona umana, se la *amiamo*, se intendiamo *servirla* non ci deve fare paura – mai – la comunicazione! Questa è attività, iniziativa, bisogno, attesa umana e umanizzante: è tra le realtà che fanno essere l'uomo ciò che è, secondo il progetto sapiente e amorevole di Dio: *un essere in comunione e per la comunione*. Ci sorprende un testo splendido del Concilio Vaticano II, che ci conduce sino alla comunione stessa della Trinità di Dio e qui ritrova la sorgente originaria da cui scaturisce la comunione degli uomini tra loro nel suo più alto significato e nelle sue condizioni di riuscita.

Leggiamo nella *Gaudium et spes*: “Il Signore Gesù quando prega il Padre perché ‘tutti siano uno, come anche noi siamo uno’ (Gv 17,21-22) mettendoci davanti orizzonti impervi alla ragione umana, ci ha suggerito una certa similitudine tra l'unione delle persone divine e l'unione dei figli di Dio nella verità e nella carità. Questa similitudine manifesta che l'uomo, il quale in terra è la sola creatura che Dio abbia voluto per se stessa, non possa ritrovarsi pienamente se non attraverso un dono sincero di sé” (n. 24).

## **Strumenti e messaggio: una comunicazione che genera comunione**

Ma davvero ogni comunicazione fa essere l'uomo quello che è, così come lo descrive l'antropologia cristiana? Anche la comunicazione che si realizza attraverso *i media* di cui ci serviamo oggi?

Infatti, *gli strumenti* di comunicazione dell'era digitale *non sono neutrali rispetto al messaggio* – se mai è esistita un'epoca in cui ciò è avvenuto –, *bensì lo influenzano, lo modificano, lo deformano, addirittura lo creano*. Alcuni dei moderni *media* (i più potenti) divengono spesso (con la parziale consapevolezza dei loro utilizzatori) delle “*protesi*” – una specie di facoltà che integrano quelle umane –, creano addirittura un *sensò* che va ad aggiungersi ai cinque sensi donati all'uomo dal Creatore.

E' certamente del tutto necessaria una riflessione sugli strumenti e sui linguaggi, ma sempre deve essere finalizzata all'uomo, a ciò che lo fa essere veramente e pienamente uomo. Di conseguenza non possiamo sottrarci all'interrogativo: che cosa può rovinare, impoverire, impedire il realizzarsi della verità dell'uomo che comunica? Quando la comunicazione non unisce ma divide, allontana, separa, siamo ancora davanti ad un'attività autenticamente umana?

La comunicazione infatti è veramente e pienamente umana quando genera comunione, quando fa incontrare le persone. E lo è tanto più quando questi incontri sono profondi e autentici, raggiungono l'altro nella sua identità radicale, stabiliscono legami reciproci nel segno della libertà, interrogano e riconoscono il senso che ciascuno pone per la propria esistenza.

*Una comunicazione che genera comunione*: questo fondamento vogliamo ricercare, questo profilo dobbiamo perseguire riflettendo sulla comunicazione oggi, questo il parametro che ci deve guidare nell'analisi e nel giudizio su ciò che è buono o meno per l'uomo. Per ogni uomo: non solo per le giovani generazioni, ma anche per gli adulti e gli anziani; per chi ha maggiori risorse economiche e culturali e per chi ne ha meno...

Non penso ci siano strumenti di comunicazione che potenzialmente, presi nella loro materialità e con le influenze di cui sono capaci, possano impedire la fondamentale attitudine comunione della comunicazione.

Anzi, molti dei *new media* con le opportunità comunicative che offrono sono progettati proprio per dare specifica concretezza a questa attitudine e risultano essere tra gli strumenti più usati. Osservando le attività

comunicative dei ragazzi, dei giovani e di tanti adulti, analizzando il loro accesso agli strumenti di comunicazione digitali scopriamo come il loro obiettivo sia quello di cercare e di coltivare relazioni virtuali, “amicizie” come vengono definite con termine generoso.

Se poi, con realismo e senza allarmismi, ci troviamo a constatare qualche difficoltà e a segnalare alcuni rischi e pericoli, il problema non sta principalmente negli strumenti. Decisive sono le *intenzioni* e le *finalità* per le quali un singolo o un gruppo intendono fare comunicazione; decisivi sono lo *stile* impiegato, *l’abilità* e la competenza comunicative, la conoscenza adeguata degli effetti della comunicazione e delle potenzialità degli strumenti... *La questione strategica* – come sempre – è *l’uomo*, con le sue attese, i suoi desideri, i suoi bisogni.

Se, comunicando, l’uomo intende realizzare il bene – in tutte le sue componenti – la comunicazione risulterà buona, autentica, comunione. E’ quindi *la questione del bene* a porsi insieme – se non addirittura prima – alla riflessione sulla comunicazione.

### **Il bene: la grande questione!**

Mi colpisce – a proposito – l’episodio alla base del titolo che ho voluto dare al mio intervento: “*Io scriverò su queste tavole*”. Per stringere l’alleanza con il popolo di Israele, per realizzare un’intima comunione d’amore e di vita, Dio consegna a questo popolo – tramite Mosè – la legge. Dio stesso scrive le tavole, lui stesso utilizza – per comunicare – uno strumento da lui realizzato. Così leggiamo nel libro dell’Esodo: “Mosè si voltò e scese dal monte con in mano le due tavole della Testimonianza, tavole scritte sui due lati, da una parte e dall’altra. Le tavole erano opera di Dio, la scrittura era scrittura di Dio, scolpita sulle tavole” (*Esodo 32,15-16*).

Queste tavole andranno ben presto distrutte: Mosè scendendo dal monte Sinai e scoprendo il popolo intento ad adorare il vitello d’oro, le frantumerà contro le pendici del monte stesso.

Ma per Dio il messaggio veicolato da quell’originale strumento e lo strumento stesso sono a tal punto importanti che riconvocherà di nuovo Mosè sul monte per scrivere – lui stesso – sulle tavole la Legge: “Il Signore disse a Mosè: Taglia due tavole di pietra come le prime. Io scriverò su queste tavole le parole che erano sulle tavole di prima, che hai spezzato” (*Esodo 34,1*).

Non è questo il luogo per commentare quanto sia significativo che la legge di Dio sia scolpita nella pietra, quanto cioè sia durevole – eterno – questo singolarissimo *medium*...

Considerando quanto accadeva già al tempo dell'Esodo, ci appare chiaro come non fosse lo strumento a imporsi sulle persone, a risultare da solo decisivo nei confronti di chi ad esso si sarebbe accostato. Dio dona la Legge per stringere alleanza con il popolo, affinché sia lunga la sua vita, affinché sia felice. Ma questi precetti dovranno superare lo strumento ed essere fissi, scritti, scolpiti nel cuore (cfr *Deuteronomio* 6,4 ss), dovranno diventare vita concreta.

Ne ricaviamo una preziosa suggestione: come accade per la comunicazione nell'era digitale *medium e messaggio si fondono, lo strumento è talmente particolare da "entrare" nella persona, da diventare una sua parte: è in grado, cioè, di condurre il messaggio direttamente al cuore stesso dell'uomo.*

E noi siamo disposti ad accettare "l'invasività" di questo strumento perché sappiamo che chi sta comunicando è animato dal desiderio del bene. Il popolo di Israele imparerà – grazie anche all'azione di Mosè – a riconoscere il bene, ad accogliere l'amore di Dio. Ecco allora *la sfida per l'uomo d'oggi* che vuole (e deve) porsi in relazione con i moderni *media*: riconoscere la presenza del bene che anima la comunicazione, cogliere il grado di questa presenza, imparare a valutarne la qualità e l'intensità per poter così decidere di affidarsi a questa comunicazione.

Notiamo tutti come non sempre i *media* sono utilizzati per costruire il bene: spesso generano contrapposizioni, dividono le persone, gettano discredito, lanciano offese, causano il male, confondono le coscienze...

Per questo, dopo un primo e doveroso passo – quello di non accogliere acriticamente il messaggio che gli strumenti veicolano –, vanno responsabilmente compiuti altri successivi passi per risalire il più possibile alle intenzioni, ai fini che animano chi intende comunicare.

Più queste intenzioni e questi fini saranno riconducibili al bene e più realizzeranno il bene di chi è raggiunto da tale comunicazione, promuoveranno cioè la sua *dignità personale* offrendo conoscenza, informazioni, strumenti: in una parola favorendo la sua *libertà*.

Come è logico, una simile responsabilità vale anche per *chi è protagonista del momento sorgivo dell'atto comunicativo*. Fino a pochi anni fa

era facile – a questo proposito – pensare ai comunicatori di professione, ai giornalisti, ai registi, agli attori, agli editori... Oggi – ed è uno dei tratti distintivi della comunicazione digitale – la rigida distinzione tra chi “produce” i contenuti della comunicazione e chi ne “fruisce” è pressoché crollata. Le potenzialità dei *nuovi media* consentono a una larghissima platea di soggetti di essere autori, comunicatori attivi, di proporre contenuti, messaggi, notizie. E di raggiungere milioni di persone.

Di tutti quindi – e non solo dei comunicatori di professione – è la responsabilità di *comunicare animati dal desiderio di fare comunicazione autentica, di realizzare comunione, di operare il bene.*

### **La sfida educativa del bene**

Ma non basta un richiamo generico: *occorre che il bene sia mostrato, conosciuto e amato.* E' qui dunque che si apre la sfida principale: *l'educazione.*

Non possiamo però accontentarci di un'educazione semplicemente “tecnica” per un corretto uso degli strumenti di comunicazione. Non possiamo limitarci a istruzioni e a nozioni per non entrare in contatto con informazioni e contenuti dannosi. Non bastano nemmeno manuali etici e deontologici che indichino come produrre buona comunicazione.

Una simile azione educativa sarebbe troppo poco: si rischierebbe di ridurla al trasferimento di competenze, all'indicazione di buone pratiche.

Serve un'opera educativa nel senso più alto del termine: occorre mettere ciascuno nelle condizioni, nella possibilità concreta di riconoscere il bene, di decidersi per il bene, di sceglierlo. Occorre – specialmente con i giovani – sostenere con convinzione e pazienza lo sforzo di *insegnare a desiderare il bene, ad amarlo, a viverlo.*

E' la sfida di sempre per la Chiesa, questa, in ogni ambito umano: vogliamo sostenerla anche nella comunicazione.

Dobbiamo essere esemplari, come Chiesa, nell'opera educativa, anche a proposito dei *media*. La riflessione, l'educazione, gli interventi, le realizzazioni non devono essere solo di fredda natura tecnica, ma devono puntare sempre al centro incandescente, all'aspetto educativo.

Vorrei concludere con un brevissimo racconto riferito da Abraham Joshua Heschel, rabbino, teologo e filosofo ebreo vissuto nel secolo scorso.

“C’era un giovane che voleva diventare fabbro. Si fece apprendista di un fabbro e imparò tutte le tecniche del mestiere: come impugnare le tenaglie, come sollevare la mazza, come battere sull’incudine, come ravvivare il fuoco con il mantice. Terminato il periodo di apprendistato, fu chiamato a lavorare in una fucina del palazzo reale. Ma la soddisfazione del giovane finì presto quando si accorse che non era riuscito ad imparare come far scoccare la scintilla. Tutte le sue capacità e abilità nel maneggiare gli strumenti non gli furono di alcun giovamento” (*Il canto della libertà*, Qiqiaion, 2007).

La semplicità di questo racconto rende più significativo e forte l’appello che vogliamo raccogliere tutti noi impegnati a vario titolo nella comunicazione. E’ l’appello ad *un’opera educativa tesa a far scoccare la scintilla del bene della comunione* nell’intento di chi comunica.

Non manchi mai, anzitutto, a noi stessi – carissimi operatori del mondo della comunicazione nelle nostre comunità cristiane – questa scintilla! E nella logica della missione e della testimonianza evangelica (“andate in tutto il mondo e proclamate il Vangelo a ogni creatura”: *Marco* 16,15) non dimentichiamo di essere chiamati – ripieni del fuoco dello Spirito ricevuto nel Battesimo – ad accendere questa scintilla nel cuore di chi serviamo con la nostra opera di comunicazione.

+ Dionigi card. Tettamanzi  
*Arcivescovo di Milano*