

LA COMUNICAZIONE NELLA MISSIONE SALESIANA «È straordinario! Fa sentire i sordi e fa parlare i muti»¹

1. Mettiamoci in onda - ...con la Chiesa - ... e con il Carisma - Comunicazione interpersonale. - Comunicazione sociale. **2. «Far ascoltare i sordi e parlare i muti».** - Cambiare mentalità. - Le condizioni per comunicare. - L'urgenza del momento: qualificarsi. - Una competenza comunitaria. **3. Orientamenti pratici.** - Impegni delle comunità. - Impegni delle Ispettorie. - **Conclusioni.**

Roma, 8 dicembre 1999

Solennità dell'Immacolata Concezione

Carissimi Confratelli,

Il 2000 è alle porte. Ve lo auguro felice, nello spirito del Giubileo straordinario che segna lo spartiacque tra i secoli e i millenni. In esso vi accompagneranno la riflessione sulla Penitenza già trasmessa², la strenna sulla Riconciliazione e la Pace, la Lettera sull'Eucaristia che vi arriverà per il mese di maggio e il sussidio preparato per le nostre celebrazioni comunitarie³.

In questa lettera invece voglio sviluppare con calma un punto della nostra programmazione sessennale⁴.

Quando cerchiamo di immaginare come sarà la nostra vita e quella dei giovani nel prossimo secolo, ci viene spontaneo il pensiero dello sviluppo che può avere la comunicazione sociale.

I mezzi della comunicazione sociale sono già parte indispensabile della nostra attrezzatura personale, quasi incorporati al nostro modo di vivere: giornali, radio, TV, cellulare, computer, internet, congressi e convegni, spettacoli, eventi culturali ed avvenimenti editoriali segnano le nostre giornate.

¹ Mc 7, 37

² cf. ACG 369, ottobre-dicembre 1999

³ cf. ACG 369, pag. 48

⁴ cf. ACG 358 supplemento, numero speciale

La comunicazione sociale riempie il mondo e determina la forma della convivenza umana. Interessa quindi da vicino la vocazione del salesiano come discepolo di Cristo e, in forma ancora più pressante, come uno che opera con mentalità di educatore sui fronti della promozione e dell'evangelizzazione.

Ci chiamiamo, con convinzione ed interiore soddisfazione, figli di un Santo che ha saputo dare ascolto alle molte voci che venivano dai giovani e dalla cultura del suo tempo; ed è riuscito a comunicare col gesto, con la parola e con la stessa struttura che aveva creato. Questa infatti diventò "messaggio" proprio perché esprimeva con chiarezza la finalità e lo spirito della sua missione.

In ciò Egli si ricollegava alla spiritualità di san Francesco di Sales, indicato oggi come Patrono dei giornalisti cattolici per la capacità di parlare e scrivere sulla vita cristiana in forma da farsi capire da piccoli e grandi, letterati e semplici, uomini di chiesa e persone lontane da ogni forma di religione.

Se da queste considerazioni, brevissime e necessarie, passiamo ad esaminare la vita dei giovani del nostro tempo, sorgono in noi due sentimenti: scopriamo con rammarico che il loro linguaggio, imparato sui *media*, rischia ormai di essere per noi incomprensibile; e sentiamo l'urgenza di recuperare terreno nell'impiego della comunicazione, come risposta alla nostra vocazione di Salesiani.

Si tratta di raggiungere prima e di tenere poi il passo di una realtà che è in evoluzione continua e che a sua volta diventa motore di un altrettanto ininterrotto cambiamento globale.

1. METTIAMOCI IN ONDA

... con la Chiesa

Molto è stato detto su questo tema nei recenti documenti ufficiali della Chiesa e nei commenti per la giornata annuale della Comunicazione sociale.

Il materiale è abbondante e tocca i vari aspetti della comunicazione sociale: dalla teologia⁵ alla dimensione socio-culturale; dalla formazione dei sacerdoti⁶ all'istruzione dei fedeli; dalla preparazione di programmi all'organizzazione pastorale delle diocesi per un intervento organico in questo campo⁷.

Non faccio una sintesi della dottrina. Mi accontento soltanto di qualche spunto, per riportare il tema ad una considerazione che stimo la più importante per noi, sia sul piano della riflessione, che su quello operativo.

Paolo VI aveva intuito il passaggio epocale che l'evangelizzazione del mondo stava attraversando e, di conseguenza, le nuove forme che l'annuncio del Vangelo richiedeva.

«Nel nostro secolo, afferma nella Evangelii Nuntiandi, contrassegnato dai mass media o strumenti di comunicazione sociale, il primo annuncio, la catechesi o l'approfondimento ulteriore della fede, non possono fare a meno di questi mezzi.

Posti al servizio del Vangelo, essi sono capaci di estendere quasi all'infinito il campo di ascolto della Parola di Dio, e fanno giungere la Buona Novella a milioni di persone.

La Chiesa si sentirebbe colpevole di fronte al suo Signore se non adoperasse questi potenti mezzi, che l'intelligenza umana rende ogni giorno più perfezionati; servendosi di essi la Chiesa "predica sui tetti"⁸ il messaggio di cui è depositaria; in loro essa trova una versione moderna ed efficace del pulpito. Grazie ad essi riesce a parlare alle moltitudini»⁹.

L'indicazione parte dal mandato dato da Gesù alla Chiesa di far giungere il Vangelo al mondo intero: si tratta di parlare a moltitudini, di estendere all'infinito il campo dell'ascolto della

⁵ cf. *Communio et Progressio*, istruzione pastorale sugli strumenti della comunicazione sociale, del 1971

⁶ cf. Orientamenti per la formazione dei futuri sacerdoti circa gli strumenti della comunicazione sociale, del 1986.

⁷ cf. *Aetatis Novae*, istruzione pastorale sulle comunicazioni sociali nel XX anniversario di *Communio et Progressio*, del 1992

⁸ cf. Mt 10,27; Lc 12,3.

⁹ PAOLO VI, Esortazione apostolica *Evangelii Nuntiandi*, 8 dicembre 1975, n. 45

parola, di arrivare con la buona novella a milioni di persone; e anche di aiutare interi popoli a vivere con lucidità la fede ricevuta in una cultura nuova. È un primo elemento di cui rendersi definitivamente consapevoli: i pulpiti, le cattedre, le piazze ed i canali dell'annuncio sono cambiati, con vantaggi per tutti.

Dell'abbondante magistero di Giovanni Paolo II, non a caso considerato un grande comunicatore, prendiamo un secondo spunto che va oltre la capacità estensiva dei MCS e ci introduce in una visione più sostanziale: la comunicazione sociale come cultura.

«È un problema complesso, poiché questa cultura nasce, prima ancora che dai contenuti, dal fatto stesso che esistono nuovi modi di comunicare con nuovi linguaggi, nuove tecniche e nuovi atteggiamenti psicologici.

Il mio predecessore Paolo VI diceva che “la rottura fra il Vangelo e la cultura è senza dubbio il dramma della nostra epoca”, ed il campo della moderna comunicazione conferma in pieno questo giudizio»¹⁰.

La conclusione è perentoria. Il semplice utilizzo degli strumenti e delle tecniche della comunicazione sociale non è sufficiente per giungere ad una integrazione tra messaggio evangelico e cultura attuale. Si devono scoprire concezioni di vita e valori non diciamo diffusi, ma addirittura interni ai nuovi modi di comunicare. *«Non basta, quindi – sono le parole del Papa –, usarli per diffondere il messaggio cristiano e il Magistero della Chiesa, ma occorre integrare il messaggio stesso in questa “nuova cultura” creata dalla comunicazione moderna»¹¹.*

È uno sforzo maggiore, ma indispensabile e, da molti punti di vista, allettante per la novità dei panorami che offre.

Concludo questa rapida rassegna, riportando ancora un testo dell'Esortazione Apostolica *Vita Consecrata*, che ci ri-

¹⁰ GIOVANNI PAOLO II, Lettera enciclica *Redemptoris missio*, 7 dicembre 1990, n. 37

¹¹ GIOVANNI PAOLO II, *Redemptoris missio*, ib.

guarda molto da vicino. Ad esso l'Unione di Superiori Generali ha voluto dedicare la sua 50ª Adunanza¹². Infatti la comunicazione sociale, nell'Esortazione, viene collocata tra gli areopaghi moderni che più sfidano la mentalità cristiana e quindi più bisogno ha dell'audacia, della creatività, della competenza e capacità di nuove collaborazioni delle persone carismatiche.

«Le persone consacrate, soprattutto quando per carisma istituzionale operano in questo campo, sono tenute ad acquisire una seria conoscenza del linguaggio proprio di tali mezzi, per parlare in modo efficace di Cristo all'uomo d'oggi, interpretandone "le gioie e le speranze, le tristezze e le angosce"¹³, e contribuire così all'edificazione di una società in cui tutti si sentano fratelli e sorelle in cammino verso Dio»¹⁴.

... e con il Carisma

Ho ricordato brevemente l'esperienza di Don Bosco. Si potrebbe raccontare la sua storia di comunicatore, scoprire i codici della sua comunicazione, commentare i suoi progetti. La traduzione odierna del suo pensiero la troviamo nelle Costituzioni che, proprio rifacendosi a lui, collocano la comunicazione nella prospettiva che commentavamo sopra: come una grande possibilità per l'educazione e l'evangelizzazione e come una centrale di cultura.

Trascrivo letteralmente l'articolo delle Costituzioni: *«Operiamo nel settore della comunicazione sociale. È un campo di azione significativo che rientra tra le priorità apostoliche della missione salesiana.*

Il nostro Fondatore intuì il valore di questa scuola di massa, che crea cultura e diffonde modelli di vita, e s'impegnò in imprese apostoliche originali per difendere e sostenere la fede del popolo.

¹² USG, *La sfida della Comunicazione. Mezzi di Comunicazione sociale ed evangelizzazione*, Roma 1999

¹³ GS 1

¹⁴ VC 99

Sul suo esempio valorizziamo come dono di Dio le grandi possibilità che la comunicazione sociale ci offre per l'educazione e l'evangelizzazione»¹⁵.

L'indicazione era presente nel primo testo costituzionale preparato da Don Bosco per presentarlo alla Santa Sede.¹⁶ Già da allora l'obbligo di impegnarsi nella comunicazione sociale veniva riconosciuto come parte importante del nostro apostolato.

Le aree tipiche della missione affidata ai Salesiani, l'educazione, l'evangelizzazione, la comunicazione sociale, sono da collegarsi tra loro e, per arrivare a decisioni operative concordi con il carisma, sono da riferire pure ai destinatari preferenziali della nostra missione ed ai servizi che vogliamo loro offrire.¹⁷

Questi chiarimenti, da una parte aiutano a considerare la comunicazione sociale non semplicemente come un insieme di strumenti o mezzi materiali da adoperare o come una attività autonoma, seppure all'interno del carisma. Essa invece investe tutta la presenza salesiana, impegnata nell'educare ed evangelizzare tanto attraverso opere specifiche, quanto attraverso altre forme di azione che influiscono sulla cultura popolare e la promozione di forme sociali adeguate¹⁸.

D'altra parte, le medesime indicazioni costituzionali circoscrivono, orientano e finalizzano le molte possibilità, modalità e campi della comunicazione sociale agli obiettivi della nostra missione, liberandola dal rischio di dispersione nei messaggi e nelle iniziative.

La comunicazione viene così intesa come "via maestra" per la realizzazione delle diverse aree della missione. Di conseguenza emerge come una competenza necessaria che rientra nell'identità del salesiano educatore, pastore, evangelizzatore, promotore vo-

¹⁵ Cost. 43

¹⁶ cf. Costituzioni 1858, I, 5 (cf. Testi critici a cura di F. Motto, ISS-LAS 1982, pag. 78)

¹⁷ cf. Cost. 31

¹⁸ cf. ib.

cazionale¹⁹. Egli realizza questi aspetti della sua missione «in particolare con la comunicazione sociale», afferma l'articolo 6 delle Costituzioni, in linea con la lettera circolare di Don Bosco del 19 marzo 1885: «Vi prego e vi scongiuro adunque di non trascurare questa parte importantissima della nostra missione. Incominciatela non solo fra gli stessi giovanetti che la Provvidenza vi ha affidati, ma colle vostre parole e col vostro esempio fate di questi altrettanti apostoli della diffusione dei buoni libri»²⁰.

L'insistenza di Don Bosco si farebbe oggi più pressante. Egli si porrebbe ancora una volta "all'avanguardia del progresso", per influire sui criteri con cui vengono adoperati i nuovi strumenti tecnici e per diffondere attraverso di essi e su di essi proposte educative e culturali proprie.

Ciò avevo in mente, quando alla fine del CG24 proponevo la comunicazione sociale come uno dei punti principali di attenzione del sessennio²¹ e quando con il Consiglio generale integravamo nella programmazione generale alcune indicazioni sulla comunicazione, che consideravamo prioritarie, oltre un adeguato programma settoriale affidato al corrispondente dicastero²². «Abilitare – si diceva tra le strategie per rendere più significativa la presenza salesiana – le comunità e le CEP a comunicare con il proprio contesto offrendo messaggi (tipo di presenza, testimonianza, interventi, partecipazione) efficaci per la promozione umana e l'evangelizzazione»²³.

Comunicazione interpersonale.

Come educatori ci interessa innanzitutto la *comunicazione*

¹⁹ cf. *Il progetto di vita dei Salesiani di Don Bosco*. Guida alla lettura della Costituzioni salesiane, Roma 1986, pag. 363

²⁰ E. CERIA, *Epistolario di san Giovanni Bosco*, volume 4°, pag. 318 e ss., lettera numero 2539. Circolare del 19 marzo 1885: "Diffusione dei buoni libri".

²¹ cf. CG24 n. 249-251.

²² ACG 358 supplemento, cf. 2, 21 pag. 15 e parte II - Comunicazione sociale, pag. 29-32

²³ ACG 358 supplemento, cf. 2, 21 pag. 15

interpersonale tra adulto e giovane, tra laici e religiosi, tra quanti sono ricchi di esperienza e coloro che muovono i primi passi nella vita, tra tutti coloro che hanno dei doni da condividere.

Su di essa ho avuto già opportunità di intrattenermi con voi a proposito della comunità "nucleo animatore"²⁴. La riprendo brevemente perché appartiene alla completezza del tema che stiamo trattando e nel suo contesto rivela nuove dimensioni.

Il sistema preventivo, si è detto, affida l'efficacia educativa principalmente all'incontro diretto, faccia a faccia. Ed è un incontro di fiducia, di amicizia. Perché il giovane si affidi, anche l'educatore deve consegnare spontaneamente ciò che vive. Lo spirito di famiglia favorisce incontri per crescere insieme: dal cortile ai momenti programmati di dialogo. Sono aspetti svariati di comunicazione interpersonale.

Ciò va esteso in forma analoga anche agli operatori, i collaboratori, i corresponsabili. Ogni progetto e comunità educativa esige un sincero confrontarsi sulla situazione in cui si opera, un verificare il cammino proposto e realizzato, un farsi carico di quello che va emergendo nel cuore delle persone coinvolte mentre cercano di compiere la missione comune.

Per la *comunità religiosa*, le diverse forme di coinvolgimento dei confratelli e della comunità giustificano l'importanza data dalle Costituzioni agli incontri comunitari: consigli di comunità, assemblee comunitarie, momenti di preghiera partecipata e simili.

Ridurre le possibilità di dialogo e di interscambio nella comunità religiosa, come nelle comunità educative, porterebbe a non sviluppare e non accompagnare i processi di crescita dei giovani e delle persone con le quali lavoriamo.

Aggiungo due rilievi. Il nuovo tono e la nuova situazione della vita fraterna stimolano a creare nelle nostre comunità lo

²⁴ cf. ACG 363, *Esperti, testimoni e artefici di comunione*. La comunità salesiana - nucleo animatore.

spazio per conversare. Spesso la fretta e le molte cose programmate non lasciano il respiro sufficiente alla conversazione riposante, non strutturata, nella quale ci si scambia in forma personale e si mette a prova la nostra capacità di condividere. Quando non scade nel banale o nella mormorazione, nel pettegolezzo e nel lamento, la conversazione offre le condizioni per una forma nuova di stare insieme, di comportarsi, di ascoltare, di rispondere, di conoscersi e conoscere; insomma, di vivere.

Il secondo rilievo è per sottolineare l'importanza dell'ascolto attento ed interessato nella comunicazione interpersonale. Dare la parola, lasciar parlare! La comunicazione è disturbata non soltanto da quelli che si ritraggono nel silenzio, ma anche da coloro che non favoriscono o non danno spazio al manifestarsi degli altri. «Ogni Superiore (...) lasci parlare molto, ma egli parli poco»²⁵ raccomandava Don Bosco all'educatore. Oggi forse la tendenza, imparata dalla TV e dagli spettacoli, porta in direzione contraria.

L'impegno richiesto alla competenza educativa nell'ambito della comunicazione è dunque ampio. Include una riforma di atteggiamenti ed abitudini, oltreché dei rapporti e delle forme di collaborazione.

Comunicazione sociale.

La comunicazione sociale va oltre quella interpersonale. Ci proietta nel mondo delle tecnologie che consentono di rivolgersi simultaneamente con un medesimo messaggio a gran numero di persone e di stabilire collegamenti e contatti senza frontiera. In tal senso è un fenomeno "nuovo" e nel suo ambito continuano a prodursi delle innovazioni che ci interpellano.

Viviamo, si ripete, in un villaggio globale, nel paese "elettronico". Tali espressioni potranno essere discutibili. Rendono però bene un'idea: la comunicazione avvolge tutti, raggiunge gli

²⁵ BRAIDO P. (a cura di) *Don Bosco educatore. Scritti e testimonianze*, Roma, LAS 1997, pag. 282

estremi del mondo, avvicina popoli e persone: l'universo che abbiamo è sempre più cablato. Alla rete dei meridiani e dei paralleli si è sovrapposta quella delle linee di comunicazione e delle onde elettromagnetiche che propagano impulsi, immagini e voci.

I prossimi anni, poi, promettono ulteriori rivoluzioni. Quanto è stato già realizzato nel campo della comunicazione sociale riceverà uno sviluppo sia quantitativo che qualitativo che oggi è soltanto "simulato". Ce lo fanno capire la ricerca, il mercato e la pubblicità: non appena abbiamo acquistato un cellulare, un televisore o un computer, già sentiamo parlare del prossimo modello con nuove possibilità.

Siamo ancora ai primi passi. Le prossime novità non saranno le ultime. Anzi potrebbero provocare ancora un'accelerazione del cambiamento. Tutto ciò rappresenta una opportunità e un condizionamento la cui portata non bisogna rischiare di sottovalutare.

Tre aspetti vanno seriamente esaminati dalle nostre comunità educative e religiose.

Il primo è il *nuovo rapporto tra mezzo e messaggio*. Forse esso non è ancora capito né accettato dalla nostra mentalità, abituata a distinguere materia da forma, contenuto da stile.

Una notizia, un evento, un messaggio assumono caratteristiche differenti a seconda dello strumento che viene utilizzato. Uno è l'effetto se si comunica a viva voce e faccia a faccia. Diversi sono il valore, il contenuto della notizia e la reazione degli ascoltatori, se la stessa realtà giunge attraverso uno o molti giornali. Cambia ulteriormente, se ci si serve di un annuncio radiofonico. Se poi utilizziamo la televisione i risultati sono ancora diversi.

Quanto più vasto è il raggio di intervento, quanto più attraente è la forma di presentazione, quanto più distante è l'interlocutore, tanto più "incontestabile" diventa la comunicazione.

C'è un secondo aspetto che ci riguarda molto da vicino. Le nostre comunità, le opere e attività cui diamo origine, come

ogni istituzione, entrano in *un sistema più vasto di comunicazione*, con il quale si confrontano e dentro del quale interagiscono. Sembrano realtà fisiche e mute; invece emettono messaggi anche prima che noi prendiamo la penna o il microfono per spiegarci o raccontarci.

È indispensabile, quindi, badare non soltanto a quanto si realizza all'interno dell'opera. Va considerata l'immagine che si dà, il riflesso che la nostra azione produce fuori dell'opera. Parla l'edificio materiale con la sua sobrietà e buon gusto; parla il tipo di giovane che prevale nell'opera; comunica il programma e lo stile educativo; parla l'ambiente sperimentato direttamente o conosciuto per altre vie. A seconda poi della nostra comunicazione, con e nel contesto, quello che compiamo può espandersi o essere negativamente condizionato.

Da ultimo, va colto e valorizzato il *servizio alla comunione*.

L'urgenza di entrare nella società della comunicazione con più vigore viene dal fatto che l'informazione e la comunicazione, mentre occupano un posto sempre più pervasivo nella vita dell'uomo, sembrano dare luogo ad una Babele, dove gente di un unico popolo e lingua non riesce ad intendersi, piuttosto che alla piazza di Gerusalemme, dove lo Spirito ispirò un messaggio capito unitariamente da gente di diversi popoli e lingue. Si dice molto infatti e si raggiungono molti con la comunicazione sociale, ma l'interpretazione dei fatti e di aspetti importanti della vita sono sovente dispersivi e contraddittori. C'è dunque bisogno di orientare verso l'unità quanto c'è di buono in essa.

Come essere educatori - evangelizzatori in un villaggio globale di queste dimensioni? Come diventare efficaci quando molti maestri concorrono alla formazione degli stessi giovani, ma con proposte differenti tra loro?

Il problema non sta nel fatto di adoperare strumenti, ma nella capacità di esprimerci adeguatamente attraverso essi. Immersi in una rete universale, siamo chiamati a creare, a scam-

biare, ad immagazzinare conoscenze e ricchezze culturali che diventano comuni.

Una persona e un popolo sono tali perché sono capaci di produrre quanto è necessario per conoscere ed essere conosciuti; perché sanno apprendere dagli altri ciò che serve per vivere e sanno offrire agli altri quanto può aiutare a vivere meglio; perché sono capaci di accumulare informazioni, notizie, fatti ed esperienze che costruiscono la propria storia e servono per camminare verso un futuro.

C'è un patrimonio di informazioni, di conoscenze e di immagini utili che si trasmette. La comunicazione attuale però può portare, se non se ne conoscono le leggi, sia a trascurare ciò che è importante, sia a dimenticare quello che si è elaborato con travaglio.

2. "FAR ASCOLTARE I SORDI E PARLARE I MUTI".

Gesù è la Parola. Poiché vive un'ineffabile comunicazione con il Padre e lo Spirito, Egli comunica Dio all'uomo e gli fa percepire, alla luce di Dio, nel loro giusto senso e dimensione, persone, avvenimenti e cose. E questa Parola penetra nell'universo e si diffonde nella storia.

L'uomo deve imparare e disporsi a accoglierla e poi comunicarla.

Ci sono pagine evangeliche che esprimono bene il compito educativo che abbiamo nell'ambito della comunicazione. Sono quelle in cui si racconta come Gesù scioglie le capacità dei sensi: occhi, udito, lingua ed abilita a percepire il mondo, gli altri e lui medesimo.

«Gli portarono un uomo che era sordomuto e lo pregarono di mettere le mani sopra di lui. Allora Gesù lo prese da parte, lontano dalla folla, gli mise le dita negli orecchi, sputò e gli toccò la lingua con la saliva. Poi alzò gli occhi al cielo, fece un sospiro e disse a quell'uomo: Effatà! (che significa) Apriti!

Subito le sue orecchie si aprirono, la sua lingua si sciolse ed egli si mise a parlare molto bene. Gesù ordinò di non dire nulla a nessuno, ma più comandava di tacere, più la gente ne parlava pubblicamente.

Tutti erano molto meravigliati e dicevano: – È straordinario! Fa sentire i sordi e fa parlare i muti!»²⁶

I miracoli sono un'epifania di Gesù e mettono in evidenza aspetti del suo potere di salvare l'uomo. Lo scioglimento degli organi ed il recupero dei sensi consentono di comunicare con la realtà totale dalla quale si era tagliati fuori: la realtà fisica del mondo, quella delle persone, quella interiore, quella trascendente. Ci fanno prima attenti osservatori e ascoltatori di tali realtà e poi ci consentono di interpretarla e di proclamarla. Così il cieco nato comincia vedendo gli uomini "come fossero alberi" e finisce vedendo Gesù come Messia, Figlio di Dio²⁷.

Notiamo che il miracolo si compie senza una parola da parte di Gesù. Egli fa gesti concreti, semplici, d'immediata comprensione, che non necessitano di commenti. La voce individuale di colui che è stato guarito viene subito amplificata dalla "informazione" di tutti i testimoni che incominciano a parlare per raccontare l'accaduto.

Noi siamo chiamati a dare la parola, ad aprire gli occhi, ad informare sul dono di Dio. Come disporci? Dovremo essere ben comunicati con le realtà che contano e buoni comunicatori, non semplicemente tecnici degli strumenti.

Cambiare mentalità.

La comunicazione sociale, dicevamo, investe tutta la presenza salesiana. Entrare in essa non comporta solo di ritoccare alcuni elementi di questa presenza, lasciando invariati gli altri: richiede piuttosto di compiere una *conversione culturale* che si

²⁶ Mc 7, 31-37

²⁷ cf. Mc 8, 22-24; Gv 9, 35-38

traduce in impegno spirituale ed in novità di visione pastorale.

La preoccupazione prevalente nel lavoro era, fino ad oggi, rivolta al rendimento che si poteva ottenere all'interno delle opere.

In queste siamo riusciti, con la grazia del Signore e con l'azione di confratelli e collaboratori, a creare un ambiente soddisfacente e sereno ed a comunicare ai giovani convinzioni, atteggiamenti e valori.

Le comunità salesiane inoltre si collegavano al contesto sociale in cui si trovavano, secondo le modalità possibili nell'era preinformatica: offerta di momenti culturali, partecipazione ad avvenimenti religiosi e sociali, rapporto diretto con le famiglie, contatto con organismi e istituzioni civili ed ecclesiastiche.

Era una prassi formulata e praticata. Oggi, nell'era informatica, intervengono nuovi fattori e devono quindi crescere la consapevolezza e l'attenzione alle ripercussioni amplificate della propria presenza, dei propri atteggiamenti e interventi.

La *comunità salesiana* è chiamata a progettare guardando il proprio lavoro anche dal di fuori. È un ricollocarsi, non tanto geograficamente quasi un migrare da un posto ad un altro; quanto mentalmente, cioè saper considerare le cose da punti di vista che vanno oltre lo spazio materiale e le finalità immediate.

Ciò richiede di passare dalle preoccupazioni elaborate all'interno, all'ascolto delle sensibilità ed aspettative che vengono dal contesto; dal fare molto e con impegno soltanto tra le mura domestiche, a rilevare che cosa e come gli altri possono percepire della nostra azione e presenza; dal semplice svolgimento accurato delle attività, alla capacità comunicativa e coinvolgente del contesto sui valori tipici della missione e spiritualità salesiana.

C'è una parola di Don Bosco che può aiutarci a comprendere il significato di tutto ciò affinché la presenza salesiana, nel suo sforzo di mostrarsi o raccontarsi, non si riduca ad aspetti di facciata né si centri sulla autopresentazione.

«Siamo in tempi, in cui bisogna operare. Il mondo è diven-

tato materiale, perciò bisogna lavorare per far conoscere il bene che si fa. Se uno fa anche miracoli pregando giorno e notte e stando nella sua cella, il mondo non ci bada e non ci crede più. Il mondo ha bisogno di vedere e di toccare»²⁸.

È un'espressione ardita, di una concretezza che sconcerta. Richiede un modo diverso di guardare alla stessa organizzazione della vita comunitaria e dell'azione apostolica. È indispensabile pensare la presenza, la comunità e l'opera salesiana "in rete", come un'emittente, intercomunicata.

Il CG24 ha indicato nuove aperture in questo stesso senso. La prima riguarda i *collaboratori laici*. Non è solo questione, si è già ripetuto più volte, di avere delle persone esterne alla comunità, che vengono a lavorare con noi nell'educazione ed evangelizzazione dei giovani. La loro presenza significa da parte nostra accoglienza di altri punti di vista: le tipiche prospettive laicali.

Non si può parlare di collaborazione e di corresponsabilità se non si realizza una reciprocità e un'integrazione di vedute ed esperienze. Ciò porta necessariamente ad una diversa visione dell'azione salesiana, a nuove modalità di intervento.

Questo cambio di mentalità e di modello operativo ha un nome: *comunità educativa*. Essa non è un fatto puramente tecnico, una nuova struttura; ma proprio una realtà di comunicazione interna ed esterna. Non si riduce ad esprimere contenuti ben articolati, con chiarezza verbale e correttamente collocati nel tempo. È, innanzi tutto, capacità di relazione, di informazione reale, pertinente ed opportuna, di condivisione vitale, di scelta comune dei criteri educativi e pastorali.

Il salesiano presente nella comunità educativa con una responsabilità specifica, dovrà imparare le molte strade e variazioni del dialogo con i laici e con l'insieme della stessa comunità educativa.

²⁸ MB XIII, 126

Un secondo ambito che interessa il cambio di mentalità è il contesto in cui siamo chiamati ad operare: il più vasto *territorio* in cui l'opera salesiana è collocata come centro di aggregazione.

La riscoperta di questa funzione invita ad allargare il dialogo alle istituzioni educative, sociali e religiose che operano nella stessa area. Il confronto con esse è il banco di prova di quel che siamo capaci di comunicare al di fuori della comunità religiosa e dei più stretti collaboratori.

Che cosa si percepisce all'esterno del progetto educativo dei Salesiani, delle scelte di valori privati e sociali che essi fanno per sé e propongono ai giovani?

Come l'opera salesiana si qualifica nel territorio, nei settori che le sono carismaticamente più congeniali: l'attenzione alla condizione dei giovani, l'accompagnamento dello sviluppo del ceto popolare, la vicinanza a quanti si sentono e vivono isolati ed emarginati? La CEP diventa significativa nel territorio e quindi messaggio comprensibile, quando è capace di associare coloro che sono interessati ad iniziative educative e culturali e si presenta come centro di irradiazione di sensibilità, proposte e operatori che si collegano ad essa.

Si può anche fare riferimento ad una terza apertura verso cui spinge lo stesso CG24: è *lo spazio creato dalle tecniche moderne*, capaci di costruire rapporti, offrire un'immagine di sé ed iniziare un dialogo effettivo con interlocutori invisibili ma reali.

Qui soprattutto si richiede un cambio di mentalità, sia perché non ci è familiare lo spazio virtuale, sia perché bisogna imparare forme nuove di comunicazione e di incontro. Non mancano esempi di realizzazioni che, offerta la possibilità, sono portate avanti anche da giovani volenterosi o collaboratori professionisti. Si sono moltiplicate le *web* ed alcune di esse presentano una qualità educativa e raggiungono un numero di persone che duplicano l'influsso dell'opera.

Siamo parte, cosciente o meno, di una grande rete che ci avvolge. Si può rimanere estranei oppure ci si può inserire, of-

frendo, anche in questo campo, i doni che abbiamo come educatori ed evangelizzatori.

Non va considerata piccola cosa il fatto di poter diffondere istantaneamente, in tutto il mondo, informazioni e comunicati. Spesso commentiamo più i rischi che i pregi di tale situazione. Ma se vogliamo che il mondo della comunicazione venga modificato dal lievito evangelico dobbiamo sentirci interpellati ad intervenire ed interagire con coloro che vengono in piazza o negli areopaghi "per parlare e sentir parlare"²⁹.

Le condizioni per comunicare.

Quando si considerano le cose solo da una prospettiva immediata, le condizioni principali per la comunicazione sociale sembrano essere la spettacolarità e la vendita dei prodotti.

È sufficiente porre un poco di attenzione a ciò che offre la televisione, il più potente dei *mass media*, per esserne convinti. La TV tende, per sua natura, a rendere spettacolare ogni evento. Tutti i programmi sono organizzati attorno a questa esigenza. L'informazione stessa deve essere spettacolarizzata.

Per essere interessanti in TV bisogna suscitare emozioni, impressionare, diventare immagine forte a colpi di luce, colore, originalità, successione rapida di fotogrammi e commenti.

Così pure la comunicazione è oggi un grande mercato. Definiamo la nostra come una società dell'informazione e dell'immagine. L'informazione è la principale materia prima dell'economia: si scambiano molti più dati che prodotti. L'*audience* viene disputata senza esclusione di colpi. La propaganda punta sull'immagine più che sul prodotto offerto. La comunicazione stessa, in tutti i suoi aspetti, è una produzione di grandi aziende con relativo gioco di domanda ed offerta, concorrenza di prezzi e di qualità.

²⁹ cf. At 17, 20

In questa situazione si trova ad agire con intenzione educativa la comunità salesiana. Anch'essa deve, in un certo senso, impressionare e vendere. Cerca dunque di capire come funziona la comunicazione, ma sottolinea l'esigenza che essa sia messa a servizio della crescita umana e che realizzi comunione tra gli uomini.

Per essere in questo propositiva ed efficace, la comunità punta su altre condizioni: sia da un punto di vista personale, e ancor più da un punto di vista istituzionale scommette *sulla autenticità e sulla trasparenza*.

Queste sono qualità richieste da coloro che ci considerano punto di riferimento per la vita e l'esperienza umana e cristiana in un territorio. Ma non solo: per noi, discepoli di Cristo, sono pure requisiti e fattori vincenti della comunicazione.

Riconosco che ci si chiede di acquisire alcuni atteggiamenti personali e comunitari. Abbiamo vissuto, quasi in forma riservata, scelte e progetti, realizzazioni e orientamenti culturali. Gli altri dovevano scoprire l'anima interiore delle nostre attività. Non era nostra intenzione tenerli nascosti, ma nemmeno eravamo preoccupati di essere "trasparenti", di farci conoscere.

Il discorso non è soltanto morale. Appartiene all'universo della comunicazione: per essere presenti, bisogna essere leggibili; per essere efficaci, bisogna essere autentici, comunicare cioè esperienze e convinzioni profondamente sentite e vissute.

Gli strumenti della comunicazione, particolarmente i più recenti, rappresentano un supermercato delle idee. Le visioni della vita e le proposte che offrono sono molte, facili da accogliere e facili ad essere abbandonate.

Il pericolo è di smarrire il senso della differenza tra il necessario e il superfluo, tra l'importante e l'effimero. Essendo tutto soggetto a consumo, tutto può diventare oggetto di scambio. E in questo "tutto" possono andare a finire anche l'autenticità e la trasparenza. La "finzione gradevole" in vista della vendita sostituisce la verità e la sincerità; la ricerca ossessiva dell'*au-*

dience diventa norma al posto del proposito di generare convergenza e risposta responsabile.

Anche consapevoli di questi rischi e tendenze reali, esprimiamo un giudizio positivo su tutto il mondo della comunicazione, per i «vantaggi che questi strumenti, se adoperati bene, possono apportare all'umana famiglia; infatti essi servono mirabilmente a sollevare e ad arricchire lo spirito, nonché a propagare e a rafforzare il Regno di Dio»³⁰.

Gesù, Apostolo del Padre, venuto nel mondo a comunicare la vita di Dio, ha collegato in forma nuova i tre elementi dell'espressione umana: la parola, l'azione e i gesti simbolici. La parola a sostegno del gesto, perché questo non restasse muto; il gesto a complemento della parola, perché si riempisse di visibile e concreto («la Parola si fece carne»³¹, è detto di Gesù che viene nel mondo); l'azione come compimento nella storia della ricchezza del gesto e del significato della parola.

Autenticità e trasparenza non sono quindi una utopia irrealizzabile. Sono i criteri di valutazione di quanto viene offerto per costruire comunione e responsabilità. Misurano, in altre parole, se la volontà di comunicare è vera e le intenzioni che la guidano sono nella linea dell'etica e dell'amore. Sono quindi l'impegno del credente che vuole entrare in rapporto con gli altri.

L'urgenza del momento: qualificarsi.

Per rispondere alla sfida dell'odierna comunicazione si rende necessario un cammino formativo adeguato.

Con l'evoluzione dei *media* sorge un conflitto tra le possibilità interne alle tecnologie medesime e l'accettabilità umana di quello che attraverso esse viene offerto. Non è automatico, infatti, il rapporto tra crescita tecnica e maturazione umana, tra sviluppo tecnologico e progresso civile.

³⁰ cf. *Inter mirifica* (IM), 2

³¹ Gv 1, 14

Notiamo che mentre la tecnica si sviluppa con estrema rapidità, lo sviluppo delle competenze individuali, di apprendimento ed uso delle nuove tecniche è piuttosto lento e disuguale.

È già esperienza delle nostre comunità una doppia velocità: alcuni trovano difficoltà di adattamento e allontanano perfino il pensiero di mettersi ad imparare l'uso e la valutazione di quello che riguarda gli strumenti informatici; altri invece si ritrovano facilmente nei nuovi linguaggi e nelle nuove possibilità offerte da essi e tengono facilmente il passo del loro sviluppo. È, in qualche modo, lo specchio di quello che sta succedendo, a dimensioni molto più grandi, nella realtà sociale.

Che fare, quindi? L'unica strada utile da seguire è quella della formazione. La nuova alfabetizzazione, cioè la capacità di leggere e scrivere nella cultura dei *media*, riguarda tutte le persone e, per quanto concerne la fede, tutti i credenti. Quanto più dovrà interessare ad educatori ed evangelizzatori!

Da alcuni anni la Chiesa, attraverso i dicasteri competenti della Santa Sede, propone un cammino che contempla tre differenti livelli di formazione: uno di base, un secondo "pastorale", il terzo di preparazione specialistica.

Il minimo richiesto si colloca al *livello di base*. Ciascuno di noi consuma quotidianamente informazioni, che lo raggiungono attraverso mille strade: dal giornale al libro, dalla radio al video, dal cinema all'*Internet*.

Imparare a leggere e a valutare è il primo passo. Non ci si può esporre al bombardamento comunicativo, senza avere gli anticorpi necessari e chiavi di lettura, per non lasciarsi catturare in maniera ingenua; per non vedere solo con gli occhi degli altri e giudicare con la testa degli altri. Non si può nemmeno essere solo *audience* in un momento in cui l'interattività è generalizzata e ogni cittadino ha diritto e possibilità di esprimersi immediatamente su quello che gli viene offerto.

Nel cammino formativo delle comunità, in quelle religiose

salesiane come nelle comunità educative, si dovranno considerare gli orientamenti della Chiesa³², per non esprimere unicamente generici apprezzamenti negativi, ma aiutare a sapere dare giudizi motivati sui prodotti della comunicazione. Bisogna dunque fare lo sforzo di formarsi per poter adoperare ordinariamente i nuovi mezzi, tecniche e linguaggi: verbale, gestuale, audiovisuale, simbolico; discorso, radio, televisione.

È ampio lo spazio per proposte formative ed anche per iniziative di intervento regolare ed ordinario rispondenti alle esigenze dei differenti luoghi in cui si opera. Penso quanto potrebbero influire le comunità educative nella difesa dei diritti dei più deboli e dei valori delle culture locali, se sapessero inserirsi nei circuiti di comunicazione con giuste valutazioni su quanto accade e con opportune proposte su cose da realizzare.

Una funzione permanente di "comunicazione" verso l'esterno, anche con spese economiche, è tutt'altro che superflua o marginale per una comunità educativa

Il *secondo livello* di formazione riguarda coloro che hanno particolari responsabilità nell'animazione della comunicazione sociale nel territorio.

Non è ancora il livello degli specialisti, ma quello degli operatori educativi e pastorali che devono entrare nella rete della comunicazione con la loro professionalità e secondo la loro mis-

³² «Se la Chiesa adotta un atteggiamento positivo e aperto verso i media, cercando di penetrare la nuova cultura creata dalla comunicazione allo scopo di evangelizzarla, è necessario che essa proponga anche una valutazione critica dei media e del loro impatto sulla cultura.

Come è stato già detto altre volte, la tecnologia della comunicazione costituisce una meravigliosa espressione del genio umano e i media giovano considerevolmente alla società. Ma, come è stato ugualmente sottolineato, l'applicazione della tecnologia della comunicazione è stata solo in parte un beneficio, e la sua utilizzazione consapevole necessita di valori sani e di scelte avvedute da parte degli individui, del settore privato, dei governi e dell'insieme della società. La Chiesa non intende imporre queste decisioni e queste scelte, ma cerca di dare un aiuto reale indicando i criteri etici e morali applicabili in questo campo, criteri che si troveranno sia nei valori umani che nei valori cristiani» (*Aetatis Novae*, 12)

sione. Interessa quindi *gli animatori ispettoriali della comunicazione sociale, le comunità religiose e quelle educative*.

Si tratta di conoscere, prima di tutto, gli influssi reali ed effettivi che le nuove tecnologie dell'informazione e dei *media* esercitano sui processi educativi degli individui e dei gruppi.

Nasce da qui un'esigenza nuova di progetto educativo: integrare esplicitamente i criteri della comunicazione nelle scelte pastorali. Ieri era sufficiente che il contenuto fosse ben definito e confezionato. Lo strumento sarebbe servito solamente per far "passare" con efficacia il messaggio al maggior numero possibile di destinatari.

Il modello nuovo pone in evidenza che i *media* non sono solo "mezzi"; comportano una cultura, una filosofia della vita, un'etica che reinterpreta e rilegge i valori, una spiritualità che richiede la sintesi su aspetti nuovi della vita umana e cristiana. Nell'ordine più specifico della elaborazione e presentazione dei messaggi l'uso degli strumenti e la forma determinano caratteristiche e significati non secondari del messaggio stesso.

Quest'opera di inculturazione è oggi indispensabile e orienta in maniera differente il fare l'educatore e il pastore.

Ci sono altri elementi di questo livello formativo che richiamo all'attenzione come importanti ed attuali.

La comunità educativa deve essere pronta a «dispensare il suo ministero sia a coloro che sono ricchi di informazione, sia a coloro che ne sono poveri; [...] sappia come invitare al dialogo, evitando uno stile di comunicazione che faccia pensare al dominio, alla manipolazione o al profitto personale»³³.

La comunità salesiana e quella educativa devono, in particolare, saper accompagnare coloro che sono attivamente impegnati nel lavoro con i *media*. Non siano lasciati soli. Siano incoraggiati ed appoggiati nella loro attività. Vengano convocati, in alcune circostanze, per un dialogo franco e per un vicendevole aiuto alla comprensione e alla verifica del loro cammino

³³ cf. *Aetatis Novae*, 18.

e delle loro proposte³⁴. Essi, d'altra parte, cercheranno di ascoltare valutazioni e pareri, di agire secondo un progetto comunitario e di lavorare in équipe in maniera corresponsabile e partecipata.

Il terzo livello di formazione riguarda gli *specialisti di comunicazione sociale*. Interessa direttamente le *comunità ispettoriali* e di riflesso anche quelle locali.

Nel piano di qualificazione di una Ispettorìa, richiesto dai Regolamenti³⁵ e ribadito nella lettera *Io per voi studio*³⁶, acquista oggi particolare rilievo la preparazione di confratelli nel campo della comunicazione sociale.

Raggiunta la qualifica, questi confratelli metteranno la loro competenza a servizio dell'Ispettorìa, operando nel contesto di un progetto ispettoriale e rispondendo alle esigenze delle diverse dimensioni: dalla pastorale giovanile, che darà maggiore attenzione alle prospettive della comunicazione, all'economia che curerà gli aspetti finanziari ed imprenditoriali delle strutture di comunicazione presenti in molte istituzioni salesiane.

Lo sforzo compiuto dalla Congregazione per dotarsi di una facoltà universitaria di comunicazione sociale va valorizzato per preparare confratelli che aiutino la Congregazione a collocarsi al livello delle nuove esigenze.

Se rivolgo lo sguardo alla nostra storia appena passata, devo riconoscere quanta parte hanno avuto i Salesiani per la crescita della sensibilità ecclesiale attorno alla pastorale giovanile.

Potrà essere iniziato un cammino simile con la comunicazione sociale? Non si tratta, pure in questo caso, di giovani bi-

³⁴ I professionisti cattolici laici e le altre persone che lavorano nell'apostolato ecclesiale delle comunicazioni sociali, o nei media profani, attendono spesso dalla Chiesa un orientamento spirituale e un sostegno pastorale. Un piano pastorale per la comunicazione dovrebbe dunque cercare [...] di nutrire la fede dei responsabili della comunicazione e appoggiare il loro impegno in questo difficile compito che consiste nel comunicare al mondo i valori del Vangelo e gli autentici valori umani (*Aetatis Novae*, 29)

³⁵ cf. Reg. 100

³⁶ cf. ACG 361, ottobre-dicembre 1997

sognosi di essere accompagnati nel loro sviluppo o di ceti popolari da appoggiare nel loro sforzo di promozione?

«La comunicazione è quella dimensione dello spirito in cui noi ci eleviamo al di sopra della nostra costituzione biologica e del nostro essere vincolati alla natura. Ha perciò una funzione fondamentale per lo sviluppo della comprensione di noi stessi e del mondo»³⁷.

Il consenso che diamo alle comunicazioni che ci arrivano offre conferma ed opportunità di maturazione all'identità personale. Lo scambio comunicativo sviluppa la comprensione del valore e significato della propria esistenza.

È vero che nessuno può delegare ad altri il compito di interpretare la vita, ma è anche vero che nessun essere umano vive solo per se stesso. E, soprattutto, nessuno è in grado di scoprire da solo le chiavi per comprendere la vita.

Qui si inserisce il servizio all'uomo dei comunicatori specializzati. Impegnarsi a farlo diventare un ministero ecclesiale riconosciuto, potrà dare dignità all'intervento di coloro che sono addetti ai lavori.

Una competenza comunitaria.

Le cose affermate nelle pagine precedenti non sono estranee alla vita quotidiana. L'apprendimento del come confezionare un messaggio, perché sia efficace, è parte del compito pastorale. Altrimenti la comunità rischia di compiere sforzi che risulteranno inutili.

Non basta avere tesori; dobbiamo saperli utilizzare. Se rimanessero nascosti e incomunicabili, sarebbero come il denaro bloccato.

Spesso non si raggiungono gli obiettivi che la comunità religiosa e la comunità educativa si sono prefissati perché le forme di comunicazione non hanno centrato il nucleo del messaggio,

³⁷ Conferenza episcopale tedesca e Consiglio della Chiesa evangelica in Germania, *Media: prospettive e rischi*, parte 3a, 3.2.

non hanno attirato sufficientemente l'attenzione e non hanno coinvolto i destinatari: non abbiamo parlato alla loro esperienza.

È vero che non siamo chiamati ad essere tutti degli specialisti in comunicazione sociale. Abbiamo l'obbligo, però, di essere buoni comunicatori.

Le due cose non sono necessariamente collegate. C'è tra di esse la differenza che corre tra il possesso teorico del sapere e il saper fare in maniera sufficiente. Ogni salesiano educatore ed evangelizzatore necessita della competenza pratica in comunicazione per tutti i suoi interventi: quando incontra personalmente il giovane o il confratello, quando è chiamato a parlare in pubblico, quando annuncia la parola di Dio ad un gruppo o ad un vasto uditorio, in un ritiro o in un dibattito, quando gli si offre l'occasione di intervenire nella comunicazione di massa.

Ed è ogni giorno più evidente che rientra ormai nell'ordinario essere preparato per intervenire, occasionalmente o con una certa regolarità, attraverso stampa, radio, TV.

Il CG23 aveva già indicato questi ambiti possibili. «La Congregazione – leggiamo nel documento capitolare – si impegna ad una adeguata utilizzazione della Comunicazione sociale per la trasmissione del messaggio cristiano e per l'educazione dei giovani alla fede. Per questo la comunità locale curi la propria capacità comunicativa: aiutando ciascun salesiano ad essere un buon comunicatore, capace di adoperare un linguaggio adatto ai giovani e al popolo, specialmente nella liturgia e nella catechesi; sfruttando tutti i mezzi (rapporti, aspetto della casa, teatro, video, musica, sale...) attraverso cui si emettono messaggi per predisporre alla fede e diffondere il messaggio della salvezza; curando, in particolare, l'educazione dei giovani alle diverse forme di comunicazione e alla lettura critica dei messaggi»³⁸.

Se le comunità locali, facendo una revisione, trovano che

³⁸ CG23, 257-258

non sono state ancora presi in considerazione questi orientamenti del Capitolo Generale, programmino un cammino per dare loro compimento.

3. ORIENTAMENTI PRATICI.

Vi presento, ora, una serie di indicazioni operative. Non sono da prendere come un pacchetto indivisibile, quasi che ogni Ispettorìa e ogni comunità debba realizzarle tutte.

La Congregazione si presenta variegata quanto alla comunicazione sociale. Ci sono Ispettorie che hanno persone qualificate, strutture che operano come aziende già affermate, cammini sperimentati di formazione di confratelli, organismi ispettoriali, attività giovanili molteplici e via dicendo. Altre invece, operano a livelli più modesti.

Sarà compito dei Consigli ispettoriali adeguare il programma d'azione alle esigenze del contesto e alle reali possibilità della Ispettorìa. Non si può però ignorare o rimandare al futuro questa dimensione. È chiara intanto la scelta fondamentale e la direzione dei nostri sforzi: predisporre équipes e centrali dedite all'elaborazione dei messaggi, piuttosto che preoccupate del possesso di strumenti o della gestione di strutture materiali. Queste diventano presto obsolete e sovente, una volta acquisite, dobbiamo impiegarle in lavori che non riguardano strettamente la nostra missione. I servizi che tali complessi tecnici prestano, li possiamo chiedere a terzi, almeno nelle regioni normalmente provviste, mentre noi ci concentriamo sui messaggi.

In nessun campo della vita ci sono ricette semplici e immediatamente applicabili. Tanto meno in un ambito che è in continua espansione e di cui è difficile prevedere gli sviluppi ulteriori, anche a breve scadenza. Non è però secondario conoscere le mille possibilità che si aprono dinanzi alla nostra intraprendenza apostolica.

Le raccolgo attorno a due nuclei: l'impegno educativo di ciascuna presenza salesiana e la responsabilità istituzionale delle Ispettorie di fronte alla cultura della comunicazione.

I due aspetti sono tra loro complementari: c'è da operare nell'immediato e nel piccolo, ma non va tralasciata la preoccupazione più vasta per la situazione giovanile e la cultura che richiedono azioni programmate anche a largo raggio ed a lungo termine.

Questi ultimi potranno sembrare impegni che ci superano, e forse lo sono. Però, se non iniziamo, come cittadini e come salesiani, ad assumerci maggiori responsabilità, nonostante le difficoltà connaturali a questo lavoro e quelle che aggiunge la concorrenza leale e sleale, non si potrà mai influire sul corso delle cose: cioè sui criteri degli utenti, sull'etica dei produttori, sulla mentalità degli educatori, sulla sensibilità dei pastori. Ancora di meno sapremo affrontare la sfida, inedita e imprevedibile, della complessità culturale che comporta la comunicazione.

Il carisma salesiano, proprio per la sua esperienza diretta dei giovani e del popolo, può suggerire progetti per orientare positivamente la comunicazione di massa e partecipare nella loro realizzazione con contributi di competenza educativa e pastorale.

Impegni delle comunità.

La comunicazione sociale è oggi il fattore più grande di socializzazione e di educazione. È una scuola senza limiti di orario e di spazio, dove si apprendono informazioni e modi di agire, orientamenti di pensiero e soluzioni pratiche ai problemi che la vita presenta. Va quindi considerata come campo di intervento per noi Salesiani, sempre attenti alla dimensione educativa.

Ecco, quindi, possibili impegni da porre all'attenzione delle comunità perché rientrino nel progetto educativo e vengano considerati nelle programmazioni annuali.

Attivare la comunicazione salesiana.

La Congregazione e la Famiglia Salesiana si sono aggiornate quanto a mezzi e modalità di comunicazione interna. Questa circola ai differenti livelli (casa, ispettoria, regione, congregazione) e porta materiale abbondante, rispondente a diverse urgenze e bisogni.

C'è la comunicazione istituzionale che fa arrivare, con l'autorevolezza che danno le Costituzioni e l'esperienza ampia della vita salesiana, orientamenti carismatici in termini di motivazioni e indicazioni operative: comprende le Lettere del Rettor Maggiore, le comunicazioni dei Consiglieri generali per l'animazione del settore loro affidato e quelle che vanno dal Centro ispettoriale alle comunità locali. Tale comunicazione porta già molti elementi di spiritualità.

C'è poi la comunicazione fraterna sulle vicende della Congregazione che possono maggiormente interessare per il loro significato o il loro riflesso sull'opinione pubblica. Viene indicata nell'articolo 59 delle Costituzioni come uno degli elementi principali per creare unità e senso di appartenenza. Altrettanto avviene e si richiede a livello ispettoriale.

Sono esempi. Si potrebbero moltiplicare, facendo pure un discorso analogo riguardo alla Chiesa. Immagino le difficoltà che si possono interporre: il cumulo di documenti e comunicazioni, la scarsità di tempo per comunicare, il diverso interesse dei confratelli.

Si è visto che è possibile gestire la complessità che deriva da questi tre fattori con una maggiore attenzione da parte del superiore-animatore, conservando le opportunità di comunicare (buonanotte, lettura spirituale, giorno della comunità, pasti, adunanze), predisponendo un luogo dove gli organi di comunicazione siano degnamente esposti all'interesse dei singoli (sala della comunità, biblioteca), facendo una selezione intelligente per presentare nella comunità quello che è più rilevante o interessante, conforme a criteri obiettivi di vita salesiana o di situazione comunitaria con opportuno commento.

Educare all'uso dei media.

I termini utilizzati nei vari Paesi potranno cambiare, così come diversi sono i livelli tecnici e le disponibilità di programmi e strumenti. Resta per tutti la volontà di impegnarsi: coloro che operano nell'educazione e nell'evangelizzazione devono sentirsi chiamati ad elaborare una pedagogia che introduca alla comprensione e all'utilizzazione dei *media*.

Non basta dotare le comunità giovanili o di adulti con strumenti anche raffinati, per far crescere la comunione. Non la semplice connessione con le reti nazionali e internazionali assicura una adeguata diffusione di conoscenze ed un aumento dei rapporti, ma l'uso mirato e ragionevole di tale possibilità. La guida educativa è quanto meno molto conveniente anche per l'adulto.

Da qui si ricava l'esigenza che gli educatori abbiano la possibilità di conoscere a fondo le problematiche che nascono dal contatto con le nuove tecnologie. Bisogna compiere lo sforzo di applicare al mondo dei *media* i principi ed i criteri della nostra pedagogia preventiva.

Ciò corrisponde al nostro carisma. Dobbiamo dunque rincorrere le sue espressioni e, dove fosse il caso, recuperare il tempo perduto.

Oratori, scuole, parrocchie, gruppi giovanili siano aiutati non dico ad entrare nella cultura mediale, perché forse già vi sono immersi; ma ad abitarvi con chiarezza di orientamento: ad impostare cioè un efficace programma di educazione, con adeguate pratiche e verifiche.

Va ricordato che ci sono i "mezzi piccoli", a misura domestica e alla portata di tutti, che rappresentano comunque una ricchezza comunicativa e giovano alla qualità dell'ambiente: fogli, riviste, momenti celebrativi più o meno formali e simili.

Non ci accontentiamo della critica facile su quello che ci viene dalla comunicazione di massa. Percorriamo piuttosto, con decisione e sistematicità, un cammino di preparazione di giovani ed adulti, ad una responsabilità e conoscenza dei *media* rispondente alla loro crescita.

Applicare le nuove tecnologie all'insegnamento.

Parlo di insegnamento, includendovi tutto quello che di educativo e pastorale una presenza salesiana realizza: i rapporti interpersonali di amicizia, di ruoli o di ministero sacerdotale; l'insegnamento formale nella scuola, il dibattito nei gruppi, la proposta evangelica attraverso una predicazione; un momento celebrativo, ordinario o straordinario, sia esso culturale o religioso.

Oggi è necessario porsi dalla prospettiva di una comunicazione globale, domandarsi come essere efficaci nella proposta che si sta offrendo. La comunità dovrà verificare la coerenza tra il linguaggio verbale, i messaggi che si vogliono comunicare, ed i significati preterintenzionali. Non basta selezionare i contenuti; vanno studiati anche i riferimenti e le modalità con cui presentarli ed il contesto in cui farli risuonare. Le nuove tecnologie medialì servono appunto per centrare e migliorare l'elaborazione dei contenuti scelti.

Si richiede qui un cambio nel modo personale e comunitario di lavorare che ci può costare. Sarà però a vantaggio dei destinatari e dei valori che intendiamo presentare.

Il CG24 indicava già questo obiettivo: «Valorizzare la comunicazione in tutte le sue forme ed espressioni: comunicazione interpersonale e di gruppo, produzione di messaggi, uso critico ed educativo dei mezzi della comunicazione sociale»³⁹.

Sviluppare tutte le potenzialità comunicative delle persone.

L'educazione salesiana ha immesso nella società civile molti ex allievi che si sono distinti nell'ambito della comunicazione sociale. Sarebbe difficile presentare un elenco completo dei nomi, dei settori della comunicazione dove essi si sono inseriti, dei ruoli ricoperti. Possiamo indicare il teatro, il canto, lo spettacolo, la recitazione, lo show, la musica, e molti altri aspetti del trattenimento e della cultura popolare. Possiamo ricordare i

³⁹ CG24, 129

numerosi scrittori che si sono preparati nell'ambiente salesiano: giornalisti, autori di testi scolastici, romanzi, letture educative e formative, poeti in vernacolo e in lingua colta.

Né vanno dimenticate tutte quelle persone creative appartenenti alla nostra famiglia, che poste nell'occasione hanno saputo sfruttare le doti personali per creare imprese di comunicazione: riviste, editrici con varie finalità culturali ed educative, reti di radio e televisione, agenzie di notizie.

Tutto ciò è un segno che molti giovani hanno trovato tra di noi spazi e sostegni per sviluppare capacità che altrimenti sarebbero rimaste sepolte.

Sarebbe proprio una grande perdita se queste ricchezze della nostra tradizione educativa venissero meno!

Diamo dunque fiducia ai giovani! Nell'areopago della comunicazione, la loro presenza è massiccia. Essi sentono l'urgenza di accogliere la diversità, di entrare in contatto con chi ha una cultura o sensibilità diversa, di comunicare esperienze, di animare incontri. Crescono ormai attrezzati con la conoscenza di più di una lingua. Esprimono una sorprendente capacità di collocarsi all'interno delle nuove tecnologie e linguaggi. Di questo non si può non essere soddisfatti; ma proprio per queste loro capacità, dobbiamo fare affidamento su di loro⁴⁰.

I giovani, diceva il messaggio per la 24ª Giornata della comunicazione sociale, «hanno avuto il vantaggio di crescere contemporaneamente allo sviluppo di queste nuove tecnologie, e sarà loro compito impiegare questi nuovi strumenti per un più ampio ed intenso dialogo fra tutte le diverse razze e classi che abitano questo "mondo sempre più piccolo". Spetterà a loro scoprire i modi con i quali i nuovi sistemi di conservazione e scambio dei dati possono essere utilizzati per contribuire alla promozione di una più grande giustizia universale, di un più grande rispetto dei diritti umani, di un sano sviluppo di tutti gli

⁴⁰ cf. *Communio et progressio*, 70

individui e popoli, e delle libertà che sono essenziali per una vita pienamente umana»⁴¹.

Sapendoli orientare all'uso di questi strumenti, potranno diventare protagonisti nel percorso che ci deve guidare ad obiettivi educativi di grande portata nel nuovo millennio.

Ciò lo riferisco in primo luogo ai giovani salesiani. È necessario che alcuni o molti tra di essi, opportunamente preparati, vengano orientati ad occupare nell'ambito dei *media* quegli spazi che si rivolgono ai ragazzi e ai giovani. Si tratta di una "occupazione" rispondente alla pastorale e allo spirito salesiano di vasta incidenza educativa ed evangelizzatrice.

Aiutare i nuovi poveri.

C'è una nuova povertà nel mondo: quella degli esclusi dai circuiti dell'informazione. I dislivelli sono già evidenti e sempre più grandi sono previsti da sociologi ed educatori.

Ci sono i ricchi che hanno accesso a tutti i canali della comunicazione con possibilità di accrescere la loro cultura e di aumentare ulteriormente la loro fortuna. Questo li mette al riparo da sorprese sgradite, potendo aggiornarsi su tutto e persino anticiparsi sulle difficoltà, rischi e confronti.

Ci sono poi gli svantaggiati, tenuti al margine di una comunicazione sufficiente ed utile. Non hanno strumenti o non sono capaci ad usarli con frutto, non hanno spazi propri, non hanno le competenze necessarie per entrare in dialogo con gli altri. Sono perciò esposti alla manipolazione. Si parla pertanto di un nuovo tipo di analfabetismo.

Un'istituzione educativa, come la nostra, può considerare sua missione istituire spazi di comunicazione, anche con mezzi alternativi, per la gente più semplice: incontri di gruppi, associazioni e famiglie, opportunità festive e culturali. Così pure portare la competenza mediale ai giovani ed agli ambienti dove l'esclusione è più diffusa, così come in un tempo precedente fece

⁴¹ Messaggio per la 24ª giornata mondiale delle Comunicazioni Sociali, 24 gennaio 1990

uno sforzo per alfabetizzare ed istruire attraverso le scuole. È un campo dove i gruppi di volontari possono dare il loro contributo.

Non solo. Se l'istituzione pubblica non è in grado, per vari motivi, di offrire terminali accessibili a tutti, la comunità salesiana dovrà considerare il modo di creare tali possibilità. Se non consideriamo le nuove tecniche un lusso, ma una condizione importante per l'educazione, rientra nel nostro impegno facilitarne l'accesso ai giovani poveri ed alla gente emarginata.

Inserire nel progetto educativo la competenza mediale.

Di volta in volta sembra che si voglia caricare il progetto formativo dei Salesiani e quello educativo per i giovani di aspetti nuovi. È un fatto che nuove dimensioni e nuove problematiche si vanno aggiungendo nel nostro vivere e la necessità di risponderci esige attenzioni nuove.

La comunicazione sociale – messaggi, strumenti, cultura – apre o preclude strade per interpretare e forgiare la vita. Da essa spesso vengono desunti la visione del mondo e i modelli di comportamento. La qualità della vita è ormai collegata con quello che i mezzi di comunicazione presentano direttamente o in forma occulta.

La persona si qualifica per la sua libertà di autodeterminarsi, per le scelte concrete e per il contributo che offre alla convivenza ed alla socialità. Questo rilievo richiederebbe una riflessione più ampia e più dettagliata. Le poche affermazioni precedenti, mi servono per trarre una conseguenza pratica che affido alle comunità locali.

Preparare le persone ad utilizzare gli strumenti opportuni per poter esercitare la propria libertà e vivere in forma più completa le esigenze della socialità investe direttamente la responsabilità di una istituzione che si presenta con finalità educative.

Richiedere di inserire nel progetto educativo e pastorale la comunicazione, considerandone gli aspetti, le possibilità ed i rischi, non significa altro che domandare alle comunità salesiane

ed educative di acquisire ed offrire competenze nei confronti della cultura in cui siamo immersi e della società in cui dobbiamo vivere.

I laici potranno svolgere un compito specifico in questo settore. Essi, infatti, possono individuare ed elaborare messaggi che più da vicino rispondano alla situazione e ai bisogni attuali della gente e dei giovani. Spesso possiedono un linguaggio più adatto ad esprimere valori o convinzioni perché coniato nell'esperienza secolare, legata ad una conoscenza diretta delle condizioni ordinarie della vita. In particolare, quelli tra loro che hanno una specifica professionalità possono essere preziosi collaboratori della missione di Don Bosco⁴².

In tema di competenza mediale oggi, mi sembra indispensabile spendere alcune righe sull'ultima rivoluzione informativa: l'*Internet*.

La grande rete si estende sempre più e ci coinvolge. Ne stiamo apprendendo l'uso, dobbiamo imparare ad apprezzarne l'utilità e cercare di non restarne impigliati; dobbiamo soprattutto riuscire a orientare ragazzi e giovani che rischiano di smarrirsi nei suoi labirinti e di approdare a spazi che certamente non li aiutano a crescere.

Per noi vi è il grande compito educativo di fronte a uno spazio che è sì virtuale, ma che può avere seri riflessi sulla vita reale di ragazzi e giovani; vi è anche un compito di confronto culturale ed etico sull'uso, la regolamentazione, le responsabilità a cui non possiamo sottrarci e che possiamo promuovere.

Internet mette a disposizione conoscenze, crea contatti diretti, offre ampi spazi di comunicazione e di diffusione di messaggi. Non possiamo essere distratti circa le sue potenzialità; dobbiamo assumere giusti atteggiamenti nei suoi confronti e saper valutare l'influsso che produce sulla vita concreta e sulla nostra azione educativa.

È indubbio che *Internet*, anche se per ora in modo sommerso,

⁴² cf. CG24, 132

stia producendo una sorta di rivoluzione antropologica, che non riguarda solo le abilità di uso, ma tocca le forme di pensiero, le abitudini di vita e la stessa coscienza. La rete fa acquistare un volto nuovo alle nozioni di spazio e di tempo, elimina confini e barriere tra nazioni, rende possibili interazioni in cui tutti si sentono alla pari. Sta nascendo un mondo aperto in cui vengono meno le barriere geografiche tra le persone, un mondo interattivo e quindi vivo e vario. Molte cose sono cambiate e altre cambieranno a livello relazionale, culturale, commerciale; subiranno sconvolgimenti tutti i settori di servizi, le attività di intermediazione, del lavoro, dell'intrattenimento e dei trasporti⁴³.

La portata di questa rivoluzione non si riesce ancora a valutare pienamente, ma sta nascendo il "cittadino elettronico" che noi dobbiamo aiutare ad essere "onesto", ad aprirsi a un "oltre" dalla rete e riconoscere la paternità di Dio, per essere "buon cristiano".

Impegni delle Ispettorie.

Sul versante istituzionale si possono esprimere molti impegni nei riguardi della comunicazione sociale. Li raccolgo attorno ad alcuni temi e li affido, in questo caso, alle comunità ispettoriali, ai suoi organismi, alle commissioni di comunicazione che operano all'interno delle Ispettorie.

Conoscere le leggi e i propri diritti.

L'ufficio ispettoriale di comunicazione sociale, tra gli altri impegni, assuma quello di conoscere le leggi che vigono nel Paese in tema di comunicazione. Lì sono espressi anche i diritti dei cittadini, delle istituzioni riconosciute e dei gruppi di fatto.

A partire dalle diverse legislazioni si possono percorrere molte vie per individuare aspetti urgenti del bene comune e concorrere a sostenerli.

Attorno alle strutture di comunicazione di massa si sviluppano

⁴³ cf. AA.VV. *Internet. L'informazione senza frontiere*. Paoline, Milano 1997, pag. 138

interessi economici, politici, culturali, religiosi, di potere occulto. Non è facile entrare nei loro dinamismi. Il primo passo da compiere, però, resta la conoscenza delle leggi, per muoversi con onestà e sicurezza e non mettere in difficoltà né se stessi né tanto meno l'azione apostolica o l'istituzione salesiana. Oggi infatti ci sono molteplici aspetti "regolati" dalle leggi la cui violazione comporta sanzioni oltreché disonestà (diritti di autore, di immagine, rispetto della *privacy*, tasse e imposte, dichiarazioni varie, riproduzioni ecc.).

Ma la legalità bisogna anche farla rispettare da tutti, dalle persone comuni e da chi esercita il potere. Una consapevolezza che deve crescere tra noi e nelle comunità educative è il diritto di tutela. Il bene comune e la difesa della dignità della persona richiedono spesso interventi chiari e pubblici. Il cittadino singolo e le associazioni hanno il diritto e il dovere di esprimersi con i toni, presso le sedi e attraverso i mezzi che giudicano più opportuni ed efficaci.

L'argomento è vasto e con molti risvolti di tipo etico e legale. Comunque sbarra subito la strada ad un atteggiamento: l'accettazione passiva, rassegnata o impotente di fronte alle grandi organizzazioni.

Sviluppare alcune attenzioni.

Proprio sulla linea della riflessione precedente, enuncio varie attenzioni da sviluppare. Sono tutte in linea con la priorità giovanile, di educazione ed evangelizzazione, che determina i nostri obiettivi.

La prima è la *tutela dei diritti* dei ragazzi e dei giovani. L'esperienza di questi ultimi anni ci ha spesso presentato la sofferenza dei più piccoli e dei più deboli di fronte ai contenuti mediatici e ad organizzazioni delittuose collegate attraverso i mezzi.

La violenza, l'odio razziale, l'adescamento morale, la stessa pubblicità rivolta al pubblico giovanile offendono la persona umana, e influiscono negativamente sullo sviluppo intellettuale, emotivo, morale e psicologico.

Le nostre comunità educative possono intervenire, singolar-

mente o collettivamente, a difesa della legalità, oltreché educare giovani e famiglie all'uso adeguato dello *zapping*.

Viene poi la *tutela della famiglia*. Molti spettacoli, che arrivano in casa attraverso i mezzi della comunicazione di massa, non facilitano i rapporti cordiali tra i membri, non sostengono la fedeltà nell'amore, non si armonizzano con i criteri evangelici della vita di coppia.

I produttori di spettacoli non possono scaricare tutta la responsabilità sui fruitori dei media, quasi che la democrazia comunicativa non debba avere dei criteri di autoregolamentazione interna.

I gruppi che operano nei nostri ambienti hanno il diritto legale di intervenire e far conoscere le aspettative dei fruitori dei media.

C'è ancora la *tutela della qualità del servizio*. Spesso si afferma, in maniera pretestuosa, che la qualità è un concetto prettamente soggettivo, che a ciascuno piace "un certo tipo di qualità" e questa egli domanda. Invece, è senz'altro possibile indicare e definire degli indici che aiutano a giudicare obiettivamente i prodotti offerti. Il livello tecnico, la professionalità, la maestria nell'interpretazione dei personaggi e delle situazioni, il rigore della trama, la dimensione etica del racconto sono alcuni criteri per giudicare l'offerta che ne fa la TV. Conviene dare a tutti conoscenze perché possano valutare con competenza ed intervenire senza complessi.

Pure qui si configura un ambito in cui i laici che operano nelle strutture salesiane possono offrire un contributo valido.

Da ultimo metto la *tutela della privacy*. L'unica preoccupazione dei grandi strumenti di comunicazione non può essere la ricerca del rendimento economico.

Spesso assistiamo ad una concorrenza spietata, alla ricerca di fette di mercato di ascoltatori, alla manipolazione di dati personali allo scopo di impressionare il pubblico.

Si verificano così violazioni patenti dei diritti delle persone

e infrazioni di norme stabilite dalla legge. Si sa che lo “scoop” non è soltanto una tecnica; è una tentazione in ordine ad un maggior profitto.

La reazione spontanea che ci prende di fronte ad informazioni che non tutelano i dati personali è giusta. Ognuno ha il diritto di decidere quali dati possono essere resi pubblici e quali devono restare riservati. Sta a vedere se in una “questione sociale” come è la comunicazione, le nostre “giuste” reazioni rimangono sempre private e individuali o riescono ad influire sul costume e sui comportamenti.

Sono esempi. L’aver indicato il tema serva per aiutare a riflettere su questioni che sono nuove e che diventeranno, nei prossimi anni, sempre più urgenti, bisognose quindi di impostazione chiara, di atteggiamenti adeguati e di soluzioni originali.

Aprirsi a sinergie e collaborazioni.

Leggiamo nei Regolamenti: «Questi servizi (di comunicazione) siano impostati su sicure basi giuridiche ed economiche e trovino forme di collegamento e cooperazione con centri di altre Ispettorie e col consigliere generale per la Famiglia salesiana e la comunicazione sociale»⁴⁴. «I centri editoriali che operano in una stessa nazione o regione cerchino forme convenienti di collaborazione in vista di un progetto unitario»⁴⁵.

Un primo commento riguarda la gestione delle imprese di comunicazione. Guardo con particolare attenzione alle case editrici, che sono numerose in Congregazione. Devono rispondere in primo luogo ai criteri che orientano la nostra missione educativa e pastorale. Ma va anche tenuto presente che l’attività editoriale è organizzata con criteri d’impresa e deve essere gestita da professionalità ben definite, con chiari obiettivi e con un efficiente e frequente controllo da parte dell’istituzione salesiana.

La seconda osservazione che si ricava dal testo dei Regola-

⁴⁴ Reg. 31

⁴⁵ Reg. 33

menti è che la comunicazione sociale varca i confini ristretti di una Ispettorìa. Va quindi pensata in rete. Ciò che non può essere fatto con le forze di una sola Ispettorìa può realizzarsi con la partecipazione di varie. Sono vari gli aspetti in continuo e rapido cambiamento che se non si fanno al momento opportuno, in forma ottimale e con costi proporzionati, svuotano l'impresa e la mettono fuori del mercato. Di lì l'urgenza di non sovrapporre, di non ripetere sforzi che si possono fare in comune.

Ci sono state in Congregazione delle riunioni che hanno visto insieme più editrici per programmare un futuro di collaborazione e collegamento.

La strada va continuata e incrementata, sperimentando e confrontando anche modalità concrete di realizzazioni. Oggi l'unione è indispensabile per essere presenti in maniera efficace e competitiva. Osserviamo di continuo, in ogni parte del mondo, fusioni, accordi, collegamenti tra imprese di ogni genere (banche, linee aeree, industrie di automobili, ecc.) per facilitare i servizi, resistere alle concorrenze, ridurre i costi per puntare più sull'innovazione. Noi non abbiamo prodotti materiali da offrire, ma buone idee da diffondere per una collocazione nell'ambito culturale sia ecclesiale che civile. Dobbiamo trovare il modo di concretizzarle in prodotti che possano avere la diffusione più ampia possibile, magari con piccoli adeguamenti.

Il traguardo ideale è che, provata tale collaborazione a raggi limitati, possa approdare ad un interscambio mondiale di conoscenze, di prodotti e di progetti. A quest'ultimo livello potranno anche maturare strategie globali di Congregazione, dopo una prima sperimentazione positiva di queste collaborazioni.

Dotarsi delle funzioni utili.

Qua e là si ha l'impressione che la comunicazione sia rimasta nel generico. I due ultimi Capitoli generali avevano individuato alcuni interventi necessari per valorizzare la comunicazione sociale nell'Ispettorìa. Il CG23 indicava all'Ispettore la necessità di nominare un incaricato ispettoriale della Comunicazione Socia-

le e ne precisava anche i compiti⁴⁶; il CG24 invitava l'incaricato, in accordo con l'Ispettore, a farsi promotore di un'équipe in cui siano coinvolti anche laici qualificati e con essa «rediga un piano ispettoriale di animazione-formazione-consulenza nell'ambito della CS, prevedendo strutture e strumenti adeguati»⁴⁷. Queste scelte e concrete attuazioni devono migliorare l'utilizzazione della CS e integrarla nell'azione pastorale dell'Ispettorato. Ma bisogna avere anche altre sensibilità e attenzioni.

I Regolamenti generali indicano ulteriormente: «L'Ispettore con il suo Consiglio promuova, secondo le possibilità locali, la nostra presenza pastorale nel settore della comunicazione sociale.

Prepari i confratelli a inserirsi nei circuiti della stampa, del cinema, della radio e della televisione, istituisca e potenzi i nostri centri editoriali per la produzione e la diffusione di libri, sussidi e periodici e i centri di emittenza e produzione di programmi audiovisivi, radiofonici, televisivi»⁴⁸.

L'impegno che viene richiesto non è piccolo; è però importante. Una struttura di comunicazione, ben organizzata e guidata, vale quanto un'altra presenza salesiana nel territorio per i nostri destinatari, giovani e ceti popolari. Anzi, la capacità di arrivare ad un vasto pubblico ed influire sulla mentalità la rende più efficace.

Mi rendo conto che non tutte le Ispettorie hanno le medesime possibilità. Ma due sono alla portata di quasi tutte.

La prima è il miglioramento del *Bollettino Salesiano* o il sostegno solidale e permanente ad esso. Non è il caso che ve ne parli. Potete rileggere quanto pubblicato sugli Atti del Consiglio Generale⁴⁹. Ricordo soltanto l'importanza che ha nella nostra storia e attuale identificazione, nella diffusione della nostra immagine e nell'unione della Famiglia Salesiana

⁴⁶ cf. CG23, 259

⁴⁷ CG24, 136 b

⁴⁸ Reg. 31

⁴⁹ cf. ACG 366, pag. 100-118

e del Movimento degli amici di Don Bosco.

Il lavoro di rinnovamento e di rilancio intrapreso, collegando i direttori e le redazioni delle diverse edizioni, ci rende fiduciosi sulla sua attuale incidenza. Va comunque detto che la struttura di appoggio, la redazione, la sede e gli strumenti vanno adeguati perché il Bollettino sia "un'opera" salesiana che espliciti tutte le sue possibilità.

Così come va detto che non giova alla Congregazione il fatto che case o Ispettorie diffondano riviste salesiane proprie e non concentrino gli sforzi su quella che è espressione di Don Bosco e della nostra missione nel mondo. Ciò va tenuto in considerazione dalla commissione di Comunicazione sociale.

L'altra funzione riguarda la nostra *permanente comunicazione con il mondo dei media*. Nelle visite fatte, ho visto Ispettorie attrezzate a far sentire la propria voce in occasione di avvenimenti nostri o dibattiti di problemi che c'interessano. Il loro rapporto con gli organi dell'opinione pubblica è pregevole. In altre mi è sembrato che non si partecipi alla vita della comunità umana.

Un portavoce, un ufficio stampa, una équipe, non necessariamente a tempo pieno, ma preavvisato e coinvolto potrebbe darci voce autorevole in giornali, radio e televisioni, nei momenti in cui abbiamo urgenza o si richiede per finalità caritatevoli o pastorali.

È indispensabile poter partecipare ai circuiti dove si elabora comunicazione, specie verso i giovani o su di essi, facendo sentire il nostro influsso educativo.

Conclusione.

La Congregazione, quando ha preso coscienza dell'importanza della comunicazione e della sua molteplice articolazione nel lavoro educativo e pastorale, ha voluto, superando difficoltà

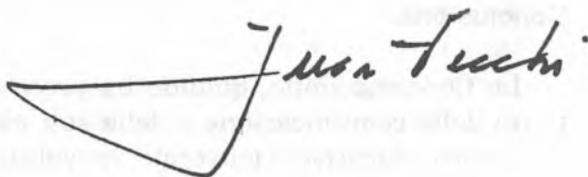
interne ed esterne, un "Istituto Superiore per la Comunicazione Sociale", quello che era conosciuto con il nome di ISCOS.

Oggi è una "Facoltà" dell'Università Salesiana. In quanto tale, ispira un dialogo ed un interscambio arricchente tra discipline teologiche, scienze dell'educazione e comunicazione sociale e si orienta teoricamente e praticamente a specializzare nel proprio campo educatori e pastori.

L'originalità del suo indirizzo tra istituzioni similari l'ha resa punto di riferimento per molti studiosi. Da parte nostra non va solamente sostenuta ed incoraggiata. Va riempita di presenze di salesiani e laici che si preparano per questo settore della missione salesiana.

A conclusione di queste riflessioni, la mia immaginazione va alla celebrazione dell'apertura della Porta Santa ormai imminente. Forse la differenza più notevole di quest'apertura rispetto a tutte le precedenti è che vi assisterà il mondo intero. Dagli ultimi angoli del mondo si potrà ascoltare il Papa, vedere persino il Vangelo raccontato nelle sedici formelle delle Porta, assistere alla celebrazione ed entrare spiritualmente insieme nella Chiesa simbolo della comunione cattolica, dell'ecumenismo cristiano, del dialogo religioso, della solidarietà umana globalizzata. L'entrare in questi ambiti di comunione è tra i traguardi della conversione proposti per l'anno giubilare. E la comunicazione ne porterà la notizia e l'invito al mondo.

Gesù Cristo, che celebriamo nel bimillenario della sua Nascita, dia a noi Salesiani ed all'intera Famiglia Salesiana la forza comunicativa che è propria del suo Vangelo e ci renda sempre più capaci di trasmetterlo ai giovani in questo Anno di grazia.

A handwritten signature in black ink, reading "Juan Trecchi". The signature is written in a cursive style with a large, sweeping initial "J" that extends downwards and to the left, crossing under the rest of the name.