

1. LETTERA DEL RETTOR MAGGIORE

D. Egidio VIGANÒ

LA « COMUNICAZIONE SOCIALE » CI INTERPELLA

LA COMUNICAZIONE SOCIALE CI INTERPELLA. Missione salesiana e Comunicazione Sociale. - La Comunicazione Sociale è «novità di presenza». - Don Bosco uomo della Comunicazione Sociale. - Capire il cambio socio-culturale che ci coinvolge. - Esigenze concrete per il Salesiano. - Capacità di evangelizzazione attraverso la Comunicazione Sociale. - Formazione del confratello alla Comunicazione Sociale. - Promozione dell'informazione salesiana. - La Comunicazione Sociale ci coinvolge tutti. - Conclusione.

Cari Confratelli,

un saluto cordiale a voi e a tutti gli amici della Famiglia Salesiana. Ve lo mando dal Capitolo Generale XVII delle Figlie di Maria Ausiliatrice.

Il Capitolo è stato aperto ufficialmente il 15 settembre, dopo il raccoglimento e la preghiera di una settimana di Esercizi spirituali. Io stesso ne avevo voluto assumere la predicazione, come espressione del delicato servizio del ministero di Rettor Maggiore. Ho concentrato l'attenzione delle 150 Capitolari sul sogno di Don Bosco a S. Benigno, di cui proprio in quei giorni ricorreva il centenario: è stato un approfondimento dello spirito salesiano attraverso la considerazione del Personaggio dai dieci diamanti.

Le nostre Sorelle capitolari stanno lavorando intensamente per la revisione definitiva delle Costituzioni del loro Istituto. Nella seconda metà del mese di ottobre avranno l'elezione delle Superiori. Accompagniamole, durante i loro lavori, con abbondanza di preghiere e sacrifici, sia individualmente che in Comunità.

Il Capitolo Generale delle Figlie di Maria Ausiliatrice è un evento significativo nella vita della Chiesa ed è particolarmente importante per tutta la Famiglia Salesiana di Don Bosco. Siamo, dunque, generosi e costanti nell'appoggio fraterno!

Missione salesiana e Comunicazione Sociale

Nel mio recente viaggio in Sud-America mi è stata offerta in fotocopia, a Montevideo, una curiosa lettera inedita di Don Bosco scritta nel 1877 a Don Lasagna. La potete leggere in

questo stesso numero nella sezione «documenti». Essa riconferma la straordinaria e creativa preoccupazione del nostro Padre per un settore della Comunicazione Sociale qual è la stampa.

Ho poi potuto seguire, alla fine del giugno scorso, l'interessante «Seminario internazionale» per la formazione dei quadri dirigenti dell'Editoria salesiana svoltosi a Torino. Un avvenimento che mi ha obbligato a riflettere su quanto i nostri due ultimi Capitoli generali dicono circa l'importanza della Comunicazione Sociale nella nostra azione pastorale.

Mi sono dedicato a meditare l'istruzione pastorale «Communio et progressio» del maggio 1971.

Ho ripensato anche a quanto si è elaborato nel Consiglio Superiore su questo tema durante la preparazione della «Ratio».

E così, credo utile invitarvi a *richiamare alla coscienza il rilievo che dobbiamo dare alla Comunicazione Sociale nella nostra vita e missione*. La Comunicazione Sociale è stata sempre un'area di peculiare intervento salesiano, in cui Don Bosco e i suoi figli sul suo esempio hanno operato con impegno, mettendo a frutto vari suoi «strumenti» in vista dell'evangelizzazione e della promozione umana dei loro destinatari: i giovani, i ceti popolari, le popolazioni delle Missioni. Ma oggi non basta, e per il futuro occorre impegnarsi di più, *occorre una «novità di presenza»*, perché l'incidenza della comunicazione sociale nel mondo cresce di continuo. «Essa — ci ha detto il Capitolo Generale 21

— possiede in se stessa una smisurata capacità di persuasione di cui carica, nel bene e nel male, i messaggi che esprime».

Far Comunicazione Sociale diventa sempre più una presenza educativa di massa, plasmatrice di mentalità e creatrice di cultura. Attraverso di essa vengono elaborate e diffuse le evidenze collettive che stanno alla base dei nuovi modelli di vita e dei nuovi criteri di giudizio. La sua efficacia incisiva e la sua presenza sempre più massiccia fanno della Comunicazione Sociale una vera e autentica scuola alternativa per larghissimi strati della popolazione mondiale, specialmente giovanili e popolari.¹

1. *Atti Capitolo Generale 21*, n. 148

L'accelerato progresso di questi anni ci presenta la Comunicazione Sociale come un campo privilegiato di creazione di opinione pubblica, perché *«ha assunto ed esercita un ruolo decisivo nella dialettica culturale, nella vita sociale e nel costume»?*

2. *Idem*, n. 148

Ora, noi sappiamo che la missione salesiana è intimamente vincolata con l'area culturale. Nell'ambito della cultura vive e si sviluppa tutta la nostra attività evangelizzatrice. Collaboriamo umilmente nella Chiesa a superare il drammatico dissidio che si constata nel nostro secolo tra Vangelo e cultura.

Urge permeare di spirito cristiano l'insieme dei valori e non-valori che vanno strutturando la mentalità della gente: le varie novità dei segni dei tempi, sottolineate dalla Comunicazione Sociale, toccano in qualche modo, anzi si compenetrano strettamente con la sfera propria della fede.

D'altra parte *la missione di Cristo* e i contenuti della fede sono, proprio per la loro specifica natura, oggetto privilegiato di comunicazione.

Il Cristo è la «Parola» e l'«Immagine» del Dio invisibile, e si è fatto uomo per «comunicare» a tutti un grande progetto, molto concreto e storico, di liberazione e di amore. Egli — ci dice la «Communio et progressio»

— «si è rivelato perfetto comunicatore... parlava pienamente inserito nelle reali condizioni del suo popolo».³ In Lui la capacità di comunicazione comporta la vera donazione di se stesso sotto la spinta dell'amore, come lo

3. *Communio et progressio*, n. 11

vediamo sulla croce, nell'Eucaristia e nei sacramenti. I contenuti della sua comunicazione (la «Rivelazione») non sono schemi dottrinali di elucubrazione astratta, ma sono fatti, persone, eventi. Costituiscono il Vangelo: ossia, un insieme di «buone notizie», concrete e oggettive, che hanno il potere di guidare la condotta di vita e i principi di giudizio.

Tutta *la missione della Chiesa*, poi, sta nella comunicazione di queste buone notizie: per questo diciamo che Essa è «evangelizzatrice». Gli agenti della sua missione, gli apostoli, sono dei comunicatori: «predicate il Vangelo ad ogni creatura»;⁴ a ragione San Paolo esclama: «Come potranno credere nel Signore se non ne hanno sentito parlare? E come ne sentiranno parlare se nessuno l'annuncia? E chi l'annuncerà se nessuno è inviato a questo scopo? Come dice la Bibbia: Quant'è bello vedere giungere chi porta buone notizie!».⁵

4. Marco 16, 15

5. Romani 10, 14-15

Evangelizzare significa, dunque, essere comunicatori di buone notizie. A ciò fare ci vuole un linguaggio adatto, l'approfondimento dell'oggettività delle notizie, la dedizione a comunicarle per il valore impattante che hanno in se stesse, l'arte di stimolare verso di esse l'interesse del pubblico.

La Comunicazione Sociale è «novità di presenza»

Siamo stati invitati dal Vaticano II a saper leggere i segni dei tempi. E guardandoci attorno, e confrontando questo nostro tempo con i secoli o anche solo con i decenni che ci precedono, siamo colpiti da una profonda trasformazione in atto nelle condizioni di vita del singolo e della società. Una trasformazione che ha molte cause e, fra esse, come punto di accelerazione, la presenza sempre più incisiva della Comunicazione Sociale.

Il fatto ci interessa già come persone individualmente coinvolte, ma ancor più perché gli effetti

della nuova situazione raggiungono in modo sempre più acuto, e con risultati a volte sconvolgenti, coloro che sono i destinatari della nostra missione: i giovani, i ceti popolari.

Ma la constatazione non basta: un senso di responsabilità salesiana ci spinge a ricercare forme più attuali di approccio, rinnovamento di metodi pastorali, novità di presenza. *Ecco un campo assai concreto ed esigente per quelle «nuove presenze» di cui ci hanno parlato gli ultimi due Capitoli generali!*

La programmazione di una nostra «novità di presenza» apostolica suppone una capacità di lettura dei segni dei tempi e una penetrante intelligenza dei nuclei strategici di influsso culturale.

Si tratta di non estraniarci, di non rimanere passivi, di non continuare come se nelle strutture della società nulla di nuovo fosse accaduto. Se intendiamo essere contemporanei di quegli uomini d'oggi che siamo chiamati ad evangelizzare, dobbiamo sforzarci anzitutto di penetrare i dinamismi che muovono l'attuale trasformazione culturale.

Siamo pienamente *coscienti che si tratta di una materia del tutto aperta alle ricerche, all'inventiva e alle proposte:* materia «in fieri» tuttora. Con l'umiltà e l'attenzione di chi ne segue i continui perfezionamenti intendiamo invitare a riflettere sulla comunicazione sociale per incoraggiare a entrare attivamente nella sua creatività di linguaggio con una prassi apostolica ed educativa ai livelli d'oggi, ma con altrettanta apertura ad ogni ulteriore conquista e sviluppo possibile.

Ci sia sprone a ciò l'atteggiamento aperto e coraggioso che Don Bosco assunse già nel secolo scorso nei confronti della Comunicazione Sociale. Il fenomeno dei «mass media» e dei «group media» era allora assai ridotto (praticamente si limitava al settore della carta stampata), ma egli ne intuì l'importanza, e operò in quell'area da protagonista. Vediamo, brevemente, come nelle sue mani la stampa diventò uno strumento docile, da lui piegato con efficacia alla realizzazione del suo Progetto pastorale.

Don Bosco uomo della Comunicazione Sociale

Don Bosco lasciò che la Comunicazione Sociale del suo tempo — dalle forme più semplici a quelle più elevate — invadesse la sua vita, sempre pronto a captare per sé e a trasmettere agli altri.

Seppe essere *attento recettore*, avido di conoscere gli avvenimenti, lettore accanito, divoratore di libri, e tenace nel ricordare.

Fu *buon comunicatore*, fin da bambino, a cominciare dalle forme più modeste di comunicazione, col ripetere ai compagni di gioco gli episodi delle sue letture e le istruzioni del parroco, col leggere d'inverno nella stalla agli adulti i libri della cultura popolare. Più tardi inventerà a vantaggio dei suoi ragazzi la «buonanotte», occasione amichevole e cordiale per informare sulle notizie della famiglia.

E fu anche *precoce autore di libri*. Il suo primo libro uscì a 29 anni (e pensare che il contadinotto dei Becchi era arrivato a 15 anni a Chieri per concludere con vistoso ritardo le sue travagliate scuole elementari). Ma risultò subito autore versatile nei generi più vari, dall'articolo di giornale al libro, dalla biografia alla storia, dall'agiografia al teatro, dalla divulgazione scientifica a quella religiosa e all'apologetica, un genere così di moda allora. La concretezza «storica» era una dimensione da lui preferita; la sua abilità di scrittore fu quella del «narratore».

Fu *autore prolifico*: la recente ristampa anastatica delle sue «Opere edite» comprende 37 grossi volumi, e vi si sono contati 1.174 suoi scritti. Fu autore anche molto letto, ricercato, ristampato, con tutta una serie di invidiabili «best sellers» (come li diremmo oggi).

Per la sua famiglia spirituale inventò anche *Un-formazione salesiana*. Nel 1867, quando la sua Congregazione comprendeva in tutto 3 case e 44 salesiani, e non era ancora approvata dalla Santa Sede, fece moltiplicare in tre copie la prima delle sue «Lettere circolari». Esse sono uscite da allora regolarmente senza più interruzione, e sono divenute oggi gli «Atti del Consiglio Superiore». E dieci anni dopo, trasformava il notiziario bibliografico della sua libreria nel «Bollettino Salesiano»,

perché i suoi Cooperatori e tutti gli amici di Don Bosco potessero seguire da vicino lo sviluppo della realtà salesiana nel mondo.

Intanto a poco a poco *da autore si trasformò in editore*, con scelte di evidente modernità. Anzitutto seppe dare vita al ciclo completo dell'attività editoriale: dalla cartiera (ne acquistò una, a Mathi Torinese), al contatto fecondo con gli autori, alle tipografie e stamperie, alle librerie, a una rete di distribuzione tutta sua per disseminare la produzione periodica.

Come editore, a 34 anni *tentò la via del giornale* (nel 1849 firmò i 61 numeri dell'«Amico della gioventù, giornale politico-religioso» durato in vita 8 mesi). *Collane e biblioteche* erano la novità di quegli anni, e Don Bosco vi raccolse in bell'ordine i libri della sua editrice, riuscendo a diffonderli a grappoli (a centinaia di migliaia di copie: la «Biblioteca della gioventù» con 204 titoli superò di molto la tiratura complessiva del milione; e la collana delle «Lecture cattoliche» lui vivente superò i due milioni, nel primo mezzo secolo raggiunse 9.200.000 copie).

Intraprese con successo anche la stampa di *pubblicazioni periodiche*, perché tali vanno considerati a pieno titolo sia il Bollettino Salesiano che le appena ricordate «Lecture cattoliche». Quanto al Bollettino Salesiano, lo fece stampare e diffondere in varie lingue (erano 3 alla sua morte, ma già 9 sotto Don Rua). E quanto alle «Lecture cattoliche», esse avevano in comune con i «pocket books» (i tascabili) di oggi i requisiti fon- (lamentali: erano libri, pubblicati con scadenza periodica, in formato piccolo, a basso costo, diffusi sia in abbonamento che in libreria. Insomma Don Bosco seppe precedere.

Ciò che più conta: Don Bosco si servì della Comunicazione Sociale come di un settore di *attività che gli consentiva di realizzare il suo progetto educativo*. Con la Comunicazione Sociale utilizzata in varie forme e a svariati livelli, egli favorì la promozione umana e cristiana della gioventù povera e dei ceti popolari, e sostenne anche l'azione missionaria.

Per la gioventù egli si fece scrittore, preparando testi

scolastici (le tre Storie: Sacra, della Chiesa, d'Italia), libri di preghiere (basti per tutti il «Giovane Provveduto»), libri formativi (dalle biografie dei suoi alunni migliori a tanti facili trattatelli di spiritualità), libri di teatro e di letture amene. Proprio per loro tentò la via del giornalismo (il suo giornale si intitolava appunto «l'Amico della gioventù»).

E per il ceto popolare? A 31 anno Don Bosco già si occupava degli agricoltori con «L'enologo italiano», e tre anni dopo scriveva «Il sistema metrico decimale... a uso degli artigiani e della gente di campagna». E poi la valanga degli altri libri, di contenuto sacro e profano, dalla «Collana di libri ameni» alla «Biblioteca degli operai», all'almanacco popolare detto «Galantuomo».

Don Bosco era per temperamento un trascinatoro, e non stupisce se *nella sua scia si sono spinti anche i suoi figli*. Tra i primi salesiani moltissimi furono scrittori, o almeno trovarono modo — tra le loro tante attività — di firmare qualche pregevole volume. Tra gli scrittori di professione o quasi, sono da ricordare Lemoyne suo biografo, Bonetti che per primo diresse il Bollettino Salesiano, Barberis, Francesia, Trione, Cerruti...

Soprattutto, nel campo delle Comunicazioni Sociali *Don Bosco fece posto ai Salesiani Coadiutori*. Per un'attività sotto tanti aspetti laica, i laici di Don Bosco erano ta-

gliati su misura. Divennero capi dei laboratori di tipografia e legatoria, divennero librai, e diversi anche editori: in piccolo, ma a volte in grande. E scrittori essi stessi. Insomma trovarono nella Comunicazione Sociale un'appropriata realizzazione vocazionale.

Grazie allo sforzo di tutti, la stampa salesiana penetrava nei diversi ambienti col suo crisma di serenità, con l'impegno della promozione umana, dell'annuncio evangelico.

Come si vede, il quadro è suggestivo.

Don Bosco uomo della Comunicazione Sociale intuì l'importanza che essa stava assumendo, e vi si inserì da protagonista, facendo dei «mass media» del suo tempo — in pratica la stampa — gli strumenti docili ed efficaci in ordine alla realizzazione del suo progetto apostolico.

Di fronte a un simile atteggiamento del nostro Padre e a tanta sua attività, costante e audace, non possiamo eludere una doppia questione:

Perché lo fece? Come lo fece?

Sono, queste, domande penetranti che ci sfidano.

Il «perché» illumina l'ambito della nostra missione; *il «come»* stimola il nostro spirito d'iniziativa in riferimento alle condizioni della odierna civiltà.

E particolarmente significativa, al riguardo, la circolare che diramò alle case la festa di San Giuseppe del 1885, vicino a partire per la Francia. L'argomento trattato in essa è la diffusione dei buoni libri, «uno dei mezzi atti a mantenere il regno del Salvatore in tante anime», e *«uno dei fini principali della nostra Congregazione»*; «vi prego e vi scongiuro adunque di non trascurare questa parte importantissima della nostra missione». «Fu questa una delle precipue imprese che mi affidò la Divina Provvidenza, e voi sapete come io dovetti occuparmene con instancabile lena, non ostante le mille altre mie occupazioni». «Persuadetevi, o cari miei figliuoli, che simili industrie attireranno su di voi e sui nostri fanciulli le benedizioni più elette del Signore». ⁶

6. *Epistolario*, vol. 4, pp. 318321

Ecco: il «perché» Don Bosco s'impegnò nella Comunicazione Sociale è chiaro e permane ancor più vivo oggi: si tratta di una «parte importantissima della nostra missione».

Il «come» lo fece è legato specificamente alla stampa secondo le possibilità dell'epoca.

Evidentemente, qui, il richiamo a Don Bosco non può essere una specie di panoramica della nostra situazione su quanto stanno realizzando vertiginosamente gli operatori culturali di oggi. La stampa è ancora assai importante, ma rimane un'ottica più che parziale. *Il «come» di Don Bosco e, dunque, chiaramente limitato*; è un'iniziativa, potremmo dire, «introduttiva», adeguata al suo tempo, che noi oggi dobbiamo saper rivedere e ampliare secondo le nuove esigenze della Comunicazione Sociale. È importante che lo sappiamo fare con la stessa dedizione, audacia e intelligente costanza di Don Bosco.

A ciò fare sarà indispensabile coltivare in noi quella duttilità mentale che ha caratterizzato il suo spirito d'iniziativa.

Capire il cambio socio-culturale che ci coinvolge

Sull'esempio del nostro Padre anche noi oggi dobbiamo cercare di comprendere quanto sta accadendo, per inserirci con efficacia e magnanimità nell'elaborazione di una nuova cultura aperta allo spirito del Vangelo.

«Tra le meravigliose invenzioni tecniche — ci dice la “Communio et progressio” — che incrementano le comunicazioni sociali tra gli uomini, il cristiano trova gli strumenti preparati dalla Provvidenza di Dio per facilitare l'unione fra quanti sono pellegrini su questa terra; essi procurano infatti nuovi rapporti e danno origine, si potrebbe dire, a *un nuovo linguaggio* che permette agli uomini di conoscersi più intimamente e che facilita l'apertura verso gli altri».⁷

7. *Communio et progressio*, n. 12

In questo senso c'è anzitutto da prendere coscienza di quel moto vorticosamente accelerato con cui si svolge in questi anni la realtà della Comunicazione Sociale.

Secondo Marshall McLuhan (gli studiosi del settore ci stanno abituando a un linguaggio abbastanza curioso), siamo usciti dalla lunga «fase tribale» della comunicazione prevalentemente orale, per entrare dapprima nella «galassia Gutenberg» della carta stampata, poi nella «galassia Marconi» della telecomunicazione; cominciamo già a vivere come in un «villaggio cosmico», o globale, cioè in un globo terrestre ridotto — per la sempre maggior facilità delle comunicazioni — alle dimensioni di un piccolo villaggio.

La velocità con cui una comunicazione correndo di bocca in bocca si diffondeva un tempo nel piccolo villaggio della foresta, ora si verifica in scala mondiale, sull'intero globo terrestre. *L'uomo di oggi non può più ignorare ciò che avviene non solo intorno a lui, ma dappertutto.* Avvenimenti culturali, sportivi, grandi catastrofi, conflitti sociali, guerre, personaggi del bene e del male, e persino le vicende più futili della cronaca o delle dive, entrano nella sua fantasia e lo coinvolgono in qualche modo. La lontananza non è più ostacolo: tutti sono «vicini», anzi entrano in casa.

La Comunicazione Sociale si presenta con linguaggi inediti come una novità seducente; però *comporta insieme alle luci anche molte ombre.* E il dibattito attorno alle sue luci e ombre è oggi quanto mai vivace.

È un discorso di fatti, di idee e di prospettive, che ci interessa da vicino proprio perché la Comunicazione Sociale ha così viva presa sul popolo e sui nostri giovani, influisce sulla maturazione della loro personalità, sulla loro scelta dei valori di fondo, sul loro atteggiarsi verso Dio e l'Uomo, sul loro orientamento vocazionale. Vediamo dunque a rapido volo d'uccello quali incidenze può avere la Comunicazione Sociale sui nostri destinatari (e, non dimentichiamo, anche su noi stessi).

Impressiona *la pioggia di messaggi d'ogni genere* da cui oggi si è investiti, e lo si è sempre più man mano che ci inoltriamo

nel «villaggio globale»: la Comunicazione Sociale sta diventando ormai il «clima» in cui si respira e si vive.

Questa pioggia di messaggi ha indubbiamente degli *aspetti positivi*. Il cittadino comune, il giovane soprattutto, risulta oggi infinitamente più informato sulla realtà in cui vive, che non le generazioni precedenti. La somma delle sue conoscenze ed esperienze filtrate attraverso gli strumenti di Comunicazione Sociale è enorme. In un suo documento il Card. Gilroy riconosceva all'uomo il diritto-dovere di farsi una personale «visione del mondo», e certo questo compito viene dalla Comunicazione Sociale facilitato, sia se si voglia dare a quell'espressione un significato anche solo materiale, e sia soprattutto in senso ideologico e spirituale. L'intensificarsi della rete di comunicazione accresce infatti l'esperienza e la consapevolezza.

Del progresso compiuto nel campo della Comunicazione Sociale beneficia anche molto *la scuola*: i ragazzi della «galassia Gutenberg» erano costretti a un apprendimento più limitato, mentre i moderni mezzi introducono nell'aula scolastica i suoni, i colori, le figure in movimento. Con l'avvento del «linguaggio totale» la scuola può fare un grande passo avanti, a tutto vantaggio dei ragazzi, che si vedono facilitato di molto l'apprendimento.

I «mass media», però, con l'invasione di informazioni — spesso eterogenee, contraddittorie e alternative fra loro — *stanno demolendo la struttura unitaria all'interno delle varie culture* (ben diversa era la situazione quando, per esempio, a suggerire gli orientamenti per la gente di un paese erano solo il parroco, il sindaco e la maestra...). Ciò è all'origine di tanti sbandamenti sul piano del costume civile e religioso, e conviene saperlo.

I «mass media» più in auge in questi anni, e anche più prepotenti, comunicano soprattutto attraverso l'immagine e lo spettacolo, esponendo il recettore *al rischio ben reale della superficialità* (l'uomo audiovisivo!). La cosa è tanto più inquietante per l'educatore salesiano, in quanto la radio, il cinema, la televisione risultano, di fatto, anche poco aperte a ciò che gli sta più a cuore, cioè l'evangelizzazione.

A ragione viene riconosciuta ai «mass media», come ce lo

ha ricordato il Capitolo Generale 21, la qualifica di «scuola parallela», in quanto essi sono in grado di influire sui ragazzi almeno quanto (e forse più di quanto) non influisca la scuola stessa. Basta pensare alle ore che i ragazzi trascorrono ogni giorno durante l'anno scolastico, e ancor più durante le vacanze, seduti davanti al televisore, per comprendere quanto la scuola parallela sia frequentata e... con quale interesse venga ascoltata.

La Comunicazione Sociale, come si sta realizzando in concreto, non risulta mai disinteressata o gratuita; ogni centro di diffusione dei messaggi richiede alle spalle *grandi organizzazioni economiche*, che sovente sono anche *centri di potere ideologico* permeati da costumi non evangelici. La diffusione dei messaggi risulta perciò abitualmente strumentalizzata. Non è immaginario il pericolo del plagio.

È facile constatare a questo punto che alle straordinarie capacità degli strumenti di Comunicazione Sociale di fatto non sempre — anzi piuttosto raramente — corrisponde una loro utilizzazione in senso veramente positivo e costruttivo. Questi mezzi di per sé sono certamente atti a promuovere lo sviluppo individuale e sociale, a favorire l'esercizio della libertà, l'autonomia, la partecipazione, la solidarietà umana e cristiana. Ma di fatto — come dimostra l'esperienza quotidiana — questo spesso non se lo propongono.

Se noi oggi vogliamo davvero educare ed evangelizzare non possiamo procedere come un tempo, prescindendo dagli impatti della Comunicazione Sociale

come se non ci fossero; al contrario siamo invitati ad inserirci nelle nuove situazioni, ad accettare il nuovo tipo di ragazzo e di società, a immergerci in essa con coraggio e piena disponibilità, e con la creatività di Don Bosco.

Esigenze concrete per Il Salesiano

Una nuova presenza nell'area vasta e rilevante della comunicazione sociale è dunque necessaria, e dobbiamo proporcela a diversi livelli.

Essa è più che mai urgente e tocca il Salesiano nei suoi vari aspetti, sia di individuo-recettore, sia di maestro-educatore, sia di apostolo-comunicatore. La Comunicazione Sociale non solo lo coinvolge con la sua problematica generale come un qualsiasi abitante del «villaggio globale», ma gli richiede pure una revisione e un ripensamento che arricchisca con luci nuove la sua intelligenza critica e la sua stessa consacrazione religiosa.

Ecco un primo punto a cui prestare attenzione: *la Comunicazione Sociale non si identifica infatti con i «media» («mass media» o «group media»)*. In una visione cristiana la Comunicazione Sociale ha «come scopo primario la comunione e il progresso della società umana»⁸ e orienta l'uso dei «media» a «richiamare l'attenzione sulle attese e sui problemi dell'umanità, per cercare di risolverli nel più breve tempo possibile, e unire gli uomini in una solidarietà sempre più stretta».⁹

9. *Idem*, n. 6

Ossia: *«la Comunicazione Sociale, per sua stessa natura, tende a far sì che l'uomo, moltiplicando gli scambi vicendevoli, raggiunga una maggiore consapevolezza nell'impegno comunitario della vita»*¹⁰

Perciò la Comunicazione Sociale è una dimensione della convivenza umana di altissimo valore, costitutiva della stessa cultura, anche se fortemente legata al progresso tecnico e al tipo di civiltà in cui si esercita.

I «mass media», invece, sono, di per sé, solo strumenti anche se assai perfezionati. Ma qui non dobbiamo essere

superficiali e credere che con questa distinzione, tra «Comunicazione Sociale» e «media», aggiustiamo le cose. *La distinzione, sì, c'è ed è vera, ma non comporta di fatto la possibilità di una loro mutua separazione.* «Comunicazione Sociale» e «media» sono mutuamente compenetrati in forma inseparabile: da questa loro inseparabilità sono nati dei linguaggi nuovi che muovono con particolare efficacia la cultura emergente. Il segreto positivo di questa loro mutua permeazione starebbe nel saper *conservare il primato della natura e della finalità propria della «Comunicazione Sociale»*: bisognerebbe che si guardasse ai «media» e si sapesse farli funzionare con l'intenzionalità retta ed umanizzante della «Comunicazione Sociale». Ma questa è una immensa opera di educazione e di evangelizzazione da intensificare e perfezionare.

Ad ogni modo i «mass media» concorrono, come lo esprime il termine, a trasmettere dati giusti e idee a un grande numero di persone; evidentemente comunicano, di fatto, tanti messaggi: dovrebbero farlo, come dicevamo, cercando di avvicinarsi sempre meglio allo scopo primario e alla natura propria di una giusta comunicazione sociale.

L'elenco dei «media» è molto ampio: va dal libro, al giornale, alla rivista, alla pubblicità, al cinema, alla radio, alla televisione, al disco, alle cassette sonore, al video tape, ecc., con una prospettiva da fantascienza nella «telematica» spaziale. Pensiamo, per esempio, a che mondo di conoscenza ci potranno aprire le «banche universali di dati» interpellabili per telefono o videotelefono.

Il facile pericolo di identificare praticamente la «Comunicazione Sociale» con l'attuale funzionamento dei «media», porta inconsciamente a *lasciarsi sopraffare* da questi strumenti o a *proscriverli indiscriminatamente* a danno della comprensione e retto intendimento della natura e del fine della «Comunicazione Sociale». Così non pochi recettori finiscono per essere fortemente con-

dizionari dal fascino e dalla novità che le nuove tecniche portano con sé, senza imparare a giudicare il valore dei loro messaggi, sovente negativi, che provocano superficialità, abitano a modelli di comportamento sfasati e propagano l'egemonia di svariate ideologie di potere.

Altri, anche se pochi, prescindono asceticamente dal loro uso finendo praticamente, se non proprio per disprezzarli, almeno per disconoscerne l'importanza escludendo così ogni inventiva e responsabilità apostolica circa la «Comunicazione Sociale».

Un cristiano impegnato, e in particolare un religioso di vita attiva, deve curare ed intensificare: *sia l'acutezza critica* della sua fede circa l'attuale funzionamento dei «mass media», *sia i dinamismi apostolici* della sua speranza perché il Vangelo penetri la nuova cultura attraverso un uso adeguato degli strumenti offerti dall'attuale civiltà tecnologica.

Certo: *un sano atteggiamento critico ha oggi una sua peculiare urgenza* affinché non si squalifichino i valori permanenti del Vangelo, né nel cuore degli individui, né nell'opinione pubblica della società.

Valga, come piccolo stimolo critico, questo spunto proposto da un noto scrittore. Si domanda per esempio, come un cristiano debba leggere il giornale, e risponde: come lo leggerebbe Cristo. Poi incalza: e Cristo come lo leggerebbe? Per dare infine una risposta perentoria: «Vi cercherebbe le notizie del suo Regno!».¹

11. Michel Quoist, *Appuntamento con Cristo*, SEI, 1973, pp. 23-24

1 rapporto tra Comunicazione Sociale ed evangelizzazione o, se si vuole, più in concreto, tra l'utilizzazione dei linguaggi e dei «media» della Comunicazione Sociale per il Vangelo e il nostro stile apostolico di «evangelizzare educando», incide profondamente sull'attività salesiana. Ne ha tracciate alcune linee pratiche il Capitolo Generale 21.¹² Si tratta non solo di *educare ai «media»*, cioè alla lettura critica dei loro messaggi, ma anche di *evangelizzare con i «media»*. Così si apre un vasto campo di iniziative per le nostre attività didattiche, educative e culturali, per l'animazione cristiana dei gruppi giovanili, per la catechesi, per la liturgia della

Può sembrare una battuta a effetto, ma se per caso proviamo a realizzarla nel nostro uso personale dei «media», nelle nostre letture quotidiane, nei nostri spazi di tempo di fronte al video, ci rendiamo presto conto che la sua attuazione pratica esige un profondo cambio di mentalità, come pure una sconfinata inquietudine sul come i «media» manipolano la comunicazione. *Di lì un sincero e concreto proposito di reazione apostolica, e anche un vero e proprio impegno ascetico, con autocritica di uso e anche con una intelligente mortificazione di non-uso.*

Parola...

Una sana «pedagogia dei media» esige un impegno di seria competenza per la loro utilizzazione, per la chiarezza degli obiettivi da proporsi, per uno stimolo efficace alla creatività, per l'acquisizione di una attitudine emancipata e critica verso i loro messaggi, per una presa di coscienza della loro influenza, per la capacità di

Infatti non è esagerato riconoscere che purtroppo c'è, nell'uso dei «media», molto tempo perso e troppo materiale alienante dalla fede che suole alimentare una fantasia anti-consacrazione.

Dunque: urge prendere in considerazione alcune esigenze concrete della Comunicazione Sociale oggi per il Salesiano.

Alla luce degli ultimi due Capitoli Generali possiamo individuarle in tre grandi priorità, a differenti livelli:

capacità di evangelizzazione attraverso la Comunicazione Sociale;

formazione del confratello alla Comunicazione Sociale;

promozione dell'Informazione salesiana.

1

Capacità di evangelizzazione attraverso la Comunicazione Sociale

esprimersi con essi dominandone i linguaggi e le tecnologie. Qui interessa anche il ruolo fondamentale che i genitori e tutti gli educatori possono e debbono svolgere in questo campo, soprattutto se si considera la condizione delPodierna società, pluralista o totalitaria.

In questo campo vorrei sottolineare due aspetti del nostro impegno educativo.

Il primo è quello di una *sensibilizzazione sempre più chiara ed accurata della natura stessa e dello scopo primario della «Comunicazione Sociale», in quanto comunicazione*. Si trova qui, come dicevamo, il segreto positivo della mutua permeazione tra «Comunicazione Sociale» e «media». Ciò che conta è il rapporto stesso tra gli uomini, la crescita nella comunione, nella mutua conoscenza, nella comprensione dei nuovi linguaggi con la loro «letteratura» più in là della loro «grammatica»: infatti, «il linguaggio (diceva McLuhan – è già messaggio»!

Il secondo, a noi particolarmente caro, è quello del- *Y «attivismo giovanile»,* che è possibile anche riguardo al cinema, televisione, radio, musica (dischi e cassette...), stampa, fumetto... e via dicendo. *Un riferimento tutto peculiare va al teatro,* «che è – come dice la “Communio et progressio” – una delle forme più antiche e più efficaci di comunicazione fra gli uomini». ¹³ «L’attività teatrale, venendo a contatto con altre forme di comunicazione, ha dato vita a nuovi generi di spettacolo ad azione multiforme, indicati giustamente con l’espressione “multi media”». ¹⁴

13. *Communio et progressio*. n. 158

14. *Idem*, n. 155

«La Chiesa segue con simpatia ed attenzione l’arte scenica, che nelle sue origini era strettamente legata a manifestazioni di carattere religioso. Questo antico interesse per i problemi del teatro deve animare anche i cristiani di oggi, per ricavarne tutto l’arricchimento possibile». ¹⁵

15. *Idem*, n. 161

Certamente noi Salesiani dovremmo sapere stimare di più e riattualizzare meglio quest’attività, che forma parte non insignificante della nostra tradizione educativa.

La cura di un sano attivismo giovanile si dedica a suscitare iniziativa, fantasia, responsabilità comunicativa tra i giovani. Essa dovrebbe essere un po' *lo «specifico» che caratterizzi l'intervento educativo salesiano*, fermo restando il discorso culturale, tecnico e grammaticale di base. Don Bosco — in tempi di teatro «preconfezionato» — liberò la creatività teatrale, le forme drammaturgiche spontanee. Si potrebbe fare un discorso analogo per aprire ai giovani altri tipi di spontaneità e intervento sui «media» odierni.

Fatte queste due sottolineature, ricordo anche che la «Communio et progressio» ci chiede di saper *promuovere e sostenere le «vocazioni alla professione di comunicatore cristiano»* e anche di collaborare, nelle Chiese locali, al sorgere di centri di produzione e di emittenti radiotelevisive. Per noi rimane fondamentale, anche in questo campo, la predilezione per i giovani e l'interesse per i ceti popolari.

Sono già sorte in varie Ispettorie differenti iniziative, alcune qualificate: centri di produzione di audiovisivi, editrici, radio e televisione salesiana, riviste per giovani, scuole di formazione alla Comunicazione Sociale... Ma sono ancora poche e (guardando la nostra presenza nel mondo) non sufficientemente espressive della nostra missione. Eppure Don Bosco ci aveva lanciati profeticamente all'avanguardia.

Un senso aggiornato della nostra fedeltà deve spingerci a riattualizzare oggi il carisma di Don Bosco con la stessa magnanimità di dedizione e di inventiva con cui lui inserì la sua azione pastorale nel contesto e nelle possibilità dell'epoca.

Dobbiamo considerare il vasto campo della Comunicazione Sociale come *un luogo di interessanti ed efficaci «nuove presenze» per la Congregazione e la Famiglia Salesiana*.

Saranno iniziative genuinamente nostre e promettenti, anche se non facili né improvvisate.

Qui si aprono orizzonti di speranza: c'è uno spazio speciale per il Salesiano Coadiutore, c'è un'esigenza di programmazione più coordinata con le Figlie di Maria Ausiliatrice, c'è un grande appello con intensità di clamore per tutta la Famiglia Salesiana: «**figli di Don Bosco, uniamoci!**»).

Bisogna proprio che prendiamo sul serio la creatività instancabile del nostro Santo Fondatore per la salvezza della gioventù e del popolo.

Formazione de! Confratello aita Comunicazione Sociale

E questo un tema affrontato esplicitamente dalla «Ratio» che presenta anche, in modo organico, delle linee orientative per un piano-base incominciando dalle tappe iniziali fino alla formazione permanente.¹⁶

16. *Ratio* - allegato n. 3, pp. 322326

Si tratta di «una preparazione seria alla Comunicazione Sociale, almeno e soprattutto per quanto concerne la formazione di recettore e comunicatore. Il salesiano recettore e comunicatore [deve essere] una persona capace di porsi in un rapporto critico, e pertanto libero e dialogico, sul piano linguistico e culturale, con i contenuti e i messaggi che gli vengono offerti dalla stampa, dalla radio, dal cinema e dalla televisione; [deve essere] inoltre capace di esprimere, proporre e testimoniare la propria fede e di trasmettere in dimensione educativa ai giovani i contenuti teologici, etici, sociali e culturali, utilizzando in modo adeguato e corretto i linguaggi e gli strumenti della comunicazione di massa e della comunicazione di gruppo».¹⁷

È un impegno formativo attualissimo che ci tocca al cuore.

17. *Ratio*, n. 60

Al cuore *di consacrati*: in quanto la fede di «religiosi- nel-mondo» ci fa conoscere e distinguere con chiarezza e giudicare con coraggio evangelico il frumento e la zizzania; e in quanto la sequela del Cristo, ossia di «re-

ligiosi-non-del-mondo», ci richiede il buon senso della temperanza e la pedagogia di un'ascesi e mortificazione concrete sia personali che comunitarie.

Ci tocca anche e assai particolarmente al cuore *di evangelizzatori*: in quanto la carità pastorale ci spinge ad aiutare i giovani e il popolo alla retta utilizzazione dei linguaggi e dei «media», alla critica, alla percezione dei valori, alla proposta suppletiva e complementaria: il Salesiano deve saper promuovere intelligenti iniziative che stimolino l'attività e il protagonismo dei destinatari per farli, essi stessi, agenti di comunicazione sana ed educativa nei nostri ambienti.

Questo impegno di formazione del nostro personale deve valicare ormai la fase del dilettantismo e della buona volontà per evitare le improvvisazioni e per *concretarsi in programmi organici* che assicurino un minimo di competenza personale nei confratelli. Il Capitolo Generale 21 ci invita a lasciare certe riserve e certi atteggiamenti solo negativi che si sono rivelati praticamente inaccettabili ed apostolicamente sterili.

In analogia a quanto fece Don Bosco nel secolo scorso, dobbiamo *oltrepassare la passività di un criterio solo difensivo e compiere un vero cambio di mentalità*. Non dimentichiamo che la Comunicazione Sociale entra nella nostra missione come uno dei suoi servizi principali. Vi invito a rileggere al riguardo anche gli articoli 27, 28 e 29 dei Regolamenti.

Urge, dunque, saper assumere nei nostri centri di formazione e nelle Ispettorie il piano-base formativo della «Ratio». Assumerlo con serietà, anche se gradualmente: con obiettivi concreti da perseguire (*salesiano- recettore, salesiano-comunicatore, salesiano-specialista, salesiano-produttore di programmi*); con contenuti formativi ripartiti nelle varie fasce della formazione; con metodologia adeguata e reperimento di buoni docenti, usufruendo con intelligenza della collaborazione di persone esperte.

Promozione dell'informazione salesiana

Nel luglio del 1977, anno centenario del Bollettino Salesiano, Don Luigi Ricceri ha scritto una circolare su «Le notizie di famiglia»¹⁸ dove ha insistito egregiamente sull'indispensabilità della cosiddetta «informazione salesiana». Le sue riflessioni sono importanti e valide ancor oggi.

Di fronte alla crescita accelerata della Comunicazione Sociale Don Ricceri riscontrava, purtroppo, una crisi della nostra informazione che attenua pericolosamente in noi il sentimento di appartenenza alla Congregazione e alla Famiglia Salesiana. Sottolineava l'urgenza di essere concordi per un impegno fattivo che ci metta in vicendevole comunicazione «senza trionfalismi ma serenamente e oggettivamente»... «C'è un proverbio — scriveva — che vale non solo per i fidanzati o gli sposi, ma anche per i religiosi nei confronti della loro Congregazione e del loro ideale: “Lontano dagli occhi, lontano dal cuore”».

Recentemente la «Ratio», preoccupata anche di una maggior conoscenza dei valori di Famiglia, ha presentato un quadro ricco e dettagliato di suggerimenti circa quelle che si sono chiamate le «Discipline salesiane»¹⁹ con abbondanza di indicazioni circa i contenuti e di segnalazioni bibliografiche.

Senza una sostanziale informazione circa le origini, la storia e l'attuale vita della nostra Congregazione e della Famiglia Salesiana non c'è sufficiente circolazione di linfa vitale nell'organismo, mancano impulsi validi di identità e il senso di appartenenza si atrofizza.

Invece, con una adeguata informazione (che sia circolazione e comunicazione di valori salesiani), cresce la vitalità, si arricchisce la coscienza e l'entusiasmo per la propria vocazione, e si genera gioia familiare.²⁰

Se consideriamo con attenzione questi autorevoli orientamenti, percepiamo subito che vi sono *tre livelli* su

18. *Atti Consiglio Superiore*, 1977, n. 287

19. *Ratio* - allegato n. 1, pp. 305313

20. Cf. AA.VV., *La Comunicazione e la Famiglia Salesiana* - Collana «Colloqui sulla vita salesiana» n. 8 - LDC, 1977

cui dobbiamo concentrare l'informazione salesiana:

- *elementi di storia salesiana*, di cui gli appartenenti alla Famiglia di Don Bosco hanno assoluto bisogno. Sappiamo infatti che «il carisma dei Fondatori è un'esperienza dello Spirito Santo» trasmessa nel tempo con una sua concreta tradizione;²¹

21. Cf. *Mutuae relationes*, n. 11

- *contenuti di riflessione sulla realtà salesiana*: coscienza teologale della nostra Vocazione nella Chiesa, approfondimento dello spirito di Don Bosco, del suo Sistema Preventivo, ecc. Tutti valori di cui si ha assoluto bisogno per l'azione, perché «nulla è più pratico di un'idea chiara»;

- *notizie di attualità di famiglia*, soprattutto attraverso le nostre pubblicazioni periodiche, per saldare il passato al presente e superare le distanze geografiche, cogliere così la continuità e integrità del progetto di Don Bosco che si realizza nel tempo e nello spazio.

Secondo queste linee di informazione salesiana stiamo già camminando, ma rimane sempre da migliorare e da crescere.

Riguardo ai primi due livelli, che si riferiscono a quanto si è venuto chiamando la «Salesianità», c'è *da produrre, da divulgare, da tradurre, da adattare, da intensificare l'assimilazione*.²²

22. 'Cf. *Ami Capitolo Generale 21*, n. 19

Tra le cause di un certo smarrimento e oscuramento dei valori del Sistema Preventivo nelle nostre comunità, il Capitolo Generale 21 ci dice che «una spiegazione può essere anche data dalla scarsa disponibilità di documentazione e letteratura specifiche nella propria lingua».²³ Per questo, tra le linee di azione da promuovere il Capitolo indica che «*le Conferenze o Gruppi linguistici* devono provvedere sufficiente e aggiornata bibliografia nella propria lingua. Si auspica inoltre la formazione, a livello regionale, di gruppi di studi salesiani, con possibilità di servizi e pubblicazioni».²⁴

23. *Ami Capitolo Generale 21*, n. 99; e 153d

24. *Ami Capitolo Generale 21*, n. 342

In quanto al terzo livello delle «notizie» si riveda la

citata lettera di Don Ricceri. Anche oggi Don Bosco deve essere notizia; la Congregazione e la Famiglia Salesiana hanno bisogno delle «notizie di famiglia».

Occorrono perciò gli strumenti per diffondere queste informazioni, e occorrono i Salesiani preparati per realizzarli. Personale, quindi, al centro della Congregazione (dove è stato istituito il Segretariato della Comunicazione Sociale), personale per i Bollettini Salesiani locali e i Notiziari Ispettoriali... E poi confratelli e membri della Famiglia Salesiana a cui affidare le altre svariate pubblicazioni per l'animazione e la conoscenza della nostra vita.

Io mi congratulo con quelli che stanno lavorando già in questo campo. Dobbiamo riconoscere che l'informazione salesiana ha già degli operatori benemeriti attraverso alcuni canali autorevoli che apportano con periodicità un materiale scelto e valido:

- *gli «Atti del Consiglio Superiore» (ACS)*, «organo ufficiale per la promulgazione delle direttive del Consiglio e per le informazioni salesiane»;²⁵ pubblicazione trimestrale affidata alla cura del Segretario Generale;²⁶
- *il «Bollettino Salesiano» in lingua italiana (BS)*, rivista quindicinale d'informazione e di riflessione della Famiglia Salesiana, «redatta secondo le direttive del Consiglio Superiore»;²⁷ è sotto l'alta responsabilità del Consigliere per la Famiglia Salesiana;
- *l'«Agenzia Notizie Salesiane» (ANS)*, notiziario mensile dell'Ufficio Stampa del Segretariato centrale per la Comunicazione Sociale; offre le più recenti informazioni dell'attualità salesiana nel mondo;
- *il «Dossier Bollettini Salesiani» (DBS)*, a cura del nostro Segretariato centrale della Comunicazione Sociale, con materiale già elaborato per collaborare ai Bollettini Salesiani locali;
- *i «Notiziari Ispettoriali» (NI)*, con notizie di famiglia

25. *Costituzioni* 14926. Cf. *Atti Consiglio Superiore*, 1978, n. 29127. *Regolamenti* 32

nell'ambito delle singole Ispettorie e sotto la responsabilità dell'ispettore; da alcuni anni e con esito positivo vanno incrementando la comunione dei confratelli e delle comunità.

Oltre a tutto questo bisognerà saper curare anche *l'informazione salesiana «all'esterno»*: qui, sì, ci vuole una sveglia per sorgere dal sonno! Oggi è necessario che non solo al Centro, ma ovunque, ove esiste un'opera nostra, ci si preoccupi di «costruire, con l'informazione professionalmente corretta, un'immagine positiva, cioè gradevole e significativa, della realtà salesiana locale e mondiale».

È importante scrivere anche sui giornali, inviare foto, resoconti, cronache vivaci di ciò che viene operato a servizio dei giovani e nelle missioni, e poi informarne anche le emittenti radiofoniche, invitare la televisione a riprendere qualche «fatto saliente di casa nostra». Vanno ovviamente evitati i toni trionfalistici, ma un po' di pubblicità del «bene», in un mondo pieno di tante realtà tristi, non guasta; anzi entra apertamente nello stile di Don Bosco: «Così deve risplendere la vostra luce davanti agli uomini, perché vedano il bene che voi fate e rin- 2s. *Matteo* 5, 16 grazino il Padre vostro che è in cielo».28

La Comunicazione Sociale ci coinvolge tutti

Abbiamo visto che la Comunicazione Sociale tocca un po' tutta la vita dell'uomo di oggi, essendo motore particolarmente efficace di dinamismo, culturale. Il Salesiano, agente di apostolato, si trova coinvolto dalla Comunicazione Sociale sia negli aspetti positivi d'informazione, di educazione, di distensione, di studio e di approfondimento, di azione sociale... sia negli aspetti negativi di superficialità, di plagio ideologico, di giustificazione del male, di pornografia, di consumismo, di vacuità di ideali... Si trova di fatto continuamente con gli strumenti della Comunicazione Sociale tra le mani, e li usa dal mattino alla sera: libri, giornali, dischi, cassette, films, filmine, radio e televisore...

È vero che alcune attività nell'ambito della Comunicazione

Sociale sono strettamente riservate a pochi specialisti, ma a un certo livello (come siamo venuti indicando) la Comunicazione Sociale impegna e responsabilizza ognuno.

Partendo dalle specializzazioni e scendendo alle attività usuali di tutti, *la Comunicazione Sociale ci può coinvolgere nei seguenti ruoli:*

- studiosi ricercatori nel campo della Comunicazione Sociale,
- formatori degli educatori e degli operatori intermedi,
- agenti di Comunicazione Sociale per i nostri destinatari (scrittori, giornalisti, editori, registi, tecnici per cine radio televisione),
- produttori dell'informazione salesiana,
- operatori intermedi (delegati ispettoriali, responsabili di libreria...),
- educatori dei recettori (giovani e ceti popolari),
- semplici recettori e utenti.

Come si vede, la Comunicazione Sociale coinvolge proprio tutti. E ci coinvolge precisamente in quanto Salesiani, perché ci consente una più efficace evangelizzazione dei giovani, dei ceti popolari e delle missioni. Non vorrei perciò che qualcuno di noi esercitasse

— magari inconsciamente — *un'ingiusta preclusione verso i confratelli impegnati* in attività specialistiche di quest'area, per esempio nelle editrici salesiane, nella radio, negli audiovisivi. Sarebbe un grave errore considerare questi confratelli come salesiani di secondo ordine, impegnati in attività marginali e tutto sommato non rilevanti o addirittura estranee ai fini della missione salesiana. Non è così. I Salesiani operatori nella Comunicazione Sociale

possono contribuire, e di fatto contribuiscono, alla realizzazione della missione salesiana non meno dei Salesiani impegnati nelle scuole, negli oratori, nelle parrocchie. Anzi lavorano con modalità quanto mai moderne, e con amplissime possibilità di efficacia.

Cerchiamo dunque di interessarci di più della Comunicazione Sociale, e con larghezza di vedute. Cerchiamo di procurarci sull'argomento una adeguata competenza e di assicurare nelle Ispettorie e nelle Case l'applicazione, in materia, degli orientamenti della Chiesa e dei nostri due ultimi Capitoli Generali.

Concludendo

Cari Confratelli, Don Bosco, portato dal suo innato fiuto del futuro, aveva intuito il peso sempre maggiore che la Comunicazione Sociale stava assumendo. Si buttò a lavorare in questo campo fin dagli inizi del suo apostolato, e proprio della stampa disse: *«In queste cose Don Bosco vuole essere all'avanguardia del progresso»*. Seppe essere santamente audace, e per il suo uso della Comunicazione Sociale in forma indefessamente votata alla sua missione urtò i nemici della Chiesa e dovette subire anche degli attentati mortali.

Noi oggi non possiamo essere da meno. «Noi — ha scritto Don Ricceri nella citata circolare — siamo figli di un rilegatore, tipografo, stampatore, giornalista, scrittore, editore»,²⁹ e dobbiamo onorare questa sua esaltante eredità.

Dovremo agire con la massima serietà e non con leggerezza o con improvvisazione: oggi la Comunicazione Sociale è scienza, è tecnica ed è arte difficile, richiede cultori competenti e sacrificati. È anche rischiosa: per tanti aspetti nasce pagana e ha bisogno di essere battezzata, e può sedurre e anche portare lontano dalla vocazione e dalla fede.

Però è una via che doverosamente ci tocca per

29. Lettera su «Le notizie di famiglia»

correre, dietro anche l'esortazione esplicita della Chiesa: «Non sarà obbediente a Cristo — leggiamo nella “Communio et progressio” al n. 126 — chi non sfrutta convenientemente le possibilità offerte da questi strumenti per estendere al maggior numero di uomini il raggio di diffusione del Vangelo».

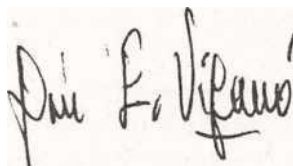
Sarà quindi conveniente che *nella «programmazione ispettoriale»* si tenga esplicitamente in conto la Comunicazione Sociale, incaricando qualcuno che la orienti e la stimoli. *Nell'animazione di ogni comunità, poi, non si lasci dimenticato questo importante settore.*

Alla Vergine Ausiliatrice, che lanciò Don Bosco a una missione tanto esigente, chiediamo luci e coraggio. Lei che ha visto profeticamente comunicato nei secoli il suo mistero («d'ora in poi tutte le generazioni mi diranno beata!»), ci ottenga di saper dedicarci magnanimamente a questo attualissimo compito.

Sentiamoci membri responsabili e attivi del Popolo di Dio, il quale «stando al passo con gli avvenimenti che tessono la trama della storia, e volgendo con immensa fiducia lo sguardo al futuro, tanto come comunicatore che come utente, già intravede quanto sia largamente promettente la nuova era spaziale delle Comunicazioni

Cari Confratelli, ispiriamoci a Don Bosco ed accettiamo la sfida dei tempi !

Con grande fiducia nel Signore,

A handwritten signature in black ink on a light-colored background. The signature is written in a cursive, flowing style and reads "Don F. Viganò".