



Tavola Rotonda

D. Reginaldo Lima Cordeiro SDB

Quali sono le attenzioni che dobbiamo avere perché i media – ambiente che crea cultura e relazioni – siano spazio che favorisce il primo annuncio? Come domande di fede nei giovani che “abitano” le nuove tecnologie?

I *media* – ambiente che crea cultura e relazioni – per se stessi aprono la strada al *primo annuncio*, perché permettono l’incontro e il dialogo tra persone di differenti nazioni, culture e religioni. Le nuove tecnologie permettono che le persone si incontrino oltre i confini del tempo e dello spazio. Per questo, rispondo a questa domanda facendo riferimento alle parole del Documento 85 della Conferenza dei Vescovi Brasiliani – CNBB, che fa la seguente affermazione: “L’essenza della rete digitale è la sua connettività. L’Internet è il tessuto che collega le relazioni umane di coloro che hanno accesso ad essa”.¹ “L’importante è sapere come utilizzare lo spazio dei nuovi *media*, in particolare l’internet con numerose reti sociali, che costituiscono un nuovo forum in cui risuona l’eco del Vangelo, con l’attenzione perché il mondo virtuale mai sostituisca il mondo reale, perché un incontro personale sarà sempre insostituibile”.²

Nella crescita esponenziale delle informazioni diffuse dalle reti digitali e delle relazioni sociali che le costituiscono, è importante che la presenza cristiana si caratterizzi da come “ascolta”: un ascolto attento, sensibile e critico delle eterne domande dell’uomo, perché la comunicazione digitale è presente in tutti gli spazi e conversazioni. È una prospettiva che considera la comunicazione oltre i mezzi e dispositivi di informazione. Da qui la necessità di comprendere la società odierna a partire dai processi di comunicazione centrati sulla persona e sulle relazioni della persona con la società e il mondo. Molti momenti dell’esistenza umana si snodano attraverso processi mediatici. In questo modo gli uomini e le donne sviluppano nuovi modi di essere persona, di vivere nella società, di essere comunità e di vivere la fede.

¹ CNBB, Documento 99, 179.

² CNBB, Documento 94, 95.

Non c'è dubbio che stiamo vivendo un momento delicato, difficile e promettente nella storia umana. Non solo contempliamo la molteplicità di nuovi sviluppi che ci arrivano con una velocità incredibile. Ma viviamo un vero cambiamento e trasformazioni significative delle realtà circostanti (multiculturale, multireligioso, globali e digitali), in cui i criteri per giudicare sono reperibili negli stessi contesti socio-culturali delle città. La perplessità e l'oscillazione riguardo i criteri sono proprio segni dei cambiamenti del contesto urbano.

In questo scenario, l'attenzione iniziale che dobbiamo avere perché i mezzi siano lo spazio che favorisca il primo annuncio, a mio parere, è comprendere i cambiamenti del mondo contemporaneo a partire dagli sviluppi tecnologici e come questi cambiamenti richiedono un riposizionamento di azione e riflessione sulla vita di fede, quindi, il ripensare il significato della fede nel nuovo contesto esistenziale creato dai *media* e la conseguente 'mutazione antropologica'. Con questa intesa saremo in grado di condurre i giovani alla fede, di evangelizzare questa gioventù iperconnessa. Una caratteristica fondamentale delle nuove generazioni è la grande familiarità con la comunicazione, i *media* e le tecnologie. Ciò richiede da noi studio, conoscenze e preparazione per continuare ad essere educatori della fede dei giovani, in particolare, dei giovani nativi virtuali.

Sappiamo che essere educatore della fede nei nostri giorni richiede molta abilità e un sacco di competenze di fronte al mondo delle nuove tecnologie. Il mondo globalizzato porta con sé la concorrenza tra ciò che è "nuovo" e ciò che è "novità". In questo contesto, penso che le scoperte di oggi siano novità. La loro validità a volte dura una frazione di secondo. È evidente, tuttavia, l'interesse della maggioranza dei giovani che desiderano abbracciare la novità, anche se essa sfugge e dura niente. La pubblicità si getta con forza sui nuovi *media* digitali, nella ricerca vorace di quel pubblico, consumatore potenziale della novità confezionata in vari prodotti. I nostri giovani sono un facile bersaglio, e certamente i responsabili di far muovere il mondo consumistico.³

Nell'ambito del primo annuncio, in mezzo a questo scenario, abbiamo una missione speciale. Nel ruolo di educatori della fede siamo agenti di

³ BOLETIM SALESIANO, Educomunicação para o desafio imediato de educar, Setembro 2014.

cambiamento e crediamo nella forza del “Nuovo”, che è tutto ciò che contribuisce alla formazione dei valori. Gesù è il “Nuovo” nella storia. Con lui, i nostri Santi Fondatori hanno imparato il vero significato della vita e la loro esperienza, continuata dai membri della Famiglia Salesiana, sta trasformando in novità la vita di migliaia di bambini, adolescenti e giovani di tutti i tempi.

Non possiamo non credere nella forza del “Nuovo” che abbiamo tra le mani e dobbiamo cercare di diffonderlo. Come Famiglia Salesiana, formiamo una famiglia dotata di valori e che crede nella riuscita di un’istituzione che ha il suo fondamento nella parola di Gesù Buon Pastore, che ha vissuto in prima persona “la comunicazione a servizio di un’autentica cultura dell’incontro”, come ci dice Papa Francesco.

Oggi, non basta conoscere alcuni contenuti per discorrere sulle sfide del mondo post-moderno, secolarizzato e globalizzato. Abbiamo bisogno di arricchire il nostro mondo con l’esperienza dell’“Educomunicatore della Fede”. È importante avvalersi di procedure educomunicative nei riguardi dei nativi digitali.

Di fronte alle sfide del mondo globalizzato, siamo interpellati a cercare nuove possibilità per accompagnare, di fatto, le nuove generazioni, indicando la strada e educandole a combattere l’isolamento e la solitudine generati in questo contesto tecnologico. Siamo chiamati ad aiutare i giovani a distinguere l’utile dall’inutile, il vero dal falso, soprattutto nelle reti sociali, e saper approfittare di questo spazio per proporre dei cammini nuovi, cammini di vita. C’è bisogno di coltivare dei valori e formare la coscienza critica, dando opportunità alla creazione di strade alternative per la pratica della comunicazione.

Sono grandi le potenzialità che ci vengono offerte dalla cultura odierna e che possono aiutare nella conoscenza reciproca, nell’incoraggiamento alla solidarietà, nel rispetto alla dignità umana, nella ricerca della giustizia e nella costruzione della pace. Le proposte educative del carisma salesiano hanno le loro radici nella forza di due grandi educomunicatori. Da interlocutori di questa cultura non possiamo trascurare l’annuncio del “Nuovo”, Colui che trasforma tutto quanto impedisce l’essere umano di percorrere le giuste vie verso il futuro. Dobbiamo essere aperti ad accogliere la “novità” e trovare il modo di avvicinarla all’esperienza del “Nuovo”.

Il nostro mondo, immerso in un ambiente multimediale, ci richiede – co-

me Chiesa – creatività costante. All’inizio della Chiesa gli apostoli hanno vissuto con coraggio e audacia, utilizzando tutte le risorse disponibili. Si sono impegnati ad annunciare il Vangelo ad ogni creatura. I tempi sono cambiati, però il Vangelo è sempre lo stesso, perciò è necessario e desiderabile che esso sia proclamato, annunciato, insegnato anche con i nuovi e moderni mezzi di comunicazione. La sfida più grossa non è l’uso dei *media*, le piattaforme attuali, i cellulari, i tablets, ma l’adattare il messaggio di amore e di conversione, offerto da Gesù nel suo Vangelo, senza tradirlo.

“L’uomo oggi pensa, vive e sente attraverso internet. Il digitale non è soltanto un’estensione (protesi) della propria esistenza, ma una parte integrante della vita, il che si riflette nella “iperconnessione” di migliaia di persone in ogni luogo e a qualsiasi momento”⁴

Non possiamo quindi trascurare o ignorare questa realtà. Se nelle reti sociali (il continente digitale) vengono condivisi pensieri, conoscenze, e soprattutto la vita, allora, il continente digitale ha bisogno di missionari che annuncino la Parola di Dio, così come nella storia sono stati tanti i missionari inviati ai nuovi continenti, così anche oggi dobbiamo inoltrarci senza paura nel continente digitale. Quando i primi missionari sono arrivati in Brasile (Terra de Santa Cruz) nel 1500 hanno dovuto imparare la lingua degli indigeni. Oggi, siamo noi che dobbiamo imparare a fare il primo annuncio usando i moderni mezzi di comunicazione, per evangelizzare il continente digitale e suscitare domande di fede nei giovani che abitano le nuove tecnologie.

⁴ DIRETÓRIO DE COMUNICAÇÃO DA IGREJA NO BRASIL, Documento 99 da CNBB.