

CampanAC: In.Con.Tra. On Air

11-13 settembre 2009

Relazione di Giovanni Morelli

Il mio intervento è frutto della sensibilità e anche del mio percorso. Inoltre quando l'ho preparato ho fatto molto caso alle persone che avrei avuto davanti, cioè degli educatori non dei manager addetti alle pubbliche relazioni di un'azienda.

CITAZIONE INIZIALE

1. *Tra le meravigliose invenzioni tecniche che, soprattutto nel nostro tempo, l'ingegno umano è riuscito, con l'aiuto di Dio, a trarre dal creato, la Chiesa accoglie e segue con particolare sollecitudine quelle che più direttamente riguardano le facoltà spirituali dell'uomo e che hanno offerto nuove possibilità di comunicare, con massima facilità, ogni sorta di notizie, idee, insegnamenti. Tra queste invenzioni occupano un posto di rilievo quegli strumenti che, per loro natura, sono in grado di raggiungere e influenzare non solo i singoli, ma le stesse masse e l'intera umanità. Rientrano in tale categoria la stampa, il cinema, la radio, la televisione e simili. A ragione quindi essi possono essere chiamati: strumenti di comunicazione sociale.*

2. *La Chiesa nostra madre riconosce che questi strumenti se bene adoperati, offrono al genere umano grandi vantaggi, perché contribuiscono efficacemente a sollevare e ad arricchire lo spirito, nonché a diffondere e a consolidare il regno di Dio. Ma essa sa pure che l'uomo può adoperarli contro i disegni del Creatore e volgerli a propria rovina; anzi, il suo cuore di madre è addolorato per i danni che molto sovente il loro cattivo uso ha provocato all'umanità. (cf. Inter Mirifica, 1963)*

PREMESSA GENERALE

1. Cosa significa comunicare? I diversi approcci alla comunicazione

La tematica della comunicazione è certamente tra le più discusse e studiate e, nel contempo, tra le più difficili da affrontare. La complessità dell'argomento è dovuta anche alla varietà dei suoi approcci: oggi si parla di sociologia della comunicazione, di psicologia della comunicazione, di politica della comunicazione, di leggi sulla comunicazione, di comunicazione ecclesiale.....

L'origine etimologica del termine comunicazione (mettere in comune) rimanda a concetti e situazioni che attengono alla dimensione relazionale dell'uomo: il problema della comunicazione non può essere ridotto al trasferimento dell'informazione. Comunicare non vuol dire trasferire, ma mettere in comune. Ogni messa in comune implica un trasferimento, ma non ogni trasferimento implica una messa in comune. Pensiamo al nostro ruolo di educatori: nei nostri gruppi, ai nostri ragazzi noi, trasmettiamo la fede? oppure comunichiamo la fede? (su questo punto torneremo più avanti). È Dio stesso, fin dalla

creazione che pone l'uomo in un contesto di reciprocità e relazionalità: significativo è il passaggio di Gen 2, 18-22: «Poi il Signore Dio disse: "Non è bene che l'uomo sia solo: gli voglio fare un aiuto che gli sia simile". Allora il Signore Dio plasmò dal suolo ogni sorta di bestie selvatiche e tutti gli uccelli del cielo e li condusse all'uomo, per vedere come gli avrebbe chiamati (...), ma l'uomo non trovò un aiuto che gli fosse simile. Allora il Signore Dio fece scendere un torpore sull'uomo, che si addormentò; gli tolse una delle costole e rinchiuse la carne al suo posto. Il Signore Dio plasmò con la costola, che aveva tolta all'uomo, una donna e la condusse all'uomo». È Dio stesso, cioè, che ha posto l'uomo al centro del processo comunicativo come destinatario e, al tempo stesso, come attore principale.

Sembra partire da questa prospettiva Benedetto XVI nel suo bellissimo messaggio per la 43ª Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali. In un passaggio scrive *“Il desiderio di connessione e l'istinto di comunicazione, che sono così scontati nella cultura contemporanea, non sono in verità che manifestazioni moderne della fondamentale e costante propensione degli esseri umani ad andare oltre se stessi per entrare in rapporto con gli altri. In realtà, quando ci apriamo agli altri, noi portiamo a compimento i nostri bisogni più profondi e diventiamo più pienamente umani”*

Uno studio sulla comunicazione scientificamente valido e cristianamente ispirato, dunque, non può che muovere da una prospettiva antropologica, cioè al centro vi è sempre la persona. Il mondo della comunicazione non costituisce solo un insieme di strumenti, ma un orizzonte culturale dentro cui ci troviamo a vivere, a muoverci, a pensare, a parlare.

GIOVANNI PAOLO II, al n. 37 della Redemptoris Missio afferma che 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”.

2. Gesù, il primo strumento di comunicazione

Si può senz'altro dire che Gesù Cristo è il primo strumento di comunicazione, lo strumento cioè del quale si è servito Dio per comunicare con l'uomo. Gesù è il più grande comunicatore tra l'uomo e Dio, tra l'eterno e il tempo, tra l'infinito e il finito, tra Dio e il mondo. Dio creatore cioè ha escogitato un linguaggio per comunicare con l'uomo, appunto il linguaggio dell'incarnazione.

3. Legame con il tema associativo dell'anno e con la figura di Zaccheo

Certamente vi starete chiedendo quale legame c'è tra il tema che stiamo cercando di approfondire oggi ed il tema dell'anno. A me piace legarlo all'icona biblica e in particolare a quella frase che Gesù dice a Zaccheo: “Oggi devo fermarmi a casa tua”. Cos'è questo se non un desiderio di Gesù di entrare in comunicazione con Zaccheo? Viene definito un tempo preciso: oggi, non domani, un altro giorno, il mese entrante. Gesù approfitta del desiderio (nascosto) di Zaccheo di incontrarlo per entrare in comunicazione con lui.

Immaginiamo Zaccheo e Gesù su msn o su skype. Zaccheo dà un trillo a Gesù, che non gli risponde “asp” “sono al cell”, “sto a tavola”, ma gli risponde subito e il desiderio relazione di Zaccheo (che però è timido, è basso) lo fa entrare in comunicazione con Gesù. Gesù inoltre è deciso: devo fermarmi! Non vi è il punto di domanda, quasi quasi Gesù si auto-invita. È definito un luogo: a casa tua. Della serie: non mi scrivere più su msn tanto ora ti raggiungo di persona. La casa, tema che farà sfondo a questo anno associativo, è il luogo per antomasia dove si crea la comunicazione, luogo degli affetti, del riparo, della fuga, dei litigi.

È bello questa tematica della casa. E Gesù va a casa di Zaccheo! Oggi quanti giovanissimi e ragazzi vanno a casa di amici a cena o a studiare: basta avere msn e si possono condividere i file.

4. Gesù e la comunicazione interpersonale. Gesù e la comunicazione di massa

Quella che abbiamo appena visto è la comunicazione interpersonale: Gesù cioè stabilisce un dialogo a tu per tu con Zaccheo. Lo stesso farà la con la samaritana, con il cieco, con il lebbroso, con Lazzaro. Ma Gesù è anche un comunicatore di massa quando si rivolge alle folle, segno che la comunicazione massificata non è di per sé negativa.

5. L'educatore comunica

Come. L'educatore comunica: con il suo atteggiamento, con il suo stile di vita, con la coerenza della sua vita, con la severità e una parola dura, ma anche con una presenza fedele e silenziosa, con gesto dolce, ma anche deciso e netto.

“L'importante è farsi capire, e non solo avere qualcosa da dire”, diceva Heidegger. La comunicazione è veicolo di identità, quando comunichiamo qualcosa stiamo comunicando noi stessi. Il messaggio che noi veicoliamo, non è un messaggio qualunque, ma si fa per i nostri ragazzi proposta esistenziale. La qualità di ciò che si comunica passa attraverso il comunicatore ed il modo di comunicare. L'educatore non fa comunicazione, è esso stesso comunicazione.

Abbiamo mai analizzato la nostra comunicazione educativa: ci preoccupiamo solo che essa sia efficace oppure ci poniamo il problema che sia vera e non ipocrita?

Cosa. L'educatore comunica il Vangelo, la buona notizia, la parola stessa di Gesù.

Perché. Lo sappiamo da sempre: se abbiamo fatto un buon cammino di discepoli non ci resta che diventare apostoli. Per dirla con la 1Gv “Quello che abbiamo veduto e udito noi lo annunciamo anche a voi”

Per concludere questa parte dedicata alla comunicazione dell'educatore, mi piace consegnarvi un'altra immagine del vangelo dell'anno: l'**immagine del sicomoro**.

Quando si parla di comunicazione del vangelo mi viene sempre in mente l'immagine del profeta Amos il quale si definisce: “incisore di sicomori” (Am 7,14).

Il sicomoro è un albero – e anche un frutto -, sul quale Zaccheo salì per vedere Gesù.

Il sicomoro è un albero che produce molti frutti. Ma questi frutti per maturare e acquistare sapore - e quindi diventare commestibili, hanno bisogno di essere incisi, tagliati accuratamente in modo da farne uscire il loro succo amaro e così renderli gradevoli al gusto. L'incisione ovviamente, presuppone che ci sia qualcuno che la pratichi. C'è bisogno cioè della mano di un agricoltore, di un uomo.

Il coltivatore di sicomori, però deve conoscere i frutti ed il loro processo di maturazione, deve essere esperto e soprattutto paziente.

Il taglio per noi è rappresentato dal Vangelo, il quale attraverso l'opera di tanti “agricoltori” – noi educatori (evangelizzatori) – penetra nelle maglie di questa cultura “acerba”, non matura e la purifica, la trasforma, la rende migliore e più buona.

LUOGHI E STRUMENTI DELLA COMUNICAZIONE (dove e come?)

Stampa

I quotidiani sono in calo di 1,8 milioni di lettori, attestandosi poco sotto quota venti milioni. Si tratta, però, del numero dei lettori abituali. Tra chi si accosta invece

occasionalmente all'edicola la flessione è della metà. Il numero complessivo di utenti dei quotidiani è così di circa 27 milioni e mezzo.

A determinare la scelta sono, però, sempre più spesso fattori estranei all'informazione: è passata dal 36,5 al 38,1% la percentuale di coloro che dichiarano di acquistare un quotidiano per gli allegati. Uno dei fattori di tenuta è da rinvenire nella diffusione dei giornali gratuiti, che però solo per l'8% dei loro lettori rappresentano il vero futuro del mezzo. Prendere un giornale gratuito all'ingresso della metropolitana, leggerlo durante il tragitto, gettarlo una volta arrivati a destinazione non costituisce una scelta, ma solo un'opportunità colta al volo. Passare all'edicola, acquistare un quotidiano, leggere rapidamente gli articoli considerati più importanti, riprenderlo a più riprese per leggere altri articoli, farlo leggere anche a casa, tutto questo rappresenta una scelta di campo più impegnativa. A livello di contenuti, cresce l'attenzione alla cronaca locale e, anche se di poco, aumenta pure quella verso le notizie di politica. Diminuisce invece l'attrazione esercitata dagli articoli sulla televisione e sullo sport.

Libri

Una indagine rivela che i ragazzi tra i 14 e i 18 anni non apre neppure un libro all'anno; uno o due libri viene letto solo dal 29% solo il 26% legge più di tre libri l'anno. Si segnala l'aumento dei lettori occasionali, che ha interessato soprattutto i maschi, mentre per le donne aumentano sia le lettrici occasionali che quelle "forti". Tra gli scaffali vengono sempre più privilegiati quelli che contengono i testi di narrativa contemporanea, probabilmente sulla scia di alcuni best-seller, e anche quelli della saggistica storico-politica. All'incrocio tra i due media sta il fenomeno dell'acquisto di libri allegati a quotidiani o periodici.

Cinema, Teatro e Musica

Radio

Tra i più vecchi strumenti esistenti, dopo un periodo di declino dovuto soprattutto all'avvento della televisione, è riuscita a ritagliarsi una fetta di mercato, soprattutto giovanile, giocando sull'interattività. Basti pensare al fatto che nessuno di noi ormai porta con sé la vecchia radiolina, ma che è possibile ascoltare la radio sul cellulare, con l'mp3, in streaming sul web.

Ci sarebbe da fare una seria riflessione sulla radio oggi. Ritmi veloci (la maggior parte delle stazioni hanno 24 edizioni giornaliere di radio-giornali, della durata media di 2 minuti, come a dire una scaricata di notizie, messe l'una accanto all'altra), argomenti trattati (il sesso, il tradimento, l'amicizia) con una superficialità tale da far accapponare la pelle (speaker che, senza un minimo di sensibilità e pudore, invitano i radio ascoltatori, molti giovani, ad intervenire con sms o e-mail con risposte vacue e veloci, come se certi argomenti potessero ridursi a semplici sondaggi, oppure che si permettono di dispensare consigli).

Personalmente ritengo però la radio un buon mezzo di comunicazione. Lascia spazio all'immaginazione, al sogno. Ti fa compagnia con la buona musica.

Televisione (ospite fisso – cattiva maestra)

Oggi non si può più parlare di televisione, ma di televisioni: oltre a quelle già esistenti, infatti, si fa strada la tv su internet e - sia pur ancora in via sperimentale - sullo stesso telefonino.

Un dato significativo riguarda le preferenze di programmi da parte dei ragazzi: essi preferiscono programmi nei quali trovano modelli di riferimento a cui rifarsi e ispirarsi. Non è un caso che programmi per i ragazzi come la Melevisione (Rai 3), Gt ragazzi (Rai 3) si trovino in una posizione di gradimento inferiore rispetto alla serie americana con bollino rosso CSI (Italia 1) e al Grande Fratello (Canale 5).

Oggi si assiste alla moltiplicazione dei televisori nella casa, per cui il salotto non è più il luogo riservato alla visione della TV, ma ci sono la cucina e la camera da letto dove ognuno si ritira per i fatti propri isolandosi anche dal proprio contesto familiare. Oggi tutti, nonostante la crisi, possono permettersi il televisore, ma il problema è che l'introduzione del televisore modifica gli spazi, riformula la visione di famiglia che diviene non più inclusiva ma esclusiva di ciascuno rispetto agli altri, ognuno nel suo spazio e ciascuno secondo il proprio gusto.

Nella televisione di oggi domina la paura. Nel passato le paure del bambino erano legate all'immaginario (il lupo, l'orco, la strega...) ma c'era sempre il lieto fine "...e vissero felici e contenti". Oggi le paure dei bambini sono legate all'attualità della guerra, del terrorismo, della cronaca nera, dove manca sempre il lieto fine (questo vedono i nostri bambini anche nei talk show pomeridiani).

Stamattina si sono celebrati i funerali, di Stato addirittura, di un grande personaggio quale Mike Bongiorno. Viene quasi nostalgia di quella televisione.

Videogiochi

Sempre seguendo la ricerche statistiche si evince che l'80% dei bambini intervistati afferma di possedere videogiochi: il 73% possiede la play station, il 57% il game boy e il 25% il Nintendo. Alcuni bambini possiedono anche più di un videogioco, mostrando come sia in qualche modo importante avere strumenti differenti per le differenti situazioni di fruizione. Se per i maschi la tipologia di giochi più amata è quella sportiva seguita dalle avventure, per le bambine abbiamo esattamente il contrario. Dopo la top ten dei gusti, ovvero sport e avventura, la differenza tra maschi e femmine diviene sempre più marcata, privilegiando i primi giochi di combattimento e le seconde i cartoni animati.

Il 92% dei bambini dichiara di giocare nelle ore pomeridiane, il 38% alla sera. Non bisogna sottovalutare la funzione ludica del videogioco; la crescita nel loro utilizzo risponde al processo di identificazione ancora più forte che in teatro e al cinema perché nei videogiochi i ragazzi non sono spettatori ma veri e propri attori della storia. Il gioco dipende da chi gioca offrendo la possibilità di immaginare di essere dentro una sorta di allenamento per la vita, garantiti peraltro dalla sicurezza di non farsi male.

Cellulare

Nello scenario dei media presenti in casa, consideriamo quello che si è affacciato per ultimo e che ha già conquistato tutti: il cellulare. I dati a cui mi riferisco sono di una ricerca condotta su un campione di bambini compresi tra gli otto e gli undici anni. In questo arco di età, il 61% ha il telefono cellulare, mentre il 39% risponde di non possederlo. Non dimentichiamo come oggi la conquista del telefono cellulare rappresenti e segni il passaggio dall'infanzia all'adolescenza. A proposito del possesso sono interessanti i dati per macroaree geografiche: al nord il 55% dichiara di non possedere un telefonino contro il 45% che invece lo possiede; al centro il dato sale con il 76% di possessori contro il 24 di chi non detiene il cellulare, per esplodere al sud con addirittura il 90% dei bambini che è proprietario di un telefonino.

Con il cellulare si può telefonare ad un amico, scaricare musica, inviare MMS, ma sono gli SMS che conquistano la vetta della classifica e precisamente il 58% invia giornalmente da

uno a tre messaggi, il 21% da tre a cinque, il 13% da sei a dieci e l'8% oltre i dieci. Esiste un time budget anche rispetto all'accensione del cellulare: il 46% dei bambini tiene il cellulare acceso durante la giornata, il 31% giorno e notte, il 7% lo tiene acceso tra le cinque e le otto ore mentre il 16% tra le tre e le cinque ore.

Il cellulare sgancia l'utente da una postazione fissa, il soggetto può avere a che fare con media differenti nello stesso spazio e tempo. È come se in una zona del cervello ci fossero tutti i file aperti e l'attenzione, con grande velocità, passasse dagli uni agli altri. Da ciò deriva un'attenzione discontinua, manca il tempo per andare in profondità. Il cellulare ridefinisce lo spazio privato: in bus si ascoltano conversazioni privatissime.

Internet e new media

I ragazzi di oggi sono ragazzi digitali, percepiscono il mondo in modo differente, hanno cervelli diversi dai bambini e ragazzi anche solo di una generazione fa.

Svago, informazione, scambi interpersonali con email e chat sono, in ogni caso, i "must" dell'informatica applicata alla comunicazione.

Uno dei fenomeni esplosi di recente riguarda i social network (un qualsiasi gruppo di persone connesse tra loro da diversi legami sociali, che vanno dalla conoscenza casuale, ai rapporti di lavoro, ai vincoli familiari).

Tra i social network più noti e utilizzati: Badoo; Facebook; Friendster; MySpace; Netlog; Twitter.

Il vero fenomeno si chiama Facebook; nel 2008 è cresciuto in Italia del 961%; sono circa 200 milioni gli iscritti in tutto il mondo.

Concetto molto diffuso nei social network è quello di amicizia: è notizia di pochi giorni fa che grazie ad una compagnia pubblicitaria australiana, gli amici sul più grande social network del mondo si possono anche comprare: solo 177 dollari per mille amici e solo 654 dollari per 5 mila. Quell'antico e famoso proverbio "Chi trova un amico, trova un tesoro", quindi, va a farsi benedire se con pochi spiccioli si possono comprare centinaia di amici. Va detto che i fondatori di Facebook hanno vietato questa pratica commerciale.

Molto interessante quello che il papa, sempre nel suo messaggio per la 43^a Gmcs, scrive a proposito di questo tema: *"Il concetto di amicizia ha goduto di un rinnovato rilancio nel vocabolario delle reti sociali digitali emerse negli ultimi anni. Tale concetto è una delle più nobili conquiste della cultura umana. Nelle nostre amicizie e attraverso di esse cresciamo e ci sviluppiamo come esseri umani. Proprio per questo la vera amicizia è stata da sempre ritenuta una delle ricchezze più grandi di cui l'essere umano possa disporre. Per questo motivo occorre essere attenti a non banalizzare il concetto e l'esperienza dell'amicizia. Sarebbe triste se il nostro desiderio di sostenere e sviluppare on-line le amicizie si realizzasse a spese della disponibilità per la famiglia, per i vicini e per coloro che si incontrano nella realtà di ogni giorno, sul posto di lavoro, a scuola, nel tempo libero"*.

L'adolescente pubblica in rete il suo privato più privato: le nuove generazioni sembrano rivendicare non un diritto alla privacy ma alla visibilità.

Luoghi reali e luoghi virtuali

A livello di grandi cambiamenti, pur con una qualche semplificazione, si può parlare di tre fasi epocali .

- La prima fase coincide con l'invenzione della scrittura, che permise di fissare le informazioni con segni su un supporto stabile, liberando la memoria dal peso di un'enorme quantità di dati che prima dovevano essere ricordati;
- la seconda fase si aprì a metà del '500 con l'invenzione della stampa, che di colpo fece del libro un bene quasi popolare;

- gli ultimi venti anni del XX secolo ci hanno traghettato in una terza fase. Innanzitutto si tratta di un cambiamento quantitativo: oggi sappiamo moltissime cose che non abbiamo mai letto da nessuna parte, ma abbiamo viste o sentite, e non dalla viva voce di qualcuno. Questo cambiamento ha effetti profondi non solo sul contenuto, ma anche sul modo in cui le conoscenze sono organizzate e sulla forma. Si è passati da una organizzazione centralizzata della comunicazione a strutture reticolari molto estese che sfruttano il protagonismo dei singoli (si pensi alla produzione di contenuti nei blog).

Se tutto ciò che abbiamo detto è vero, ha senso oggi, in AC, parlare di gruppo?

“Legare la vita di un gruppo a un luogo sta diventando sempre più difficile. I ragazzi vivono e si creano spazi loro, dettati spesso e volentieri da mode, interessi e spinte anche momentanee. Si pensi agli innumerevoli e sfuggenti luoghi virtuali, che pure necessitano di presenze educative” (cf. Crescere insieme. Appunti sul gruppo di AC, p. 44, Ave, 2009).

Se per un adulto i media sono una serie di strumenti da utilizzare, per i ragazzi sono invece un mondo vitale che essi abitano: i ragazzi vivono nei media. TV, msn space, telefonini o videogiochi non sono più strumenti per comunicare, ma il territorio che abitano e lo scenario del loro agire. A questo riguardo non dobbiamo dimenticare il fatto che oggi molto spesso i bambini sono così "competenti" da avere una maggiore dimestichezza con i media dei loro genitori, educatori ed insegnanti; a volte bimbi di quattro o cinque anni sanno già come far partire il lettore dvd, spesso sono i figli a programmare il telefonino dei genitori o i ragazzi che spiegano ai loro insegnanti cos'è una chat. Ma un bambino competente è anche un bambino "critico"?

Ciò che i ragazzi conoscono della TV spesso lo hanno appreso dalla TV stessa in un rischio di autoreferenzialità per il quale la TV appare ai loro occhi ciò che realizza i loro sogni ed è la stessa TV che ha indotto e originato nei ragazzi i desideri che lei appaga. (cf. Piccoli grandi messaggi, Ave, 2007).

Viene da chiedersi: i nostri ragazzi, i nostri giovani si ritrovano ancora nelle piazzette di quartiere, davanti ai bar, al muretto, al pub, oppure solo in chat?

TEMPI DELLA COMUNICAZIONE (quando?)

Se i nuovi modi di comunicare ri-disegnano gli spazi, altrettanto vero è per i tempi. Attraverso i nuovi mezzi è possibile comunicare in tempo reale. I tempi di attesa tra l'invio di una mail e la ricezione da parte del destinatario sono ridotti quasi a zero. Non ci sono tempi sacri: il giorno e la notte, il tempo del lavoro e quello del riposo; con il cellulare acceso il mondo esterno è in casa, fino a sera tardi, anche nel weekend. Si reintroduce il festivo in altro modo: moltiplicarsi di sagre o di feste di qualsiasi specie...

Prendiamo il tempo sul treno per una breve percorrenza: è colonizzato, viene eliminato come tempo vuoto, riempito com'è dalla tendenza compulsiva a telefonare o messaggiare, dall'ascoltare musica al maneggiare l'i-pod.

In tutto ciò che significato danno i nostri ragazzi al tempo libero?

GLI EFFETTI DELLA COMUNICAZIONE SULL'UOMO

Dopo aver analizzato modi, luoghi e temi della comunicazione, è utile un accenno al problema della capacità e forza dei media di generare effetti sull'uomo e quindi sui nostri ragazzi e giovani che sono in formazione. Qualcosa in realtà l'abbiamo già detta parlando dei singoli strumenti.

Non condividendo approcci di tipo apocalittico, né tanto meno di tipo integrato, ci poniamo dalla parte di chi tenta di capire il più possibile ciò che sta dietro i meccanismi della moderna comunicazione di massa.

Un approccio di tipo apocalittico contrasterebbe, peraltro, con la visione cristiana che, invece, valorizza ed esalta l'ingegno dell'uomo.

Condividere, altresì, le posizioni degli integrati, secondo i quali lo sviluppo della tecnologia costituisce un'occasione storica per ampliare gli spazi di libertà e di partecipazione degli individui, significherebbe, da parte nostra, accettazione passiva di un fenomeno che va indagato più a fondo in quanto crea, comunque, condizionamenti e mutamenti.

DOPO LA DIAGNOSI, LA CURA

Cosa può fare un educatore? Non esistono ricette pronte. Tutto sta alla creatività di ciascuno. Una cosa è certa: il messaggio del vangelo, sempre valido al di là delle epoche storiche, va ridetto ai nostri ragazzi in forme sempre nuove, con linguaggi che stiano al passo coi tempi. Questo non vuol dire, come spesso si è fatto e si fa, ad organizzare incontri multimediali nei quali si sostituisce la slide con musica alla parola e alla voce dell'educatore. Linguaggi incarnati, al passo coi tempi, tutto qui. Per trovarli basterà essere buoni e coerenti testimoni, gente cioè che vive ciò che predica. In tal senso il lungo percorso di aggiornamento sulla proposta formativa avviata dall'Azione Cattolica ci sarà di grande aiuto (Progetto formativo, itinerari formativi, sussidiazione annuale, la nuova regola di vita, le pubblicazioni sul gruppo e sulle figure educative).

Nel maggio scorso, l'ANSA, lanciava notizie **“Spegnete i computer e cominciate a vivere**: è il consiglio che a sorpresa Eric Schmidt, amministratore delegato di Google, ha dato, agli studenti dell'Università della Pennsylvania, riuniti per il consueto appuntamento della cerimonia delle lauree. Il capo del colosso californiano ha esortato a gustare di più la vita reale lasciando da parte quella virtuale: «Spegnete i cellulari, i computer, per guardare la gente che vi circonda e decidere che gli esseri umani sono la cosa più importante nella vita»

«Il nostro obiettivo è tenervi sempre più attaccati, ma siete voi che sapete dov'è l'interruttore per spegnere», ha affermato il manager”.

Ogni tanto, direi io, spegniamo il computer e riprendiamo a vivere.

L'attuale epoca di cambiamenti e di stravolgimenti non va vissuta come tempo di alienazione e di smarrimento, ma come tempo prezioso in cui il cristiano, con il genio della fede, si fa interprete delle domande di vita, della ricerca di senso, dei desideri e delle preoccupazioni di ciascun uomo. Chiamato a portare l'annuncio del Vangelo ad ogni creatura fino agli estremi confini della terra, ogni battezzato sente la responsabilità e la fatica, ma anche la gioia e la bellezza, di questa chiamata.

Le parole di Giovanni Paolo ai responsabili delle comunicazioni sociali, in uno dei suoi ultimissimi documenti (Il rapido sviluppo) prima della morte, sono per ciascuno monito e incoraggiamento: «Non abbiate paura delle nuove tecnologie! Esse sono "tra le cose meravigliose" (...) che Dio ci ha messo a disposizione per scoprire, usare, far conoscere la verità (...). Non abbiate paura dell'opposizione del mondo! Gesù ci ha assicurato «Io ho vinto il mondo!» (Gv 16,33). Non abbiate paura nemmeno della vostra debolezza e della vostra inadeguatezza! Il divino Maestro ha detto: «Io sono con voi tutti i giorni, fino alla fine del mondo» (Mt 28,20). Comunicate il messaggio di speranza, di grazia e di amore di Cristo, mantenendo sempre viva, in questo mondo che passa, l'eterna prospettiva del Cielo”.

La sfida che attende il cristiano del Terzo millennio richiede conversione del cuore, coraggio e determinazione. È quanto mai urgente il passaggio, che dobbiamo prima di tutto fare noi per poi far fare ai ragazzi che ci vengono affidati, da una condizione di spettatore ad una, più consona, di attore.

CITAZIONE FINALE

Cosa deve fare, in ultima analisi il povero educatore? Nell'augurarvi buon anno associativo, buon cammino, buona vita, nella speranza di non avervi annoiato e di aver suscitato in voi degli interrogativi che potremo condividere qui, ora, mi affido alle parole di Benedetto XVI: *"Soprattutto, la Chiesa vuole condividere una visione in cui la dignità umana sia il centro di ogni valida comunicazione: 'lo vedo con gli occhi di Cristo e posso dare all'altro ben più che le cose esternamente necessarie: posso donargli lo sguardo d'amore di cui ha bisogno'.*

(Deus caritas est, 18)".