

IV. LA CULTURA DELLA COMUNICAZIONE

Sr. Pina Ricciari, fsp¹

Premessa

Il tema che mi è stato affidato è: “la cultura della comunicazione”. Per cercare una connessione tra cultura della comunicazione e spirito paolino, mi sono posta alcune domande:

1. Quali sono le istanze della cultura della comunicazione oggi?
2. Quali sono le sfide della cultura della comunicazione per lo spirito paolino?
3. Cosa significa coniugare lo spirito paolino con la comunicazione?

¹ Figlia di San Paolo. Ha compiuto gli studi di Psicologia presso l’Università degli Studi di Roma «La Sapienza». È iscritta all’albo professionale dell’Ordine degli psicologi della Regione Lazio. Ha conseguito il Magistero in Scienze per la Formazione, collegato con l’Istituto di Psicologia della Gregoriana. Ha conseguito il Dottorato in Psicologia dell’Educazione alla Pontificia Facoltà di Scienze dell’Educazione «Auxilium» (Roma) con una tesi su *La formazione alla vita consacrata nel tempo del Web*, pubblicata nel 2011 per le Paoline Editoriali Libri, tradotta anche in lingua portoghese e spagnola con il titolo: *Formazione a portata di click*. Da molti anni è impegnata nella Formazione. Dal 2002 al 2009 ha collaborato con il Governo generale, inserita prima nel Segretariato Internazionale della Formazione (SIF) e poi nel Segretariato Internazionale della Comunicazione (SICOM). Ha fatto parte del Governo della Provincia Italia del suo istituto per due mandati. Attualmente vive a Roma. È superiore di comunità e formatrice. Svolge attività di animazione su tematiche legate all’ambito formativo e comunicativo. Collabora con l’USMI Nazionale (Unione Superiore Maggiori d’Italia) nell’area della Comunicazione.

1. Quali sono le istanze della cultura della comunicazione oggi?

Nell'ambito della comunicazione sociale il magistero di Giovanni Paolo II ha apportato una novità epocale che riguarda non solo l'apprezzamento nei confronti delle novità tecnologiche, ma anzitutto la consapevolezza che per evangelizzare, oggi occorre entrare nella *cultura digitale* e integrare in essa il messaggio salvifico. La *cultura* della comunicazione richiede che le nostre categorie mentali e i nostri linguaggi siano sempre rinnovati; occorre possedere competenze sempre più aggiornate.

Se consideriamo la comunicazione come processo, ossia come un percorso che si fa insieme e in maniera graduale, la possiamo suddividere in tre grandi ambiti:

1. la comunicazione faccia a faccia;
2. la comunicazione di massa, che coinvolge i cosiddetti mass media tradizionali come stampa, TV, cinema, radio ed editoria;
3. la comunicazione online, cioè il mondo di internet e dei social media.

Nella realtà la comunicazione attraversa tutti questi tre ambiti. Dal contesto più semplice, in cui due persone iniziano a comunicare senza avere nulla in comune, arriviamo, attraverso vari passaggi, a quella che è stata chiamata la società delle piattaforme digitali (ciò che stiamo sperimentando in questo tempo di pandemia) in cui le varie forme di comunicazione faccia a faccia, mass media e online si intrecciano in ogni momento². Non dimentichiamo che il concetto di “cultura della comunicazione” restituisce l'idea che l'innovazione è un fatto culturale, prima ancora che tecnologico; rappresenta un mondo più che una serie di strumenti.

Descrivere dunque le trasformazioni del presente è sempre un'attività particolarmente complessa perché siamo immersi

² Cfr. L. PACCAGNELLA, *Sociologia della comunicazione*, Il Mulino.

all'interno della mutazione in atto e siamo parte di quell'evoluzione che caratterizzerà il nostro futuro.

Anzitutto l'avvento del digitale ha cambiato il paradigma della comunicazione. Nella nostra epoca, una delle trasformazioni più visibili è certamente tra continuità e innovazione, la fusione tra i *vecchi* e *nuovi media*. In tal senso si parla di convergenza digitale, un fenomeno che si verifica quando i dispositivi tradizionali di comunicazione, come la telefonia, la televisione e le telecomunicazioni, l'informatica, si fondono in un unico dispositivo come il *telefono*, il *televisore* e il *computer*. In sostanza si tratta di *molti strumenti in un unico dispositivo* perché ciascuna tecnologia ospita altri media. La rete è l'esempio più evidente della convergenza digitale perché nel Web immagini, suoni e parole sono trattati allo stesso modo³. I media digitali sono entrati nelle nostre vite, non sono più solo nuovi strumenti da applicare, ma sono soprattutto un *luogo antropologico*, un nuovo ambiente da abitare, da conoscere, da frequentare per comprendere il cambiamento nel quale siamo immersi costantemente. Siamo *online* anche quando non sappiamo di esserlo. I media digitali hanno creato un "nuovo contesto digitale": sempre più si vive *OnLife*, neologismo creato da Luciano Floridi, docente di etica della comunicazione presso l'Università di Oxford, per indicare una realtà in cui non c'è più distinzione tra *online* e *offline*. Secondo un rapporto (2019) *Cefriel*, società che fotografa il traffico informatico contemporaneo, ogni giorno vengono generati Big Data ("grandi dati") per circa 3 quintilioni di byte. Un numero che pare fantascientifico, ma è assolutamente concreto. A comporlo contribuiscono le 187 milioni di e-mail, i 38 milioni di messaggi WhatsApp e i 18 milioni di sms scambiati ogni minuto nel mondo. Ciò significa avere a che fare con innumerevoli informazioni estremamente complesse da richiedere la definizione di nuovi strumenti e tecnologie per poterle gestire e processare in tempi rapidi. Con i *big data* nascono dei modelli

³ Cfr. P. FERRI, *La rivoluzione digitale. Comunità, individuo e testo nell'era di internet*, Mimesis.

predittivi. Infatti “tutti i like, i commenti, le reazioni, le preferenze espresse, i check-in e le geolocalizzazioni, i tempi di permanenza su pagine e contenuti video, i tag e le modifiche alle reti di contatti vengono salvati in tempo reale e immagazzinati sulle memorie di migliaia di computer sparsi per il mondo”⁴. In base alle operazioni che abbiamo fatto in rete, saranno capaci di dire quale sarà la nostra prossima mossa online. Il punto è: “non dobbiamo temere la fine della privacy e dell’anonimato bensì l’inquadramento in categorie in grado di determinare a priori il nostro futuro di consumatori e cittadini”⁵. Abbiamo necessità e urgenza di comprendere le logiche della comunicazione, le strategie che soggiacciono alla costruzione dei messaggi per abitare la comunicazione dell’era digitale con consapevolezza e responsabilità.

2. Quali sono le sfide della cultura della comunicazione per lo spirito paolino?

La vocazione paolina si deve misurare con il contesto socio-culturale in cui è immersa, come avvenuto agli inizi del cristianesimo, e oggi – se desideriamo continuare ad essere un fermento di nuova vita e chiara speranza per un’umanità smarrita – non possiamo esimerci dall’impegno di una rinnovata inculturazione del Vangelo anche nel mondo della comunicazione. Se la comunicazione è la grammatica dell’evangelizzazione, non esiste evangelizzazione senza comunicazione perché la Parola di Dio va resa visibile, comunicata e condivisa con altri. Vivere oggi nel mondo della comunicazione da Paolini e Paoline non significa dare continuità soltanto a ciò che c’era prima. Lo spirito paolino non sono i mezzi di comunicazione, non è l’evangelizzazione con i mezzi ma è far entrare lo spirito di Dio dentro i media. Con Papa

⁴ M. PIREDDU, *Algoritmi. Il software culturale che regge le nostre vite*, Luca Sossella Editore.

⁵ S. BAUMAN-D. LYON, *Sesto potere. La sorveglianza nella modernità liquida*, Laterza.

Francesco possiamo dire che come Famiglia Paolina “non abbiamo un prodotto da vendere, ma una vita da comunicare” (*Twitter*, 30 agosto 2018). Lo spirito paolino lo diffondono i testimoni non il marketing. È questa la forza motrice dell’evangelizzazione: la testimonianza. È evidente che le nuove tecnologie sono mezzi potenti per raggiungere una moltitudine di persone e per veicolare il messaggio del Vangelo, ma la nostra preoccupazione non è lo strumento perché l’evangelizzazione non è sempre mediata dalla tecnologia. La comunicazione non si identifica tout court o senza alternative con i mezzi di apostolato, ma caratterizza tutti gli aspetti della vita paolina. La riflessione sulle sfide che la cultura della comunicazione lancia allo spirito paolino ci conduce a prendere coscienza che i media digitali influiscono non solo nella comprensione dello spirito paolino, ma anche sul modo di vivere oggi i voti, la vita comunitaria, la missione che vanno ripensati e riproposti.

3. Cosa significa coniugare lo spirito paolino con la comunicazione?

Le Costituzioni delle FSP danno questa definizione dello spirito paolino:

“Lo spirito paolino, che il Fondatore ci ha comunicato, fonda tutta la nostra esistenza in Cristo Maestro Via e Verità e Vita e ci fa essere per il Vangelo con la radicalità di san Paolo. È per noi fonte di unità interiore e di dinamismo apostolico, vincolo che ci unisce alle altre istituzioni della Famiglia Paolina, preziosa eredità da approfondire, vivere e far conoscere (UPS III, p. 187; CISP p. 137; PrPM, 1948)”⁶.

Ritengo questa esplicitazione chiara e comprensiva di diversi aspetti.

⁶ *Costituzioni Fsp*, n. 11.

In sostanza lo spirito paolino è una vita interiore che nasce da un incontro vero, anche se non definibile, con una presenza che per noi è Dio, il Maestro, che è all'origine della scelta vocazionale.

Lo spirito paolino viene raffigurato con le quattro ruote. Nella realtà si traduce infatti in questi quattro elementi: santità, studio, povertà e apostolato. Un'attenzione particolare va rivolta alla ruota dello studio perché se non c'è pensiero, cultura, non nasce la comunicazione, non fiorisce il dinamismo apostolico, ma regna il vuoto. Senza un pensiero non è possibile affrontare alcun cambiamento.

Lo spirito paolino non appartiene solo ai singoli membri, ma caratterizza lo stile di vita comunitario ed è un vincolo ineliminabile che unisce la Famiglia Paolina.

Lo spirito paolino è la "furia", la forza, l'impeto di san Paolo di portare Cristo nel mondo di oggi. Ieri Paolo ha comunicato la sua passione apostolica in un modo e oggi noi la portiamo nel mondo della comunicazione.

Lo spirito paolino si rivela e si manifesta in azione perché lo spirito non è una idea, ma un'esperienza. Così si afferma nei Documenti capitolari delle FSP del 1971: "L'esperienza umana è il mezzo attraverso il quale il dono di Dio si comunica all'uomo, e nello stesso tempo è il quadro in cui l'uomo può percepire questo dono. Perciò ogni comunità Paolina deve incarnare lo spirito della congregazione, vivendo l'esperienza di salvezza del fondatore e della comunità della prima ora, ma in modo diverso, cioè nella propria «situazione»"⁷. Se noi non siamo in azione lo spirito muore. Con una metafora possiamo dire che lo spirito paolino è come il muscolo del cuore. Se il cuore non batte, muore. Come fa a battere? Grazie al sangue che vi circola dentro. Ma se il sangue non circola nelle vene, il cuore non cresce e il muscolo muore. Fuori metafora: se non circola, in termini di impegno, di attività, di fiducia, di servizio e di testimonianza, il sangue del Vangelo, dell'evangelizzazione, il cuore dello spirito paolino si spegne. Affermava don Silvio

⁷ *Documenti capitolari Fsp*, n. 158.

Sassi: “Don Alberione non è stato rivoluzionario nei pensieri ma nelle opere. Anche perché in quell’epoca elaborare grandi pensieri sarebbe stato pericoloso a motivo del modernismo. C’erano autori che si distinguevano con i loro scritti, invece il primo Maestro ha scelto la via della prassi, dei cambiamenti. Le cose le pensava ma preferiva farle. Poi le ha anche elaborate. Non ha fatto una dichiarazione e ha scritto: «È bene che la donna prenda la patente o vada in bicicletta»: lo ha fatto fare”.

A questo proposito vorrei ricordare anche una testimone paolina che molti di noi hanno conosciuta: Maestra Assunta Bassi che con la sua vita e testimonianza sprigionava una gioia e un entusiasmo travolgente. Amava raccontare: «Quando vado per la strada mi piace guardare la gente, salutare, cerco di capire come vive. Ciò mi arricchisce molto. Qualcuno incontrandomi mi ha detto: - Lei è suora? - Sì, ho risposto. - È felice di essere suora? - Sì... - Si vede che è felice da come ci saluta». Maestra Assunta formava le Figlie per l’aspetto apostolico in un modo tutto speciale. Quando faceva un viaggio, al suo rientro in comunità, entusiasmava le giovani, raccontava le persone che aveva incontrato in treno, che aveva ascoltato. È così che si imparava a vivere il percorso apostolico di promozione, di pubblicità e di propaganda. Maestra Assunta, indirettamente, insegnava il metodo della studiosità paolina: *imparare da tutto e da tutti*. Era una maniera per dire: respira la realtà che vivi, amala e, in questo modo, lo spirito paolino entra nella realtà che incontri.

È arrivato il momento in cui non possiamo mettere lo spirito paolino in naftalina, ma tirar fuori, secondo le nostre possibilità, tutte le strategie per poter evangelizzare nella nostra contemporaneità. Questo potrebbe voler dire attivare dal basso dei possibili cammini. Lo spirito paolino è una gemma che si può innestare nell’oggi e nel futuro, un lucignolo che non si spegne, ma non è legato solo alle comunità paoline perché la comunità religiosa è un *modus vivendi* che può non coincidere con lo spirito paolino. Lo spirito paolino, infatti, può incarnarsi anche in altre realtà perché *spirito paolino* significa vivere la spinta apostolica di Paolo e comunicarla al mondo. E ciò dipende da chi lo vive. Lo spirito può essere respirato

da altri perché portato e diffuso da chi lo sente e lo vive. E le modalità possono essere anche diverse. In fondo parlare di *spirito paolino* significa chiederci dove sta andando la Famiglia Paolina. La Famiglia Paolina può anche estinguersi ma lo spirito paolino resta perché Paolo, insieme a Pietro, è colonna della Chiesa. Fin dai primi tempi don Alberione indicò come fondatore della Famiglia Paolina l'apostolo Paolo. Una convinzione che lo ha accompagnato per tutta la vita, fino a fargli scrivere, nella "storia carismatica" (*Abundantes divitiae*, 1954), le note parole testamentarie: "Tutti devono considerare solo come padre, maestro, esemplare, fondatore San Paolo apostolo. Lo è, infatti. Per lui è nata [la Famiglia paolina], da lui fu alimentata e cresciuta, da lui ha preso lo spirito [...]"⁸.

Don Alberione ha inventato modalità diverse di vita paolina, legate al suo tempo e alle esigenze dei suoi contemporanei e queste possono mutare, evolversi, cambiare. Oggi lo spirito paolino è vissuto dai cooperatori, sacerdoti, suore, annunziate... ma non è escluso che un giorno possano venir meno queste modalità e restare solo quella familiare. Poiché lo spirito appartiene alla Chiesa e alle dieci istituzioni che compongono la Famiglia Paolina, sono queste che cercheranno di affrontare i problemi e le novità del mondo e, a seconda della propria tipologia carismatica, incarnarlo e attualizzarlo nell'oggi, operando in sinergia e comunione, sostenendosi vicendevolmente.

È urgente una rinnovata attuazione dello spirito paolino. Per questo va effettuato un cambiamento di rotta. Riterrei anzitutto necessario costituire un nucleo comunitario di persone capaci di scambiare con sufficiente maturità idee e valori; di elaborare un pensiero che si traduce in comunicazione ed entri a pieno titolo nel circuito comunicativo odierno. Mentre un tempo avevamo l'"apostolato" che potevamo vivere e concretizzare tra noi, con i nostri mezzi e grazie alla spinta generosa e carismatica di ognuno di noi, lo scenario mondiale odierno ci chiede di unirci, in modo

⁸ G. ALBERIONE, *Abundantes divitiae gratiae suae*, Società San Paolo, 1998, n. 2.

attivo e propositivo, a chi già opera l'evangelizzazione con i media perché la comunicazione richiede sinergie *extra Congregazionali*. Occorre essere presenti sul territorio nei vari organismi della comunicazione dove si impara e si dà il proprio contributo senza avere un peso gestionale legato alle strutture. Attualmente non possiamo permetterci più l'edificazione di nuove strutture perché i costi non sono più sostenibili. In questi centri di comunicazione si può ascoltare, imparare, crescere e così attuare lo spirito paolino, senza stare ad osservare pretendendo da fuori di avere uno spazio.

In conclusione

L'ansia missionaria per far incontrare la persona di Cristo con gli uomini e le donne di oggi, sorgente dello spirito paolino, è il movente principale che mette in moto libertà e responsabilità, che apre verso una nuova capacità di conoscere, vivere e presentare il Vangelo nell'era digitale. Concludo con un brano tratto da uno degli ultimi scritti di Zygmunt Bauman, *La grande regressione* (2017), in cui affermava:

“Un vecchio proverbio cinese, ancora molto attuale, invita chi di noi è preoccupato per l'anno a venire a seminare grano e chi invece si preoccupa per i prossimi cento anni a educare le persone. I problemi che abbiamo di fronte non ammettono bacchette magiche e scorciatoie, ma richiedono niente meno che un'altra rivoluzione culturale. In tal senso, essi impongono una riflessione e una pianificazione sul lungo periodo, due arti purtroppo dimenticate e raramente messe in pratica in questi tempi affrettati vissuti sotto la tirannia del momento. Abbiamo bisogno di recuperare e di riapprendere queste arti. Per farlo, serviranno menti lucide, nervi d'acciaio e molto coraggio. Soprattutto, servirà un'autentica visione globale a lungo termine — e tanta pazienza”.