

Sintesi dei testi inviati come contributi per la preparazione all'Assemblea Plenaria attinente ai temi del linguaggio e della comunicazione

Sommario

1. Precisazione sui termini linguaggio, comunicazione e cultura	3
a) Linguaggio	
b) Determinismo linguistico	
c) I quadri di riferimento	
d) Civiltà/Cultura	
2. Linguaggio e comunicazione nelle società globalizzate e secolarizzate	3
a) Un nuovo contesto culturale	
b) La postmodernità, il tempo del sogno	
c) Il clima di confusione	
d) Un mondo secolarizzato	
e) La scienza	
f) La dimensione multiculturale delle società	
g) I contributi positivi	
3. Le Nuove Tecniche di Informazione e di Comunicazione e i cambiamenti culturali	6
a) Conseguenze sui nostri modi di pensare, «We are how we read »	
b) Un nuovo mezzo, nuovi sistemi simbolici	
c) L'abbattimento delle barriere tradizionali	
d) I pericoli immediati	
4. I mezzi di comunicazione	7
a) Internet	
b) Televisione	
c) Cinema	
d) Strumenti che modellano la cultura	
5. I <i>media</i>	8
a) Il contenuto e la forma	
b) Protagonisti nei dibattiti	
c) Quattro logiche dei <i>media</i>	
d) Conoscenze teologiche dei <i>media</i>	
6. I giovani	9
7. Disparità nell'accesso a Internet	9
a) Gli ostacoli per l'accesso a Internet	
b) Le zone coinvolte	
c) Necessità di ridurre questa « frattura » informatica	
8. Le sfide e gli ostacoli da superare	10

- a) La Società moderna, una nuova torre di Babele
 - b) Frantumazione delle sfere di appartenenza e fratture tra fede e cultura
 - c) Gli ostacoli perenni
9. Legame tra le Nuove Tecniche di Informazione e Comunicazione e l'evangelizzazione 11
- a) Internet uno strumento dalle molteplici sfaccettature
 - b) Fede e cybercultura
10. Piano d'azione, proposte :«una visione ottimista dell'evangelizzazione elettronica» 11
- a) La comunicazione interpersonale e i valori cristiani
 - b) La formazione degli esperti, sviluppo della ricerca e dei mezzi informatici
 - c) L'interattività
 - d) Semplicità e sincerità
 - e) Il posto dell'arte
 - f) Tecnica e spiritualità
 - g) È necessaria una regolamentazione ?
 - h) Il ruolo delle Chiese locali
 - i) Università cattoliche virtuali
 - j) Lottare contro la logica commerciale delle NTIC e la nozione di progresso laico
 - k) Ridare importanza alla fantasia
 - l) Tenere in considerazione la specificità del messaggio cristiano in un mondo pluralista
11. Ricapitolazione delle problematiche 17

1. **Precisazione dei termini linguaggio, comunicazione e cultura**

- a) **Linguaggio**: insieme di simboli universali che trasmettono delle idee astratte e una visione della realtà. Tutte le lingue condividono alcune proprietà comuni (strutture, uso dei simboli arbitrari...). CHOMSKY parla di «grammatica universale».
- b) **Determinismo linguistico**: noi non siamo in grado di pensare a ciò di cui non possediamo le categorie linguistiche. Il linguaggio determina il pensiero (SAPIR et WHORF). Oggi, questa tesi è stata, per così dire, messa da parte, e si preferisce parlare di «influsso linguistico» (*linguistic influence*).
- c) **I quadri di riferimento**: per comunicare è necessario comprendere il contesto di vita e di pensiero del proprio interlocutore.
- d) **Civiltà/Cultura** : la civiltà, facendo proprio un punto di vista orientato all'esterno, può fare riferimento a un concetto di universalità, di progresso e di materialità. La Cultura, invece, fa riferimento alla particolarità, alla tradizione e alla dimensione spirituale.

2. **Linguaggio e comunicazione nelle società globalizzate e secolarizzate**

- a) **Un nuovo contesto culturale**: per meglio affrontare la problematica del linguaggio e della comunicazione e di una «nuova strategia» di evangelizzazione, è necessario capire i contesti culturali in cui si sviluppano: la rivoluzione della tecnologia dell'informazione, tra l'altro la televisione e poi Internet, ha dato vita a un nuovo linguaggio globale e a dei “**nuovi valori**”. La **rapidità** di questi nuovi mezzi di comunicazione fa eco al regno dell'**efficacia** e dell'**immediatezza**.
- b) **La postmodernità, l'età del sogno**: le possibilità tecniche delle NTIC (Nuove Tecniche d'Informazione e di Comunicazione) hanno aumentato a dismisura la quantità delle comunicazioni, a scapito della loro qualità. Questo deterioramento della comunicazione interpersonale è da attribuirsi a una forte **individualizzazione** delle società, che sostengono il diritto di scegliere e l'accesso alla libera scelta, e costringono gli internauti nel loro **mondo virtuale**. L'importanza della libera scelta, teorizzata dagli Illuministi, si contrappone alla perdita di significato dell'autorità, della tradizione e della natura.
- c) **Il clima di confusione**: la **velocità** di comunicazione o l'accesso all'informazione, ormai possibile con le NTIC, così che il numero accresciuto di interlocutori in gioco, lascia uno spazio vastissimo all'interpretazione, in un clima di **confusione** generale.
- d) **Un mondo secolarizzato**: la **religione** viene relegata alla sola **sfera privata**. La **visione morale della Chiesa**, che plasmava il vivere quotidiano e i modi di pensare,

si sgretola in una società moderna ormai largamente secolarizzata. Il mondo secolarizzato non parla più lo stesso linguaggio della Chiesa.

- e) **La scienza:** La comprensione universale dell'uomo e del suo universo oggi viene proposta dalla **Scienza**, e dalla **tecnologia** che ne è il suo corollario, con delle scoperte tecnologiche che hanno cambiato il nostro modo di vivere e di pensare. Il linguaggio scientifico (o *Net language*) è considerato molto spesso come l'unico autentico. Inoltre, questi nuovi riferimenti dati dalla visione scientifica spingono verso una vita irreal e disumana. Un linguaggio e un metodo scientifico, che prima di tutto creano compartimenti e si dividono in specializzazioni, si oppongono a una vita cristiana globale, omogenea e coerente.
- f) **La dimensione multiculturale delle società** e degli scambi viene moltiplicata da questa formidabile capacità delle NTIC di eliminare la **distanza** tra gli interlocutori. Ma questo pluralism, ormai inevitabile, tende verso un **relativismo** confuso, soprattutto nei dibattiti politici ed etici. Ora, si tratta sicuramente di una mancanza di senso, di verità, (incapacità di rispondere alla domanda «perché vivo»?») che in parte è responsabile di questa crisi della comunicazione e più profondamente della cultura. Senza contare che questi scambi multiculturali, associati a una deregolamentazione dei mercati e a una concentrazione economica, possono accelerare l'**omogeneizzazione sterile** delle culture.
- g) **I contributi positivi:** la globalizzazione dei mezzi di comunicazione favorisce una maggiore **collaborazione** tra popoli diversi e culture differenti. Per esempio: nell'ambito della ricerca scientifica. L'anonimato, elemento caratteristico della comunicazione in Internet, può incoraggiare i fruitori a una maggiore libertà di espressione. I nuovi media, tipo **Facebook**, sono degli strumenti di comunicazione preziosi per le **popolazioni emarginate o oppresse**. Infine, questa globalizzazione contribuisce al **desiderio umanizzante di «connessione», dialogo interculturale** necessario. Si può anche rispondere, di fronte ai rischi annunciati di omogeneizzazione culturale, attraverso le NTIC, che questi ultimi, grazie al loro carattere decentralizzato, possono sottrarsi alle leggi di diffusione massiva dei media classici e, pertanto, preservare la **diversità culturale**.

3. Le NTIC e i cambiamenti culturali

- a) **Conseguenze sui nostri modi di pensare, « *We are how we read* » :** la riduzione del tempo di **lettura** del quotidiano oltre alla comparsa di una pratica come lo

« *skimming* » (lettura rapida in diagonale), o lo « *zapping* » (alcuni parlano ormai dell'*Homo Zappiens*), favorisce un abbassamento generale delle nostre capacità di **concentrazione**, di **contemplazione** oltre che di **interpretazione**. Nella nostra cultura del « **copia-incolla** » noi assimiliamo diversi fatti senza realizzare una **riflessione approfondita**. Una pura erudizione fa da contrappeso a una perdita preoccupante di **spirito critico**. La diversità di interlocutori, molto spesso, mette tutte le opinioni sullo stesso piano, rendendo difficile la distinzione tra verità e opinione.

b) **Un nuovo strumento, dei nuovi sistemi simbolici:** la rivoluzione tecnologica di Internet e delle altre NTIC – introducendo elementi come la rapidità, un accesso più veloce alla documentazione, la facilitazione delle ricerche, il basso costo delle comunicazioni e dell'accessibilità all'informazione, l'abolizione delle distanze – ha consentito degli straordinari passi in avanti negli ambiti dell'insegnamento a distanza o della telemedicina, modellando i “nuovi valori” di una inedita cybercultura.

c) **L'abbattimento delle barriere tradizionali:**

- a. Le nozioni di tempo e spazio
- b. Il reale e l'illusorio
- c. Il contenuto e il messaggio. Ormai, come dimostra Marshall MCLUHAN, «il mezzo è il messaggio», in un sistema in cui la forma è tanto importante quanto il contenuto.

d) **I pericoli immediati:**

- a. **l'anonimato** che annulla la responsabilità degli interlocutori rispetto alle loro intenzioni e pone la questione della dipendenza, espressa soprattutto con il bisogno di «vivere» in un mondo virtuale.
- b. **la credibilità e la tracciabilità** dell'informazione, all'interno di un sistema che funziona in rete e in cui ciascuno può diventare una fonte di informazione.
- c. **Deformazione del linguaggio:** con il «*LOL speak*» (abbreviazione di **laughing out loud**. Serie di abbreviazioni e di deformazioni ortografiche dove la fonetica è più importante di una corretta ortografia) è legata alla rapidità di scrittura imposta dalle NTIC, come la discussione *on line*.
- b. **Perdita della stessa nozione di vero senso della comunicazione**, che non è un semplice scambio di informazioni, ma coinvolge l'ascolto e il rispetto per comprendere il proprio interlocutore e unire gli uomini.

- c. Sviluppare una **cultura della banalità** e del superficiale in cui siamo incapaci di raggiungere il cuore delle problematiche.

4. I mezzi di comunicazione

- a) **Internet** : oltre alle diverse caratteristiche sopra descritte (rapidità, abolizione delle distanze...), Internet così come la televisione rispondono al progresso tecnologico straordinario della **comunicazione in tempo reale**.
 - d. **YouTube** : vero areopago virtuale
 - e. **Google** : strumento di ricerca che dipende da un certo «**tylorismo dello spirito**». Bisogna sottolineare che i navigatori informatici di Google conducono ricerche avanzate nel campo dell'intelligenza artificiale. Inoltre, Google o le reti sociali presenti in rete (Facebook, Twitter...) rappresentano una manna preziosa di informazione per le **pubblicità mirate**.
 - f. **Gli SNS** : *social networking sites*, di cui i più famosi sono Facebook o MySpace, consentono di creare delle **comunità virtuali**.
 - g. **La Web 1.0 e la Web 2.0** : la Web 1.0 comprendeva dei dati su carta semplicemente trasferiti sotto forma numerica nelle pagine html. La Web 2.0 è orientata verso la condivisione di dati. L'internauta non è più solamente spettatore ma anche protagonista.
- b) **Televisione**: esattamente come per la rivoluzione Internet, la rivoluzione televisiva ha cambiato i nostri modi di fare e di pensare. Anche se in tantissimi paesi occidentali il processo di comunicazione e di informazione avviene ormai attraverso Internet, **non bisogna trascurare l'importanza della televisione** e dei suoi accessori (videocassette, reti via cavo) per raggiungere una popolazione più anziana e/o che non ha accesso alle infrastrutture Internet.
- c) **Cinema** : un mezzo ancora capace di **raccontare una storia** profonda e di catturare l'attenzione (non frammentata), in un mondo di comunicazione rapida e di distrazione. Il cinema, dunque, risponde a questo bisogno umano di passare attraverso una storia per capire la serietà della vita. Il cinema offre anche punti di vista diversi. Questa diversità è necessaria per costruire un **dialogo** verso la **verità**.
- d) **Mezzi che modellano la cultura**: Parliamo oggi della «**civiltà dell'immagine**», alcuni sottolineano la trasformazione da *homo sapiens* a *homo videns*. Questa abitudine a ricevere l'informazione tramite immagini diminuisce la nostra capacità di concentrazione e di comprensione. Le immagini, oltre a lasciare poco spazio all'immaginazione, limitano la nostra capacità di astrazione e di concettualizzazione

necessaria a ogni tipo di riflessione. In questa cybercultura, la digitalizzazione dei prodotti, l'interattività, la cultura della rete danno un nuovo significato alla relazione tra **produttori, distributori e consumatori**, soprattutto con la possibilità di diminuire gli intermediari e quindi i costi. Nel contesto più specifico dei prodotti culturali, è ormai possibile diffondere in rete, per usufruire contemporaneamente di una partecipazione e di una diffusione su vasta scala.

5. I Media

- a) **Il contenuto e la forma:** Una breve sosta sui media appare necessaria in un mondo sempre più affascinato da questi ultimi che non dal **contenuto** dei loro messaggi. I media non rappresentano solamente dei canali passivi ma si adattano alla richiesta, per esempio alla **domanda dei pubblicitari**.
- b) **Protagonisti nei dibattiti:** I media di massa, come le catene di informazione, **anticipano le discussioni e le decisioni**, in particolare prima della comparsa dei testi o delle dichiarazioni ufficiali. Il pubblico, che si affida ciecamente a questi media, ritiene, ascoltandoli, di aver seguito il dibattito stesso, se non ha fatto lo sforzo di una lettura personale delle dichiarazioni ufficiali.
- c) **Quattro logiche dei media: l'obiettività dell'informazione**, della **visibilità**, della **trasparenza** e dell'**immediatezza**. L'informazione ormai deve essere divertente, si parla infatti di **«infotainment»** (*informazione* + intrattenimento).
- d) **Conoscenze teologiche dei media:** se noi guardiamo al caso più specifico della relazione tra la Chiesa e i media di massa, è necessario sottolineare le **conoscenze teologiche molto spesso lacunose** dei giornalisti, più polarizzate sul sensazionale e sull'immediato.

6. I giovani

I rischi: certi rischi sono causati da un abuso nell'utilizzo di Internet. Certi giochi in rete – come *Second Life* – o talune reti sociali *on line* spingono i giovani ad assumere delle **identità mascherate**, anonime e ambigue, riducono le loro capacità di distinguere la realtà del loro mondo virtuale limitando soprattutto la possibilità di un dialogo autentico, responsabile e sincero: un dialogo **«faccia a faccia»**. Internet, eliminando le distanze e costringendo i giovani in un mondo virtuale, può dare origine a un fenomeno in altri tempi impossibile: i giovani sono maggiormente in contatto con i loro coetanei di altri paesi che non con la loro famiglia, creando una vera **distanza emotiva**.

7. La disparità nell'accesso a Internet

- a) **Gli ostacoli per l'accesso a Internet:** povertà, analfabetismo, censura politica, mancanza di infrastrutture (tra l'altro energetiche), mancanza di strumenti (hardware et software), mancanza di competenza, mancanza di motivazioni(assenza di consapevolezza del vantaggio che può rappresentare Internet), dipendenza tecnologica dei Paesi del sud verso i Paesi del nord (es: software).
- b) **Zone coinvolte:** l'Africa. Una frattura Nord-Sud è avvertita evidente così come quella tra città e campagna.
- c) **Necessità di ridurre questa frattura informatica:** i mezzi classici di comunicazione, come i libri, le riviste, la comunicazione orale mediante la predicazione, o l'audiovisivo, ma anche i legami tra la Chiesa, la Scuola e la famiglia non devono essere sottostimati nella strategia comunicativa della Chiesa. La Chiesa non può isolarsi con una strategia di comunicazione esclusivamente rivolta alle NTIC. La Chiesa deve affrontare la rivoluzione informatica instaurando una autentica cultura mediatica più equa, etica e duratura.

8. Le sfide e gli ostacoli da superare

- a) **La società moderna, nuova torre di Babele:** nel contesto di una pluralità culturale, religiosa, di appartenenza a una moltitudine di ambiti con differenti gerarchie di valori, di interlocutori, il linguaggio diviene confuso e ambivalente.
- b) **Frantumazione delle sfere di appartenenza e fratture tra fede e cultura**
 - a. **Saturazione dell'« io » (Richard SENNET) :** sopraffatti da stimoli mediatici in quantità industriale, nella nostra cultura della « iperinformazione», dell'immagine forte e dell'immediatezza, ci troviamo di fronte a un paradosso: ci sentiamo **contemporaneamente informati e disinformati**. L'«io » è **disperso e incoerente**.
 - b. **Frattura tra vita cristiana e vita del cittadino moderno:** la formazione religiosa si deve fare in un mondo orientato verso la tecnologia. Bisogna imparare a vivere in modo cristiano in un mondo che non lo è. Il cristiano è, dunque, «biculturale ». Come trasformare noi il mondo piuttosto che vederci trasformare dal mondo?
 - c. **Frattura tra fede e cultura:** *«non accettare il divorzio tra fede e cultura»* (Giovanni Paolo II).

- d. **Qualche interrogativo:** Come creare uno spazio per il silenzio e la contemplazione? Come fare posto all'eterno nel mondo dell'istante? Come fare spazio allo spirito di comunità? Come porre l'uomo al centro dei valori della comunicazione e dell'informazione? Come trasmettere un messaggio in uno spazio già saturo? Come trasmettere il simbolismo cristiano a società che hanno una rappresentazione globale diversa del mondo, della storia, dell'uomo e di Dio?
- c) **Gli ostacoli perenni:** la chiesa deve anche far fronte a delle gravi situazioni radicate nel tempo, come le **conversioni vietate**, le **persecuzioni**, l'**indifferentismo**, il **relativismo** o il peso della storia e del ricordo delle missioni di evangelizzazione del passato.

9. Il legame tra NTIC e evangelizzazione

- a) **Internet uno strumento dalle molteplici sfaccettature:** l'**interattività** permette uno scambio rapido e diretto, la **partecipazione virtuale** è ormai possibile su vasta scala, forum e discussioni on line permettono di fornire **consigli in rete**. Internet, con la possibilità di effettuare questionari e indagini in rete consente di avere un «**feedback**» più significativo sulle diverse attività e programmi realizzati. Senza dimenticare che Internet, che elimina le distanze, può diventare il mezzo per eccellenza per la diffusione dell'umanesimo cristiano universale.
- b) **Fede e cybercultura** : esiste già un forte legame tra fede e cultura. Il cristianesimo può servirsi dello strumento di Internet per **informare**, condividere **esperienze**, dare vita a una **coesione** dalle dimensioni inimmaginabili.

10. Piano d'azione, proposte: «una visione ottimista dell'evangelizzazione elettronica».

- a) **La comunicazione interpersonale e i valori cristiani**
 - a. **Ripensare alla comunicazione orale:** Necessità di rafforzare dei legami concreti attraverso l'ascolto e la condivisione. Aumentare le occasioni di incontro «a tu per tu» (cf. ad esempio, la tradizione di visitare regolarmente le famiglie della parrocchia da parte dei sacerdoti).
 - b. **Incoraggiare il dialogo e l'ascolto:** non dimenticare che «la verità si scopre nell'amicizia» (Giovanni Paolo II). Ascoltare per meglio individuare le necessità di ciascuno e per rispondervi in un clima di fiducia. Ricordare, alla maggior parte della gente che spesso lo ignora, che la Chiesa è pronta ad accoglierla.

- c. **La Chiesa come « casa della Parola », verso una pedagogia del dialogo:** la comunicazione non consiste in un semplice scambio di informazioni o di dati, ma **consolida le relazioni tra gli uomini** e crea comunione tra loro. In un mondo sempre più multiculturale, il dialogo deve trattare con rigore i temi dell'**identità**, dell'**alterità** e della **diversità**. La diversità non è un ostacolo ma una **ricchezza** che deve essere coltivata considerando soprattutto l'importanza dell'ascolto e del silenzio. Una **formazione all'ascolto**, perciò, è da sviluppare. Essa passa attraverso una valorizzazione della disponibilità all'ascolto (decentrare l'«io») e della capacità di mettere in dubbio i propri pregiudizi (che si formano quando la regola di un gruppo o di una persona diviene il criterio unico per avvicinare e giudicare l'altro). Tuttavia, il dialogo con l'altro non deve cadere nella negazione della propria identità o in un eccesso di **relativismo**. Una **affinità naturale** non è necessaria per un dialogo costruttivo. La formazione di una comunità, che non considera l'altro come un mezzo ma come un fine, è un punto di partenza necessario per il dialogo. Il cattolicesimo, sebbene si sviluppi in un contesto multireligioso, ha sicuramente un ruolo importante da assumere, in particolare tramite la testimonianza della carità. Una rigorosa deontologia del dialogo, in cui l'altro ne è il fondamento etico, e che incoraggia una ermeneutica della differenza, è uno strumento indispensabile.
- d. **Limitare gli intermediari**, specialmente i media di massa, e favorire un accesso diretto all'informazione affinché ogni fedele possa farsi un'opinione personale sulla materia trattata.
- e. **Lottare contro l'anonimato** per ridare respiro alla vita pubblica.
- f. **La semantica influenza la nostra percezione della realtà** : rimettere in circolo le parole «realtà», «dono di sé», «amore», «sviluppo umano» oppure «rispetto», sapendo che la comunicazione è sterile senza questi concetti. La Chiesa non deve diminuire la ricchezza del proprio linguaggio.
- g. **La catechesi**: rafforzare la catechesi e i sacramenti per sviluppare la fede personale, esperienza vissuta radicata nella vita quotidiana che difficilmente può essere trasmessa attraverso Internet. Insistere sulla buona formazione dei catechisti per evitare il «vagabondaggio spirituale». Importanza dell'omelia. Dare maggiore impulso alla «*pre-catechesi* »
- h. **Fondazione di una scuola di evangelizzazione** che incoraggi lo spirito di apertura e il dialogo fornendo una formazione nell'arte di comunicare.

b) La formazione degli esperti, sviluppo della ricerca e dei mezzi informatici

- a. Ricerca negli ambiti delle NTIC :** lo sviluppo di una ricerca in scienze della comunicazione e un investimento significativo in questi settori sono necessari per:
- Anticipare le evoluzioni tecnologiche e il loro impatto culturale
 - Fornire una risposta adeguata a questi ultimi e per far fronte alla competizione presente sul web
 - anticipare le tendenze piuttosto che rincorrerle.

Un sistema di condivisione del sapere per formare le persone a un uso positivo delle nuove tecnologie. Aumentare l'efficacia dei siti già esistenti.

- b. Arrivare a creare un centro Internet di cultura cattolica:** questo centro avrà lo scopo di divulgare la cultura cattolica con l'aiuto di una tecnologia interattiva.
- c. I portali informatici** sono strumenti efficaci per sviluppare il significato dei valori da condividere e per evitare che Internet divenga un luogo di individualizzazione e di isolamento.
- d. I siti:** devono rispondere a due logiche secondo un pubblico mirato. Per i cattolici praticanti questi siti devono ritrasmettere informazioni pratiche (per esempio: gli orari delle messe), e offrire una rubrica di domande-risposte per accompagnare la vita spirituale. I siti devono, inoltre, far conoscere il Vangelo servendosi delle NTIC per proporre in particolare un «nuova teologia dell'immagine».

c) L'interattività

- a. Gestire l'interattività** in materia di comunicazione e di informazione. La Chiesa è solita annunciare il suo messaggio come semplice emittente. Tramite l'interattività la Chiesa diventa contemporaneamente emittente e ricevente. Questo nuovo tipo di dialogo immediato (blog, e-mails, video on line...) richiede la formazione di gruppi competenti e reattivi.
- b.** Non ridursi a una semplice riproduzione digitale di documenti scritti esistenti. «Il mondo è più disponibile ad ascoltare dei testimoni che non dei maestri».

d) Semplicità e sincerità

- a. Importanza del tono usato:** essere umile e realista. Parlare con calma senza assumere espressioni che ricordano un'autorità intollerabile.

b. Il target:

- i. **Risolvere un problema di equilibrio tra l'universale e il particolare:** anche se la Chiesa deve rinforzare i legami tra tutte le culture, tra le tradizioni del passato e le evoluzioni del presente, e diffondere un messaggio universale, deve anche rivolgersi a ciascuno nella vita quotidiana concreta.
- ii. **I media:** evitare di consegnare ai media come contenuto di riferimento dei testi tecnici, invece mettere l'accento sull'essenziale con un linguaggio semplice per evitare i controsensi e le interpretazioni false.
- iii. **Adattare il medium all'obiettivo:** chiedersi qual è il miglior mezzo in funzione del pubblico da raggiungere. Adottare, perciò, linguaggi diversi: «*One size doesn't fit all*»
- iv. **Due livelli di comunicazione:** è necessario distinguere due livelli di comunicazione. Un livello interno, in seno alla Chiesa, e un livello esterno, tra la Chiesa e la società che la circonda.
- v. **Sapersi mettere in questione:** quando un messaggio non passa è più probabile che la responsabilità sia dell'emittente piuttosto che di un ricevente che non avrebbe capito bene. Nel caso di una cattiva trasmissione, non serve a nulla ritrasmettere il messaggio a voce più alta, meglio invece ripensare a un altro modo di comunicarlo, specialmente tenendo conto delle caratteristiche del *target* del messaggio.

c. Trovare un nuovo linguaggio con l'aiuto di autori, artisti e intellettuali cattolici.

e) **Il posto dell'arte:** la Chiesa deve anche coltivare maggiormente la comunicazione non verbale, a maggior ragione in una cultura dell'immagine, in particolare incoraggiando le arti figurative e il cinema.

f) **Tecnica e spiritualità**

- a. La soluzione, per far fronte a questa crisi di comunicazione, **non è solamente tecnica**. I mezzi tecnici non possono mai sostituire le relazioni umane.
- b. Risolvere i problemi di comunicazione non passa unicamente tramite lo sviluppo di nuovi programmi o progetti, ma dipende **dall'interesse e dalla vocazione** delle persone che li realizzano con competenza e passione. La questione della nuova informazione non è una questione tecnologica ma di persone innovative e di mente

aperta capaci capire tutta la realtà e il dinamismo di una società plurale. Non dimenticare di porre l'accento sul soggetto della comunicazione.

g) **Una regolamentazione è necessaria?**

- a. Sì: l'internauta deve essere in possesso di uno strumento, per esempio un marchio di qualità, per essere in grado di riconoscere il carattere ufficiale del sito consultato. «*Church sanctioned*».
- b. No: bisogna lasciare sorgere nuove iniziative che potrebbero essere frenate da un criterio di regolamentazione severo.

h) **Il ruolo delle Chiese locali**

- a. L'evangelizzazione deve tener conto delle **differenze culturali** nelle quali si realizza. È necessario, quindi, lasciare che siano le Chiese locali a rispondere a questa crisi della comunicazione reinterpretando il proprio sistema simbolico, sostenendosi con le loro proprie tradizioni, filosofie e culture locali.
- b. Per alcuni, è necessario rimettere in discussione la **struttura amministrativa** della Chiesa fondata su una visione occidentale, Greco-romana, che non è in grado di adattarsi ai cambiamenti attuali. Le soluzioni non possono venire solamente dal centro per rispondere ai bisogni locali diversi.
- c. **Monitoraggio** costante dei cambiamenti culturali.
- d. L'Evangelizzazione passa anche attraverso **l'azione dei missionari** - incontri personali, comunicazione efficace, passione e competenza – che per andare incontro alle diverse culture non imparano solamente la grammatica delle lingue ma anche la storia dei popoli e i loro simboli. Questo “apprendistato” non si può realizzare se non grazie a uno stile di vita vicino alla gente.

i) **Università cattoliche virtuali:** la fondazione di Università virtuali è una maniera interessante per la Chiesa di entrare nel WEB rafforzando i legami tra il Nord e il Sud e lottando contro la frattura informatica.

j) **Lottare contro la logica commerciale delle NTIC e e la nozione di progresso laico**

- a. Gli strumenti di ricerca e le reti di comunicazione oggi seguono una **logica commerciale** e lasciano poco spazio alla verità.
Ex: GOOGLE : La verità non è un criterio ma l'investimento dei clienti, che pagano per essere rappresentati al meglio.

- b. **Cathoogle** : questo strumento di ricerca, che si oppone alla logica commerciale di Google, è troppo poco conosciuto e la sua identità cattolica palesemente dichiarata raccoglie generalmente dei riscontri negativi.
 - c. La Chiesa deve contrastare il **mito del progresso laico** secondo cui modernità e religione non possono svilupparsi se non in maniera inversamente proporzionale.
- k) **Ridare importanza alla fantasia**: si tratta di capire che il cuore non è colpito dalla ragione ma tramite la fantasia. I teologi hanno il compito di raggiungere gli uomini tramite la loro fantasia. Del resto se analizziamo i linguaggi del culto e dei sacramenti, questi linguaggi appunto sono prevalentemente poetici e simbolici.
- l) **Tenere conto della particolarità del messaggio cristiano in un mondo pluralista**
- a. Comunicare in un ambiente cristiano non significa solamente trasmettere una informazione ma **comunicare una realtà vivente** (Il *Risorto*).
 - b. Ricordiamo l'affermazione di Benedetto XVI che considera la comunicazione «*non solo informativa ma performativa*». Il linguaggio si struttura a partire da un progetto di vita.
 - c. Noi viviamo in una **pluralità di etiche** che si esprime tramite una moltitudine di linguaggi, una vera e propria Torre di Babele, in cui la Chiesa è chiamata a rafforzare il legame tra la fede e la cultura.
 - d. **Nel mondo della digitalizzazione**, la Chiesa è una istituzione a dimensione umana, di discussione non virtuale. Il messaggio cristiano deve essere fraterno e mettere in primo piano il rispetto dell'altro e la relazione interpersonale.
 - e. **Il problema dell'interpretazione del messaggio cristiano**: l'interpretazione rappresenta una parte significativa della comunicazione. Ora, i messaggi cristiani sono ormai lanciati in un oceano secolarizzato, in cui le lingue oltre che i riferimenti etici ai quali esse si rifanno sono cambiati. Come inventare altri modelli di comunicazione in armonia con i valori cristiani? Il messaggio che ormai è il mezzo, trasmette una cultura secolarizzata. Ora, sapendo che questi mezzi hanno come unico messaggio di esaltare la tecnica, il benessere e il successo, come far passare un messaggio che in parte contrasta con il mezzo?

11. Riepilogo degli interrogativi

- Come trasformare il mondo anziché vedere il mondo trasformare noi?

- Come creare uno spazio per il silenzio e la contemplazione?
- Come fare posto all'eterno nel mondo dell'istantaneo?
- Come fare spazio allo spirito di comunità?
- Come porre l'uomo al centro dei valori della comunicazione e dell'informazione?
- Come trasmettere un messaggio in uno spazio già saturo?
- Come trasmettere il simbolismo cristiano a società che hanno una rappresentazione globale diversa del mondo, della storia, dell'uomo e di Dio?
- Come inventare altri modelli di comunicazione in armonia con i valori cristiani?
- Il messaggio che ormai è il mezzo, trasmette una cultura secolarizzata. Ora, sapendo che questi mezzi hanno come unico messaggio di esaltare la tecnica, il benessere e il successo, come far passare un messaggio che in parte contrasta con il mezzo?