



CONVEGNO DI STUDIO DON ALBERIONE "FONDATARE"

Ariccia 23-25 novembre 2014



SOCIETÀ SAN PAOLO

Don Alberione all'epoca del "digitale"

Cultura e pedagogia: nuove prospettive apostolico-pastorali

Don Norman Melchor R. Peña Jr, ssp

Introduzione

Parlare di Don Alberione nell'epoca del "digitale" significa apprezzare due realtà convergenti. La prima è la ricchezza dell'eredità carismatico-pedagogica paolina; e la seconda è il continuo sviluppo della cultura della comunicazione. Da momento che ambedue si completano, il mio contributo è finalizzato allo studio approfondito delle loro convergenze, ma anche delle loro divergenze. L'obiettivo è quello di ricavare nuove prospettive apostolico-pastorali nella cultura e pedagogia paolina. Inizio spiegando alcune definizioni adottate:

- **digitale** - è l'attributo che descrive il periodo della comunicazione in cui i vari contenuti, meccanici/tecnici, orali e scritti, vengono digitalizzati e trasmessi attraverso internet e i social networks;
- **cultura** - intendiamo l'insieme delle norme, fede, storie, abitudini e caratteristiche sociali, lingua, musica e arte, cioè "la mentalità, lo stile di vita e il modo di fare"¹, condivisi attraverso incontri ed interazioni;
- **pedagogia** - dice la preparazione e creazione di un processo didattico, finalizzato a trasmettere, insegnare, imparare, vivere dei contenuti formativi;
- **nuovo** - intende definire qualcosa di innovativo e originale;
- **pastorale** - significa la guida dello sviluppo umano attraverso "la sostanza e lo stile" che segue il modello evangelico nel custodire l'autentico valore tra l'uomo e Dio²;
- **apostolico** - ci riferiamo a colui che prega, parla, soffre, scrive, pubblica e diffonde la parola di Dio;
- **prospettiva** - è un cammino di *kairos* "qui ma non ancora" in cui ognuno è incoraggiato a protendersi in avanti (cf Fil 3,13).

L'ingresso dell'apostolato paolino nel mondo digitale è un tema attualmente nevralgico. Limitandosi alla cultura e pedagogia paolina, la presentazione sarà divisa in tre parti: **1)** L'eredità carismatica-pedagogica Paolina; **2)** L'evoluzione e psicodinamica della comunicazione digitale; e **3)** Le nuove prospettive apostolico-pastorali della pedagogia paolina nella cultura della comunicazione digitale. Riferimenti principali sono quei documenti della Chiesa sulla comunicazione, e gli scritti di

Don Giacomo Alberione ed le principali proposizioni della scienza digitale. Riconoscendo il loro valore per il lavoro attuale, i temi più importanti sull'evangelizzazione e la cultura della comunicazione espressi da don Silvio Sassi saranno considerati come un trampolino di lancio di rilevante importanza.

1. L'EREDITA CARISMATICA-PEDAGOGICA PAOLINA

«Dal modo con cui padroneggi gli strumenti, tu puoi investire il mondo con il tuo significato; dal modo con il quale siete “padroneggiati” dai vostri strumenti, la forma degli strumenti determinerà la vostra immagine»³. Credo che don Alberione avrebbe condiviso fortemente questo pensiero di Ivan Illich – filosofo e sociologo austriaco – che sono presenti anche nella sua visione carismatica a proposito degli strumenti della comunicazione sociale. Piuttosto che essere comandati da loro, gli strumenti di comunicazione devono essere dominati in modo da arricchire il mondo e le sue scienze con significati autentici – col Cristo, che porta la pienezza – è questa la chiave per la missione paolina. Ciò integra il noto passo di Papa Paolo VI che nel 1969, descrivendo don Alberione dice: «sempre intento a scrutare i “segni dei tempi”, cioè le più geniali forme di arrivare alle anime... e ha dato alla Chiesa nuovi strumenti per esprimersi»⁴. Al riguardo, propongo i seguenti cinque punti chiave.

1.1 L'eredita carismatica di *Abundantes divitiae grazie suae* (AD)

Don Alberione sentiva sempre l'abbondanza della grazie di Dio. Al centro di cui era **il suo sentimento perenne di nullità davanti a Dio, ma anche quello di essere rivestito dalla sua fede nella luce, consolazione e forza che veniva dall'eucaristia**. Ne dà conferma AD. Don Alberione, «non intende narrare quello che lui ha fatto e realizzato, anche con l'aiuto di Dio, ma concentrasi **sulla pedagogia meravigliosa con la quale la straordinaria abbondanza di grazie è stata voluta per essere al suo servizio**»⁵.

Concepito originalmente nel 1954, AD era un insieme delle ricchezze della Famiglia Paolina. Era un'opera sull'incontro relazionale non solo per conoscere ma per capire gradualmente, per essere vissuto nella preghiera e nell'apostolato, ed essere donato ai membri della Famiglia Paolina che sono sempre invitati a «vivere con i tempi (non dimenticando) la loro storia; storia di grazia, di debolezza e di cammino, come San Paolo, e a dare gloria Dio»⁶.

1.2 *L'Apostolato dell'Edizione* (AE) come un'eredità pedagogica

Don Alberione rispondeva attivamente alla grazia: «Si sentì profondamente obbligato a prepararsi a far qualcosa per il Signore e gli uomini del nuovo secolo con cui sarebbe vissuto» (AD, 15). Riflettendo sull'invito del Toniolo e di Papa Leone XIII ad «unirsi per non essere vinti dal nemico uno per uno», Don Alberione sentì il bisogno di intraprendere l'apostolato dello stampa per **«combattere la cattiva stampa con la buona stampa» sottolineando il bene di essa. I Paolini sono i pionieri nell'apostolato che utilizza gli strumenti della comunicazione per evangelizzare**. La Chiesa ne conferma l'apostolato che per Don Alberione possiede un valore e una dignità simile alla predicazione orale: «Le vostre macchine sono i vostri pulpiti» e «e le librerie sono le vostre chiese» (UPS I, 316). Ambedue sono mezzi per arrivare alla gente e in essi e con essi possono essere formati e trovare significato e pienezza.

Pubblicato originalmente nel 1933, *L'Apostolato Stampa* (che divenne poi *L'Apostolato dell'Edizione*) era un manuale di formazione e apostolato paolino. Definisce l'identità paolina – il suo lavoro e la sua preparazione formativa che si concentra sulla comunicazione dell'identità di Cristo, Via

(Morale), Verità (Fede) e Vita (Culto). È la base fondamentale dell'eredità pedagogica paolina contenente temi non solo come la Scrittura, teologia, spiritualità e liturgia, ma allo stesso tempo per le scienze sociali, tra cui la storia, la biografia, la letteratura, la geografia, la stampa e la tipografia, la politica, la filosofia, la distribuzione, il marketing e la promozione, cinema, radio, televisione e così via.

1.3 Il carisma pedagogico della famiglia degli evangelizzatori

Sicuro che «le opere di Dio sono svolte da uomini e donne di Dio», Alberione invita le persone a partecipare al carisma paolino. Più che essere lavoratori, sono apostoli dell'evangelizzazione organizzati, a partire dal 20 Agosto 1914, nei dieci rami della Famiglia Paolina che condivide la divina pedagogia di «vivere e dare al mondo Gesù Cristo, Via, Verità e Vita». Distinti sono i loro mezzi per l'apostolato, ma sono uniti dallo stesso fine.

Don Alberione spiegava che quattro sono le ruote del *carro paolino*: preghiera (formazione spirituale), studio (formazione intellettuale), apostolato (formazione apostolica) e povertà o vita comune (un equilibrio autentico del valore della realtà secolare)⁷. È solo attraverso l'equilibrio di questi quattro elementi che l'eredità carismatico-pedagogica può protendersi verso il progetto unitario paolino. La cosa più importante è non rimanere passivamente colpiti dalle singole difficoltà di una *ruota* specifica, ma di procedere abbracciati alla speranza nell'obiettivo del *carro*: portare il messaggio del Vangelo alle persone⁸.

1.4 Gli elementi della metodologia pedagogica paolina

«Vivere e dare al mondo Gesù Cristo, Via, Verità e Vita» è l'elemento principale della metodologia della pedagogia paolina. Ciò si ottiene incarnando la realtà della definizione del trionfo di Cristo alla totalità della persona umana: «che coinvolga tutta la persona nel suo modo di essere e di agire: interiorità, la sofferenza, la preghiera, la testimonianza e l'azione» (Alle FSP 1947, IV - VIII, 458). Tutte le scienze umane dovrebbero convergere e aspirare verso questa integralità trovata solo in Dio, l'ultimo «altrice». In Dio tutto comincia e finisce «*ut unum sint*».

Considerando l'Istituto come «docente» (Alle FSP 1947, VIII, 59), i paolini e le paoline devono essere sempre in profonda comunione con la Chiesa, che continua la missione di Cristo e allo stesso tempo nati dall'Eucaristia che nutre, sostiene e ispira.

Il terzo elemento, l'evangelizzazione, è sempre stato centrale nei documenti della Chiesa. Affermava San Giovanni Paolo II: «Per evangelizzare il mondo, è necessario evangelizzare la cultura. E se è vero che il futuro del mondo dipende dalla cultura, è anche vero che il futuro della cultura dipende in un modo notevole dai mass media»⁹. Papa Francesco ha incoraggiato una «cultura dell'incontro» descritto simbolicamente nell'essere «prossimo» (Lc 10,29). Sono sottolineati: 1) L'importanza degli spazi e dei tempi per la riflessione e di pari passo la velocità della comunicazione digitale; 2) Importanza di essere un prossimo più che un vicino; e, 3) Anche se ci sono spesso difficoltà ad usare questi strumenti l'importanza di considerarli come un bene dato da Dio che può aiutare la crescita umana. Egli aggiunge: «Non basta essere passanti sulle autostrade digitali, «semplicemente connessi»; i collegamenti hanno bisogno di diventare veri incontri»¹⁰.

1.5 I principi pratici della pedagogia paolina

Guardando verso la missione futura della Famiglia Paolina, Don Alberione ha delineato i principi della pedagogia paolina: «1) Studiare le scienze umane, 2) unificare le scienze con la filosofia

delle scienze; e 3) dimostrare che la filosofia è come una via che porta direttamente in Rivelazione» (AD 189). Invece di due realtà culturali opposte, ragione (rappresentata dalle scienze naturali) e la fede (rappresentata dalla Rivelazione) per Don Alberione sono “due sorelle”, il cui costante rapporto porta all’ integralità e completezza (AD 198). Aggiornarsi su entrambe serve per lo sviluppo personale e per l’evangelizzazione. Con la grazia di Dio e l’aiuto della conoscenza umana, «ogni scienza ha il proprio raggio di luce attraverso la filosofia e la teologia; e le molteplici scienze troveranno anche la loro unità nella molteplicità, e attraverso l’umiltà della fede, la porta si aprirà sulla rivelazione, “lumen gloriae”, rafforzando la facoltà conoscitiva di penetrare la volontà di Dio» (AD 193).

Con questi tre principi, ha invitato i paolini ad organizzare bene il tempo e le risorse (*Med. ined. alle FSP*, 28/4/1960). Come un manuale per la formazione e l’apostolato, AE fornisce una serie di possibili aree tematiche attente alla necessità dei destinatari classificati come «principianti (bambini nella fede e i non cristiani), abili (adolescenti nei pensieri) e i perfetti (ecclesiastici o laici che si impegnano pienamente allo studio della religione). Alla fine, la pedagogia paolina non mira principalmente alla formazione dei “grandi pensatori e scrittori che guidano le masse”, ma alla formazione degli “opinion makers” che saranno come i generali che guidano un esercito (AD 155).

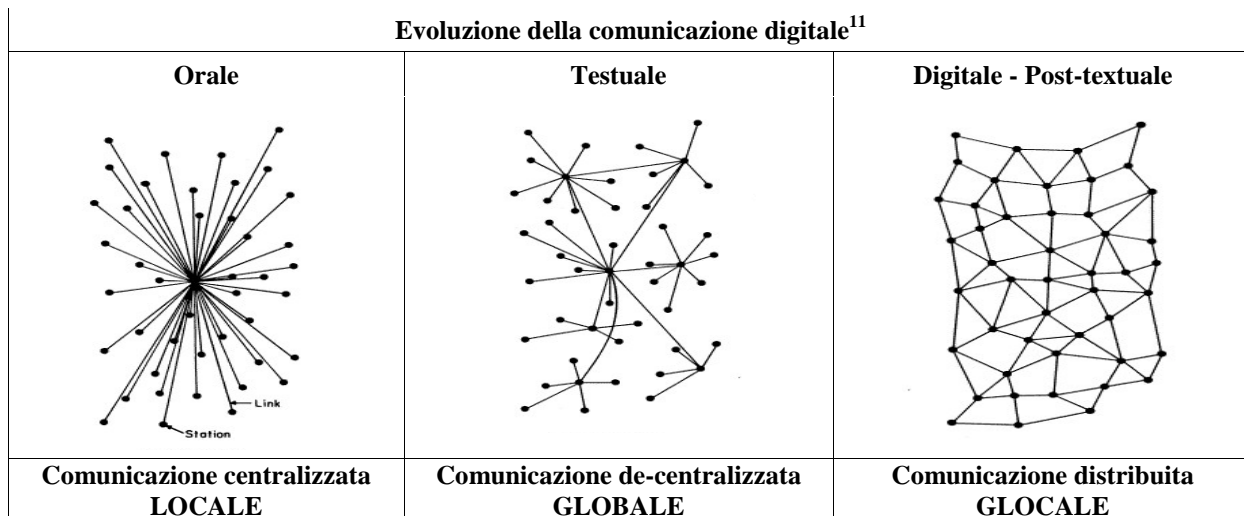
2. EVOLUZIONE E PSICODINAMICA DELLA COMUNICAZIONE DIGITALE

Comunicazione, nell’epoca digitale, significa capirne il linguaggio e l’evoluzione dai media tradizionali al medium digitale. Mentre i media tradizionali distribuiscono i contenuti alla gente, non creano né facilitano economicamente spazi per l’approfondimento, lo sviluppo e la diffusione. Questo lo fa la comunicazione digitale, soprattutto tramite internet e i social media.

2.1 Genesi della comunicazione digitale

Internet e i social media sono le caratteristiche della cultura digitale. La definizione di internet può essere collegata con la sua storia coinvolgendo l’evoluzione della cultura della connettività e comunicazione in cui si verifica lo scambio d’informazioni e risorse. Due fattori importanti accompagnavano questa storia: paura e promessa. Era stato per paura di perdere la comunicazione, nell’eventualità di un’altra guerra fredda, che nel 1960 era stata creata l’Advanced Research Project Agency (ARPA), ed in seguito ARPANET. Nel 1983, l’uso militare e la ricerca universitaria con dell’internet era stato separato: MILNET per l’uso militari e l’INTERNET per l’università, ricerca e comunicazione comune. Nel 1990, ARPANET è stato dismesso e nasce HTML (Hypertext Language Marked). Entro il 1992, circa un milione di computer sono stati connesso digitalmente.

Tim Berners Lee aveva proposto l’ipertesto attualmente conosciuto come WWW (World Wide Web). Tra le tecnologie digitali negli anni 2000 ci sono le fibre ottiche, i dischi satellitari, Bluetooth e le tecnologie wireless, altri browser, motori di ricerca, CMS, e-commerce, e siti di social media.



All'inizio, la comunicazione consisteva nella trasmissione di informazioni che pur immediata, e stabile, era anche statica e limitata nel tempo e nello spazio (*centralizzato*). In seguito si era evoluta: *decentralizzata* e poi *distribuita*, cioè atta a stabilire relazioni e alla socializzazione. L'evoluzione può essere delineato in tre fasi: l'**oralità** (paratattica, concreta, linguaggio situazionale, gesti), **testualità** (analitica, linguaggio astratto, stabile, spazio limitato, testuale) e **digitale/post-testualità** (scambio, fluidità, instabile, auto affermazione, social network).

2.2 Psicodinamica della comunicazione digitale - il "social network"

Gli psicologi Cherly Coyle e Heather Vaughn considerano i social networking come una **evoluzione piuttosto che una rivoluzione**. Essi affermano la nozione espressa da Charles Darwin nel 1869, che «le reti sociali esistono perché gli esseri umani sono sociali e richiedono relazioni per sopravvivere»¹². La loro struttura è simile, composta da "attori" (nodi e vertici) connessi da collegamenti relazionali. I tipi della comunicazione digitale sono: *email, chat, blog, social video sharing, collaborative authoring, SNS, mobile apps* e conferenze AV. Le comunicazioni digitali e non-digitali sono sempre parte di un unico sviluppo.

Struttura della comunicazione digitale e non-digitale	
NON-DIGITALE - comunicazione strutturata	DIGITALE - comunicazione non strutturata
membri	partecipanti
comunicazione asincrona	comunicazione sincrona
linguaggio più stabile, derivante dalla cultura scritta	linguaggio meno stabile, derivante dalla cultura digitale
stabilità	fluidità
incentrato sulle funzioni: espressiva, poetica e meta-linguistiche	incentrato sulla funzione emotiva
senso di appartenenza	senso di partecipazione
lunga durata	breve durata
identità stabile e autentico	identità fluida e dichiarata
internazionalità	nazionale
contesto ed origine dell'interazione definiti	contesto ed origine dell'interazione non-definiti
aperta/chiusa	aperta
basata sull'essere/conoscenza	basata sul fare
può essere orientata verso un comportamento espressivo	orientata solo al comportamento espressivo e all'esperienza di identità

convergenza	divergenza
integrazione	interazione
consumatore	“prosumatore”
coins	bitcoins
interazione spaziale	interazione digitale
“Selfishness” (autoreferenziale/egoistica)	“Selfiness” (personale)
alfabetizzazione mediatica	alfabetizzazione digitale
immigrati digitali	nativi digitali

2.3 Temi principali della comunicazione digitale

La trasformazione della comunicazione da centralizzata al de-centralizzata e distribuita dimostra come si è sviluppata la comunicazione da trasmissione dell’informazione ad uno scambio della relazione partecipativa senza limiti. **Mette in luce non solo che sono nuovi i mezzi, ma che lo è la maniera stessa di comunicare: da *che cosa a come*.** Emergono allora quattro temi:

2.3.1 Le sfere virtuali, identità e comunità sulla rete

Si tratta dello spazio sociale che comprende le realtà virtuali, le sfere pubbliche, le comunità virtuali, le socialità in rete, e le connessioni digitali. Questa rete diventa spazi di possibilità di informazione, comunicazione e relazioni sociali. Mentre nei media tradizionali «il medium è il messaggio» (1964), **nella comunicazione digitale, il medium, «è chi siamo noi, i nostri paradigmi di percezione ed interazione che tendono a subire modifiche in modo per adattarsi al nuovo mezzo»¹³.**

2.3.2 Convergenze digitali, interattività e partecipazione collettiva-culturale

Le convergenze includono la convergenza dei media, la cultura partecipativa e l’intelligenza collettiva¹⁴. Mentre la convergenza mediale è principalmente ancorata sui contenuti e i suoi strumenti per la trasmissione e rappresentazione, la cultura partecipativa si concentra sui destinatari e su come essi, utilizzando non solo strumenti per la trasmissione, ma strumenti per la creazione, ri-raccontano il contenuto, incapsulandolo in un unico forma, per poi ri-trasmetterlo. Harold Rheingold evidenzia tre importanti atti necessari: *coordinamento* (riconoscendo questa necessità se si balla da solo), *collaborazione* (necessaria per ballare con un partner) e *cooperazione* (necessaria per l’organizzazione di una danza all’interno di un gruppo)¹⁵.

2.3.3 Autenticità, ri-mediazione, e “user generated content” (UGC)

Jay David Bolter, Blair MacIntyre, Maribeth Gandy, e Petra Schewitzer, sostengono che «la perdita di aura e autenticità nell’era digitale non è la fine dell’aura, ma piuttosto una crisi in atto»¹⁶. Ci sono cambiamenti dei paradigma. L’aura e l’autenticità assume una nuova triplice forma: **ri-mediazione, ricombinazione e (ri)produzione.**

De Mul propone una ontologia dei *database*: vale a dire «inserire, selezionare, aggiornare ed eliminare»¹⁷. Per lui i media digitali portano infinite istanze di aura e autenticità. **L’aura e l’autenticità non sono tanto sul versante dell’“esserci” (nei media tradizionali) quanto piuttosto dell’“essere con” (nel social media digitali).** Anche se l’aura e l’autenticità sembrano essere persi, non significa che cessano di esistere. La comunicazione digitale li presenta di nuovo.

2.3.4 Privacy, governance, deontologia, affordance del valore e best practice

Le discussioni riguardo il consumo della comunicazione digitale non mancano. Sono costituite da: diritti d’autore, *privacy*, *governance* comune, *standards* etici, *affordance* del valore, e i *best practice*. Il continuo trattamento per ciascuno di essi è stato sostenuto da proposte significative di

settori accademici ed istituzionali. Le loro risposte si basano principalmente sulla salvaguardia delle duplici reti narrative di sé: riconoscendo uscite di risorse (*copyright*), la tutela e valorizzazione (privacy e le norme etiche), assegnando politiche comuni per l'uso e la partecipazione (governance e best practice), e identificando le poste in gioco valoriali (*affordance* del valore). Più spesso le questioni riguardanti la comunicazione digitale convergono sulle proprie offerte di valore: proprietari, soci, curatori, distributori e controllori¹⁸.

3. Dieci prospettive apostolico-pastorali della pedagogia paolina nell'epoca digitale

Conoscendo la ricchezza del carisma paolino, l'eredità pedagogica paolina e lo sviluppo della cultura della comunicazione, noi siamo più attrezzati per riflettere su dieci nuove prospettive apostolico-pastorali tramandateci da Don Alberione. A ciascuna di esse si contrappongono dieci tentazioni corrispondenti. Piuttosto che essere considerate come una rivoluzione o una provocazione, spero che queste prospettive, possano essere accompagnate dalla preghiera di Papa Francesco perché ognuno «parli francamente ed ascolti con umiltà»¹⁹.

3.1 “Scio cui credidi” - Inculturare *Abundantes divitiae gratiae suae*

Inculturare AD significa continuarne il significato carismatico. La grazia in AD non era solo per Don Alberione ma prosegue con le nostre storie. Esiste la tentazione di usare AD principalmente come una “nota” nelle nostre ricerche, tesi, interventi e lezioni. AD non finisce con l'Alberione, ma deve continuare con noi! Le nostre esperienze paoline deve essere le note nell'eredità carismatica-pedagogica di Don Alberione. Occorre inculturare AD nelle nostre vite condividendolo non solo per i paolini ma anche per i non-paolini tramite la nostra testimonianza. Altrimenti noi tradiamo don Alberione! Come note, facciamo parte non solo della ricerca ma soprattutto siamo i primi frutti della grazia di Dio. Tre raccomandazioni da San Paolo: 1) *Ravvivare* il dono ricevuto (conoscendo il valore di essere eredi e aggiornandoci); 2) *Custodire* con una passione apostolica il dono ricevuto (per Don Alberione custodire significa anche “affidamento”²⁰); e, 3) fede nello *Scio cui credidi* (cf 2Tm 1,6-14).

C'è la tentazione di seppellire semplicemente i talenti a noi affidati come un modo legittimo di preservarli. I paolini e le paoline devono testimoniare non solo uno *Scio cui credidi*, ma, più attivamente, un *Cognovit me et mihi credidit*. Il Signore conosce e crede in noi paolini e paoline!

3.2 “Dare al mondo Gesù Cristo” – Dare Cristo adoperando “altre parole”

“Cristocentrismo” è la chiave principale della pedagogia Paolina. Come San Pietro (cf At 3,6) Don Alberione dichiarava: «Tutto è qui: vivere Gesù Cristo, Via, Verità e Vita; e per attuare la carità di Cristo a quelle popolazioni che sono private e affamate di Lui; dobbiamo dare la totalità di Cristo, Via, Verità e Vita» (*San Paolo*, dicembre 1957 e CISP 862). “Dare” significa anche “proporre”, un atteggiamento di servizio e mai un'imposizione²¹.

La *raison d'être* del “dare” è la formazione dell'intera persona. Diamo la totalità di Cristo perché le persone possono anche avere la visione della pienezza a cui sono destinati. Questa proposta non invecchia in quanto è la maturità della mente, cuore e volontà che definisce l'autentica persona. Qui propongo *La ruota pedagogica della comunicazione paolina*, che mette in evidenza l'incontro relazionale tra il trinomio evolutivo della comunicazione (ciclo esterno) e i trinomi principali della pedagogia paolina (ciclo interno). Nella mansione pedagogica del “dare Cristo”, sono altrettanto degne di nota le cinque tentazioni citate da Papa Francesco alla conclusione del III Sinodo straordinario dei Vescovi sulla famiglia. Ognuna di esse è presente oggi e ha bisogno di risposte pastorali ed integrali.

Nella comunicazione digitale (come social media) non è possibile controllare ciò che dice la gente (es. parole negative e *trolls* (provazioni offensive via internet). Tuttavia, anche se non possiamo

controllare quello che la gente dice, possiamo offrire aree o temi che nei quali e sui quali le persone possono dialogare. Non dobbiamo anche condizionare l'evangelizzazione usando solo i termini religiosi (es. grazie, peccato, Dio, Cristo) ma essere aperti ai loro significati di base: la bontà, l'amore, il perdono. La comunicazione digitale offre la possibilità di dire Cristo con queste "altre parole". È questo un aspetto già presente nel carisma paolino: «Parlare di tutto cristianamente».

3.3. "Un semi-cieco guidato" – Pionieri ed avanguardie dell'evangelizzazione nella comunicazione

I paolini e le paoline sono pionieri nell'uso dei media per l'evangelizzazione (cf AD e AE)²². Giustamente siamo noi! Il Cardinale Poupard dichiara: «Don Alberione non era solo un profeta, a volte frainteso. Egli è anche un pioniere coraggioso che aveva aperto la Chiesa ai nuovi modi di evangelizzazione nel mondo contemporaneo»²³.

Tuttavia questa affermazione, può essere una tentazione alla nostalgia, al correre invano, ed essere ancorata solo al titolo di "pioniere". Dobbiamo alzare l'ancora, salpare e protenderci in avanti considerando noi stessi ora come avanguardie di evangelizzazione attraverso la comunicazione. Come? San Paolo dice: «Se non che al punto in cui siamo giunti, continuiamo sulla stessa linea» (Fil 3,16). La nostra eredità come pionieri dovrebbe essere il fondamento del nostro compito di avanguardie. Don Sassi ha sottolineato: «Se la comunicazione cade come un mito del passato, una utopia del futuro e in un'ideologia totalizzante, diventa un fenomeno incontrollabile. Per rimanere utile, deve restare nei confini della "cultura" a cui si riferisce»²⁴. Per noi come avanguardie, «la comunicazione non è un'opzione, ma la modalità di evangelizzazione»²⁵. Siamo in un viaggio verso il traguardo. Le nostre imperfezioni non devono essere una scusa per non correre o per non rialzarci quando cadiamo. Siamo avanguardie che si concentrano più sulla finalità generale del carro paolino: l'evangelizzazione.

3.4 "Benvenuto a questa casa" – Editori e "prosumatori" nella sfera digitale

L'evoluzione dall'oralità (trasmissione d'informazioni), a testuale (comunicazione mediata), e poi al digitale (socializzazione relazionale interattiva) evidenziano un'attenzione dai mezzi (strumenti) al fine (obiettivo). L'avanzamento digitale insieme con lo spirito pionieristico porta la tentazione di concentrarsi solo sull'aver e sul lavorare con i mezzi moderni, piuttosto che lavorare sul fine che vogliamo servire. Siamo "prosumatori" evangelici nella sfera digitale e crediamo, come san Giovanni Paolo II che, non basta usare i media per diffondere il messaggio cristiano. È necessario integrare il messaggio alla "nuova cultura"²⁶.

La pedagogia paolina crea programmi didattici con un senso di accoglienza per le persone e per formarle ad essere anche "prosumatori". Essi stessi diventano evangelizzatori la cui testimonianza diventa il vero contenuto della diffusione. La comunicazione digitale significa condivisione, partecipazione e l'interazione. I prosumatori seguono questo modello. Qui, ho riformulato il *Social Media as Changing Business*, discusso prima, per essere *l'Evangelizzazione e Pedagogia nella comunicazione digitale* con i suoi componenti.

La traduzione e i traduttori rimangono una sfida per noi. Ad esempio, tradurre "editore" in inglese con "Editor" è limitare la sua essenza, perché è molto più ampio. *Publisher* è più adatto in quanto comprende la scrittura, la stampa e la diffusione, come previsto da don Alberione. Abbiamo anche bisogno di riallineare il nostro uso dei termini multimediali, cyberspazio, e virtuale perché sono già un po' datati. Pur riconoscendo il loro valore, i teorici e operatori attuali invece utilizzano cross-medialità²⁷ (interazione tra le varie multimedia) e sfera digitale (in quanto è ora possibile definire la posizione del cyberspazio e virtuale). Di qui l'importanza dell'aggiornamento per noi.

3.5 "Finché la gente comunica avete qualcosa di fare" - una famiglia di evangelizzatori in rete

Il principio della pedagogia paolina sottolineato da Don Alberione (AD 189) deve essere sempre visto come un incontro tra chi insegna e chi impara. Due affermazioni sono utili: 1) la necessità

di una “continua conversione”; e, 2) l’universalità della chiamata a collaborare e evangelizzare nella scuola del Maestro. Conversione continua rende necessaria la partecipazione nella formazione permanente e di coglierne il valore. Nessun paolino o paolina può dire di saper tutto riguardo al carisma paolino. Nello spirito di Don Alberione: «finché le persone comunicano in terra i paolini e le paoline avranno qualcosa da fare».

Collegato alla tentazione di saper tutto, c’è la tentazione di far tutto. Incoraggiando gli sforzi individuali, don Alberione sottolinea l’unità degli sforzi.

La pedagogia paolina deve concentrarsi verso l’interno (per paolini e paoline) e verso l’esterno (per il pubblico). *Donec formetur* e *L’Apostolato Stampa* devono essere inculturati per un pubblico più generale. C’è bisogno di inculturare non solo la cultura della comunicazione, ma la nostra cultura paolina in cui l’autoreferenzialità a volte diventa evidente.

3.6 “Fare la carità della verità” – Fare apostolato o farsi apostoli?

C’è sempre la tentazione di spendere molto tempo e risorse per far l’apostolato fino al punto di trascurare tempo e risorse per farsi apostoli. Dovrebbe essere mantenuto l’equilibrio che ci permette di «guardare alla cima di un albero dal cui bordo non possiamo vedere» e di «vederci come le radici che fanno parte della sua fondazione». Questo è l’albero pedagogico paolino! Un riconoscimento attivo di chi siamo ci permette di fare di più per il nostro apostolato. Iniziamo a «fare la carità della verità», affermando prima la nostra identità. Il film recente: *Jobs*, che racconta la storia del fondatore di Apple, lo mette in evidenza. Interrogato perché ha elogiato i risultati dei suoi concorrenti, Steve dice: «non vinciamo con la competizione, né facendo meglio le cose che fanno gli altri. Vinciamo affermando, concentrando e lavorando su quello che abbiamo, che è la nostra unicità, ciò che ci distingue»²⁸. Occorre scoprire o ri-scoprire la nostra unicità e promuoverla.

Mons. Paul Tighe, Segretario del Pontificio Consiglio delle Comunicazioni Sociali (PCCS), nota: «Di fronte ai nuovi media, il ruolo principale del PCCS, è *advocacy*, sostenere e promuovere a livello mondiale l’importanza della comunicazione nella vita della Chiesa e la vita del mondo in generale»²⁹. I paolini e le paoline condividono il ruolo di *advocacy*. Unico nella missione paolina però e parte del suo ruolo pionieristico e di «utilizzare gli strumenti di comunicazione per l’evangelizzazione», e di insegnare gli altri a fare lo stesso. Guardando adesso alle specializzazioni delle circoscrizioni, vediamo che molti sono specializzati in teologia e spiritualità. Viviamo anche in una cultura di “esperti”, dove però c’è incongruità. Ci sono esperti in comunicazione che a volte non sanno come comunicare bene, e ci sono esperti di spiritualità che non trovano il tempo per pregare.

Occorre, per esempio, dare un piccolo spazio ad altri gruppi nei nostri siti web, in modo che anche loro possano avere uno spazio per noi, dove le loro “prosumazioni”, diventino pure le nostre. Dobbiamo gioire dei successi degli altri in modo da riconoscere anche ciò che è decisamente nostro. Ciò richiede una conversione dal “*selfishness*” al “*selfie-ness*” (letteralmente: scattare una foto di se stesso attraverso un cellulare o smartphone). Mentre “*selfishness*” si riferisce alla produzione di cose da soli per se stessi, *Selfie-ness* significa produrre le cose da soli ma dividerle con gli altri attraverso i media digitali, come *Facebook*.

3.7 “La nostra parrocchia è il mondo” - Comunicazione come cultura

La *cultura della comunicazione* è stata evidenziata nei documenti della Chiesa. Papa Francesco mette in risalto come un “incontro”³⁰ è non solo l’essere “vicino”, ma farsi prossimo. In questo ambito le parole di Don Alberione che «la nostra parrocchia è il mondo» acquistano un significato aggiunto. Come servizio, la pedagogia deve essere rivestita con l’atteggiamento dell’essere “prossimo”. A partire dalle nostre comunità.

Speriamo di vivere il detto *Illichian* di investire il nostro significato – il significato incentrato su Cristo per il mondo, sulle nostre comunità e sui nostri istituti di formazione. Possiamo adottare le

parole di Mark Zuckerberg, fondatore di *Facebook*: «La nostra missione non è di collegare un settimo del mondo, ma di collegare il mondo intero»³¹. Mentre *Facebook* si basa sull'economia sociale per raggiungere il suo obiettivo, noi ci affidiamo più all'economia divina per raggiungere il nostro.

Attraverso i suoi scritti, don Sassi innegabilmente e con passione ci ha condiviso la verità paolina sulla comunicazione. Per lui «la comunicazione non è un semplice mezzo, ma una cultura; non è sufficiente includerla nel messaggio cristiano e nel magistero della Chiesa. È un dovere integrarci in questa cultura»³². Insieme ad altri scritti paolini, formano un ricco tesoro di riferimento per la pedagogia paolina che deve essere tradotto in programmi e linee di azione fattibile e vivibili. I nostri istituti insieme con i corsi di formazione *e-learning* programmati in collaborazione con università riconosciute sono i punti di vendita diretti della pedagogia paolina. Lo SPICS era un istituto pioniere negli studi di comunicazione in Italia! Tutti lo sapevano e hanno riconosciuto la sua gloria. Tuttavia rischiamo di seppellirlo e di soffocarlo sempre più e noi stessi, se continuiamo solo a riaccendere con nostalgia tanta gloria invece di protendere verso un programma innovativo e duraturo che ridia vita a ciò che era considerato da don Alberione parte “della nostra parrocchia”.

3.8 “Parlare di tutto cristianamente” - *Evangelisation online e online evangelisation*

«Non possiamo ancora controllare quello che la gente dice nei social media, ma possiamo offrire temi sui quale le persone possano discutere» questo pensiero si lega con il pensiero di Don Alberione di «parlare di tutto cristianamente» (AD 87). C'è ancora la tentazione di vedere i media come “male” e trascurare il bene che essi posso attuare. La pedagogia paolina fa lo sforzo di trovare un equilibrio tra la struttura sociale della religione, in modo che diventi sempre più rilevante nella cultura, e la spiritualizzazione della tecnologia dall'altro in modo da dare ai mezzi un significato più prezioso che alla fine aiuti le persone ad essere ciò che sono.

Laura Busch vede nell'interazione tra religione e media digitali, un' «opportunità per la spiritualizzazione della tecnologia»³³. Heidi Campbell lo riafferma notando che, come i media digitali hanno la capacità di plasmare la religione, occorre anche un «plasmare religioso-sociale della tecnologia»³⁴. Questo è significativo nel pensiero di Christopher Helland riguardo la *religione online* (religione messa online come ad esempio: www.vatican.va) e, *online religione* (religione praticata online come www.beliefnet.com)³⁵. Entrambi hanno punti di forza e di debolezza.

Il ruolo costruttivo dei media digitali nell'evangelizzazione dovrebbe essere sottolineato. Domenico Pompili lo fa tracciando l'evoluzione positiva dei media e le prospettive future. Antonio Spadaro lo collega con la rete di relazioni che i social media hanno creato³⁶ mentre Fabio Pasqualetti mette in evidenza l'ordine sociale plasmato dall'evoluzione dell'identità religiosa. La responsabilità è vitale e l'ha illustrato evocando la trasformazione dei concetti di *homo sapiens* a *homo technologicus*³⁷. Propongo di espanderli per giungere all'*homo Dei*. I media digitali forniscono persone con la capacità e la possibilità di diventare uomini di Dio.

3.9 «Iniziare da Betlemme» - “Nuovo” come un atteggiamento più che un sostantivo

Parte della nostra ristrutturazione è consistita nella chiusura di alcune tipografie e giornali per ragioni economiche o professionali. Con le nostre restanti case editrici, le nostre librerie, esistono anche i nostri istituti pedagogici (FAPCOM, COMFIL, SPICE, SPSF, ...), i programmi biblici e di comunicazione, le applicazioni digitali e produzioni, *e-learning*, *e-commerce*, e la promozione pastorale e vocazionale. Più che un sostantivo che si riferisce solo agli strumenti, la parola “nuovo” per la pedagogia paolina è un atteggiamento. Importanti e incoraggianti sono gli atteggiamenti “fresco, nuovo, innovativo e originale”.

«Iniziare da Betlemme» si riferisce ad un atteggiamento aperto, che investe la cultura della comunicazione con un significato. Tali erano le esperienze dei Magi che «nella loro breve visita a Betlemme hanno imparato tutto il Vangelo e hanno lasciato la mangiatoia trasformata da apostoli e

santi»³⁸. Betlemme trasmette un atteggiamento che trasforma in *ragione d'essere*, parte dei segni dei tempi a cui Alberione era sempre attento. Attraverso i segni dei “nuovi” media possiamo anche creare, sostenere e nutrire relazioni autentiche, prima con Dio e poi con gli altri.

3.10 “Attirare alla scuola del Divin Maestro tutti” – *L’Apostato dell’Edizione: un manuale di didattica*

Mentre AD ha definito la genesi dell’eredità della cultura e del carisma paolini, AE definisce i fondamenti della pedagogia paolina. Credo che la prossima edizione dell’AE possa essere intitolata *L’Apostolato della comunicazione. Manuale di pedagogia paolina*. Centrato su Cristo, contiene argomenti curricolari non solo sulla Scrittura, Teologia, Spiritualità e Liturgia, ma allo stesso tempo sulla scienze sociali. In modo generico allude sulle possibilità di una Facoltà di pedagogia paolina e.g. Storia della Chiesa: «Narrare come la Chiesa insegnò la verità, come la Chiesa guidò a virtù, come la Chiesa comunicò la grazia di Gesù Cristo significa scrivere la storia della Chiesa cattolica» (AE 197). Per un’eventuale Facoltà di Scienze Sociali: «La politica, le scienze sociali (sociologia, diritto, economia) e la filosofia possono essere argomento di trattazione per l’apostolo scrittore quando lo esigono la difesa e la propagazione della fede e della morale naturale e cristiana lo richiedono. Di scienze sociali si può scrivere in modo assoluto (azioni dell’uomo come membro della società) o in modo contingente (il modo di ricondurre i fatti sociali a leggi generali, la sociologia)» (AE 364, 366).

AE, come manuale per la formazione paolina, ha due punti di riferimento: la formazione “dei” paolini e “delle” paoline e la formazione “sul” carisma paolino per i non-paolini. C’è la tentazione di limitare AE solo per i paolini. Occorre creare programmi didattici che accolgano i non-paolini, «attirando tutti alla scuola del Maestro Divino». Qui lo scopo o fine dei media digitali diventa più importante come quello di sostenuto da Neil Postman per quanto riguarda «il fine dell’educazione»³⁹.

Sviluppare AE come un manuale didattico richiede che i programmi curricolari siano formulati in base alle scienze sociali sottolineate da Don Alberione e in linea con gli standard di apprendimento regolari⁴⁰. Senza dubbio noi paolini e paoline abbiamo una concreta e unica pedagogia con cui contribuire alla missione evangelizzatrice della Chiesa! Uno sguardo panoramico sulle specializzazioni dei paolini mostra comunque uno squilibrio. Mentre abbiamo un mare di risorse di specializzazione in teologia, spiritualità e studi biblici, il pozzo delle nostre risorse su scienze sociali è a secco. Le statistiche rivelano che la SSP ha un certo numero di specializzazioni che sono già inutilizzabili per insegnare a causa del limite di età. Mentre altri in realtà non sono assegnati nelle proprie aree di specializzazione. Don Sassi e l’attuale governo generale ha cercato di risolvere questo problema in due modi: 1) incoraggiare giovani membri a fare studi specialistici in comunicazione; e, 2) monitorare le specializzazioni per evitare sovrapposizioni o raddoppiamenti. Abbiamo una pedagogia distinta. Siamo sfidati a creare l’arena e lo scudo finanziario per esercitarla e sostenerla.

Conclusioni

Il genio della pedagogia paolina prenderà vigore mantenendo l’obiettivo che Don Alberione stesso ha previsto: gli strumenti della comunicazione come mezzi specifici e necessari per raggiungere il fine. Utilizzati per “il bene”, i media diventano mezzi autentici e validi per portare le persone a Cristo: evangelizzazione all’interno delle parole e del mondo attualmente caratterizzati dalle tecnologie digitali. Che il nostro carisma sia la nostra àncora e le dieci prospettive pedagogiche e culturali diventino la nostra vela in questo viaggio di *kairos*.

La pedagogia paolina nell’epoca digitale vive nei paolini e nelle paoline che incontrano persone e che formano e sono stati formati a crescere con responsabilità. La formazione che riceviamo e diamo è un bene necessario e vitale.

La pubblicità di *Leclerc Conad*, un supermercato italiano, offre un avvertimento: «Non possiamo aumentare il salario dei nostri clienti ma possiamo farlo valere di più!». Integralmente nutrita nel cuore, nella mente e nella volontà il cui vertice si trova in Cristo, la pedagogia paolina può far valere di più l'identità di ogni persona. In verità Don Alberione, «non era a conoscenza di termini come “computer”, “fibra ottica”, “telefoni cellulari e smartphone”, e altri (AE, *Introduzione*), ma certamente darebbe un “LIKE” e adotterebbe il loro buon uso. Questo egli ci dona come pedagogia di “affidamento”. Ora, come ai tempi di Don Alberione, non possiamo vedere la cima dell'albero della pedagogia paolina, ma attraverso la fedeltà creativa, possiamo diventare continuazione delle radici che la sostiene.

Note

¹ Silvio SASSI, “The Total Christ for the Century of Glocal Communication”, in SSP, *Jesus, the Master Yesterday, Today and Forever: The Spirituality of the Pauline Cooperator, Acts*, Ariccia: SSP, p. 520).

² Giacomo ALBERIONE, *L'Apostolato dell'edizione – Manuale direttivo di formazione e di apostolato* (AE), Cinisello Balsamo: Edizioni San Paolo, #29.

³ Ivan ILLICH, *Tools for Conviviality*, London, Marion Boyars, 1973, p.29.

⁴ Quoted in Stephen LAMERA, *Don Giacomo Alberione – A Marvel of Our Times*, USA. Daughters of St Paul, 1977, p.9. Retrieved from <http://paulines.ph/fsp/fsp-downloads/marvel-of-our-times.pdf>.

⁵ Silvio PIGNOTTI, ‘Foreword’, in Giacomo ALBERIONE, *Abundantes divitiae grazie suae* (AD), Roma, Casa Generalizia SSP, 1998.

⁶ POPE FRANCIS, Homily, Vatican City, Sta. Martha, 7 October 2014.

⁷ Cf. Bruno SIMONETTO, “Dimensione pedagogica: Cristo Maestro, ‘Forma’ dello sviluppo umano”, in Antonio Ugenti (ed), *La sfida di Don Alberione*, Casale Monferrato, Edizioni Piemme, p. 298.

⁸ Cf. Silvio SASSI, 10CapitoloFSP: Don Silvio Sassi, Superiore generale ssp. Interview in Youtube. FSP 2014. Retrieved from <http://www.youtube.com/watch?v=Zy-w4QEK7vY>, 07:00.

⁹ Quoted by Cardinal Paul POUPARD, ‘Presentation’, in Antonio Ugenti (ed), *La sfida di Don Alberione*, Casale Monferrato, Edizioni Piemme, p. 6.

¹⁰ POPE FRANCIS, Message for the 48th World Day of Social Communications, 2014. Retrieved from http://w2.vatican.va/content/francesco/en/messages/communications/documents/papa-francesco_20140124_messaggio-comunicazioni-sociali.html on 30 September 2014.

¹¹ Adapted from Paul BARAN, *On Distributed Communications*, Brussels, Rand Corporation, Retrieved on 12 June 2012 from http://www.rand.org/pubs/research_memoranda/RM3420/.

¹² Cheryl COYLE - Heather VAUGHN, *Social Networking: Communication Revolution or Evolution?* in «Bell Labs Technical Journal», 13/2 (2008), p. 13.

¹³ Gabriella PRAVETTONI, *Web Psychology*, Milano, Angelo Guerini, 2002, p. 177.

¹⁴ Cf. JENKINS, *Convergence Culture*, pp. 2-3.

¹⁵ Harold RHEINGOLD, *Net Smart: How to thrive online*, Cambridge, MIT Press, 2012, 208.

¹⁶ Jay David BOLTER, Blair MACINTYRE, Maribeth GANDY and Petra SCHWEITZER, *New Media and the Permanent Crisis of Aura*. «Convergence», 12/2006, 22-39, p. 22.

¹⁷ DE MUL, *The work of art in the age of digital recombination*, p. 99.

¹⁸ Norman Melchor PENA, *The value of friendship in social network sites, 2009*. Part of our research project for the Master of Communication degree at Griffith University in Brisbane, Australia, 2009.

¹⁹ POPE FRANCIS, "Pope to Synod Fathers: speak frankly and listen humbly". Opening of the III Extraordinary Synod held in Rome in October 2014. Retrieved from <http://www.news.va/en/news/pope-to-synod-fathers-speak-frankly-and-listen-hum> on 07 October 2014.

²⁰ Fr Alberione wrote: “Certainly I trust him more than I trust myself, and I am glad to have its proof”. Quoted in Stefano LAMERA, *Blessed Timothy Giaccardo, Apostle of Communication*. Roma: Paoline, 2010.

²¹ Cf. Teofilo PEREZ, “Jesus Master in our Apostolate according to Fr. Alberione”, in SSP, *Jesus, the Master Yesterday, Today and Forever: The Spirituality of the Pauline Cooperator, Acts*, Ariccia: SSP, p. 464.

- ²² Among them too were Fr. Silvio Sassi and the other predecessors of Fr. Alberione as Superiors General. See http://www.paulus.net/index.php?option=com_content&view=category&id=206&Itemid=1726; *Documenti dei successori di Don Alberione. Vol 1* - Don Luigi Zanoni, Don Raffaele Tonni, Don Silvio Pignotti, Don Pietro Campus - Roma, Casa Generalizia SSP, 2009, Retrieved from http://www.paulus.net/doc/archivistorico/successori_1.pdf on 30 September 2014; and *Documenti dei successori di Don Alberione. Vol 2* - Don Renato Perino, Rome, Casa Generalizia SSP, 2009. Retrieved from http://www.paulus.net/doc/archivistorico/successori_2.pdf on 30 September 2014.
- ²³ POUPARD, 'Presentation', in Antonio Ugenti (ed), *La sfida di Don Alberione*, p. 6.
- ²⁴ SASSI, "The Total Christ for the Century of Global Communication", p. 520.
- ²⁵ SASSI interviewed by Annachiara VALLE, 'Da 100 anni mettiamo Dio in prima pagina', in *Famiglia Cristiana*, 17 August 2014, p. 45.
- ²⁶ JOHN PAUL II, *Redemptoris missio*, Vatican City, Libreria Editrice Vaticana, 37. Retrieved from http://www.vatican.va/holy_father/john_paul_ii/encyclicals/documents/hf_jp-ii_enc_07121990_redemptoris-missio_en.html on 29 September 2014. He added: "the split between the Gospel and culture is undoubtedly the tragedy of our time".
- ²⁷ Cf. Max GIOVAGNOLI, *Cross-Media: Le nuove narrazioni*, Milano, Apogeo, 2009.
- ²⁸ Cf. Official trailer: <http://www.youtube.com/watch?v=3tDHH1eXKmA>.
- ²⁹ Cf. PCCS, 'Monsignor Paul Tighe discusses how the Vatican has embraced digital platforms', video interview, 27 October 2014. Retrieved from <http://www.pccs.va/index.php/en/news2/attualita/item/2635-monsignor-paul-tighe-discusses-how-the-vatican-has-embraced-digital-platforms> on 30 November 2014.
- ³⁰ Theme of the Pope's message was "Communication at the service of an authentic culture of encounter", Message for the 48th World Day of Communication, 1 June 2014. Retrievable from http://w2.vatican.va/content/francesco/en/messages/communications/documents/papa-francesco_20140124_messaggio-comunicazioni-sociali.html.
- ³¹ Mark ZUCHERBERG, Keynote given at the Mobile World Congress 2014 in Barcelona, Spain.
- ³² SASSI, "New wine into fresh skins", in SSP To Be St. Paul alive Today – Reflections and Documents of the 8th General Chapter, 2004, p. 188.
- ³³ BUSCH, *To come to a correct understanding of Buddhism*, in «New Media Society» 12 (2011), pp. 58-74
- ³⁴ Heidi CAMPBELL, *When Religion Meets New Media*, p. 187.
- ³⁵ Christopher HELLAND, *Online-Religion/Religion-Online and Virtual Communitas*, in HADDEN and COWAN (eds), *Religion on the Internet: Research Prospects and Promises*, London, JAI Press, 2000.
- ³⁶ Cf. Domenico POMPILI, *Il nuovo nell'antico: comunicazione e testimonianza nell'era digitale*, Cinisello Balsamo, San Paolo, 2010. The book outlines pastoral guidelines on the current use of new medi; and Antonio SPADARO, *Web2.0 – reti di relazioni*, Milano, Paoline Editoriale Libri, 2010, pp. 7-8.
- ³⁷ Cf. Fabio PASQUALETTI, *Nuovo tecnologie: nuovo sfide personali e collettive per un utilizzo attivo, critico e responsabile*, in Massimiliano PADULA (ed.), *Involucro della Contemporaneità – un discorso sui media*, Città del Vaticano, Lateran University Press, 2010, pp. 141-184.
- ³⁸ Giacomo ALBERIONE, 'Vita di Maria (MNS3)', 1955. Retrieved from <http://www.alberione.info/operaomnia/dettaglio.php?recordID=64786&trova1> on 6 November 2014.
- ³⁹ Neil POSTMAN, *The End of Education*, New York, Alfred Knof, 1995, pp. ix-xi and 195.
- ⁴⁰ Example of these curricular standards can be found in Hidden curriculum (2014, August 26). In S. Abbott (Ed.), *The glossary of education reform*. Last updated 3 March 2014. Retrieved from <http://edglossary.org/hidden-curriculum>.