

Linguaggi giovanili nell'era della comunicazione digitale. Una panoramica.

A. I contesti

3. Assistiamo a segnali di evidente secolarizzazione in ambito catechistico, sia nel momento della stessa somministrazione delle verità della fede e, ancor peggio, della fuga di massa dei ragazzi dalla Chiesa arrivati al traguardo del cammino di iniziazione. Perché? Cos'è che non ha funzionato? Da che cosa dipende la crisi della catechesi con i ragazzi?

4. È necessaria autocritica e verifica per impostare una nuova modalità di proporre il Vangelo a preadolescenti e adolescenti. La prima domanda da porsi è: in che modo si considera il cambio culturale e il processo di socializzazione in cui vivono e che respirano i ragazzi della nostra diocesi? La seconda domanda è: si può continuare a replicare i contenuti anno dopo anno, decennio dopo decennio, senza riaggiornarne il linguaggio?

5. Luciano Meddi (nel suo contributo dal titolo L'itinerario formativo per l'iniziazione cristiana dei ragazzi) elenca una serie di esempi che contribuiscono alla crisi del modello pedagogico dell'iniziazione cristiana: innanzitutto il non tener conto della cultura di libertà in cui viviamo; nel soggetto che viene coinvolto soltanto per il tempo catechistico e non nel resto della sua vita; nella socializzazione che si è spostata dalle agenzie tradizionali (parrocchia, famiglia, scuola) alle deboli (media, gruppi, non-luoghi); e infine dal calcolo di quanto tempo i ragazzi impiegano a sapere l'alfabeto della fede cristiana piuttosto che su quello necessario per entusiasmarli alla vita cristiana.

6. In tutto questo c'è bisogno di testimoni credenti e credibili, capaci di stare nel tempo per dare ragione della propria fede. Perciò non si può pensare di aver reso interessante un momento di catechesi con i ragazzi solo per il fatto di aver coperto un tavolo di manifesti da colorare o di giornali da cui ritagliare delle foto, o infine di cartelloni da preparare e esporre con orgoglio nelle salette adibite alla catechesi. Ci vuole ben altro. Non si tratta di partire da noi, dalla nostra esperienza. Rimarremmo nella convinzione di non conoscerli o non capirli, o di conoscerli ma non riuscire a comunicare con loro. Saremmo caduti nella palude dell'incomprensione. Dobbiamo invece partire da loro e dalle loro necessità, dai loro desideri, sogni, dal loro bisogno di relazione.

7. La tecnologia può rischiare di riempire i vuoti per cui la utilizziamo come una balia, un riempitempo. Spesso i genitori stessi continuano a delegare ai programmi televisivi la preparazione, educazione e formazione culturale dei figli. Mancando la relazione viene a mancare la coltivazione della conoscenza comune, interpersonale, e con la conseguente differenziazione dei linguaggi si alimenta l'incomprensione, l'incomunicabilità, l'assenza di relazione. Perciò il Magistero ama utilizzare le icone bibliche dall'opposto significato che sono Babele (la centrifuga della comunicazione), e Pentecoste (la forza centripeta della comunicazione e quindi della comprensione).

8. Si tratta di dare forza del Logos più che ai Verba. Il termine greco indica la parola pensata, unisce le due funzioni del pensare e del parlare, e perciò spinge a coniugare pensiero e parole.

9. Educare > vuol dire portare fuori, far crescer ma anche orientare verso un orizzonte di senso (ascolto del brano: Un senso di Vasco Rossi). Evangelizzare vuol dire "forzando": portare fuori, far emergere, crescere il Vangelo, orientare verso un orizzonte di senso cristiano. E ciò attraverso la parola e le opere (per dirla con

San Giacomo). In sintesi attraverso la Testimonianza. L'educatore-evangelizzatore (catechista, l'animatore parrocchiale, l'incaricato delle associazioni dei servizi ecclesiali, ecc....), è colui che fa emergere e orientare. Dopo aver incontrato, conosciuto, fatto esperienza, trovato senso alla propria vita, alla storia... (Cita la prima lettera di San Giovanni), ciò che abbiamo conosciuto, toccato, visto, ascoltato..., lo annunciamo noi... Perché siate in comunione con noi. È la nostra comunione è con il Padre, il Figlio e lo Spirito Santo. Evangelizzare in modo particolare vuol dire anche, a partire dalla propria esperienza, e ciò che riteniamo importante, ciò che per noi è stato importante, e lo riteniamo ancora importante, dobbiamo trasmetterlo, comunicarlo, dividerlo. Per fare ciò dobbiamo sforzarci di trovare linguaggi comprensibili con cui tradurre (il verbo richiama la tradizione, la *traditio fidei*).

12. La Chiesa ha usato i segni che offriva il tempo, dall'essenzialità potente della parola alle espressioni artistiche di affreschi e mosaici bizantini, alla ricchezza dell'iconografia, ecc. alla liturgia, al canto, alla musica, ecc. Così pure con la nascita della stampa, e ciò non senza difficoltà o contrarietà. Comunicare il Vangelo trovava autentici potenti alleati nelle tecniche e nelle tecnologie che la creatività umana veniva realizzando, dalle più arcaiche alle più sofisticate e tecnologiche, tanto da apprezzare questi strumenti tra "le cose più mirabili" che la capacità creativa dell'uomo ha saputo produrre. Il documento "Inter Mirifica" coglie questo senso.

13. L'atteggiamento della Chiesa è un atteggiamento di prudenza prima e di coinvolgimento dopo. Vengono riconosciuti i valori e le potenzialità dei mezzi di comunicazione, ma anche i loro rischi. "I nuovi linguaggi hanno un impatto sul modo di pensare e di vivere, ciò riguarda, in qualche modo, anche il mondo della Chiesa" (Benedetto XVI, 28 febbraio 2011). Oggi spuntano siti e blog religiosi come i funghi, o video-omelie che cercano di raccontare la fede nell'immensa cattedrale virtuale che è il Web. Ma evangelizzazione online viene non sempre declinata in modo affascinante, intelligente e professionale. Dov'è il problema?

14. Giovanni Paolo II tra l'altro affermato che la Chiesa "non è chiamata soltanto a usare i media per diffondere il Vangelo, ma oggi più che mai, a integrare il messaggio evangelico nella nuova cultura che i potenti strumenti della comunicazione creano e amplificano".

15. In campo catechistico l'adozione dei media elettronici e digitali e dei loro linguaggi è ancora più debole. Quali cause? Pregiudizi, impreparazione, risorse insufficienti, impediscono di cogliere le opportunità educative e metodologiche che i diversi applicativi possono offrire alla comunicazione della fede dei ragazzi, utenti appassionati delle più nuove tecnologie, i più "connessi" e anche i più esposti. C'è un'oggettiva difficoltà di dialogo tra l'adulto e con chi è alle prese con la delicata fase della preadolescenza. E anche alla non incolpevole carenza di professionalità e preparazione didattica dei catechisti stessi e alla incapacità di creare spazi di forti e vivaci relazioni. Non bastano buona volontà e entusiasmo da soli: occorre formazione, esercizio e testimonianza credibile, creatività, e qualche elemento di psicologia dell'adolescenza.

15. Le nuove generazioni hanno bisogno di immagini e suoni per avere l'attenzione risvegliata.. **Non basta solo la parola**. L'audiovisivo cattura interesse e attenzione. I giovani oggi sono nutriti culturalmente da immagini e suoni provenienti dagli strumenti tecnologici e quelli informatici. D'altra parte sarebbe ingenuo cedere all'illusione di delegare alla tecnologia la qualità dei processi di comunicazione in generale e dell'educazione alla fede, in particolare.

B. Testi e supporti

17. Passaggio da uno status sociale dominato quasi esclusivamente dalla lettura-scrittura-stampa verso uno contrassegnato dalla multimedialità e dalla interattività. Siamo in un territorio digitale la cui icona che lo riassume sono lo schermo del computer o il cellulare oltre che allo schermo della televisione. Si è verificata una radicale rivoluzione tecnologica che ha visto il passaggio dall'industria meccanica a quella elettronica, lo sviluppo delle telecomunicazioni e dell'informatica in brevissimo tempo. Siamo non solo in una società postindustriale ma anche postmoderna, pluri-religiosa, multi-etnica, multimediale, complessa.

Caratteristiche della società attuale

Quali sono le caratteristiche di questa società?

- a. Una società postmoderna.

Per post modernità intendiamo il modello euristico di pensiero e il criterio di discernimento assiologico che hanno determinato la società contemporanea con i suoi nuovi stili di vita e di pensiero. Caratteri principali di una società postmoderna sono:

- la fine della visione teleologica della storia in cui si sono determinate:
 - ° la crisi della dimensione razionale che non è riuscito a realizzare il controllo delle dimensioni irrazionali;
 - ° La crisi della dimensione mitica dello sviluppo scientifico che non è coinciso con il progresso reale (l'uomo stava per autodistruggersi);
 - ° La crisi della dimensione storica in una prospettiva teleologica non più accettabile dopo i due conflitti mondiali e il crollo dei sistemi marxisti;
 - ° La crisi della dimensione sociale che ha travolto le meta-narrazioni (cristianesimo, l'illuminismo, marxismo, capitalismo) fondate su un'idea di uno sviluppo lineare "a lieto fine".

L'insieme di queste crisi ha prodotto il nichilismo di cui è padre Nietzsche, il filosofo della "morte di Dio". Siamo nella società in cui vige il "pensiero debole" di cui parla Gianni Vattimo: la merce contemporanea non ammette un fondamento ultimo e immutabile della categoria della verità. Commenta Henry De Lubac: "non si parte più da Dio per capire l'uomo, ma dall'uomo per sfatare il mito di Dio".

In questo contesto si realizza una seria assimilazione della secolarizzazione o nella confezione di una "religione-fai-da-te".

Dalla cultura nichilista sottesa alla società Mass mediale, deriva il relativismo morale e il pragmatismo della vita quotidiana.

La verità assoluta e che non esistono verità assolute e se esistessero non sarebbero accessibili alla ragione umana e perciò non sono rilevanti. (GMComSoc 2011).

In questo territorio vivono i "ragazzi 2.0". E l'atmosfera dove crescono, inconsapevolmente, i preadolescenti. È una situazione che la comunità cristiana deve conoscere soppesare se vuole che la comunicazione catechistica li raggiunga nel cuore della loro esistenza quotidiana.

- b. Una società "complessa"

- La complessità e la seconda categoria che identifica la società attuale, complicata, confusa, impossibile da decifrare. L'espressione "complessità sociale" indica la cultura caratteristica delle società economicamente sviluppate in cui la stragrande maggioranza degli abitanti vive in condizioni di libertà dai bisogni fondamentali che gode pieni diritti democratici.
 - Tale società ha assimilato un modello di sviluppo che sembra ridurre la vita a un labirinto senza una segnaletica chiara e precisa provocando il generale disorientamento nelle macrostrutture comunitarie di individuare.
 - Questo stato è confermato da alcuni fenomeni che interessano le comunità mondiali: il liberismo economico (che ha prodotto benessere ma anche precarietà, crisi, povertà); la globalizzazione (mercati senza limiti geografici con accesso beni materiali ma conseguente soppressione delle peculiarità culturali e delle tradizioni locali); le migrazioni con le conseguenze in termini di sradicamento e di conflitti sociali.
- c. Una società liquida
- una società che ha perso il rimando a qualcosa di stabile, solido, eterno. Che ha prediletto *il tutto e subito*. In cui "le situazioni in cui agiscono gli uomini si modificano prima che i loro modi di agire riescano a consolidarsi in abitudini e procedure" (Bauman).
 - La comunicazione, come la società, oggi è liquida (per usare un termine usato da Bauman): con un clic piaccio o ti spengo, che accollo rifiuto, e faccio vivere o ti elimino a seconda della liquidità dei miei sentimenti. Tutto è diventato incerto, fluttuante, ogni relazione è a scadenza.

La cultura postmoderna

- a. **è una cultura visiva**, dominata dall'immagine in cui si afferma sempre più la televisione come strumento indispensabile inseparabile dalla vita quotidiana; dove proliferano programmi del genere ufficio, dell'intrattenimento, dei reality show; dove i televisori maxischermo e il suono dolby home theater, cioè la riproduzione in qualità alta del cinema può avvenire in condizione privata; la grande diffusione della realtà virtuale con software sofisticati computer sempre più veloci in cui si è affermato Internet. Un ambiente dove nasce e si coltiva la forte passione per i divi nello spettacolo, dello sport, della canzone.
- b. **Una cultura "sonora"** dove le tecnologie digitali hanno favorito non solo la diffusione di strumenti video ma anche sonori: l'iPod, l'Mp3, l'Mp4 Media Player. I ragazzi sono grandi consumatori di musica fin da piccola. Crescente diffusione del *podcast* (il nuovo walkman). Il *podcasting* permette di scaricare sul computer o sui mini-media audio file di ogni genere, ma soprattutto musica. La vetrina digitale più famosa è *iTunes Store*.
- c. **una cultura 2.0**. La nostra epoca è descritta come epoca dell'informazione e della comunicazione ma anche come network society (società della rete "a banda larga"). Una cultura collegata alla comunicazione digitale, dove i media che la qualificano sono tecnologicamente "raffinati" che determinano nuovi "format di comunicazione".
 - ° Televisione e vari dispositivi a essa collegati.
 - ° Dispositivi multimediali come i videogame l'iPod, l'iPad, l'iPhone, lo smartphone, le fotocamere e videocamere digitali.

- ° I mezzi tradizionali di comunicazione: la radio, il cinema, giornali e riviste, i libri, i fumetti.
- ° I supporti di telefonia fissa e mobile, come cellulari sempre più simili a un computer portatili, strumenti complessi per la trasmissione di dati, suoni e immagini.
- ° Gli applicativi dei vari controlli Internet, come la World Wide Web, la posta elettronica, i blog, le chat, l' instant messaging, le newsletter, i forum, i Twitter, i newsgroup, le audio e video conferenze, l' electronic Interchange, il file transfer protocol, Wikipedia.

Con il Web 2.0 e la sua manifestazione più evidente che sono social network la rete ha compiuto uno strepitoso passo avanti: si può parlare di **onnipresenza mediatica**. Gli strumenti 2.0 sono diventati espressione di uno status.

d. Una cultura del Download

Tutto si scarica: Libri, cultura, musica, foto, film, video, informazione, intrattenimento, giochi... persino da un supermarket online che è e-bay.

La comunicazione nell'era digitale

È caratterizzata da:

a. La multimedialità

- non è una *conquista* recente ma è cresciuta con l'evolversi delle scoperte legate alla comunicazione.
- Per multimedialità possiamo intendere la compresenza di più codici gestiti da un unico supporto informativo. Possono essere le varie tipologie che vanno dal testo, all'immagine, alla audio e all'animazione. I codici (detti anche contenuti multimediali) lavorano in assoluta sinergia in modo da facilitare la presentazione dei concetti che del loro arricchimento e il rinforzo di contenuti di qualsiasi tipo.
- Negli ultimi tempi si è evoluta al punto da aumentare esponenzialmente la capacità di gestire i contenuti multimediali attraverso la trasformazione del pc in un mass-medium capace di diventare contemporaneamente televisione, radio, telefono, libero, macchina fotografica. Ne è derivata un'informazione fruibile, condivisibile è modificabile ovunque e su diversi dispositivi, dateci allo smartphone.
- Le qualità della multimedialità sono: la compresenza di più codici gestiti da un unico supporto è in sinergia tra loro (testo immagine grafica e fotografica, immagini in movimento, audio, parlato musica o effetti, animazione bi o tridimensionale); la compressione di banche dati su un supporto compatto; la comunità di accesso grazie ai collegamenti (link)

b. l'interattività

l'interattività instaura "un rapporto completamente nuovo con l'utente chiamato a partecipare alla produzione di contenuto, secondo forme e modalità diverse a seconda del mezzo". In campo informatico per interattività intendiamo il dialogo, quanto più possibile bilaterale, tra la persona e la

macchina è tra persona e persona quando si tratta della comunicazione on-line. È un processo dinamico che modifica in maniera esplicita l'informazione. In altre parole: l'utente anziché ricevere l'informazione in maniera relativamente passiva (come quando guarda un film alla tv) è in grado di interagire con il mezzo stesso influenzando il contenuto dell'informazione.

A far innamorare i ragazzi 2.0 di videogiochi, telefonini e Internet è proprio la loro sofisticata multimedialità e interattività.

c. Altre caratteristiche dei media digitali

oltre all'interattività e multimedialità si sono aggiunte altre cinque qualità rispetto ai media tradizionali (stampa, radio, cinema, tv). Queste sono:

- La mobilità: tecnologie piccole, portatili, ma potentissimi.
- La crosmedialità: possono svolgere contemporaneamente più servizi (si possono vedere immagini come in tv ascoltare musica come la radio, collegarsi a Internet senza stare ai vertici di casa, si può telefonare o mandare messaggi, si possono scattare foto, eccetera).
- La connessione continua grazie all'allargamento della banda wireless (wifi). La socialità, le nuove tecnologie sono fortemente relazionali (Facebook per tutti).
- La autorialità: non solo si possono usufruire di informazioni e messaggi ma anche produrli (i video prodotti dai ragazzi postati su YouTube).

In Sintesi

Quali sono i caratteri in sintesi della comunicazione e della cultura attuale:

- multimediale e interattiva
- emotiva e emozionante (lavora più sul cuore che sulla mente)
- si costruisce su frasi brevi e ad effetto: spot per slogan (espressione dello zapping ma anche suo prodotto)
- è la critica: confonde il bene e il male, valori e disvalori
- frustrante e ossessiva: obbliga all'acquisto (se non ha i quel cellulare quel vestito con quelle scarpe...)
- irrealista, virtuale, che porta altrove, che fa sognare, che si esprime in fiction
- chi ha bisogno di testimoni per essere più credibili.

Gli effetti sociali dei media

- a. dalla comunicazione all'incomunicabilità. È il paradosso della società postmoderna in cui la massima diffusione dei mezzi ha prodotto una preoccupante dose di incomunicabilità che rende rapporti umani difficili e problematici nei gruppi, nelle comunità e persino nelle famiglie. Un ritorno a

babele. L'incremento delle comunicazioni non si traduce automaticamente in una comunicazione umana orientata alla verità. Il sordo saggio di comunicazione può produrre anche effetti collaterali negativi specialmente nelle persone psicologicamente più deboli come possono essere anche i preadolescenti.

- b. Al di là del tempo e dello spazio. Il progresso multimediale ha trasformato la società in realtà interdipendenti e discontinue. Si è passati da rapporti sociali dai contesti locali di interazione a relazioni strutturate su archi di spazio-tempo indefiniti. Gli adulti sono abituati a considerare i rapporti sociali ancorati alle persone, a un territorio, a una comunità, a una determinata società entro i confini nazionali e culturali. I media digitali costringono invece a ripensare le relazioni in forma più deterritorializzata con l'insorgere delle comunità virtuali. Il panorama giovanile oggi presenta rapporti tra persone "assenti", localmente distanti da ogni situazione di interazione "faccia a faccia", dove il luogo diventa fantasmagorico, virtuale. È cambiata la "geografia situazionale", dove riveste sempre più importanza la rilevanza del contesto, cioè del "dove" si realizza lo scambio di informazioni o la comunicazione di un messaggio, le sue estensioni "virtuali".
- Tra queste estensioni create dalla post-modernità ci sono i cosiddetti non luoghi, nuovi spazi in cui si coesiste, si coabitano senza vivere insieme. Il non-luogo è un territorio romanizzato che offre dei servizi, ma non identità, relazione, storia. La frequentazione dei non luoghi modifica anche il dato relazionale tipico di ogni educazione che si svolge tra soggetti all'interno di uno spazio di un tempo.
 - L'uso continuo dei nuovi media opera uno schiacciamento delle persone sul presente tenendole prigioniere dell'hic et nunc, oscurando il passato e il futuro c'è una contrazione del tempo. Now generation: life is now. Si privilegia le stanze, l'immediatezza, la molteplicità delle esperienze. Il presentissimo pregiudica il valore della tradizione dove la memoria-memorale, categoria irrinunciabile della fede cristiana è bloccata insieme alle prospettive del domani, l'escaton della fede cristiana.

c. Dal cyberspazio alla cyber-società

sono queste due categorie derivate dalla cibernetica, la scienza che studia i fenomeni di autoregolazione e comunicazione negli organismi naturali e nei sistemi artificiali (esempi di organismi naturali o sistemi artificiali sono: una società, una cellula, un'economia, una rete di computer, un cervello, un ecosistema, un impianto, un'azienda, ecc.).

Il termine cyberspazio (cyberspace) "indica uno spazio nel quale le persone possono muoversi e incontrarsi e in cui prendono forma anche la comunicazione sociale e la formazione della volontà politica; ma i modi di informazione, di comunicazione e dei processi decisionali sono precostituiti attraverso le condizioni specifiche di Internet".

Lo sviluppo del concetto di intelligenza collettiva dato dai media digitali ha prodotto la cyber-società, una sorta di mondo parallelo alla società tradizionale cresciuta sui. Questa è priva dei limiti di spazio-tempo ed è aperta a tutti.

I concetti di cyberspazio e cyber-società rappresentano una sfida di ampia portata per le realtà tradizionali della famiglia, del gruppo, della comunità civile e cristiana. Infatti la realtà del cyberspazio consente la trasmissione di messaggi ma anche una serie di interazioni tra i diversi soggetti perché "questo nuovo ambiente di comunicazione di costituisce la compresenza di più

punti di vista differenti". Ne deriva "una profonda modifica del senso di appartenenza alla società in cui sono inserite. La comunicazione digitale ha prodotto l'eccesso di informazioni e di conseguenza un sovraccarico simbolico. Davanti a narrazioni contrastanti, a opposte visioni del mondo, a svariate sorgenti di informazione, i preadolescenti difficilmente riusciranno ad inserire questa immensa "banca dati" in modo coerente nella propria crescita senza il rischio di distorsioni emotive e comportamentali.

I cinque circoli ambientali che agiscono sui preadolescenti

- a. il micro sistema: è il cerchio formato da famiglia, coetanei, scuola, quartiere, contesti umanamente ricchi di stimoli con i quali i ragazzi interagiscono faccia a faccia.
- b. Il mesosistema: è il collegamento tra le realtà precedenti, per cui ognuna influenza l'altra. Se, per esempio, un ragazzo vittima di situazioni familiari disastrose, probabilmente incontrerà difficoltà di inserimento a scuola o al catechismo maggiori di chi proviene da un ambiente sereno.
- c. L'ecosistema: è lo spazio in cui i ragazzi non possono avere completa libertà di azione perché condizionati da eventi ambientali scelti da altri. Per esempio, il posto di lavoro dei genitori, le loro amicizie, le frequentazioni di una sorella...
- d. Il macrosistema: è l'ambito culturale generale che coinvolge tutte le realtà in cui vivono i preadolescenti (per esempio, la differenza che c'è tra i sistemi educativi dei vari paesi).
- e. Il cronosistema: indica le condizioni storiche e sociologiche in cui i ragazzi crescono.

Le comunità virtuali

i ragazzi 2.0 hanno moltiplicato le connessioni con la propria generazione nei "non-luoghi" dei media group. Nel Web conoscono e fanno amicizia con persone conosciute nel proprio profilo Facebook. L'ambiente virtuale serve a creare nuove amicizie, farsi una storia. Si ha la sensazione di appartenere a una community che comunica attraverso i contatti di sms, e mms, chat, e-mail, Facebook, Flickr, Twitter, Instagram. Forme comunicative che trasmette loro la sicurezza di sentirsi qualcuno.

Le comunità virtuali (Virtual Community) "sono caratterizzate dalla condivisione delle esperienze e delle emozioni, il cosiddetto self sharing. Internet in questo senso offre occasioni di incontro che permette di comunicare più rapidamente superando anche le grandi distanze. Internet, oltre che un contenitore di informazioni, è anche un contenitore, un luogo, di relazioni".

Queste comunità richiedono due condizioni fondamentali: un insieme di conoscenze condivise dagli utenti e la disponibilità ad avviare relazioni sociali di tipo collaborativo. I motivi per cui si entra a farne parte possono essere diversi: l'interesse a potenziare e a condividere le proprie conoscenze su un determinato argomento, il desiderio di confrontare le proprie idee con quelle degli altri, la necessità di trovare compagnia, la curiosità verso argomenti nuovi e, non ultimo, la voglia di evasione. Inoltre, queste comunità si dimostrano capaci di soddisfare le esigenze umane più evolute, come il sentirsi parte di un gruppo sociale dando il proprio contributo alla sua crescita e auto-realizzandosi in esso. Si capisce perché tali comunità esercitano un'attrazione immensa sui ragazzi.

La nuova agenzia digitale, che si aggiunge e a volte sostituisce quelle tradizionali (famiglia scuola Chiesa), trasforma le abitudini e la mente dei ragazzi. Favorisce più velocemente la socializzazione primaria e secondaria che affianca e supera quella assicurata finora dalle agenzie tradizionali. Queste informazioni si traducono in formazione gestita da educatori irreali ma anche invisibili che rilasciano ogni tipo di messaggio ai giovani inesperti naviganti non senza qualche preoccupazione.

Catechisti multitasking

studenti zapping, che attingono informazioni nelle biblioteche virtuali del Web, dai canali televisivi e dei postcasting radiofonici, parlano un "madrelingua digitale con la stessa disinvoltura con cui loro hanno letto e studiato nella loro madrelingua. Apprendono giocando esplorando perciò in classe hanno l'impressione di trovarsi in ambienti che sanno di muffa e fuori dal mondo, dal "loro" del mondo. Può succedere peggio al catechismo dove l'obbligo è meno forzato che a scuola. Il tempo dell'attenzione è scarso, notevolmente ridotto, dettato dalla vittima degli spot, scritto dalle battute di un messaggio, per cui la concentrazione cade, si riduce.

Ai ragazzi 2.0 che frequentano il catechismo dovrebbero corrispondere catechisti multitasking che imparano a conoscere, almeno lievemente, linguaggi e strumenti utilizzati dai loro destinatari.

Oggi non si parla più di *homo sapiens*, ma di *generazione 2.0*, tutta Web e *touch screen*. La sigla 2.0 rimanda all'attuale edizione del Web che permette una maggiore versatilità di comunicazione tra gli utenti del Web. E sono il blog, la chat, Twitter, Wiki e i diversi social forum. In questo scenario, protagonisti sono i nativi digitali. Oggi si parla di connessione virtuale tra le persone. L'espressione nativi digitali è stata coniata da Prensky poi corretta da lui stesso rinnegando la prima intenzione.

12. Il linguaggio giovanile è il linguaggio sincopato, a singhiozzo, degli SMS e dei social network, come Facebook, le chat, Twitter, Whazzap. Oggi tutto va reso pubblico ai limiti della esagerazione. Facebook è l'esposizione del privato, esibizionismo e narcisismo (il narcisismo dei giovani). YouTube la nuova gogna dove mettere di tutto di più persino il video fatti con i cellulari in cui sono ripresi i compagni che litigano e si prestano. Entrambi, infine sono l'esplosione del voyeurismo. La ricerca dello sconosciuto per il quale si prova un grande fascino è diventata di prassi. Ma c'è il rischio di inoltrarsi in un bosco dalla fitta trama di alberi e rovi. I social network però non sono solo negatività: è rete, relazione, che può presentare alcune trappole.

11. Oggi in media più tecnologici della comunicazione 2.0 sono alla portata di tutti, ma hanno prodotto un vero gap tra le generazioni al punto di dividerli tra *nativi digitali* e *immigrati digitali* e aggiungerei *stanziali analogici*. In tempi di *social network* sembrava che gli strumenti tecnologici di nuova generazione avrebbero facilitato la comunicazione degli esseri umani intessendo reti sociali in cui la Chiesa avrebbe potuto annunciare il suo messaggio. Ma non è stato e non è così. Si è prodotto un corto circuito comunicativo tra chi usa le dita per comunicare e chi era abituato, formato, ad altre forme di comunicazione, come la parola o i libri.

I supporti della comunicazione dei Nativi digitali

Conseguenze per la religione e la catechesi

siamo in epoca di emergenza educativa così come l'ha chiamata il Papa emerito benedetto nella lettera alla diocesi e alla città di Roma del 28 febbraio 2008.

Con onestà dobbiamo rilevare colpevoli incompetenze e carenze formative. Sembrano essersi inceppate i meccanismi di passaggio di valori da una generazione all'altra. Si sta diffondendo la religiosità fai-da-te, individualiste soggettiva. La religione non incide per nulla nella vita. I contenuti della fede sono considerati poco credibili e non attraenti sia dai tumulti che da ragazzi. Addirittura a volte la religione appare agli occhi di molti come una realtà che non gode di buona immagine (gli scandali). In tutto ciò a farne le spese, proprio perché non accompagnati da genitori e formazione, sono i ragazzi i quali fuggono dalle strutture dalle agenzie educative per rifugiarsi negli strumenti della comunicazione digitale o elettronici.

La catechesi deve offrire itinerari e metodologie che tengano presente il contesto globalmente secolarizzato che respiriamo. Bisogna attivare fantasia creativa. Bisogna fare particolare attenzione ai media, protagonisti assoluti della vita dei ragazzi. Siamo nella cultura della frammentazione della superficialità dove è vero non ciò che è vero, ma ciò che viene mostrato e che appare attraverso i media, soprattutto la tv (funzione autoritativa della televisione). Monsignor Tonino Bello parlava di "tonnellate di catechesi fatte e di etti di vita cristiana raccolti". Le cause insufficiente integrazione tra vita e fede in un contesto comunitario quasi sempre povero di esperienze significative per i preadolescenti; incapacità di cogliere l'affermarsi di un nuovo modello di ragazzo/uomo, sotto la spinta della società mediatica; difficoltà di parlare una lingua comune.

Obiettivo: la sfida della catechesi dei ragazzi deve trovare la "forza dello spirito", l'originalità per uscire da stile e toni spesso stantii e datati, soprattutto perché incapace di parlare con il linguaggio e i codici dei giovani ai giovani stessi. Non è un problema di poco conto che non si risolve scimmiettando il moderno per fare una catechesi più "up to date", ma una vera e propria sfida di nuova evangelizzazione e di inculturazione del Vangelo.

Proposta per una catechesi rinnovata

Alcune indicazioni metodologiche: comunicazione del messaggio rivelato con codici più a misura di ragazzi; apertura intelligente ai nuovi linguaggi; migliore valorizzazione della parola scritta per una sua migliore verbalizzazione e trasmissione; creazione di ambienti ricchi di proposte metodologiche e di testimonianze personali; i linguaggi gli strumenti sulle effettive capacità di comprensione dei ragazzi strutturalmente freddi verso una accoglienza positiva dei discorsi dottrinali, moralistici e verbosi abitualmente impiegati dai catechisti e da noi preti; produzione di un format che presenta il messaggio di ieri con la sensibilità educativa e la comunicatività di oggi.

Si passa da uno schema dell'atto catechistico tradizionale come il seguente: la verità-esperienza cristiana (messaggio) - comunicata dalla Chiesa (emittente, attraverso i catechisti) - con parole-codici (catechesi) - con la vita (testimonianza) - dentro una determinata cultura (il contesto attuale) - ai preadolescenti (riceventi, destinatari del messaggio);

a uno più interattivo e multimediale in cui i ragazzi diventano protagonisti come il seguente: La Chiesa (catechisti come emittenti) - in ascolto della cultura mediatica (contesto Mass-mediale come la vita come la cultura) - nell'intercettazione dei preadolescenti (riceventi/emittenti) - nei loro stili di vita - riformulo il processo comunicativo dell'annuncio evangelico (messaggio) - formalizzato nel codice linguistico più idoneo alla loro capacità di "ricezione" - ricreando un contesto ricco di proposte dentro la comunità e in collegamento con le agenzie educative (famiglia, scuola, gruppo, mass-media...). schema è presso da una proposta di Valerio Bocci.