**Digitalmind: ripensare il digitale per creare legami**

**Introduzione**

Il digitale durante il periodo di *lockdown* ha assunto un ruolo importante nella vita dei più giovani e non solo: videochiamate, dirette *live*, *webinar* e tanto altro sono da mesi a questa parte le stanze virtuali che ci consentono la connessione con i nostri cari.

All’inizio della pandemia l’utilizzo dei vari *social network* è stato accompagnato da un entusiasmo virale che ci ha portato alla creazione di modalità sempre più creative per accorciare le distanze. Il digitale nei mesi chiusi in casa è stato il nostro salvagente che ci ha tenuti legati alla realtà che improvvisamente ci era stata negata dal virus invisibile. Siamo potuti tornare in qualche modo a vedere i nostri insegnanti, compagni di classe, amici. Abbiamo visto serie tv insieme, ascoltato canzoni, letto libri.

Ultimamente sembra emergere, tuttavia, un progressivo senso di stanchezza per le relazioni connesse, come se lo schermo non bastasse più per accorciare le distanze e, in qualche caso, è come se avesse spezzato molti fili relazionali. Il digitale da solo non è bastato per creare relazioni, ha mantenuto per un po' quelle esistenti, ma ora sembra ci sia sempre meno da condividere nelle nostre videochiamate. Ci siamo resi conto che il digitale non ha sostituito il tempo passato insieme, il fare esperienza insieme.

È certamente un anno difficile da gestire questo, con tutti i vissuti emotivi che lo accompagnano e ci coinvolge tutti, quindi nessuno può essere guida dell’altro. Tocca stare più che mai con i piedi per terra e trasformare un momento di crisi in una opportunità per costruire qualcosa di nuovo e di bello. Il digitale accompagnerà le nostre giornate per ancora un po' di tempo e allora è necessario escogitare nuovi modi per far funzionare questi sistemi, per riattivare la motivazione al loro utilizzo con maggior successo. Come in tutte le crisi anche la pandemia ci obbliga a cambiare, ad adattarci, alzare lo sguardo e imboccare nuove strade, senza tornare indietro.

**Dare parole al vissuto emotivo**

Questa seconda ondata pandemica è più dura rispetto alla prima in cui non sapevamo bene che cosa stesse accadendo e in un clima confuso e disorientato ci muovevamo come burattini alla ricerca di qualcuno che ci dicesse cosa fare e come comportarci. Oggi abbiamo una chiara idea di cosa vuol dire stare in casa, che rifiutiamo certamente, e la percezione che qualcosa d’incontrollabile possa prendere il controllo del nostro corpo e del nostro tempo, e ci costringa in luoghi dove non vogliamo stare, ci rende più nervosi, oppositivi, tristi, annoiati, frustrati.

Tutti in questo momento per sopravvivere ci siamo fatti una idea di quello che sta succedendo e i *mass media* ci aiutano ogni giorno, anche con tesi molto differenziate, a prendere posizione nei confronti di un virus. L’incontrollabile da sempre ci spinge alla tentazione di darci risposte. Il senso di vuoto è mal tollerato dal nostro sistema nervoso che ci impone etichette e definizioni.

Aumentano le ore trascorse davanti al pc, *tablet*, *smartphone* per restare in contatto con amici e compagni di classe, studiare e giocare e incontrarsi sulle diffusissime piattaforme per videochiamate in gruppo. Le opportunità di svago ormai sono molteplici, ma anche i rischi connessi al loro costante utilizzo. Senza il digitale sarebbe tutto molto difficile, ma neanche tenere uno schermo sempre acceso tutto il giorno è una scelta salutare. Spesso il digitale diviene uno spazio poco umano dove ci sentiamo invasi da ulteriori prese di posizione su ciò che accade. È indispensabile un attento discernimento per distinguere gli elementi dannosi da cui proteggersi dalle opportunità offerte dai *new media*.

Potrebbe sembrare paradossale, ma per dare qualità a questo strumento è necessario, anzitutto, limitare la quantità di tempo nel suo utilizzo, dedicandosi ad una sana *dieta mediale*. Concedersi un po' di sana libertà dalla connessione e qualche *hobby*.

In secondo luogo, è necessario *riumanizzare* questi freddi schermi e fare in modo che essi divengano schermi fluidi dove possano circolare i nostri vissuti emotivi.

La catechesi, così come tutte le nostre attività, deve perdere l’esclusiva focalizzazione sul raggiungimento di un obiettivo: far partecipare più gente possibile, finire un incontro, trasferire tutte le nozioni in programma; non è possibile piegare il digitale ai nostri tempi e modi. È necessario che si parta dal tempo della persona che è dilatato rispetto a quello meccanico di un pc o di un programma didattico.

In termini pratici prima di iniziare qualsiasi attività è necessario lasciare il tempo utile ai nostri interlocutori di adattarsi alla nuova dimensione digitale e stare in ascolto di sé mentre ci si approccia a uno schermo. Una domanda semplice di innesco potrebbe essere all’inizio di un incontro: come stai? Potrebbe sembrare scontato in tempi normali, ma oggi che ci confrontiamo con occhi stanchi, annoiati o sofferenti dall’altra parte, non è scontato per nulla. Spesso ci tramutiamo in *zombies* davanti a uno schermo ed è come se il nostro sguardo perdesse contatto con il resto del nostro corpo, per buttarsi a capofitto in quello che vede e sente partecipando all’attività di turno. In realtà a volte ci dimentichiamo che la persona dall’altra parte dello schermo non è un avatar; ci vede, sente quello che sentiamo noi ed ha il potere di restituirci una emozione e la connessione con quello che siamo, ci può svegliare da un sonno tecnologico e far ritornare nel qui ed ora in contatto con la nostra parte somatica e psichica. Il “come stai” è un modo per dire all’altro: ti sto vedendo e sto partecipando con te a questo momento con tutto il bagaglio emotivo che mi porto dentro e che non voglio tenere per me, nascondendolo dietro lo schermo, ma che voglio condividere con te, per esserci io ed esserci insieme, prima di qualsiasi attività.

**Il virtuoso utilizzo del digitale**

Un altro aspetto importante nell’utilizzo dei media è riflettere sul *modello comunicativo* che vogliamo assumere. Ad esempio, il modello trasmissivo degli incontri digitali, attualmente più in voga, forse è in questa fase che stiamo vivendo troppo statico e unidirezionale. Sarebbe più opportuno optare su un *modello comunicativo dinamico e partecipativo*, dove i media diventino piattaforme comunicative e di scambio, utilizzate come luoghi di relazione e non mera trasmissione di informazioni.

Anche la catechesi, prestando fede al suo intento di “mettere qualcuno non solo in contatto, ma in comunione, in intimità con Gesù Cristo» (DGC 80), deve creare le condizioni di un incontro autentico, proponendo spazi di condivisione, e uscendo quindi dalla logica di mera trasmissione della fede.

In questo cambiamento di prospettiva si potrebbe partire innanzitutto dal cambiare i termini che abitualmente utilizziamo nel proporci agli altri: il termine trasmissione potrebbe diventare “comunicazione della fede”; al termine partecipazione ad un incontro si può sostituire quello di “condivisione di uno spazio”.

In termini pratici ciò implica una *revisione dello spazio digitale comunicativo*. È utile incoraggiare la modalità di *apprendimento cooperativo*, che valorizzi le competenze interne dei soggetti in interazione con il gruppo e li renda capaci di “generare insieme” qualcosa che prima non c’era. In tal caso si parla di *comunicazione orizzontale*, dove si generano spazi di prossimità, di scambio di idee, di testimonianza personale e comunitaria, in cui le persone si sentano sollecitate a mettere in comune interessi, propensioni, risorse e creare insieme.

Sarebbe utile preferire questi spazi virtuali a una comunicazione esclusivamente verticale, quella dei *webinar* formativi e informativi, in cui vi è una fruizione passiva di contenuti. Un intervento formativo che non coinvolge i destinatari è destinato al fallimento: la sola attenzione ai contenuti non è feconda, soprattutto nella catechesi dove il messaggio di fede va interiorizzato e rinnovato. La strada privilegiata in questi casi è quella di far fare esperienza del messaggio, diretta e indiretta, suscitando la riflessione e aiutando gli interlocutori a comunicarlo a loro volta.

Un altro aspetto da considerare è che là dove l’interazione è orizzontale, e prevede il pari coinvolgimento dei partecipanti, essa non ha un centro, per cui ogni idea ha lo stesso peso, lo stesso valore di un’altra e tutti gli interlocutori vengono posti sullo stesso piano comunicativo.

Ciò ha delle ripercussioni innegabili sulle relazioni di autorità, anche in riferimento ai contenuti della fede, perché vengono meno le divisioni dei ruoli e, soprattutto, l’aspirazione a un controllo verticistico della comunicazione. Pertanto, occorre riflettere sul controllo delle conoscenze e sul modo con cui la Chiesa si percepisce e vuole abitare in questo specifico spazio, allontanandosi da logiche autoreferenziali.

Un altro fattore da tenere presente è il *linguaggio comunicativo,* là dove avvertiamo che il “come” comunicare è altrettanto importante, o almeno non secondario, rispetto al “che cosa”.

I *media* non si possono limitare alla trasmissione di un messaggio, ma i partecipanti devono essere protagonisti attivi nella codifica/decodifica del messaggio e trasformazione dello stesso, al servizio della cultura in cui quel messaggio si fa promotore. Le conseguenze per la catechesi non sono di poco conto; il credente da semplice ricevente diviene co-creatore di un messaggio di fede, assunto e sentito come proprio, e trasformatore attivo nella trasmissione di una cultura di fede.

Il catechista è chiamato ad utilizzare i nuovi linguaggi digitali mettendoli al servizio del Vangelo, perché la Buona Notizia possa raggiungere il maggior numero di persone che vogliono trovare significato e verità.

Tra gli altri linguaggi, va riscoperta la “narrazione” in quanto il raccontare il testimoniare ciò che, per grazia di Dio, si è diventati sembra essere un modo realmente rispettoso di annunciare la verità cristiana: la narrazione delle storie di vita personali permette una relazione che si propone senza imporsi.

Il Papa insisteva, inoltre, sull’importanza di stare in rete con uno stile che faccia trasparire l’essere “cristiano”: «Esiste uno stile cristiano di presenza anche nel mondo digitale: esso si concretizza in una forma di comunicazione onesta ed aperta, responsabile e rispettosa dell’altro. Comunicare il Vangelo attraverso i nuovi media significa non solo inserire contenuti dichiaratamente religiosi sulle piattaforme dei diversi mezzi, ma anche testimoniare con coerenza, nel proprio profilo digitale e nel modo di comunicare, scelte, preferenze, giudizi che siano profondamente coerenti con il Vangelo, anche quando di esso non si parla in forma esplicita» (EVBV, n. 5).

**Educazione digitale**

L’importanza di un messaggio che divenga realmente educativo rimanda a una riflessione sulla formazione dei catechisti, degli operatori pastorali e di quanti si servono dei media a tale scopo, chiamati a costruire relazioni, a cercare risposte agli interrogativi profondi della vita, a condividere competenze e conoscenze.

Per condividere la fede nel mondo digitale, non è sufficiente possedere delle buone doti personali e la buona volontà di realizzare i propri obiettivi formativi, ma è necessaria una qualificazione specifica perché su di loro grava la responsabilità di educare i cristiani del domani.

Per operare in modo significativo è necessario innanzitutto aver maturato un’identità cristiana chiara ma dialogica, che sappia confrontarsi valorizzando ciò che si può condividere. L’obiettivo è quello di un’integrazione tra la fede e la vita sempre più coerente.

In vista di questo traguardo, i catechisti potranno essere guidati a elaborare e sviluppare un progetto personale di vita cristiana che dia coerenza e unità a ciò che credono, vivono e insegnano. Nei confronti dei catechizzandi, poi, non dovrà mancare la sollecitudine perché sviluppino un’identità di sé sufficientemente definita (sapendo che nel *web* le identità presentate e percepite possono essere plurime) e, progressivamente, sempre più ispirata a valori evangelici.

I catechisti dovranno poi educarsi ed educare alla “*saggezza digitale*”, ossia acquisire una padronanza nella sfera della comunicazione digitale, nell’utilizzo corretto e stimolante dell’ambiente digitale, nell’utilizzo non ingenuo degli strumenti della comunicazione, per favorire la crescita di abilità e di autostima personali, oltre che di credibilità agli occhi degli interlocutori.

Altrettanto importante è maturare un approccio sanamente critico perché, accanto alle indiscutibili potenzialità, la rete presenta pure delle ambiguità che non si possono trascurare a cuor leggero, per cui è indispensabile un uso della strumentazione etico e responsabile.

**Conclusione**

In definitiva, stiamo vivendo un cambio culturale e con esso sorgono nuovi stili di vita e nuovi modi di pensare, sentire, percepire e stare in relazione. La seconda ondata pandemica ci offe oggi una sfida: utilizzare il digitale a nostro favore per creare vita e legami promotori d’identità e sicurezza.

Il digitale non nasce per la catechesi, è la catechesi che si serve del digitale, trovando in un sistema esistente, avente le sue regole, uno spazio utile ai suoi scopi. È auspicabile uscire dalla logica della “sussidiazione” che favorisce una certa pigrizia creativa trasformandoci in passivi trasmettitori di conoscenze, per divenire protagonisti attivi nella gestione di spazi digitali e nella creazione di metodi interattivi.

Non basta usare i social per dare avvisi, per condividere foto e immagini sacre, ma si è chiamati ad andare oltre, e questo esige una maggiore preparazione e un progetto comunicativo. È necessario che la relazione faccia ingresso negli schermi digitali e che questi divengano spazi fluidi per far circolare accoglienza, reciprocità, disponibilità, stima, interesse reciproco, in modo che il gruppo diventi luogo di scambio e produzione di significato e di senso.

Il digitale ha tutte le potenzialità per mantenere il legame e allargare la cerchia delle relazioni: si è di fronte non a un semplice mezzo di comunicazione di massa, ma anche di comunicazione interpersonale. Il catechista che se ne voglia servire dovrà possedere attitudini relazionali, maturando la capacità di decentrarsi a favore di un sano protagonismo dei suoi interlocutori. In tal modo si potrà dare vita a una “comunità” che rappresenta un luogo relazionale virtuoso, dove rimanere in contatto, dove condividere gli elementi significativi del proprio vissuto, dove confrontarsi, dialogare e dibattere su tutto.

Dobbiamo approdare ad una *maturità comunicativa* prevedendo nella programmazione catechistica il tempo adatto alla costruzione psicologica delle relazioni interpersonali entro cui avrà significato l’offerta formativa. L’azione comunicativa deve far spazio all’azione delle persone coinvolte, con le loro storie, con le loro emozioni e soprattutto con le loro azioni.

Il digitale, con le sue chat e i suoi blog, può far emergere grandi temi religiosi ed esistenziali, offrire punti di vista che allarghino gli orizzonti e che generino speranza e nuovi costruttivi orientamenti, contro la “globalizzazione dell’indifferenza” (E.G. 54f). Questo cresce nella misura in cui noi per primi sappiamo cogliere nel digitale una potenzialità nel far crescere qualità religiose, con uno sguardo sempre vigile sui rischi ad esso connessi. Catechesi e comunicazione possono dialogare in maniera fruttuosa se viene dato il giusto valore al protagonismo dei soggetti verso i quali è diretto l’annuncio ed entro i quali avviene l’interiorizzazione del messaggio di fede.

Per rendere virtuoso il digitale dobbiamo essere flessibili, approfondire nuove competenze e cambiare il nostro linguaggio digitale. È necessaria anche una regia comunicativa, in cui noi stessi ci mettiamo in discussione sul nostro operato, attraverso il feedback dei nostri interlocutori, per rispondere al meglio all’esigenza di comprensione e adesione dei partecipanti. La catechesi non si dovrebbe tanto preoccupare della correttezza dei contenuti (anche di questo) quanto dell’efficacia del processo comunicativo negli incontri digitali in cui si realizza la partecipazione reale dei soggetti.

L’importante è che noi stessi diventiamo produttori e attori di una nuova cultura digitale, per far sì che il mondo virtuale e la realtà entrino sempre più in comunicazione, a servizio l’uno dell’altro.

Angela Maluccio