

I mezzi di comunicazione e informazione nelle case comboniane di formazione

Il 12 luglio 2024, padre Arlindo Pinto, direttore dell'Ufficio Comunicazioni presso la Curia generalizia di Roma, è stato invitato a parlare ai formatori dell'Istituto comboniano riuniti nella loro Assemblea Generale della Formazione, tenutasi a Roma dall'8 al 27 luglio. Il tema scelto è stato: "L'importanza dell'uso dei mezzi di comunicazione e informazione nell'ambito della formazione comboniana". Mentre scriveva il testo del suo intervento, padre Arlindo ha cercato di individuare quante sono le comunità formative comboniane e quante di loro pubblicano un bollettino o una *newsletter* a scadenza regolare, o sono presenti su Internet o altre piattaforme digitali. Di seguito, pubblichiamo il testo del suo intervento e i risultati dell'indagine da lui svolta.

1. Mezzi di comunicazione e informazione e Formazione comboniana

Questo mio contributo ha lo scopo di risvegliare la nostra attenzione sul tema, urgente e serio, di come la formazione missionaria proposta nei nostri postulandati, scolasticati e centri internazionali fratelli (Cif) si coniuga con il ruolo oggi ricoperto dai mezzi di comunicazione e informazione e dall'intero mondo digitale.¹

Secondo i dati pubblicati a inizio aprile 2024, circa 5,44 miliardi di persone (cioè, il 67,1% della popolazione mondiale) hanno accesso a Internet e fanno uso dei social media. Il numero di persone "non connesse" a Internet è sceso a 2,66 miliardi, per lo più viventi in Asia meridionale o orientale e in Africa.

Altre informazioni mi sembrano importanti: gli utenti di Internet continuano a crescere (178 milioni di nuovi utenti nei 12 mesi precedenti l'aprile 2024); la stragrande maggioranza degli utenti di Internet (96,3%) utilizza un telefono cellulare per collegarsi online almeno una volta al giorno; i telefoni cellulari rappresentano oggi la quota maggiore (57,8%) del tempo che trascorriamo online e il 60% del traffico web mondiale.²

Ciò che c'è dietro questi dati, assieme alla crescita dei *social media* e alla diffusione dell'Intelligenza artificiale – autentici "nuovi segni dei tempi" – ha cambiato la nostra realtà in molti modi che non avremmo mai potuto immaginare; in verità, ha creato un nuovo mondo e una nuova cultura, al punto che già si parla di un "nuovo continente digitale". Inoltre, si sono aperte nuove porte per processi formativi, di insegnamento e di apprendimento e si è creato un nuovo spazio online, cioè un nuovo "territorio" per le nostre attività pastorali, vocazionali e missionarie.³ Va detto, tuttavia, che non

¹ Sono contento di vedere che nel programma di questa Assemblea è prevista una giornata di riflessione sul tema "Formazione e mondo digitale – rischi e opportunità", guidata dal professore don Donato Lacedonio, SDB. Voglio credere che questa sensibilità mostrata dagli organizzatori dell'Assemblea sia già uno dei risultati positivi del processo di implementazione delle linee guida e degli impegni definiti dall'ultimo Capitolo Generale. Significativi i due seguenti testi: «LINEA GUIDA 4: Valorizziamo l'animazione missionaria, il contatto personale e la comunicazione sociale e digitale, mezzi privilegiati per raggiungere la gente, nel nostro sforzo di far uso di nuove forme di annuncio della Parola di Dio... Ci impegniamo ad accogliere la sfida della trasformazione digitale che ci spinge a ricercare nuove strade per raggiungere la gente in modo sostenibile e a influenzare le comunità cristiane e l'opinione pubblica, collaborando con le reti esistenti e con i territori» (AC '22, 32; 32.1).

² Troviamo questi dati, e tanti altri, sul mondo digitale costantemente aggiornati sul sito *Digital Around the World*, accessibile su: <https://datareportal.com/global-digital-overview>.

³ A questo proposito, vale la pena menzionare l'esempio del sacerdote diocesano messicano, padre Heriberto García Arias, che lavora a Roma presso il Dicastero per la Comunicazione, in contatto con gli altri "missionari digitali". Ne ha parlato il sito del quotidiano italiano *Avvenire*: «Non so dire con certezza se il ranking mondiale dei missionari digitali sia ancora quello del 2023 o se la classifica vada aggiornata, ma certo i numeri social di questo presbitero messicano di 36 anni sono di tutto rispetto: 1,8 milioni di follower sull'account *TikTok*, 252mila sull'account *Instagram*, 75mila iscritti al canale *YouTube*, 65mila sulla pagina *Facebook*» [Mocellin, G. (2024, 4 luglio). "Missionari digitali. L'influencer cattolico n. 1 al mondo: bello, bravo e consapevole". Accessibile online: <https://www.avvenire.it/rubriche/pagine/missionari-digitali->

potremo essere presenti in maniera adeguata nella nuova cultura digitale senza averla prima compresa.

In quanto formatori comboniani, sappiamo che questa nuova realtà culturale mondiale richiede preparazione e formazione adeguate che siamo chiamati ad acquisire, se vogliamo entrarvi e crearvi nuovi stili di evangelizzazione, di promozione vocazionale e di missione digitale.⁴

Sono cosciente che non vi sto dicendo nulla di nuovo. Ieri, padre José de Jesús Villaseñor Gálvez, Segretario generale della Formazione, vi ha elencato le mozioni generali dell'Assemblea della Formazione dell'APDESAM (Assembly of the Provincials and Delegates of English-Speaking Africa and Mozambique) celebrata nel luglio 2023 a Nairobi. Una di esse mi ha colpito in particolare: «Si raccomanda l'uso missionario e responsabile dei *Mass Media* e di *Internet* al fine di svolgere animazione missionaria, promozione vocazionale e reperimento di risorse materiali».

Sono certo che la stragrande maggioranza di noi – in particolare i più giovani, i postulanti, i novizi e gli scolastici (i cosiddetti “nativi digitali”) – sia ormai “abitanti” di questo ambiente digitale tuttora in rapida evoluzione. Non possiamo più evitarlo e ignorarlo! Siamo invece chiamati a diventare missionari di questo “continente digitale” e “formatori online”, animati dall'azione dello Spirito, sull'esempio del Signore Gesù, il “Maestro della comunicazione”, e del nostro Fondatore, San Daniele Comboni, lui stesso insuperabile “comunicatore”.

Uno dei mezzi di comunicazione più innovativi che ha rivoluzionato il nostro modo di comunicare e di vivere e non può essere dimenticato è il telefono cellulare (*smartphone*). Questo mezzo ha non solo ampliato lo spazio delle relazioni umane e accorciato i tempi di connessione, grazie alle tecnologie digitali, ma è diventato un'estensione inseparabile del nostro corpo. Possiamo dimenticare tutto, tranne il cellulare! E se è vero che il cellulare è ormai una parte (quasi) naturale del nostro essere corporeo, ciò significa che “è (quasi) vietato vietarlo”. Dobbiamo solo imparare a usarlo. Ripeto: non sono i mezzi elettronici (cellulari, tablet, laptop...) il problema o la sfida principale, ma la nostra formazione al loro uso quotidiano.

Ho una mia personale “teoria” sull'uso dello *smartphone*, come di tutti gli altri mezzi digitali: “lo *smartphone* è come il coltello”. Il coltello è un “bene” utile e necessario, ma può essere usato per fare sia il bene che il male. Lo stesso vale per i nuovi mezzi di comunicazione: possono essere cattivi e buoni; bisogna imparare ad usarli bene. In un mondo tecnologico come il nostro, in cui la connessione umana è condizione costitutiva della nostra vita collettiva, il modo migliore e più efficace per assimilare e garantire l'uso corretto dei mezzi digitali passa necessariamente attraverso un'educazione seria e globale al loro uso, a livello sia accademico di base che di formazione permanente. Non è difficile dedurre che, quanto più scarsa è tale formazione, tanto maggiore sarà la mancanza di responsabilità e di pensiero critico nel modo di usarli. Solo una corretta e continua formazione al loro impiego saprà fornirci e l'una e l'altro.

Pertanto, educarci all'uso dei mezzi di comunicazione e informazione e alla comunicazione in generale significa, prima di tutto, educarci e educare al pensiero e al discernimento critici. E spetta all'Istituto e a voi formatori, in particolare, garantire una “alfabetizzazione digitale”, fornendo ai vostri “formandi” gli strumenti e i criteri adeguati (tecnici, scientifici ed etici) su come affrontare le nuove tecnologie e la valanga di informazioni che quotidianamente ci invade.

3-luglio-2024]. Questo il link per visitare l'*account* di Padre Heriberto García Arias in *YouTube*: https://www.youtube.com/channel/UCMcxV90TTvf1c4P0OpEJ_ww.

⁴ Per chi è interessato ad approfondire questo tema dal punto di vista comboniano, indico due studi-riflessioni recenti che sono stati pubblicati sul sito www.comboni.org e sul nostro *MCCJ Bulletin*. Il primo, intitolato “Le sfide etiche della comunicazione alle soglie del XXI secolo” (*MCCJ Bulletin* n° 297, ottobre 2023, pp. 40-122) – accessibile sul sito in italiano, inglese, portoghese e tedesco –, è una riflessione scientifica sulla realtà contemporanea della comunicazione e informazione, soprattutto dal punto di vista etico, e su come districarsi e difendersi in questo mondo di disinformazione, *hackers*, *fake news*, monopoli della comunicazione, dati (*Big Data*), algoritmi e intelligenza artificiale. L'altro testo – accessibile sul sito in italiano, inglese e spagnolo – è una ricerca sui mezzi di comunicazione e di informazione, interni ed esterni, dell'Istituto comboniano: “I media comboniani e l'animazione missionaria – dal XIX Capitolo Generale ai Piani Sessennali 2023-2028”, in *MCCJ Bulletin* n° 299, aprile 2024, pp. 29-55.

2. Ricerca sui mezzi di comunicazione nelle case comboniane di formazione

Mentre pensavo a cosa avrei potuto dire a persone come voi incaricate della formazione nel nostro Istituto sull'importanza dei mezzi di comunicazione e informazione odierni, in particolare nel contesto formativo dei nostri giovani candidati, è sorta in me la curiosità di sapere quante sono le comunità comboniane impegnate nel campo della formazione e quante di esse pubblicano un bollettino-newsletter (o uno altro mezzo di comunicazione) o sono presenti nel "continente digitale" in modo ufficiale. Non ho potuto fare altro che andare pazientemente a verificare quante hanno uno o più mezzi di comunicazione ufficiali (cartacei o digitali su Internet) o un *account* su una delle molte piattaforme sociali digitali. Infatti, solo una presenza significativa e costante nel mondo digitale ci permetterebbe di condividere le iniziative sia interne che esterne (in termini di attività pastorali e di evangelizzazione, esperienze di animazione missionaria e promozione vocazionale) con le altre comunità dell'Istituto, con amici e benefattori, familiari e altre persone interessate, e soprattutto con i giovani. Piano piano, sono riuscito a comporre due *tabelle* contenenti i dati raccolti.

2.1 Presentazione dei dati delle tabelle

La **Tabella 1** riporta i dati concernenti le 28 circoscrizioni comboniane (ho incluso nel numero anche Polonia e Curia/Direzione Generale come fossero circoscrizioni. Di esse, ventiquattro (24) hanno almeno una comunità di formazione; quattro (4) – Ecuador, London Province, Polonia e Portogallo – ne sono prive.

Le "comunità di formazione", includendo il Centro di Formazione Permanente (CFP) della Curia Generalizia a Roma, sono 49, così suddivise:

A) Livello di formazione

• propedeutica/seminari minori	10
• postulati per sacerdoti	14
• postulati per fratelli	2
• noviziati	8
• scolasticati	12
• Centri Internazionali Fratelli (CIF)	2
• Centro di Formazione Permanente (CFP)	1

B) Livello di continente o subcontinente

• Africa anglofona + Mozambico (APDESAM)	23
• Africa francofona (ASCAF)	11
• America/Asia	11
• Europa	4

Delle 49 comunità, 29 (59,2%) hanno uno o più mezzi di comunicazione, mentre 20 (40,8%) non hanno nulla, nemmeno la e-mail. Delle seconde 20, 7 sono luoghi di propedeutica o seminari minori, 6 sono postulati, 5 sono noviziati e 2 sono scolasticati. A livello di continente o subcontinente, a non avere alcun mezzo ufficiale di comunicazione sono il 52,2% delle comunità dell'APDESAM, il 45,5% di quelle dell'ASCAF, il 25% di quelle dell'Europa e il 18,2% di quelle dell'America/Asia.

Se non vado errato, degli 8 noviziati, 5 non hanno neppure la e-mail, 2 hanno solo la e-mail, e 1 ha la e-mail e *Facebook*. Dei 12 scolasticati, 2 non hanno la e-mail (Chicago e Graz, di recente apertura); 1 dei 2 CIF ha solo la e-mail.

In termini di mezzi di comunicazione più utilizzati: 19 comunità hanno una e-mail ufficiale; 9 pubblicano un bollettino cartaceo, con regolarità variata; 3 hanno un sito Web; 19 sono su Facebook; 12 fanno uso di WhatsApp di gruppo; 4 sono anche su altre piattaforme (1 usa *Intranet*) o reti sociali (*Instagram*, *YouTube*, *TikTok*).

Delle 49 comunità formative solo 2 (1,96%) hanno un proprio sito Web e una (il CFP) ha un proprio spazio sul sito ufficiale dell'Istituto.

Dalle 29 comunità formative che hanno uno o più mezzi di comunicazione, due buoni esempi meritano una menzione, in particolare per il sito Web: il postulato di Nairobi – (l'unica comunità che ha tutti i mezzi che si chiedevano nel questionario: sito Web, bollettino, *Facebook*, e-mail, *WhatsApp*, *YouTube* e *TikTok*) – e il CIF di Bogotà (sito Web, *Facebook*, e-mail, e *WhatsApp*).

Entrambi i siti Web – <https://combonipostulancy.or.ke/> (Kenya) e <https://combonianos-cifh-bogota.com/> (Colombia) – sono creativi e rispondono alle quattro principali ragioni per cui è importante e fondamentale essere visibili sul continente digitale: evangelizzazione, animazione missionaria, promozione vocazionale e raccolta fondi.

Il Centro di Formazione Permanente (CFP) di Roma ha una sua sezione di notizie sul sito ufficiale dell'Istituto (<https://www.comboni.org/categorie/291>), condiviso anche dal Segretariato Generale della Formazione.

La **Tabella 2** offre i nomi (titoli) e i principali riferimenti di ciascuno dei mezzi sui quali sono presenti le 19 comunità formative che ne fanno uso.

2.2 Conclusione

Dai dati che sono riuscito a raccogliere e in modo particolare dalle conversazioni che ho avuto con i partecipanti all'Assemblea generale, ritengo di poter dire che gran parte dei formatori è già più che convinta che i temi legati alla comunicazione, all'informazione e all'uso dei mezzi digitale non possono essere assenti sia nelle varie fasi del processo formativo offerto ai nostri candidati sia nelle iniziative di formazione permanente proposte a tutti i confratelli. Ma riconoscerne l'importanza non basta. A breve termine, bisognerà mettere in atto progetti concreti di formazione a questo riguardo.

Mi pare di poter affermare, senza ombra di dubbio, che le nostre comunità formative (in tutte le loro fasi) hanno una presenza sul “continente digitale” ancora molto scarsa, benché, a mio avviso, già avrebbero le capacità di essere molto più presenti a tutti i livelli. Basterebbe volerlo!

Non possiamo più dubitare che i mezzi di comunicazione moderni e le nuove piattaforme digitali offrono ottime condizioni e aprono le porte a chi li vuole usare per una più diffusa evangelizzazione, per una più incisiva animazione missionaria e promozione vocazionale, e anche per una ingegnosa raccolta fondi (*fundraising*).

In ultima analisi, il cambio culturale mondiale generato dalle nuove tecnologie digitale della comunicazione e informazione non può più essere scartato o ignorato nei nostri processi di formazione.

2.3 Suggerimenti

Ritengo opportuno concludere queste mie riflessioni con alcuni suggerimenti, considerando alcuni buoni esempi già presenti in diverse comunità di formazione (*vedi Tabelle 1 e 2*).

2.3.1 Ogni comunità formativa dovrebbe possedere (in modo ufficiale) e comunicare a tutti almeno le seguenti cose: un indirizzo e-mail, un numero telefonico e due “pubblicazioni” (una cartacea e l'altra digitale). È consigliabile non legare strettamente le “pubblicazioni” a individui, né usare numeri di telefoni privati di “formandi” o formatori, per evitare problemi o disagi al momento di un trasferimento delle persone da una comunità all'altra.

2.3.2 Oltre ai vari servizi già svolti dai giovani formandi in ogni comunità formativa, si dovrebbe creare un “servizio di comunicazione” gestito da alcuni responsabili con il compito di pubblicare informazioni sulle loro attività interne ed esterne. Va redatto un “piano di comunicazione” in cui sono definiti i mezzi di comunicazione scelti, gli scopi per cui sono usati, i destinatari, i contenuti e i formati da privilegiare (“notizie”, “brevi storie vocazionali” [*storytelling*], foto, audio, video, semplici clips...), la periodicità, e i responsabili dei vari compiti da svolgere. L'importante è

cominciare! Ed è garantito che si scoprirebbero “nuovi talenti” tra i formandi, in grado di diventare “veri artigiani”, e anche “autentici artisti” della comunicazione.

2.3.3 Ascoltando alcuni formatori, soprattutto di noviziati, ci sarebbe addirittura il divieto (parziale o totale) di utilizzare lo *smartphone*. Divieto? Non abbiamo a che fare con “frutti proibiti” esposti sul mercato del mondo di Internet. Se questa è l’immagine che diffondiamo del mondo digitale, allora non meravigliamoci se i giovani formandi ci superano nel aggirare la nostra “guardia” pur di gustare i “frutti proibiti”. Non sono mancati formatori che hanno candidamente confessato che i loro giovani, oltre allo *smartphone* consegnato al formatore, ne hanno un secondo presso un amico complice, al di fuori della comunità, da usare a tempo opportuno. Simili comportamenti andrebbero evitati. E si potrebbero evitare se, invece di vietare, si optasse per un’educazione seria e continua sui benefici e sui danni dell’uso di questi moderni dispositivi. Mi pare questa la logica che ha ispirato il Modello Integrativo della Formazione (MEI) adottato dal nostro istituto.

2.3.4 All’assenza quasi assoluta di siti web nelle case di formazione si potrebbe sopperire in modo alquanto semplice. La maggior parte delle circoscrizioni comboniane possiede già un sito Web ufficiale (solo 3 non ne hanno). La soluzione più facile è creare una sezione o uno spazio riservato alle comunità formative (è questo il caso del CFP a Roma), soprattutto a livello di noviziato e di scolasticato/CIF, lasciando sia i contenuti che il formato della sezione alla competenza e responsabilità dei formatori e dei loro giovani.

Padre Arlindo Pinto, MCCJ
Direttore Ufficio Comunicazioni
Roma, agosto 2024