



Catechesi interattiva e partecipativa

Meddi L., *Catechesi interattiva e partecipativa*,
in *Via, verità e vita. Comunicare la fede*, 2010, 59,2, 12-15.

I ragazzi (ma solo i ragazzi?) che incontriamo nella catechesi vivono in una pluralità di mondi reali. Vivono anche in una comunità di nuovo tipo che non si “incontra” mai” e in “nessun luogo”. È la comunità virtuale realizzata attraverso i nuovi media (=NM). Il loro uso si è talmente e velocemente sviluppato da diventare un fenomeno commerciale e culturale¹. Questo è stato permesso dall’uso di una serie di dispositivi digitali di recente generazione originata dalla esplosione della informatica. La loro (e anche la nostra!) comunicazione viaggia ormai con gli sms o mms, ma anche con varie possibilità di chat, spesso fornite di webcam, messe a disposizione dai vari providers. Internet ci permette di interagire anche in altri modi. Seguiamo le notizie del nostro gruppo nei diversi blog a cui apparteniamo e moltiplichiamo le informazioni su Facebook. Ci facciamo conoscere attraverso Youtube e siti personali. Abbiamo l’indirizzo postale, elettronico, di facebook, di skype e altri ancora. Non è solo la possibilità di trasmissione di una grande massa di informazioni” (come i mass media nel XX secolo) ma addirittura la creazione di un mondo fatto di “interazioni e relazioni”. La catechesi è sfidata anche da questo recente sviluppo della comunicazione umana.

1. Dalla informazione alla interazione

Attraverso queste nuove possibilità di interazione noi possiamo sentirci sempre “on line”. La generazione degli adulti ha vissuto l’emozione di essere sempre informata attraverso l’esplosione dei media che “entravano nelle nostre case portandoci il mondo dentro”. Era un ascolto passivo anche se con l’introduzione dell’auditel la trasmissione mass-mediatica ha dovuto progressivamente tener conto (o sviluppare) degli interessi e passioni dei telespettatori da attirare. Questo nuovo tipo di comunicazione è attivo, ha una sua grammatica, ma soprattutto una sua sintassi².

Ci affascina per l’immediatezza dello scambio; ci coinvolge con le nuove forme di multimedialità che sono utilizzate; sono alla portata di tutti e creano una forma di particolare senso di democrazia che fa superare anche antiche forme di divisione sociale; ci fa sentire vivi e sempre inseriti nella rete delle informazioni. La passività della comunicazione della prima metà del secolo lascia il posto alla possibilità illimitate di essere attivi e interattivi.

¹ Il Censis ha dedicato negli ultimi anni una sezione apposita del suo rapporto. Nell’ultimo afferma: “Il 47,6% degli italiani usa un numero di media superiore a quattro, muovendosi con facilità ogni giorno attraverso una fitta trama di messaggi veicolati dai più diversi vettori: non solo la Tv, il cellulare, la radio e i quotidiani, ma anche Internet, web Tv, palmari, lettori mp3, e-reader” cf. *L’eccitazione comunicativa nella permanente esposizione ai media* in Censis, *Rapporto sulla situazione sociale del Paese 2009*, Roma, Franco Angeli, 2009, www.censis.it.

² Riva G., *Psicologia dei nuovi media*, Bologna, il Mulino, 2008.

Interazione è il cuore della comunicazione tra persone³. Si realizza attraverso un andirivieni di messaggi; utilizza canali e codici semplici e, in ultima analisi, la persona stessa. I NM non si sostituiscono più ai soggetti comunicativi, ma ne sono come strumenti che allargano le possibilità e i desideri delle persone.

In modo particolare viene esaltata la nostra soggettività. La nostra identità ha nuovi indicatori e misuratori di stima attraverso la quantità dei messaggi ricevuti, della posta che troviamo sul computer, dalla inserzione nelle mailing list. Cioè dalla affettività che l'essere destinatario di un messaggio ci provoca.

In linea teorica sarà sempre più facile che una parte di noi stessi venga comunicata e esternata. Infatti è una condivisione che non comporta troppi rischi. Se non riesce non succedono drammi e si può presto ricominciare da un'altra parte.

2. Una forma umana sempre più in evoluzione

Questa situazione certamente contribuisce a diminuire e modificare il controllo sociale sulla trasmissione e la ri-costruzione della realtà. Un tempo il modo di diventare adulti era più semplice. La famiglia ci allevava, ci trasmetteva le regole fondamentali e gli strumenti necessari per l'esistenza. La scuola ci forniva le abilitazioni di base. La costruzione dell'identità avveniva dentro queste "pre-disposizioni" di base. La personalizzazione era limitata ad alcuni tratti del carattere. Anche a causa di queste possibilità di trasmissione-comunicazione così innovative il "modo plurale" di essere persona diventa la norma. Gli stessi strumenti di base (lingua, significati, affetti, valori, simboli) sembrano essere parcellizzati in molti (troppi?) percorsi che ciascun ragazzo è chiamato a scegliere. La forma umana del vivere non è più scontata.

I NM e la cultura che generano, sviluppano ancora di più la sensazione di poter raggiungere personalità onnipotenti. È un effetto molto più immediato e gratificante del potere del telecomando⁴. Con pochi movimenti posso essere al centro dell'interesse, posso accettare o rifiutare messaggi e persone. Facilmente posso eludere il meta-messaggio (chi sono io per te?) e coltivare le proprie immaginazioni di identità. Posso non coinvolgere la propria emotività e controllare lo stress da prestazione. Posso annullare relazioni e crearne all'infinito. Cancellare un indirizzo email, un numero telefonico, una registrazione video, non fa così male come litigare con una persona concreta. Ci sarà il tempo della disillusione, ma è lontana ed è facilmente sostituibile con nuove "entrate" comunicative. È una crescita di identità *attraverso nuove forme di interazione* dove è possibile ancora di più la selezione in termini affettivi ed emotivi.

È una possibilità che sviluppa una nuova forma di socializzazione⁵ svincolata dalla tradizione. Valori, simboli culturali e strumenti di analisi si cercano e si trovano "altrove". Dove io desidero. Si va oltre la formula "libertà da / libertà per". Siamo sempre più nella situazione della "libertà elettiva". Posso scegliermi i canali, i codici e i messaggi attraverso cui costruire me stesso.

³ Scaglia A., *Interazione*, in Acquaviva S. (direttore) Pace E. (a cura), *Dizionario di Sociologia e antropologia culturale*, Assisi, Cittadella Editrice, 1984, 259-262; cf. Pollo M., *Comunicazione educativa*, Torino, Ldc, 2004.

⁴ Bertolini P., *Telecomando*, in Id., *Dizionario di Pedagogia e Scienze dell'Educazione*, Bologna, Zanichelli, 1996, 653-654.

⁵ Morcellini M., *Passaggio al futuro. Formazione e socializzazione tra vecchi e nuovi media*, Milano, Franco Angeli, 2000.

3. “Messaggiare” il messaggio.

La catechesi si trova in buona sintonia con queste nuove possibilità⁶. Intendiamo⁷ il termine catechesi in forma complessa. Indica sia l'azione concreta, sia la riflessione sulla sua identità e compiti. È la attività attraverso cui la comunità ecclesiale si occupa della formazione e la crescita della vita cristiana dei credenti. Nel nostro contesto, inoltre, è suo compito anche la nuova evangelizzazione e il primo annuncio.

Nella sua storia recente la catechesi ha superato l'impostazione data dal Concilio di Trento. Ha progressivamente compreso la necessità di coltivare una relazione profonda per “favorire” l'accoglienza del messaggio e l'appartenenza ecclesiale.

Per lungo tempo si è pensato di poter realizzare questa dimensione attraverso correlando il messaggio della fede con l'esperienza umana. Già negli anni '30 venivano introdotti i cosiddetti “metodi attivi” per favorire proprio la “ricostruzione” dei significati del messaggio. Oggi ci rendiamo conto che tali metodologie non raggiungevano il cuore del problema: costruire una relazione interpersonale dentro la quale la proposta evangelica può essere accolta e vissuta. L'analisi comunicativa porta ad un ripensamento della organizzazione e della programmazione catechistica⁸. Le tappe del catecumenato (evangelizzazione, formazione, celebrazione, mistagogia) vengono rilette secondo la logica: entrare in comunicazione, abilitare i soggetti, costruire le reti che permettono lo scambio di significati e l'acquisizione di un linguaggio comune, dare avvio e sostenere la dinamica di gruppo. Tappe formali di un nuovo “protocollo” catechistico cioè di pianificazione del cammino. Tutto questo ha bisogno non solo di migliori canali comunicativi, ma soprattutto di mettere a tema la questione della relazione compresa come interazione. L'incontro con questa nuova stagione di comunicazione che ha superato la passività e sviluppa nuove forme di interazione aiuta la catechesi a ripensare ulteriormente la propria missione superando il solo uso passivo e strumentale dei mass-media⁹.

Aiuta il ripensamento delle *finalità*. Dalla trasmissione alla interazione significa sempre più mettere l'accento sulla dimensione “personale” o soggettiva del processo. L'azione catechistica si definisce come trasmissione-comunicazione ma, ancora di più, come entrare in relazione in modo tale che avvenga la interiorizzazione, assimilazione e accettazione del messaggio. Si mette l'accento sul “catturare e mantenere” il contatto che in qualche modo anticipa e dà contenuto alla dimensione mistagogica della formazione cristiana. La “interazione-relazione” come mistagogia diventa la chiave reinterpretativa del processo catechistico in un contesto post-cristiano. Tali attenzioni ripensano le finalità a partire non solo dall'oggetto da proporre (l'esperienza cristiana) ma anche dalla realtà del destinatario-soggetto e soprattutto i suoi comunicativamente “tempi sensibili”.

L'interazione prodotta dai NM si presenta come una grande *risorsa*. È un aiuto alla costruzione dei luoghi della missione. Attraverso di essi si possono creare nuove forme di primo annuncio ed evangelizzazione. Già ora molti evangelizzatori corrono sul web. Essi stanno anticipando una nuova stagione kerigmatica?

Sono di aiuto per la costruzione delle “comunità di pratica” sia come modello per le parrocchie sia come sostegno ai gruppi di catechesi. In alcune di esse i gruppi giovanili si sono costituiti in rete

⁶ Pompili D., *Primo annuncio, comunicazione e media ovvero, della segnalazione delle opportunità offerte al primo annuncio del Vangelo dalla comunicazione mediatica*, 2009, 18 giugno in http://www.chiesacattolica.it/pls/cci_new_v3/v3_s2ew_CONSULTAZIONE.mostra_pagina?id_pagina=6858.

⁷ Meddi L., *Catechesi. Proposta e formazione della vita cristiana*, Padova, Emp, 2004, cc. 5.9.

⁸ Mi riferisco ad alcuni miei artt. apparsi su questa rivista: 2006,55,6; 2008, 57,3; 2009, 58,2.

⁹ Attanasio M.R., *Il linguaggio multimediale nell'educazione alla fede dei fanciulli dai 7 ai 10 anni*, Milano, Paoline, 2007.

attraverso la scelta di uno stesso gestore di sms. Altre favoriscono la appartenenza attraverso la iscrizione a *social network* (Facebook e altri).

La discrezione di questi strumenti permette anche la personalizzazione del messaggio e della proposta. Ciò che viene proposto a tutti può essere meglio adattato ai singoli; si può anticipare la ripercussione che avviene nella vita; si può accompagnare l'assimilazione e il sostegno nel cammino di conversione. È un facile rinforzo: discreto ma efficace. Una forma moderna di "accompagnamento" e direzione spirituale.

Ovviamente tutto questo chiede una rilettura della formazione dei catechisti. Provocare ed entrare in comunicazione, coltivare le interazioni tra catechista gruppo e catecumeni, chiede l'assimilazione di alcune competenze.

In ordine alla tecnologica comunicativa cioè l'acquisizione di questi nuovi linguaggi (canali) di trasmissione. Di tipo personale e affettiva in quanto l'interazione vive di continuo "feedback" o muore. Ermeneutica e introspettiva perché nella immediatezza della trasmissione si deve comunque inserire il passaggio "evangelizzante e catechistico": dalla semplice narrazione di sé alla interpretazione dell'evento comunicativo (sempre in chiave affettiva!).

Accanto al tempo di preparazione (di preghiera), di realizzazione della catechesi e di formazione nel gruppo dei catechisti, nasce l'esigenza di un tempo dedicato appositamente a tali strumenti comunicativi. È un tempo ben speso perché missionario. Ma non richiede che i catechisti possano essere messi in grado di dedicarsi a tali nuovi areopaghi?

Luciano Meddi