agenzia fides
Fondata nel 1927
Organo di informazione delle Pontificie Opere Missionarie
http://www.fides.org

VATICANO - COMUNICAZIONE – EVANGELIZZAZIONE: UNA QUESTIONE APERTA

Con questo contributo del prof. Claudio Pighin, missionario del PIME e Direttore del Centro Comunicazioni Sociali della Pontificia Università Urbaniana, l'Agenzia Fides intende aprire un dibattito sul tema Comunicazione-Evangelizzazione.

Città del Vaticano (Agenzia Fides) - La guerra e il terrorismo creano nuovi rapporti tra i popoli e civiltà. In tutto ciò, però, comincia ad affiorare un grande pericolo che potrebbe sfociare in un possibile scontro di civiltà e nonché di religione, che il papa raccomanda assolutamente di evitare con ogni sforzo possibile.

Tutto questo avviene mentre infuria la battaglia televisiva che diffonde ovunque notizie spesso confuse e contraddittorie, dove emergono costanti manifestazioni per la pace. Una televisione che inchioda davanti al video la maggior parte della popolazione, perché l'immagine è decisiva, dispotica nella comunicazione attuale, mostrando nella più parte del tempo immagini standardizzate a partire dal punto di vista di provenienza.

Quanto sta avvenendo non si svolge alla periferia del mondo, ma è sotto gli occhi di tutte le nazioni quotidianamente. Il fatto stimola a meditare sulla concezione di vita che, a conflitti terminati, dovrà affrontare la proposta di una concezione di vita radicalmente rinnovata. E questo è un problema, prima che politico, umano.

L'assunzione di una rinnovata concezione di vita cristiana richiede l'impostazione di un rinnovarsi del processo di comunicazione. Da questo punto di vista l'essere umano è chiamato ad affidarsi alle straordinarie risorse tecniche che stanno rivoluzionando il suo comportamento comunicativo.

In questo tempo di transizione confusa e drammatica comunicare diventa una responsabilità che offre uno spazio decisamente privilegiato alla sensibilità o meglio alla percezione. Tale comunicazione sociale deve saper operare nel presente con lo sguardo rivolto al futuro senza dimenticare il passato. Contribuirà così a realizzare un recettore consapevole a livello filosofico, religioso, morale, scientifico, tecnico, artistico, sociale ed educativo. A questa promozione dell'essere umano contribuiscono agenti come le tradizionali sfere della famiglia, della scuola, delle comunità confessionali, gli ambienti associativi, ed in particolare l'industria culturale che caratterizza la civiltà dei consumi.

La nuova concezione di vita cristiana ha bisogno pertanto, più che mai, di quella comunicazione ottimale che Carmine de Sante propone in "Incomunicabilità dell'uomo moderno: analisi della situazione e prospettive di sbocco" (Rivista "Via , verità e vita: gennaio-febbraio 1984, S. Paolo Roma).

Tale comunicazione ottimale deve essere reciproca e paritaria, autentica e personale, rispettosa e disinteressata, critica e verace, aperta e dinamica. È comunicazione che sa incarnarsi nell'uomo rendendolo creativo e capace di puntare su orizzonti sempre più alti. Diceva Hegel che l'essere umano è chiamato non solo allo sforzo concettuale, ma anche a quello visivo, perché è chiamato a vedere. Oggi le nuove generazioni danno la prevalenza all'educazione visiva.

Questa comunicazione realizzata nel profilo di una organica concezione di vita cristiana rende l'essere umano refrattario alla spersonalizzazione nell'anonimato, all'asservimento tecnologico, alla perdita di identità, capace di fronteggiare l'ideologia pan-economica che contrassegna questo terzo millennio. E affinché l'uomo, per uscire da questa faticosa spirale epocale, deve praticare una comunicazione completa che gli dia la possibilità di renderlo più persona. In questo senso è pure necessario l'intervento teologico, però non tanto come un optional, ma come un capitolo fondamentale dello sviluppo di un vero umanesimo plenario. Claudio Pighin (Agenzia Fides 3/4/2003; Righe 43 – Parole 496)

I contenuti del sito sono pubblicati sotto Licenza Creative Common - http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/deed.it