

Credere Oggi

RIVISTA BIMESTRALE
DI DIVULGAZIONE
TEOLOGICA

266

2/25

SocialMente:
chiesa nella Rete?

WEBPASTORALE

Francesco, maestro di vita. Maestro spirituale anche del vivere in *internet*? Pare proprio di sì, nonostante gli 800 anni che ci separano da lui. La sua esperienza umana e spirituale può aiutare ad abitare il *web* e le sue variopinte "relazioni": anche quelle più ingannevoli e disumanizzanti. Una proposta di **webpastorale** e di **cyberspiritualità** francescane.

PAOLO FLORETTA, francescano conventuale, laureato in filosofia e psicologia, è specializzato in psicoterapia. Ha seguito dagli inizi lo sviluppo del *web* e il suo uso in chiave pastorale. Si occupa di formazione e di accompagnamento psicoterapeutico.



pagg. 174 - € 14,00



pagg. 144 - € 18,00

Cosa significa vivere in una società iperconnessa? Quali gli aspetti positivi, i vantaggi e le problematiche? La presenza pervasiva della tecnologia e dei *social media* ha rivoluzionato i modi di comunicare e interagire. I giovani si trovano immersi in un ambiente digitale dalla connessione immediata e semplice. Il libro propone una riflessione e un pensiero critico in relazione alle problematiche giovanili in questo tempo complesso (uso compulsivo che genera dipendenza, "realtà" immaginarie caratterizzate da solitudine e isolamento emotivo). Per un corretto uso delle nuove tecnologie.

ALBERTO D'AURIA, psicologo, psicoterapeuta, psicoanalista, è consulente educativo e operatore di *training* autogeno (Verona). Tiene seminari di formazione su tutto il territorio nazionale. Autore di numerosi articoli e trasmissioni radiofoniche, si occupa anche di coppie e famiglie sia nella pratica terapeutica, sia in ambito pastorale (www.studiopsicoeducativo.it).

STEFANO ANSELMi, psicologo, psicoterapeuta a indirizzo psicoanalitico (Verona). È docente presso UM.ES.I, scuola di *counselling* accreditata AICO e supervisore/coordinatore di progetti di intervento neuro-psico-motorio (www.stefanoanselmipsicologo.it).

PER ORDINI E INFORMAZIONI

Edizioni Messaggero Padova - via Orto Botanico, 11 • 35123 Padova
numero verde 800-019591
e-mail: emp@santantonio.org • www.edizionimessaggero.it

 EDIZIONI
MESSAGGERO
PADOVA

Credere Oggi

Anno XLV, n. 2
MARZO - APRILE
266

SocialMente: chiesa nella Rete?

<i>Editoriale: SocialMente: una parola, molte valenze</i>	3-9
SIMONA BORELLO Comunicazione social: come abitarla?	11-23
SIMONE BRUNO I social network: cambia la tecnica, cambia l'umano? Mutamenti tecnici e modifiche sull'identità e sull'auto-percezione	24-38
ALESSANDRO ZACCURI Come comunichiamo? I significati nei social network, tra odio e gentilezza	39-53
LINDA FREGOLI L'intelligenza artificiale e la Rete. L'impatto sulla comunicazione online e la diffusione di contenuti?	54-66
ROMINA RAMAZZOTTI Spazi sociali e social network: empowerment e comportamenti disfunzionali	67-81
MICHELE SORICE L'ordine della disinformazione	82-94
CARLO MENEGHETTI Oltre l'aula: media e divulgatori digitali per l'educazione	95-108
GUIDO MOCELLIN Chiesa: chi opera digitalmente? Una rassegna	109-123
PATRIZIA MORGANTE Come abitare gli spazi social? Per comunicare identità religiose e rinarrare il vangelo in uno spazio diverso	124-138
THIERRY BONAVENTURA Comunicare un sinodo: sfide e soluzioni nell'era digitale	140-150
ROBERTO MASSARO Un Dio in Rete. Incidere con il vangelo i frutti del mondo digitale	151-163
<i>Invito alla lettura (Simona Borello)</i>	165-170
<i>In libreria</i>	171-176

Con licenza del superiore religioso.

Giudizi e opinioni espressi negli articoli editi rispecchiano unicamente il pensiero dei rispettivi autori.

Direzione - Redazione - Amministrazione

Messaggero di S. Antonio - Via Orto Botanico, 11 - 35123 Padova

tel. 049 8225850 - fax 049 8225688 - c.c.p. 14283352

sito: <https://www.edizionimessaggero.it/rivista/credere-oggi-1.html>

e-mail: credere@santantonio.org

Direttore responsabile: Massimiliano Patassini

Direttore di testata: Simone Morandini (direttore.credereoggi@santantonio.org)

Segreteria di redazione: Damiano Passarin (d.passarin@santantonio.org)

Consiglio di redazione: Duilio Albarello, Anna Morena Baldacci, Gilberto Depeder, Italo De Sandre, Paolo Floretta, Donata Horak, Jean Paul Lieggi, Roberto Massaro, Serena Noceti, Enzo Pace, Grazia Papola, Riccardo Saccenti, Oliviero Svanera, Alberto Vela

Grafica e copertina: Lorenzo Celeghin

Abbonamento cartaceo + digitale per il 2025

Annuale (6 fascicoli): € 42,00 (ITALIA) - € 48,00 (ESTERO)

Una copia (anche arretrata): € 9,50 (ITALIA) - € 11,50 (ESTERO)

Annata arretrata: € 47,00 (ITALIA) - € 57,00 (ESTERO)

Abbonamento solo digitale per il 2025

Annuale (6 fascicoli): € 30,00

Una copia (anche arretrata): € 8,00

Annata arretrata: € 35,00

IBAN: IT49B0501812101000015111107

BIC SWIFT: ETICIT22XXX

Intestato a: P.I.S.A.P. F.M.C. Messaggero di sant'Antonio Editrice
via Orto Botanico, 11 - 35123 Padova (PD)

Ufficio abbonamenti: tel. 049 8225777 - numero verde 800-019591

ISSN 1123-3281

ISBN 978-88-250-5962-5

ISBN 978-88-250-5963-2 (PDF)

ISBN 978-88-250-5964-9 (EPUB)

Copyright © 2025 by P.I.S.A.P. F.M.C.

MESSAGGERO DI S. ANTONIO-EDITRICE

Basilica del Santo - Via Orto Botanico, 11 - 35123 Padova

Direttore generale: Giancarlo Zamengo

Direttore editoriale: Massimiliano Patassini

Autorizzazione del tribunale di Padova n. 660 del 30 giugno 1980

Finito di stampare nel mese di febbraio 2025

Mediagraf - Noventa Padovana, Padova

Questo periodico è associato all'Uspi
(Unione Stampa Periodica Italiana)



EDITORIALE

SocialMente: una parola, molte valenze

Scrivere di fantascienza è diventato un azzardo: in pochi decenni – anzi, talvolta qualche anno – tecnologie immaginate come improbabili componenti di lontani orizzonti futuri irrompono nel presente, trasformando i vissuti di persone e società. Un vero azzardo, soprattutto, perché le caratteristiche con cui esse prendono forma sono spesso profondamente diverse da quelle immaginate; perché differenti – talvolta profondamente differenti – sono i problemi e le possibilità che emergono. Potremmo certo semplicemente lasciarci prendere dal fascino di un reale che sempre e di nuovo torna a stupirci, anche grazie a una creatività tecnica che si dispiega con velocità crescente; lo stesso Decreto sugli strumenti di comunicazione sociale del Vaticano II (Inter mirifica) – figlio di un'epoca che ci appare distante – prendeva le mosse proprio dalla considerazione delle «meravigliose invenzioni tecniche» dell'ingegno umano. Lo stesso testo richiama però anche – ed è questa la dimensione su cui si sofferma questo numero di «CrederOggi» – a una prassi di discernimento costante, che a tali dinamiche guardi con occhi lucidi e attenti.

Dinamiche singolari: un'istanza riflessiva

Questo è particolarmente vero se pensiamo a quanto è accaduto nel mondo dell'informatica e soprattutto delle tecnologie della comu-

nicazione: la mia generazione – quella nata negli anni Sessanta – ha assistito a trasformazioni di scenari difficilmente prevedibili e sempre più rapide. La progressiva diffusione dei PC e successivamente di cellulari e tablet, l'avvento di internet, il passaggio al World Wide Web, l'emergere delle piattaforme social e dell'intelligenza artificiale (IA) non dicono solo di cambiamenti tecnici di vasta portata, ma anche di mutamenti antropologici di grande significato. Non c'è neppure bisogno di seguire le derive del postumanesimo – su cui rimandiamo alla monografia Umano e postumano di «CredereOggi» 42 (6/2022) n. 252 – o di attendere la «singolarità» cui guarda Ray Kurzweil¹: basta guardare a un presente che è esso stesso attraversato da dinamiche singolari, in costante accelerazione, che interrogano la nostra stessa umanità di umani.

Giustamente SIMONA BORELLO – curatrice di questo numero – paragona la rivoluzione in corso con altri grandi passaggi che hanno trasformato la comunicazione nella storia dell'umanità (dall'invenzione della scrittura a quella della stampa...). In ognuna di esse a modificarsi sono state anche le possibilità e i rischi del vivere come esseri umani: la condition humaine.

Non è un dato che stupisca: se la socialità e la condivisione di saperi e informazioni sono da sempre qualificanti per il nostro essere culturale, è chiaro che le trasformazioni in tale ambito hanno impatti potenti sui nostri vissuti.

Non fa certo eccezione l'imporsi della Rete, nella varietà delle sue espressioni, e segnatamente la diffusione dei social network, cui guarda in modo specifico questo fascicolo. Non c'è dubbio che si tratti di realtà che hanno giocato – e tuttora stanno giocando – un ruolo determinante nelle dinamiche della globalizzazione culturale: con essi entrano in

¹ Cf. R. KURZWEIL, *La singolarità è vicina. Quando l'umanità supera la biologia*, Apogeo, Milano 2024.

contatto mondi e soggetti in precedenza distanti, con effetti talvolta imprevisi sulle relazioni tra di essi e sulle tradizioni che li animano. Ma è altrettanto determinante l'impatto nel nostro quotidiano, come attesta l'ennesima notifica WhatsApp che reclama la mia attenzione, mentre cerco di scrivere questo testo. Essere in contatto continuo, essere costantemente immersi in flussi di informazioni pubbliche e personali, poter accedere facilmente a fonti di conoscenza un tempo riservate a pochi, poter comunicare altrettanto facilmente pensieri e parole, anche tramite immagini: possibilità inedite, che incidono direttamente sugli stili di vita o, anzi, semplicemente sulle nostre stesse identità, per riprendere il linguaggio di SIMONE BRUNO.

Non c'è dubbio: abbiamo qui una realtà caratteristica del cambiamento d'epoca che viviamo; un vero «segno dei tempi» (nel senso indicato dalla Costituzione conciliare Gaudium et spes ai nn. 4 e 11), che domanda di essere letto e interpretato. Su tale realtà occorre cioè fermarsi a riflettere, anche se non è facile farlo, così come non sarebbe facile per un pesce riflettere sull'acqua: è ciò in cui siamo immersi, che plasma la nostra esperienza di conoscenza, di lavoro, di relazioni. Cambia il nostro modo d'agire, di pensare, di rapportarci alle altre persone e alla realtà del mondo. Cambia la nostra esperienza del tempo, spesso schiacciato sul presente. Nell'universo social cambia, insomma, in qualche misura anche la nostra mente (il titolo SocialMente dice anche di questo...): come abitarlo?

Un'utopia in frammenti?

La domanda è acuta anche perché nella Rete troviamo pure i frammenti di un'utopia ormai alle nostre spalle: sappiamo bene che non abitiamo un'affascinante condizione di socialità estesa, di libertà inedita, di connessione che ci fa semplicemente crescere in umanità. Nei social media incontriamo anche spam, fake news, potenziali truffe,

identità rubate o simulate: anche questo è parte di una comunicazione operata a distanza – sganciata quindi dalla concreta corporeità degli attori – ed espressione di un'irriducibile pluralità di soggetti. Lo abbiamo visto nel tempo del Covid: falsità palesi, prive di base scientifica, hanno potuto trovare in Rete diffusione e risonanza fino a dar corpo a veri movimenti sociali («no-vax»), con impatti sulle scelte politiche, che si prolungano anche nel postCovid. SocialMente evoca, in effetti, anche la possibilità del mentire; anch'essa, da sempre parte della nostra umanità, trova nei social media inedite virtualità, che impattano profondamente sulle nostre vite. Di particolare rilievo in tal senso le sottolineature di MICHELE SORICE, che evidenziano il problematico impatto sulla dimensione politica e civile di tale dinamica, certo accentuato dalla recente decisione di Mark Zuckerberg, fondatore e CEO di «Meta», di togliere la moderazione dei contenuti sui propri social.

Abbiamo imparato a nostre spese che i social media sono anche strumenti di potente manipolazione, molto efficaci ad esempio nel diffondere il linguaggio d'odio; per questo – evidenzia ALESSANDRO ZACCURI – abbiamo bisogno anche di pensiero critico nei loro confronti; abbiamo bisogno di prassi alternative. E proprio queste ultime rivelano le grandi potenzialità – forse ancora solo in parte espresse – dei social: CARLO MENEGHETTI ne richiama alcune di grande rilievo per il contesto scolastico, mentre ROMINA RAMAZZOTTI sottolinea gli spazi di empowerment possibile ad essi associate.

Proprio l'ambivalenza delle dinamiche in atto evidenzia, d'altra parte, alcuni nodi etici: crescita dell'umano o depotenziamento? crescita di chi e per chi? Dietro tali domande appena abbozzate, dietro alternative che andrebbero articolate in modo assai più raffinato, vi sono complesse istanze di giustizia, che occorre esplorare con attenzione; si pensi a quelle legate al digital divide, ma anche ai problemi legati all'accesso ai dati personali e al loro uso, che si fatica a controllare. Lo sottolinea, ad esempio, LINDA FREGOLI, nella sua riflessione sul ruolo

dell'IA in Rete: come controllare usi predatori di tali strumenti, pur così ricchi di potenzialità? come evitare che essi assumano e rilancino pregiudizi e stereotipi, fornendo ad essi forme di legittimazione? come inserire negli algoritmi del machine learnig le istanze legate ai diritti umani?

Non è da ieri che si parla della necessità di un'etica della rete, né che ci si interroga circa la necessità di regolazione giuridica. Risale ancora al 2002 il documento Etica in internet del Pontificio Consiglio per le comunicazioni sociali², mentre proprio l'anno che si è da poco concluso ha visto l'entrata in vigore della legge sull'IA, che stabilisce «regole armonizzate» sull'IA³. Proprio mentre scriviamo, viene pubblicata dal Dicastero per la Dottrina della Fede e da quello per la Cultura e l'Educazione la Nota Antiqua et Vetera, che esplora le valenze etiche ed antropologiche del rapporto tra IA e intelligenza umana⁴. E tuttavia la stessa Rete manifesta spesso forme di allergia a tali delimitazioni, quasi si trattasse di uno spazio di libertà che non sopporta vincoli e che ad essi reagisce. Il rischio, però, è di dare spazio solo alla legge del più forte, ignorando palesi elementi di contraddizione. Saremo capaci, invece, di trovare forme per pensare e vivere anche la Rete e i social media nel segno di una "nuova sapienza" attenta al bene comune, per usarli in forme "socialmente" responsabili e costruttive?

² Cf. https://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_ethics-internet_it.html (21.1.2025).

³ Cf. Regolamento (UE) 2024/1689 del 13 giugno 2024: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=CELEX:32024R1689> (21.1.2025).

⁴ Cf. DICASTERO PER LA DOTTRINA DELLA FEDE - DICASTERO PER LA CULTURA E L'EDUCAZIONE, Nota *Antiqua et nova* sul rapporto tra intelligenza artificiale e intelligenza umana (28 gennaio 2025), in https://www.vatican.va/roman_curia/congregations/cfaith/documents/rc_dcf_doc_20250128_antiqua-et-nova_it.html (1.2.2025).

Chiesa nella Rete?

Che significa stare nella Rete? «Essere presi nella rete» è metafora ben nota, che dice della cattura da parte di un contesto inospitale e fuorviante. È forse questo ciò che accade alla chiesa (alle chiese) quando si collocano in Rete? Non è in questa direzione che guardano gli ultimi articoli di questo fascicolo, che esplorano invece alcune potenzialità e segnalano buone pratiche ecclesiali di uso dei social media.

Nell'ampio orizzonte delineato dall'articolo di rassegna di GUIDO MOCELLIN si stagliano così due focalizzazioni più specifiche: la comunicazione degli eventi sinodali, raccontata da un protagonista come THIERRY BONAVENTURA, e l'analisi dell'uso dei social da parte di alcune realtà del mondo religioso femminile presentata da PATRIZIA MORGANTE. Esemplicazioni preziose, indicative di una vivacità di attenzione e di ricerca in quest'ambito che attraversa – a diversi livelli – le realtà ecclesiali. È un'area su cui anche il cammino sinodale della chiesa cattolica italiana si sta interrogando, come testimonia lo Strumento di lavoro per la fase profetica, su cui proprio in questi mesi stanno lavorando le realtà ecclesiali⁵: Comunicazione sociale, cultura e strumenti digitali, arti, linguaggi e social media è il titolo della «scheda 3».

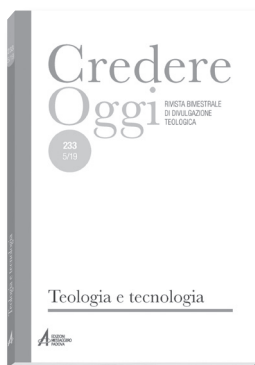
In tale spazio acquista allora particolare intensità l'interrogativo con cui si confronta ROBERTO MASSARO: con quali parole, con quali linguaggi, con quali forme comunicative si può dire Dio nella Rete? quali dimensioni della fede e della pratica credente possono risuonare in modo più efficace in tale inedito contesto? La bella immagine dell'in-

⁵ Cf. <https://camminosinodale.chiesacattolica.it/wp-content/uploads/2024/12/StrumentoDiLavoro.pdf> (21.1.2025). Lo Strumento di lavoro (nato dalla rielaborazione dei Lineamenti operata dalla prima Assemblea sinodale del 15-17 novembre 2024 – costituirà la base per il lavoro della seconda Assemblea sinodale, prevista per la settimana dal 31 marzo al 3 aprile del 2025).

cisore di sicomori – mutuata da un intervento dell'allora cardinale Ratzinger – indica tre passaggi da compiere per raccogliere frutti in tale contesto: riconoscere, incidere gustare. Rimandiamo alla lettura di tale intervento per i suoi contenuti; quello che esso ci evoca è però anche un'istanza di fondo: accanto alle capacità tecniche – certo fondamentali – occorre anche una capacità sapienziale di leggere il tempo (ogni tempo, questo tempo) e le sue dinamiche; occorre soprattutto imparare a cogliere le tracce di un Dio che passa e chiede occhi che lo sappiano riconoscere anche in contesti inediti, orecchie che sappiano ascoltare il vento dello Spirito.

Un aiuto in tal senso viene dall'INVITO ALLA LETTURA, curato dalla stessa SIMONA BORELLO, e dalla sezione IN LIBRERIA, che propone alcune uscite recenti. Buona lettura.

SIMONE MORANDINI



pp. 148 - € 9,50

LA TECNICA NON È SOLO TECNICA

Come dire Dio nel tempo della tecnica? Come **elaborare una teologia capace di pensare l'agire tecnologico** in forme positive? Il rapporto tra teologia e tecnologia oggi è ancora una terra incognita, percorsa da poche strade sensate... **Una riflessione per chi è troppo tecnologico e per chi è troppo teologico.** Se ne parla da tempo, ma restano le tante domande e le poche risposte: tutte ancora interlocutorie.

Contributi di P. BENANTI - A. BIGALLI - G. DE VECCHI - G. DEL MISSIER - P. FLORETTA - F. MARIN
L. MAZZINGHI - S. MORANDINI - F. VACCARI - L. VANTINI.

PER INFORMAZIONI E ABBONAMENTI

Edizioni Messaggero Padova • via Orto Botanico, 11 • 35123 Padova
numero verde 800-019591
e-mail: emp@santantonio.org • www.edizionimessaggero.it

A EDIZIONI
MESSAGGERO
PADOVA

RIMETTERSI IN CAREGGIATA



pp. 24 - € 4,50

Tre grandi realtà caratterizzano ogni giubileo: il *pellegrinaggio*, la *porta santa* e l'*indulgenza*. In questo breve saggio l'autore spiega con la chiarezza e la profondità che lo contraddistinguono, il significato esistenziale e spirituale di questi elementi chiave di ogni anno santo. L'*indulgenza* cerca di porre rimedio (con azioni concrete e con la preghiera) alle "conseguenze" dei peccati che abbiamo commesso. Il *pellegrinaggio* che pone un segno concreto di speranza (papa Francesco) non tanto alla volta di Roma, ma verso le persone malate, l'assistenza agli anziani, l'aiuto ai poveri e ai migranti... La *porta santa* che fa entrare nel cuore e nella vita di Dio che è solo amore. Un sussidio per chiunque, da solo o in comunità, voglia comprendere e vivere appieno il giubileo perché si faccia nella nostra vita e nella nostra storia con la giustizia la pace, la speranza... e perché no? il riposo!

GIORGIO RONZONI, parroco e docente di Teologia pastorale presso la Facoltà teologica del Triveneto (Padova). Molto noto per i suoi scritti (articoli, sussidi e libri) soprattutto a carattere divulgativo.

PER INFORMAZIONI E ABBONAMENTI

Edizioni Messaggero Padova • via Orto Botanico, 11 • 35123 Padova
numero verde 800-019591
e-mail: emp@santantonio.org • www.edizionimessaggero.it

A EDIZIONI
MESSAGGERO
PADOVA

Come abitare gli spazi *social*? Per comunicare identità religiose e rinarrare il vangelo in uno spazio diverso

Patrizia Morgante *

1. Una realtà ibrida

Se la realtà non è raccontata e quindi nominata, non esiste. Su questo assunto la vita consacrata, così come i fedeli cattolici in genere, si sono sperimentati, con tentativi più o meno fortunati, nell'abitare il mondo digitale. Non si tratta più di scegliere se essere

* Responsabile della Comunicazione dell'«Unione Internazionale delle Superiori Generali» - Presidente di «Donne per la chiesa» (info@patriziamorgante.com).

o meno presenti nel mondo digitale, quanto come vogliamo esserci, con quale tono di voce e stile comunicativo. Intuisco come il cristianesimo ci abbia preparato ad accogliere con più facilità questa realtà digitale che esiste ma non si vede, che cogliamo attraverso i suoi effetti più che nella fisicità della materia. Nessuno ha visto Dio, ma la fede ci dà la sensibilità di coglierne la rivelazione nella vita, nella storia, nelle narrazioni bibliche, nei testimoni come Gesù.

Noi facciamo un collegamento in *Zoom* con persone distanti (effetto), ma non siamo consapevoli di tutti i meccanismi, connessioni e fili che lo rendono possibile (materia).

In questo mio contributo non ho identificato gli spazi *social* come solo le Reti sociali quali *Facebook*, *Instagram*, *tiktok*, ecc.; ma con un concetto più ampio di piattaforme digitali che ci offrono una serie di servizi e opportunità che vanno dal divertimento (*Netflix*, *Spotify*...) agli acquisti (*Amazon*, *Subito*...), dalle prenotazioni di viaggi (*Booking*, *Trainline*...) ai motori di ricerca, dal *clouding* (stoccaggio di documenti, foto, video: *Dropbox*, *Drive*, *Youtube*) alle *app* per il lavoro in equipe (*Slack*, *Asana*...), dalla messaggistica (*Whatsapp*, *Messenger*...) ai programmi di *streaming* e video riunioni (*Zoom*, *Webex*, *Google meet*...).

Questo quadro non esaustivo richiede la consapevolezza di vivere una realtà complessa fatta di molta immaterialità e, anche, di fisicità; una realtà che possiamo definire ibrida, dove abitiamo contesti fisici e virtuali allo stesso tempo. Le realtà fisiche si stanno sempre più lasciando contaminare dalla virtualità, generando contesti sempre più ibridi, complessi, volatili, ambigui e incerti (paradigma VUCA)¹.

¹ VUCA è un'abbreviazione inglese che indica le quattro caratteristiche essenziali del paradigma attuale della nostra società: *Volatility* («Volatilità»), *Uncertainty* («Incertezza»), *Complexity* («Complessità»), *Ambiguity* («Ambiguità»).

Prima della pandemia, questa attitudine, oggi data quasi per scontata, sarebbe stata considerata fantascienza. Oggi, molte congregazioni svolgono incontri, assemblee, consigli interamente *online* o in modalità ibrida.

Quali competenze nuove ci richiede questa realtà ibrida? Quali competenze tecniche? Quali competenze relazionali? Quali competenze di comunicazione? Quali domande etiche ci pone? Quali sfide al discernimento? Qual è il ruolo delle donne consacrate in questo contesto?

2. Comunicazione morbida per creare spazi sicuri

Papa Francesco ha scelto come tema per la Giornata mondiale della comunicazione sociale dell'anno 2025: *Condividete con mitezza la speranza che sta nei vostri cuori* (cf. 1Pt 3,15-16).

Il tema della prossima Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali pone l'attenzione sul fatto che oggi troppo spesso la comunicazione è violenta, mirata a colpire e non a stabilire i presupposti per il dialogo. È quindi necessario disarmare la comunicazione, purificarla dall'aggressività. Dai *talk show* televisivi alle guerre verbali sui *social* il paradigma che rischia di prevalere è quello della competizione, contrapposizione e volontà di dominio².

Io credo fortemente che una comunicazione gentile e morbida possa essere lo stile con il quale le consacrate abitano il digitale, dove tende a prevalere un linguaggio violento, offensivo, denigrante, umiliante e di odio: parole gentili e morbide creano uno spazio emotivo che facilitano l'apertura del cuore, il rispetto del mondo

² https://www.comunicazione.va/it/notizie/notizie_2024/tema-gmcs-2025-condividete-con-mitezza-la-speranza-che-sta-nei-v.html (15.1.2025).

dell'altra/o; spazio sicuro che può generare domande che aiutano il discernimento, l'introspezione e l'ascolto di se stesse/i.

Le religiose, nel mondo *social*, possono aiutare a disarmare la comunicazione, riconoscendo il potere trasformativo e performante del linguaggio; scegliere con cura e attenzione le parole che si usano, farsi più silenziose nel senso di puntare sulla qualità del parlare più che sulla quantità di contenuto che si condivide. Poco è meglio, soprattutto se di qualità.

3. *Sisters communicate*

Negli ultimi anni, l'interesse per la voce delle religiose è andato aumentando, così come l'investimento delle stesse congregazioni religiose femminili nella comunicazione interna ed esterna. Oggi la vita religiosa è più consapevole di quanto la comunicazione digitale sia una missione in sé, e che fare missione implica anche saperla comunicare bene e nei luoghi appropriati. Ogni missione o progetto richiede una dimensione comunicativa da curare; comunicare è una competenza trasversale che va tenuta in considerazione e inserita nei percorsi formativi.

Nella grande rivoluzione comunicativa della chiesa che ha portato alla costituzione del dicastero più grande della Curia romana, quello per la comunicazione, abbiamo riscontrato un maggiore spazio dedicato all'esperienza missionaria e alle voci delle religiose nel mondo.

Possiamo dire che oggi le religiose sono più visibili nell'arena pubblica della stampa cattolica (c'è ancora molto lavoro da fare per quella laica), e sono sempre più numerose le suore che scrivono in prima persona, passando da essere "oggetti" dell'informazione, a protagoniste della propria parola e immagine pubblica.

Conseguenza e causa di questo fenomeno è il grande investimento nella formazione di religiose giornaliste e comunicatrici, capaci di gestire la complessità comunicativa, dalla creazione di contenuti alla gestione multicanale della comunicazione. L'arena digitale ha fatto emergere la vocazione comunicativa di molte sorelle, che si sono scoperte brave a evangelizzare con video, *podcast*, buoni contenuti di testo per i *social*. Queste pioniere *social* hanno anche un grande seguito tra persone che non vivono la fede nella propria vita.

3.1. *Qualche dato per riflettere*

Nel 2023 l'«Unione internazionale delle superiore generali» (UISG), attraverso il proprio ufficio comunicazione, ha realizzato una ricerca su trecento congregazioni femminili inviando un questionario alle comunicatrici. Alcune domande erano chiuse, altre aperte, più narrative. La ricerca non ha mai avuto l'intento di una statistica fedele e rappresentativa (le congregazioni rappresentate nella UISG sono più di 1900!), ma si è pensato che potesse offrire un quadro realistico delle tendenze della missione della comunicazione negli istituti di vita consacrata femminile.

Riportiamo qui alcuni dati che possono essere interessanti perché pongono delle domande che possono aiutarci nel discernimento di quale può essere il ruolo della comunicazione digitale nella missione delle sorelle nel mondo.

3.2. *«Cosa significa per te comunicazione?»*

Qualcosa di vitale; attraverso di essa, l'informazione non si trasmette solo a livello di conoscenza, ma a livello di esperienza di vita; è trasmissione

di valori, condivisione dell'esperienza di fede. È la possibilità di suscitare desideri, sogni e di far crescere la speranza; di toccare il cuore!³.

Questa era una delle domande “narrative” della ricerca che ha permesso di raccogliere materiale per dare contenuto a qualche carosello e *post* per i *social* della UISG, così come per comprendere quale paradigma comunicativo prevale nelle congregazioni, quali parole chiave vengono utilizzate e qual è il fuoco dello stile comunicativo.

Le risposte a questa domanda evidenziano la differente percezione che le sorelle hanno di questo ambiente nel quale vivere, fare missione ed evangelizzare. C'è chi ne sottolinea gli aspetti più funzionali e strumentali (mezzo, strumento, veicolo); e chi ne riconosce le potenzialità come spazio antropologico e narrativo che provoca un cambio, non solo nell'ambito della comunicazione, ma in tutte le dimensioni della vita.

Un'attitudine condivisa è che la maggior parte vive la comunicazione come un luogo dove parlare e presentare chi siamo e cosa facciamo; è percepito meno come uno luogo dove ascoltare chi si avvicina a noi e conoscere i bisogni degli altri. Abitiamo i *social* con la mentalità del «web 1.0», quello dei primi siti *web*, per intenderci. Oggi la parola chiave è *conversare, interagire, connettere*.

Le Reti sociali ci invitano a un approccio più interattivo e dialogante, dove tutte e tutti possiamo cambiare grazie alle relazioni, che

³ UNIONE INTERNAZIONALE SUPERIORE GENERALI (UISG), *Sisters Communicate. La comunicazione nella vita religiosa femminile. Formazione - Networking - Cambiamento*, UISG 2023, 15, in <https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1KGjjxnFC3nuy-xI7sWMAMxyzLlIqAUBv> (15.1.2025); cf. anche per completezza <https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1KGjjxnFC3nuy-xI7sWMAMxyzLlIqAUBv> (15.1.2025) e <https://www.uisg.org/it/news/Pubblicazione-Sisters-Comunicatel> (15.1.2025). Le citazioni sono anonime perché i questionari erano anonimi.

siano virtuali o materiali. Non è solo uno spazio per evangelizzare, ma anche un ambiente dove lasciarsi evangelizzare.

Leggendo molte delle risposte si percepisce però che molti istituti lo riconoscono come uno spazio dove vivere, un luogo per il servizio, per la missione, per lo scambio di informazioni e storie, per l'apostolato, per la formazione continua e l'aggiornamento.

Spazio di missione nel quale dobbiamo essere presenti, non per via della mera necessità della presenza, ma perché questa comunicazione deve essere considerata come un autentico settore di missione; per questo, è necessario creare relazioni reali con gli altri utenti, proponendo contenuti validi e ascoltandoli⁴.

Vedo in questa narrazione offerta dalle risposte due sfide:

– imparare ad abitare il digitale come delle “senza potere”, come minoranze che partecipano a un dialogo intorno a una tavola rotonda dove ci sono tante persone diverse, molte delle quali non riconoscono alla chiesa quel ruolo di potere e alta reputazione che aveva nei decenni passati, prima che il vaso degli abusi si scoperciasse totalmente; benché le persone che hanno perpetrato abusi siano in prevalenza uomini, anche le laiche e consacrate stanno pagando di questa perdita di fiducia e reputazione da parte delle persone;

– saper abitare un contesto prevalentemente orizzontale dove prevale lo stile della conversazione. La vita religiosa è prevalentemente organizzata in modo piramidale e verticale e si fonda su uno stile comunicativo più basato sulle omelie (che non presuppongono un dialogo) e sulle risposte dogmatiche, che richiedono un'obbedienza e non un pensiero critico e dialogico che contraddistingue questo nostro tempo.

⁴ *Ibid.*, 18.

La Comunicazione Digitale è un veicolo che abbiamo apertamente fatto nostro; un modo di costruire una comunità globale online, creando e mettendo a disposizione contenuti, esperienze di preghiera virtuale e narrazione sulla vita religiosa⁵.

Questa la domanda che propongo per ulteriori riflessioni: quali opportunità apre questo aeropago digitale per narrare la fraternità, la pace, la nonviolenza e l'amore, valori ai quali siamo invitate dal vangelo?

3.3. «*La persona che si occupa di comunicazione è...*»

La comunicazione per l'86,4% è gestita da sorelle appartenenti all'istituto. Questo dato non chiarisce, tuttavia, se le sorelle incaricate della missione della comunicazione abbiano competenze adeguate.

Anni fa era solito che le suore più avanti con l'età fossero responsabili della gestione del sito *web* o del «bollettino» interno alla congregazione. Questo accadeva soprattutto perché, non potendosi muovere facilmente, avevano la possibilità di lavorare al computer. Fortunatamente questa abitudine si è andata riducendo perché oggi la comunicazione richiede molto più di buona volontà e tempo a disposizione.

Il 13,6% degli istituti si affida a una persona laica, e quindi esterna all'istituto. Questa percentuale, a mio avviso, cambierà negli anni a venire: nella maggior parte delle congregazioni il numero delle religiose attive sta diminuendo con il passare del tempo e ciò induce le superiori a "impiegare" le forze attive in ambiti in cui non si può prescindere dalla presenza di una religiosa. In questo

⁵ *Ibid.*, 16.

contesto la missione della comunicazione è quella che si riesce a eternalizzare più facilmente. L'esperienza, però, insegna che far affiancare e supportare il laicato da una o più sorelle dell'istituto ha dei risconti estremamente positivi: chi si occupa di comunicazione deve necessariamente conoscere il carisma e la realtà della congregazione affinché ci possa essere una comunicazione efficace.

È anche doveroso ricordare che per avere religiose formate e con adeguate competenze in materia di comunicazione le congregazioni dovrebbero impegnarsi fin da ora promuovendo e inviando alcuni dei loro membri, possibilmente quelli più giovani, a studiare comunicazione istituzionale a livello universitario.

3.4. *«Nel tuo istituto c'è un'equipe di comunicazione?*

Se non è presente, vi rivolgete a un'agenzia esterna?»

Il 29,2 % degli istituti che hanno risposto al nostro questionario non ha un'equipe di comunicazione, mentre il 70,8% dichiara di averne una. Rimane una percentuale bassa il numero di congregazioni che si rivolgono a aziende esterne.

3.5. *«Avete rapporti con la stampa?»*

Ci siamo rese conto che la comunicazione esterna, soprattutto verso il mondo laico e non credente, è una delle grandi sfide della comunicazione istituzionale della vita religiosa.

Il 54,1% non ha rapporti con la stampa. Il 45,9% ha rapporti con la stampa. Il pregiudizio più diffuso è che la stampa sia il "diavolo", meglio quindi non averci a che fare. Questo timore non è del tutto infondato: diverse sono state le esperienze poco positive delle suore con il giornalismo. Ma, in una società così esposta verso

l'esterno e dove prevale la pubblicizzazione di tutti gli aspetti, anche più personali e intimi, mantenere il silenzio non è saggio, perché quello spazio deve essere occupato e se non lo fa chi è legittimato a farlo, il giornalista "riempie" i vuoti con pre-comprensioni e pregiudizi. O, peggio ancora, con materiale preso dall'intelligenza artificiale, che genera contenuti a partire da banche dati, nelle quali la vita consacrata femminile è quasi assente.

Partendo dal presupposto che se non ci raccontiamo non esistiamo e che se non esistiamo è perché non siamo visibili e non possiamo di fatto evangelizzare, è urgente stabilire e curare una buona relazione e collaborazione con la stampa cattolica e laica; è un impegno improrogabile. Soprattutto nelle situazioni di crisi che possono accadere in una congregazione, è bene avere anche un piano di comunicazione di crisi e una persona incaricata a parlare a nome dell'istituto. Pensiamo a una congregazione in cui una sorella è accusata di abuso di potere o sessuale in una loro opera. Questo presenta un livello di complessità che richiede una gestione professionale della comunicazione interna ed esterna, dove il silenzio non è contemplato.

3.6. *«Avete un piano strategico per la comunicazione?»*

Il 58% delle congregazioni che hanno risposto al questionario non ha un piano strategico per la comunicazione a fronte di un 42% che afferma di averne uno. Se da quest'ultimo dato scorporiamo il 29,2% degli istituti in cui manca totalmente un'equipe di comunicazione, ci troviamo di fronte a un 12,8% che, pur avendo un team dedicato alla missione comunicativa non si dota di un piano strategico in merito.

Rileviamo qui un'attitudine diffusa verso la programmazione strategica nella comunicazione: spontaneità e volontarismo, per-

sonalizzazione (tutto dipende da chi coordina in quel momento) e poca propensione a programmare. Se questo atteggiamento ha funzionato in passato oggi è inefficace. Un buon piano strategico fatto di obiettivi generali, obiettivi strategici, attività, indicatori per valutare l'impatto delle azioni, risorse e strumenti, può veramente fare la differenza per una comunicazione di qualità.

Un'altra possibile interpretazione dei dati presentati sopra è che manchino le competenze professionali e che negli istituti religiosi ci siano ancora poche sorelle ad aver ricevuto una formazione adeguata sulla comunicazione istituzionale.

È tempo di fare meno cose, ma farle molto, molto bene. Una comunicazione non fatta bene è un boomerang per la reputazione digitale della congregazione. Sappiamo che, oggi, il primo operatore vocazionale è *Google*: le giovani cercano sui motori di ricerca le spiritualità e i carismi.

3.7. «*Nella vostra ratio formationis c'è una parte specifica dedicata alla comunicazione istituzionale? Il vostro uso dello smartphone è libero e senza limitazioni?*»

Il 65% non ha una parte dedicata alla comunicazione istituzionale e digitale nella *ratio formationis*; vuol dire che nella formazione iniziale non si include il digitale come spazio di formazione e non si accompagnano le future consacrate a vivere la vocazione dentro un contesto paradigmatico digitale. Questo non stupisce perché esiste un *gap* generazionale e culturale tra formatrici e formande: le prime appartengono al mondo analogico e, le seconde, al contesto digitale. Questo può sollevare delle difficoltà nella possibilità di comprendersi. È fortemente probabile che le candidate a entrare nella vita religiosa siano nate dopo il 1980, quindi cresciute in un

contesto completamente digitale. Hanno formato il loro modo di pensare, sentire, interpretare e agire nel mondo a partire da un paradigma virtuale e si trovano a entrare in un contesto prevalentemente analogico.

4. Cittadinanza digitale

Fornire alle sorelle una competenza digitale base è un compito essenziale di tutti gli istituti. Per essere cittadine digitali consapevoli e abitare questo tempo pienamente, ci viene richiesta la capacità digitale di orientarci nel mondo delle *app*, nei siti della pubblica amministrazione, nelle piattaforme di prenotazione di servizi e dei risponditori automatici. Se non facilitiamo questo *empowering* digitale in tutte le sorelle, le più adulte e anziane saranno sempre dipendenti dall'aiuto delle più giovani.

La maggior parte delle sorelle in Italia è nata e cresciuta in un paradigma analogico, dove il fenomeno corrispondeva con la sua rappresentazione e prevaleva una certa linearità dei processi, tipica del mondo novecentesco. Il digitale è caratterizzato da una rappresentazione della realtà in un linguaggio matematico binario (una serie di combinazioni di 0 e 1); più tecnicamente si chiama «linguaggio computazionale», cioè una realtà tradotta nel linguaggio del computer.

Alla luce di questa complessità e volatilità delle «Tecnologie dell'informazione e della comunicazione» (TIC), è necessario una nuova competenza digitale che va costruita per tutte e tutti, anche per chi non lavora nell'ambito della comunicazione. Definirei questo processo come un'«alfabetizzazione digitale», che garantisce una certa autonomia alle sorelle, anche quelle più avanti con l'età, di sapersi orientare in questo mondo digitale e immateriale.

Un altro aspetto importante per una cittadinanza consapevole è dato dalla *media education* e dalla «dieta informativa». Sono aspetti che nascono da queste domande: sappiamo riconoscere l'affidabilità delle notizie che leggiamo o condividiamo articoli senza verificarne la fonte? Come si informano le suore oggi?

La *media education*, di cui suor Rose Pacatte è stata pioniera negli Stati Uniti, è la capacità di nutrire il nostro pensiero critico e porci domande sulle notizie che leggiamo, le immagini e video che guardiamo. L'informazione oggi non è la realtà, ma una lettura e rappresentazione della realtà; quest'ultima è molto più complessa e articolata di ciò che ci raccontano i media. Ecco alcuni passi importanti che Rose Pacatte evidenzia nella *media education*:

- valutazione della fonte (spesso è assente, e questo è già un segno di poca affidabilità);
- verifica dei fatti narrati;
- svelare i pregiudizi, *bias* cognitivi e pre-comprensioni presenti;
- analisi critica e discernimento;
- considerazioni etiche.

Un ultimo suggerimento è la «dieta informativa». Ogni utente dovrebbe costruirsi come un proprio piano quotidiano e settimanale per informarsi su ciò che avviene nel mondo. Viviamo sommerse da informazioni e dati. Questo può generare come una saturazione da parte nostra che può portarci a un'indifferenza rispetto al dolore e la violenza che vivono nostre sorelle e fratelli. La dieta informativa ci permette di fare una lista delle fonti, strumenti e siti attraverso i quali ci informiamo; gli abbonamenti che è bene fare per poter leggere articoli documentati e ragionati per formarci la nostra idea.

Oggi la comunicazione è missione, e ogni missione deve avere una dimensione comunicativa.

La cultura digitale, quindi, non è tanto un'area distinta della missione, quanto una dimensione cruciale della testimonianza della chiesa nella cultura contemporanea. Per questo riveste un significato particolare in una chiesa sinodale⁶.

Nota bibliografica essenziale

Per un ulteriore approfondimento sono utili: UISG - MULTIMEDIA INTERNATIONAL - COMMUNICATORS FOR WOMEN RELIGIOUS (CWR), *Comunicare la missione globalmente. Manuale sulla comunicazione per gli istituti femminili di vita religiosa*, in <https://oldsite.uisg.org/wp-content/uploads/2018/03/Handbook-Comunicare-la-Missione-it-web.pdf> (15.1.2025); cf. anche <https://www.uisg.org/it/projects/communicating-religious-life/> (15.1.2025). Quindi: F. COLOMBO, *Ecologia dei media. Manifesto per una comunicazione gentile*, Vita e Pensiero, Milano 2020; V. GHENO - B. MASTROIANNI, *Tienilo acceso. Posta, commenta, condividi senza spegnere il cervello*, Longanesi, Milano 2018; P. PADRINI, *Social network e formazione religiosa. Una guida pratica*, San Paolo, Cinisello B. (MI) 2014; «Parole O_STILI», *Il manifesto della comunicazione non ostile*, in <https://paroleostili.it/manifesto/> (15.1.2025); M.B. ROSENBERG, *Le parole sono finestre [oppure muri]. Introduzione alla comunicazione nonviolenta*, Esserci Edizioni, Reggio Emilia 2022; E.H. SHEIN - P.A. SHEIN, *L'arte di far domande. Quando ascoltare è meglio che parlare*, Ed. Guerini Next, Milano 2024.

⁶ *Ibid.*, 8.

Sommario

La comunicazione, nelle sue varie forme e linguaggi, gioca oggi un ruolo fondamentale nella società, così come nella vita consacrata. Il contesto di complessità che abitiamo richiede una competenza sempre più profonda nelle *soft skills* per una comunicazione interpersonale efficace. La grande esposizione *social* generata dalla veloce evoluzione delle «Tecnologie dell'informazione e della comunicazione» richiede anche al mondo religioso di apprendere nuove abilità per una cittadinanza digitale consapevole, di investire risorse umane ed economiche per “liderare” la comunicazione istituzionale e saper raccontare identità, carisma e missione con professionalità e saggezza.

Parole chiave: *Sisters communicate - Formazione digitale - Conversare nell'arena digitale.*

ORIZZONTI DI SPERANZA

Uno strumento da far circolare con urgenza nelle scuole di ogni ordine e grado, e ovunque si cerchino orizzonti di speranza. Gli autori presentano un testo che **aiuta a lavorare a scuola** con le classi su ciò che è inerente alla pace. Insieme affrontano temi quali l'identità, la relazione, il conflitto, la guerra e il ruolo della chiesa. Un'ampia riflessione è dedicata alle prospettive a partire dal presente: ci sono guerre anche vicino a noi, che fare? Utilissimo sussidio per chi insegna.

ANDREA BIGALLI, prete e parroco, docente presso l'ISSR della Toscana (Firenze), giornalista pubblicista, è critico cinematografico.

ELISA LELLI, docente di Liceo (Firenze), si occupa della diffusione di metodologie didattiche finalizzate all'inclusione e al benessere scolastico.



pp. 112 - € 12,00



pp. 176 - € 15,00

Come si può riuscire a **mantenere viva e forte la speranza, anche quando tutto sembra oscurità?** Non basta che la morte ogni giorno tagli la vita di moltissima gente, c'è (orribile a dirsi) anche un gran numero di gente che la infligge (guerre, violenze, odio, terrore) oppure (disperato) la cerca, se la dà. Perché mai succede? Scompare del tutto ogni scintilla di speranza: non c'è alcuna luce in fondo al tunnel delle disgrazie e delle sofferenze. Come aiutare a mantenere sempre accesa la fiammella della speranza? Leggerete qui di questa possibilità!

ANNAGIULIA GHINASSI: psicologa, psicoterapeuta e tanatologa.

ROBERTA MILANESE, psicologa, psicoterapeuta e ricercatrice. È docente della Scuola di specializzazione in Psicoterapia Breve Strategica e del Master «Tuttoèvita».

PER INFORMAZIONI E ABBONAMENTI

Edizioni Messaggero Padova • via Orto Botanico, 11 • 35123 Padova

numero verde 800-019591

e-mail: emp@santantonio.org • www.edizionimessaggero.it

A EDIZIONI
MESSAGGERO
PADOVA

PROBLEMATICHE CONTEMPORANEE

Che cos'è la giustizia? È giusto ciò che tutela il valore di ogni persona, che rispetta gli equilibri ecologici del mondo ed è in armonia con la vita universale. Chiarito in tal senso il significato della giustizia, l'autore la qualifica come generativa (promuove il rinnovamento della società), riparativa (guarisce tutte le forme di relazione) e restituiva (istituisce nuove condizioni per il cammino dell'umanizzazione). Riflessioni che non restano astratte, ma che si dimostrano necessarie per interpretare molte delle problematiche contemporanee (guerre, crisi climatiche...).

ROBERTO MANCINI è ordinario di Filosofia teoretica e Filosofia dello sviluppo sostenibile presso l'università di Macerata dov'è direttore del Dipartimento di Studi Umanistici. Importante il suo magistero e note le sue opere.



pagg. 120 - € 16,00



pagg. 86 - € 8,50

Preti e *social network*. Tipi da *social*? Sì, con pregi e difetti, risorse e rischi. Così l'autore ha voluto definire i confratelli attivi *on line*. Sia per sottolineare la loro propensione a frequentarli, sia per indicare la specificità dello stile con cui lo fanno. È un tentativo di rappresentare l'atteggiamenti con cui i sacerdoti vivono questo mondo. Con un obiettivo: prendere sul serio un universo troppo spesso snobbato, tuttavia carico di incredibili potenzialità. Oltre ai preti il libro va letto dai loro critici.

MICHELE GARINI, prete e parroco, docente di Storia della chiesa presso lo Studio teologico del seminario e l'Istituto superiore di scienze religiose di Mantova. Anche insegnante di religione nella scuola secondaria. Con l'EMP ha pubblicato *Galateo per i preti e le loro comunità* (2013); *Ma funziona veramente? Indagine sulla messa e la sua efficacia* (2015).

PER ORDINI E INFORMAZIONI

Edizioni Messaggero Padova - via Orto Botanico, 11 • 35123 Padova

numero verde 800-019591

e-mail: emp@santantonio.org • www.edizionimessaggero.it

 EDIZIONI
MESSAGGERO
PADOVA

Editoriale: SocialMente: una parola, molte valenze

Comunicazione *social*: come abitarla?

Simona Borello

I *social network*: cambia la tecnica, cambia l'umano?

Mutamenti tecnici e modifiche sull'identità e sull'auto-percezione

Simone Bruno

Come comunichiamo? I significati nei *social network*,
tra odio e gentilezza

Alessandro Zaccuri

L'intelligenza artificiale e la Rete. L'impatto sulla comunicazione
online e la diffusione di contenuti?

Linda Fregoli

Spazi sociali e *social network*: *empowerment*
e comportamenti disfunzionali

Romina Ramazzotti

L'ordine della disinformazione

Michele Sorice

Oltre l'aula: media e divulgatori digitali per l'educazione

Carlo Meneghetti

Chiesa: chi opera digitalmente? Una rassegna

Guido Mocellin

Come abitare gli spazi *social*? Per comunicare identità religiose
e rinarrare il vangelo in uno spazio diverso

Patrizia Morgante

Comunicare un sinodo: sfide e soluzioni nell'era digitale?

Thierry Bonaventura

Un Dio in Rete. Incidere con il vangelo i frutti del mondo digitale

Roberto Massaro

Invito alla lettura (Simona Borello)

In libreria