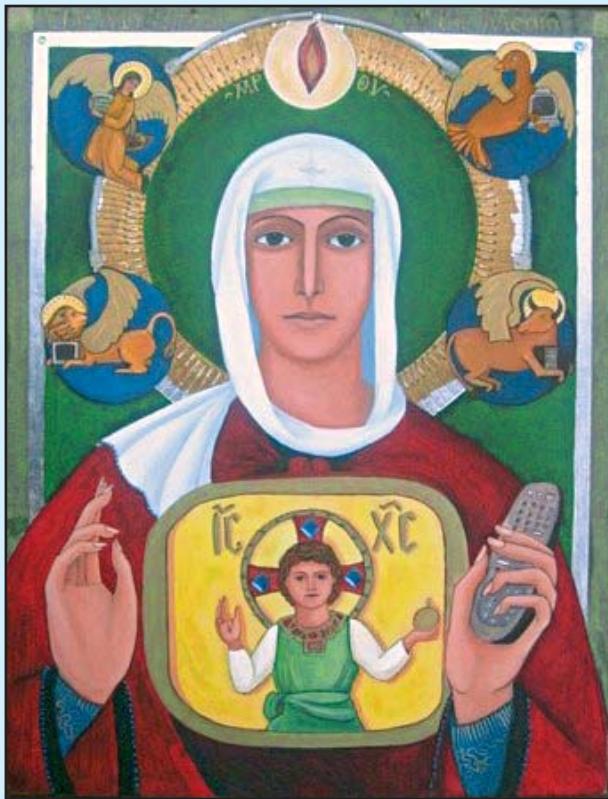


Tiziano Repetto S. I.

---

# Il fenomeno mariano nei nuovi media

*Il culto di Maria nell'epoca di internet e del cellulare*



EDIZIONI DIVINO AMORE - ROMA

Prefazione di  
Mons. Pasquale Silla

Tiziano Repetto S. I.

---

# Il fenomeno mariano nei nuovi media

*Il culto di Maria nell'epoca di internet e del cellulare*



Edizioni Divino Amore - Roma

*Le fotocopie per uso personale del lettore possono essere effettuate nei limiti del 15% di ciascun volume dietro pagamento alla SIAE del compenso previsto dall'art. 68, commi 4 e 5, della legge 22 aprile 1941 n. 633.*

*Le riproduzioni per finalità di carattere professionale, economico o commerciale o comunque per uso diverso da quello personale possono essere effettuate a seguito di specifica autorizzazione rilasciata da AIDRO, corso di Porta Romana n. 108, 20122 Milano, e-mail:[segreteria@aidro.it](mailto:segreteria@aidro.it) e sito web [www.aidro.org](http://www.aidro.org)*

*È stata effettuata ricerca delle agenzie di riferimento per i diritti relativi alle immagini utilizzate. A fronte di possibili ed omissioni l'editore si scusa e si impegna a compiere le formalità previste per le riproduzioni delle quali siano in seguito individuati gli aventi diritto.*

***Per richieste rivolgersi a:***

Santuario della Madonna del Divino Amore  
Via del Santuario, 10 – 00134 Roma (Italy)  
Tel. + 39 06713518  
Fax. + 39 0671353304  
c/c postale nº 721001

Copyright © 2009 Edizioni Divino Amore  
Via del Santuario, 10 - 00134 Roma (Italy)

ISBN 978-88-903385-7-1

[www.santuariodivinoamore.it](http://www.santuariodivinoamore.it)  
E-mail: [segreteria@santuariodivinoamore.it](mailto:segreteria@santuariodivinoamore.it)

Finito di stampare nel mese di Dicembre 2009  
da Soc. INTERSTAMPA a.r.l.  
Via Barbana, 33 – 00142 Roma - Tel. (+39) 06.5403349  
[www.interstampa.it](http://www.interstampa.it) - [info@interstampa.it](mailto:info@interstampa.it)

Con approvazione ecclesiastica

IMMAGINE IN COPERTINA:  
THE MADONNA OF THE MEDIA  
di K. Osenga © 2007

«Dove c'è Maria non c'è lo spirito maligno; uno dei segni più infallibili che uno è condotto dallo spirito buono è l'essere molto devoto di Maria Vergine, il pensare spesso a lei, parlarne spesso. Un santo aggiunge che, come la respirazione è un segno certo che il corpo non è morto, così il ricordo frequente e l'amorosa invocazione di Maria è un segno certo che l'anima non è morta per il peccato.»

«Trattato della vera devozione alla Santa Vergine e Il segreto di Maria»  
di San Luigi M. Grignion da Montfort



## ***Presentazione***

Maria, nelle Litanie lauretane, è venerata come Sede della sapienza, grazie a lei, dunque, ogni iniziativa di carattere culturale viene sviluppata fino a raggiungere la consistenza che le è propria e a produrre i frutti che il Signore vorrà per la sua vigna. Noi affidiamo questo libretto alla sua materna intercessione con la convinzione che attualmente non vi sono molti testi che cercano di affrontare la questione del culto mariano nei nuovi media, compreso il metaverso di Second Life, quindi ci pare che questo libro del p. Repetto cerchi di colmare una piccola lacuna, tanto più che, proprio grazie ai mass media, che il Concilio Vaticano II definì “meraviglie” (cf. il decreto *Inter mirifica*) è possibile organizzare una rete di devozione mariana senza precedenti nella storia dell’umanità. Si pensi ai molti siti web che parlano della Beata Vergine Maria, ai quali da qualche anno, oramai si è aggiunto pure il sito del Santuario del Divino Amore. Nel libro si paragona l’itinerario attraverso i siti web a una sorta di pellegrinaggio, analogamente al pellegrinaggio che si compie per molti mesi all’anno verso il nostro Santuario, il che costituisce un’esperienza di fede comunitaria forte e che accomuna tutti nella devozione alla Vergine Santissima. Direi, e il libro lo sottolinea chiaramente, che pure l’approccio ai nuovi media dovrebbe sempre essere *comunitario*, ossia dovremmo, noi fedeli, sempre cercare di restare una comunità pure dietro lo schermo di un computer senza cedere alla tentazione dell’individualismo o del solipsismo sempre in agguato nelle nuove tecnologie.

Accanto alle molte buone opportunità che offrono i mass media oggi, è risaputo che vi sono anche dei rischi connessi e delle possibilità di sbagliare, quindi con questa pubblicazione si cerca di offrire ai fedeli, in particolare a quelli giovani, che hanno maggio-

re dimestichezza con i nuovi media, una qualche direttiva e spunto di riflessione sul modo di essere Chiesa pure negli ambienti virtuali e su come imparare nuovi linguaggi per testimoniare la nostra fede e devozione. Va ricordato, inoltre, che maggiore è l'accesso ai nuovi media, maggiore sarà anche l'interesse per essi e il conseguente investimento tecnologico e in immagine per migliorarli, dunque se Maria suscita interesse nel web, è certo che le realtà tecnologiche che ne parlano ne trarranno giovamento.

I nuovi media permettono la compresenza di molte e diverse opinioni, a tale scopo ciò che crediamo e portiamo avanti è sostanzialmente una fiducia profonda e radicata nel dettato evangelico secondo il quale o la quale è sempre possibile individuare una verità prioritaria sulle altre e che in virtù di tale verità prevalente siamo chiamati a realizzare in termini pratici, culturali e pure artistici, con l'aiuto di Dio, quanto un pensiero debole e deviato, per contro, non permetterebbe mai di produrre.

La Chiesa è chiamata a leggere i segni dei tempi e a inculturare il messaggio di salvezza sempre e comunque e ha sempre avuto con i mezzi di comunicazione un rapporto privilegiato ma anche talora faticoso: si pensi all'invenzione della stampa, a quella della radio, del cinema, etc. e ai susseguenti documenti magisteriali che ha prodotto, a mano a mano che tali mezzi si diffondevano e venivano apprezzati dai fedeli, ma, attualmente, non è ancora chiara la funzione propria di questi media, quindi è opportuno studiarli, riflettere su di essi, cercare di diffonderne l'utilizzo e la conoscenza pure tra i fedeli e se con questo nostro piccolo impegno siamo riusciti a convincere alcuni a utilizzare un computer per comunicare e pregare, allora possiamo dire che il nostro sforzo non è stato vano. Tra questi impegni vi è pure quello ricordato dalla Marialis cultus circa la corretta devozione alla Vergine Santissima, sempre in connessione con le note cristologica ed ecclesiale, che sono alla base della nostra fede.

Sono certo che se Don Umberto fosse vivo avrebbe oggi per i nuovi mass media un'attenzione particolare, lo testimonia, per certi versi, proprio la conclusione del presente libro, tratta da un lavoro di don Giorgio dal Pos, quando parla del modo di procedere “audiovisivo” del nostro compianto Padre, per il suo uso abbondante di audio e video, lasciando intravvedere un interesse per la multimedialità, ma su questo non intendo anticipare nulla, lasciando al lettore il piacere di leggere il testo. A tale scopo, va precisato che il presente volume non intende intervenire nella causa di beatificazione in corso per il Padre, ma solo costituire un piccolo contributo alla diffusione del culto mariano nel mondo moderno.

**Mons. Pasquale Silla**  
Rettore-Parroco  
*del Santuario del Divino Amore.*



## ***Introduzione***

Quando proposi a Mons. Silla, rettore parroco del Santuario del Divino Amore, questo lavoro divulgativo su Maria e i nuovi media, per un pubblico non specializzato, subito mi citò la *Marialis Cultus*, sulla vera devozione mariana, di cui presi buona nota e che rilessi per l'approfondimento debito del culto di Maria inserito nella nostra fede cristocentrica. Come dicono i fratelli Orientali: credo in Gesù il Cristo, nato da Maria. Ciò detto, mi replicò che gli pareva interessante associare la figura della BVM a questa nuove modalità di comunicazione, proprio per la novità che esse offrono, come cercheremo di mostrare in seguito.

Le ragioni di questa proposta circa lo studio dei nuovi media possono essere comprensibili: essi sono diventati una sorta di comunità cui tutti, in misura maggiore o minore, in maniera consapevole o inconsapevole apparteniamo. La stragrande maggioranza di noi costituisce un'audience televisiva, legge i quotidiani, utilizza un cellulare e alcuni navigano in internet o utilizzano un *palmtop*; in base a questo modo di comunicare, a questa appartenenza a una nuova comunità veniamo definiti, riceviamo una chiave interpretativa della nostra vita e, in particolare, della nostra fede, questo perché il nostro «io» viene definito in base agli «io» degli altri, riceviamo impulsi e sollecitazione che costruiscono noi stessi e il nostro modo di credere, non solo ma, come vedremo in seguito, pure l'utilizzo di determinati strumenti per comunicare plasma il nostro pensiero e il nostro modo di agire. Inoltre, i Teologi non possono ignorare la valenza e la portata delle tradizioni religiose popolari delle masse e dei mass media che sono la voce che le forma e che dà loro la possibilità di comunicare, non possono e non devono canonizzare o rifiutare le istanze della fede popolare, ma semmai reinterpretarla alla luce dei segni dei tempi e del Vangelo (Badaracco, 2005).

Da un punto di vista del metodo, direi che il Divino Amore è il luogo ideale per scrivere e pubblicare un libro sulla Madonna e i media, per un motivo assai semplice: in questo santuario non avvennero mai apparizioni o fenomeni sovrannaturali come lacrimazioni, visioni<sup>1</sup> e simili; il culto alla BVM, in altre parole, resta ben al di fuori del contesto mediatico. Tutto in questo santuario mariano di Roma è «normale», anche le grazie che la Madonna continua a propiziare sono assai tranquille e sono i fedeli stessi che le conoscono e ringraziano Maria per la Sua intercessione senza alcun sensazionalismo (Canta, 2004) e il Signore solo sa quanto il nostro modo di comunicare oggi ha bisogno di normalità, mettendo da parte la straordinarietà, l'eccezionalità, il clamore.

Il tradizionale pellegrinaggio stesso che si svolge dal periodo di Pasqua fino a ottobre dal centro di Roma al Santuario rappresenta una sorta di metafora di questo percorso «peregrino» in Internet in onore della Vergine Maria, posto che oramai la navigazione in Internet è una specie di viaggio nella *tenebra* per le caratteristiche stesse del mezzo: rischi morali, tentazioni, possibile perdita di tempo, di salute, di benessere, può mettere a rischio un matrimonio etc. Ecco, che allora il pellegrinaggio virtuale (o più propriamente la navigazione sul web) ha come riscontro reale quello del sabato notte verso il Divino Amore, il quale vede un fiume di fedeli che percorre l'Ardeatina fino a Castel di Leva, un viaggio che intende «sfondare la notte» (*Ibid.*). Anche questo testo cerca di «sfondare la notte» che sembra regnare nella rete telematica per i cattolici, così come nel

---

<sup>1</sup> Nel testo si parlerà di «veggenti», «visioni», etc. Questi termini non hanno alcuna connotazione magisteriale, per così dire. Non intendono, cioè, avvalorare la soprannaturalità dei fatti che trattano, alcuni essendo ancora sotto inchiesta. Semplicemente «veggente» indica chi dichiara di avere «visioni» a prescindere dalla loro autenticità.

cammino reale vi sono sacche di oscurità, strade confuse, fossati incombenti che minacciano il viaggio. E la bellezza di questo pellegrinaggio in onore della Madonna del Divino Amore è che si svolge assieme e questo, oltre alla protezione della BVM, lo rende sicuro: *Iter para tutum* recita un versetto dell'inno Ave Maris Stella, che significa «veglia sul nostro cammino».

Appunto il pellegrinaggio reale del sabato notte è immerso in un ambiente che lo guida, per così dire: il pellegrino che parte dal palazzo della FAO a Roma e giunge al Divino Amore attraversa, campagne con pecore al pascolo e allora penserà: al Buon Pastore, alle pecore senza pastore, alla pecorella smarrita, poi andando avanti, a mano a mano che si avvicina a Castel di Leva, vedrà alcune viti e penserà ai tralci che stanno sulla vite, al contadino che li pota perché diano più frutto, e simili. Il pellegrinaggio virtuale, al contrario non ha contesti significativi, di solito, non vi sono gerarchie, centri nevralgici: ogni tappa in Internet è il «centro del mondo» e non vi è alcuna struttura gerarchica se non quella sempre diversa ogni volta che il navigatore imposta personalmente (cf. Apolito, 2002). Questo lavoro cercherà di essere, nella limitatezza delle pagine, una *descrizione critica* dei nuovi media, dato che uno dei problemi principali è l'assenza di strutture gerarchiche in essi. La Chiesa è essa stessa gerarchica, se vuole parlare di qualche argomento deve impiegare un linguaggio che non le è proprio sfruttando un canale che le è tendenzialmente sfavorevole, perché appunto tende a ricusare le gerarchie e il concetto stesso di autorità.

Ma il pellegrinaggio del Divino Amore si tiene una volta all'anno pure alla Sede di Pietro: il 10 maggio 1999 il Divino Amore regalava al Santo Padre un mosaico della Madonna, non perché fosse racchiuso in una stanza, ma perché venisse esposto all'aperto, nei giardini vaticani e visitato il 13 maggio di ogni anno. Similmente, in questo libro cercheremo con Maria e

i nuovi media di ravvisare quanto possa aumentare e conservare l'amore per il Papato.

Questo clima di «normalità», di quotidianità, di andatura giornaliera e tranquilla che si respira al Santuario del Divino Amore è favorevole, altresì, alla produzione di un testo che possa in qualche modo dire una parola di verità e giustizia sul fenomeno mariano in Internet, sfondarlo dal sensazionalismo, dall'attenzione indiscreta dei media, dalla curiosità per il soprannaturale.

Lo scopo di questo testo è, dicevamo, quello di dare un'idea di quello che è il fenomeno del culto mariano alla luce dei nuovi media e in particolare di Internet, tenendo conto che la vicenda comunicativa per eccellenza, ossia l'Incarnazione, che ha contrassegnato la vicenda della BVM costituisce ancora oggi un punto di riferimento per noi.

Quando ci riferiamo al fenomeno mariano nei media non stiamo parlando, ovviamente, di Maria che appare nei computer o simili<sup>2</sup>, ma dei molti resoconti che hanno Maria come protagonista di siti di culto, di apparizioni vere o presunte e magari di eresie che vengono diffusi con Internet, il che induce a una seria riflessione sul come umanizzare la comunicazione, come impiegarla per dire una parola di verità e di giustizia oggi. Contestualmente, cercheremo pure di dare alcuni criteri, per quanto possibile oggettivi, su come discernere i siti seri da quelli invece portatori di errori e perfino di bugie dottrinali.

Il culto mariano non è un elemento a se stante, ma rientra nell'alveo di un culto cristologico coerente, come già detto. Quello che è certo è che il fenomeno mariano in Internet riveste una notevole importanza per questo segnaliamo solo alcuni dati per capirne la

---

<sup>2</sup> L'Autore, tuttavia, nella pratica pastorale si è imbattuto in presunti *veggenti* che hanno dichiarato di avere avuto esperienze mistiche con il televisore, il computer, il cruscotto elettronico dell'automobile.

portata: digitando *Beata Vergine Maria*<sup>3</sup> in un motore di ricerca tra i più diffusi, si ottengono circa 241.000 riferimenti, mentre digitando *Gesù Cristo* oltre 1.500.000. Già questi dati ci danno una qualche indicazione. In tutti i siti del mondo di lingua italiana, il rapporto è di circa 1:6 ossia, una citazione della BVM rispetto a 6 di Gesù il Cristo, comprese le bestemmie e le eresie. Tale divario si riduce drasticamente se si esegue la stessa ricerca in materia di immagini: i risultati in questo caso sono di 116.000 per quanto attiene alle immagini della BVM rispetto a 158.000 di N. S. Gesù. I dati sono ancora più interessanti se riferiti al mondo anglosassone: 7.180.000 per *Blessed Virgin Mary* e 45.500.000 per *Jesus Christ* mentre vi sono 5.620.000 e 14.500.000 e per quanto riguarda le immagini rispettivamente della BVM e di Gesù. Riassumendo in una tabella:

	Gesù		BVM	
	Italiano	Inglese	Italiano	Inglese
Immagini	158.000	15.200.000	116.000	5.860.000
Parole	1.500.000	45.500.000	241.000	7.180.000

Questa Tabella sembra dire che nel mondo italiano le immagini della BVM in Internet sono solo leggermente inferiori quanto a numero rispetto a quelle di Nostro Signore Gesù il Cristo. Riteniamo di poter interpretare questo fenomeno come un prodotto delle apparizioni mariane nel nostro paese e in generale nell'area mediterranea. Con le apparizioni, il settore delle immagini in Internet ha assunto una maggiore rilevanza e ha quasi annullato il divario con le immagini che riguardano il suo Divin Figlio. Inoltre nel mondo italofono

---

<sup>3</sup> Preferiamo questa dicitura perché digitando *Madonna* si ottengono moltissimi riferimenti alla cantante statunitense omonima.

le ricorrenze di immagini sono circa la metà di quelle che pertengono alle parole che definiscono la BVM ossia il rapporto è di circa 1:2 mentre nel mondo anglosassone il rapporto è di circa 1:1,22, il che sembra indicare che gli anglofoni attribuiscono maggiore importanza relativa alle immagini della BVM rispetto alle parole di quanta ne possano attribuire gli italofoni, eppure noi italiani fin da piccoli siamo nutriti di opere d'arte sacra che rappresentano la BVM.

Va notato, inoltre, per quanto riguarda le rappresentazioni del sacro, in particolare della BVM, che esse si rifanno sempre ai modelli di estetica in voga nel momento storico in cui gli artisti agiscono, questo perché, come sostiene Umberto Eco, il sacro è inattingibile, ossia non si hanno di esso esperienze dirette — fatte salve le rivelazioni private e le immagini particolarissime come la Sacra Sindone, certe icone delle apparizioni riprodotte in base alle indicazioni dei veggenti e simili. Quindi, si può pensare anche a come le visualizzazioni del sacro vengono diffuse, in particolare oggi, mediante nuovi media come Internet e simili. Anticamente c'erano i libri, le stampe, i quadri mentre attualmente siamo di fronte a un nuovo modo di fruire delle immagini del sacro che solo apparentemente è simile alle modalità precedenti.

Ebbene, su questo tema in particolare desideriamo riflettere un poco per dare a chi desidera una sorta di indicazione, anche perché i mass media influenzano il nostro modo di pensare<sup>4</sup> (si pen-

<sup>4</sup> «Tra i principali mutamenti del nostro tempo, non vogliamo dimenticare di sottolineare l'importanza crescente che assumono i mezzi di comunicazione sociale e il loro influsso sulla trasformazione delle mentalità, delle cognizioni, delle organizzazioni e della società stessa. Essi presentano certamente degli aspetti positivi: per loro tramite, le informazioni di tutto il mondo ci giungono quasi istantaneamente creando un contatto al di là delle distanze ed elementi di unità tra gli uomini, e diventa altresì possibile una più estesa diffusione della formazione e della cultura. Tuttavia, tali mezzi di comunicazione sociale, per la loro stessa azione, costituiscono un nuovo potere. Come allora non interrogarsi sui detentori reali di questo potere, sugli scopi che essi perseguitano e sui mezzi posti in opera, sulla ripercussione, infine, della loro azione nei confronti del-

si ai giovani che sono definiti *cronocompressi*, perché vivono una serie di esperienze mediatiche in modo veloce e senza soluzione di continuità, proprio come i mass media ci propongono film di azione, o spot pubblicitari, in cui la durata media dell'inquadratura non supera i tre secondi) quindi è lecito pensare che detti mass media abbiano una qualche influenza sul nostro modo di credere e di percepire il sacro e la dimensione spirituale<sup>5</sup>. Non solo, tale influenza dei media raggiunge anche ambiti che si possono ritenere quantomeno strani o improbabili, ma che forse non lo sono poi tanto, dopo un'attenta analisi. A tale proposito, il sociologo canadese McLuhan pensava che il cambiamento della liturgia tradizionale della S. Messa fosse dovuta in larga parte all'introduzione del microfono: dopo secoli in cui si reputava opportuno che la S. Messa restasse in gran parte «segreta», con l'introduzione del microfono, che rendeva possibile ascoltare il

l'esercizio delle libertà individuali, tanto nel settore politico e ideologico, come nella vita sociale, economica e culturale? Gli uomini che detengono questo potere hanno una grave responsabilità morale in rapporto alla verità delle informazioni che essi devono diffondere, in rapporto ai bisogni e alle reazioni che fanno sorgere, e ai valori che propongono. Di più, con la televisione si delinea un modo originale di conoscenza e una nuova forma di civiltà: quella dell'immagine. Naturalmente i poteri pubblici non possono ignorare né la crescente influenza dei mezzi di comunicazione sociale, né i vantaggi o i rischi che il loro uso comporta per lo sviluppo e l'autentico progresso della società civile.

Essi pertanto sono chiamati ad assolvere positivamente la loro funzione di servizio al bene comune, dando il proprio incoraggiamento alle iniziative costruttive e appoggiando i singoli cittadini e i gruppi nella loro azione di difesa dei valori fondamentali della persona umana e della civile convivenza. D'altro canto essi si adopereranno per evitare, mediante opportune misure, che si propaghi quanto può intaccare il comune patrimonio dei valori sui quali si fonda il genuino progresso della società.» Octogesima Adveniens, N. 20.

<sup>5</sup>Si pensi al commento del Vangelo domenicale nella trasmissione «A sua immagine» del sabato sera. La tradizionale omelia in TV non era più proponibile, quindi la trasmissione ha assunto il format di uno «speciale» televisivo, con collegamenti esterni, testimonianze, filmati, etc.

celebrante in ogni parte della chiesa, giunse pure la riforma liturgica che rendeva la S. Messa «pubblica» dall'inizio alla fine, togliendo le celebri parti «secrete». A questo punto, apparirà chiaro che è opportuno studiare e conoscere i nuovi media perché la loro azione non tarderà a farsi sentire anche sulla vita interna della Chiesa e sul modo in cui crediamo.

Ma come mai abbiamo scelto la BVM per trattare di questi argomenti? Abbiamo pensato a Maria per le sue caratteristiche che la rendono, come immagine, simile alla rete Internet, nel senso che la consideriamo come il *canale* privilegiato attraverso cui passano le richieste delle nostre grazie e similmente può essere vista come un simbolo della rete globale che accomuna i cristiani nell'*ekklesia*. Non solo, ma in quanto Madre della Chiesa Ella è pure espressione delle relazioni quotidiane che intercorrono tra i partecipanti alla rete globale, ossia può essere pure considerata Madre dei fedeli che compongono quella particolare assemblea che si raduna online.<sup>6</sup>

Una parola a parte merita la comunicazione della grazia di Maria. Ella è la piena di grazia<sup>7</sup>, la grazia che ha ricevuto, quindi, non si può considerare solo quella che ricevono tutti i chiamati al Regno di Dio, ma si tratta evidentemente di una grazia trinitaria che la lega alle Tre Persone. In virtù di questa sua grazia particolare, la BVM interviene pure nella *comunicazione* della grazia a tutti i fedeli (Pone, 2003), questo suo essere "canale della grazia" la costituisce in un rapporto comunicativo assolutamente unico, che trascende ogni comprensione della comunicazione corrente a livello umano, non fosse altro perché la grazia non viene comunicata a un destinatario specifico e neppure ha una stretta necessità dei sacramenti come veicoli di essa, o, direbbe Rahner, neppure occorre averne

---

<sup>6</sup>Díez i Bosch (2008) l'ha qualificata, in un suo interessante studio sui modelli di comunicazione applicati alla vicenda di Maria, «icona della comunicazione».

<sup>7</sup>Lc 1, 28.

coscienza (come i cosiddetti cristiani anonimi, coloro che, secondo il teologo tedesco, vivono una vita e una grazia cristiane senza sapere di essere cristiani). La comunicazione di tale grazia da parte della BVM avviene quindi in maniera del tutto misteriosa per noi, si direbbe che la sua natura umana — che è pure la nostra — viene in un certo senso «gratificata» ancor prima che Ella rispondesse il suo «sì» alla vocazione del Signore.

Quali possono essere poi le ragioni che ci hanno spinto a trattare questo argomento? Al di là di questo, sappiamo dall'esperienza che i servizi che Internet offre assumono interesse nella misura in cui aumenta il numero di utenti: se più persone si collegano a un dato servizio questo viene gradualmente potenziato e sviluppato dai *provider*, si investono capitali, se ne migliora l'utilizzo e questo, pensiamo, vale pure per il culto della BVM: se un certo servizio cultuale online per Lei viene apprezzato e frequentato da un numero significativo è certo che verrà via via migliorato, reso più facilmente accessibile il che rende maggiormente onore alla Sua figura e forse aumenteranno pure gli investimenti in esso. Si tratta di creare un popolo di fedeli online, tutti sotto il manto protettivo della BVM che la venerano, le rendono il dovuto omaggio e costituiscono una sorta di baluardo contro gli attacchi che — purtroppo — le provengono ad ogni piè sospinto proprio dai nuovi media.

A questo proposito, nei nuovi media si parla di *iperofferta*, ossia i prodotti che i gestori di servizi e gli sviluppatori di programmi offrono vanno oltre la normale capacità di assorbimento che il mercato degli utenti ha, pertanto può accadere che essi siano spinti a *dover* cercare utilizzi specifici a servizi che dal canto loro non hanno una vera e propria utilità (si sa che la scienza e la tecnica sono spesso spinte al produrre fine a se stesso: se si può fare allora va fatto senza tenere conto, in genere, delle ricadute etiche delle loro azioni) accade quindi che non tutti gli utilizzi della grande ed eccessiva offerta dei nuovi media siano corretti o rispondano ad esigenze di onestà e di liceità.

Ecco che quindi un po' per vincere la «noia» dell'iperofferta, un po' per provocare e godere il «gusto» dell'irritazione dei fedeli, un po' per «provare nuove sensazioni», nascono i siti blasfemi sulla BVM o il suo divin Figlio, con il solo scopo di provocare i fedeli e godere della loro indignazione<sup>8</sup>. Si tratta probabilmente di una crisi di crescita, non conosciamo ancora bene l'utilizzo dei nuovi media e allora si cade in tali aberrazioni. Quando ai nuovi media sarà attribuito un effettivo ruolo specifico, probabilmente non vi sarà neppure più il bisogno di esibire tali manifestazioni di infantilismo mediatico. Come cristiani, quindi, il nostro compito non è quello di gridare allo scandalo, di mostrare disapprovazione o irritazione, perché in tal caso faremmo il loro triste gioco, però siamo chiamati ad *educare*, ecco la parola chiave; l'educazione all'utilizzo è l'unico vero antidoto che possiamo utilizzare, poiché non possibile pretendere che tutti gli utenti si comportino fin dall'inizio come sarebbe desiderabile che facessero, dato che in virtù delle provenienze e delle storie personali è possibile che abbiano percorso sentieri di vita anche dolorosi e traumatici. Chi, infatti, sente il proprio limite e non riesce a superarlo lo proietta su altri e accusa il suo prossimo di essere sintomo e causa del suo proprio limite personale. Chi vede nella Chiesa un nemico, una minaccia etc. e pone in essere comportamenti *devianti* (la bestemmia) vive personalmente una tensione in termini di coerenza, di fedeltà e chiede ad altri virtù che in sé non riesce neppure a concepire.

Questo evidentemente causa un certo malcontento tra i fedeli, fiducia, sconforto, spesso con le loro forze non riescono a elaborare una strategia di reazione a tali iniziative contro la nostra fede. Ecco che quindi occorre provare a estendere una strategia comune di approccio e di reazione, senza un dichiarato fine apologetico, per-

---

<sup>8</sup> Non abbiamo alcuna notizia dello stesso fenomeno online rispetto ad altre religioni, come per esempio l'Islam.

ché spesso l’apologetica pur partendo dalle migliori intenzioni si trova a provocare ancora di più l’avversario. Occorre, invece, secondo noi, assumere quanto ci si trova dinanzi, scendere a fondo nella *carne*, prendere su di noi i comportamenti inappropriati, le calunnie, gli errori etc. perché, fedeli alla teologia del corpo mistico di Cristo, ogni membro che soffre, che patisce il male, che viene preso di mira o che perfino produce il male causa a sua volta male e sofferenza anche ai restanti, se non altro perché i detti membri non sono stati in grado di vigilare su di esso e di proteggerlo adeguatamente.

Il nostro ruolo quindi non è tanto quello di reprimere, censurare, lanciare anatemi e simili, ma è piuttosto quello di studiare, indagare, ricercare, conoscere, apprendere quanto è possibile circa questi nuovi mezzi per potere poi elaborare una strategia coerente, certi che il confronto con i segni dei tempi è stato sempre proficuo per la Santa Madre Chiesa<sup>9</sup>. Infine, occorre esserci perché non possiamo non annunciare il Vangelo: in rete si trova pornografia, pedopornografia, siti massonici, eretici, anticlericali etc. proprio in virtù di questo abbiamo il diritto/dovere di esservi e di esservi al meglio<sup>10</sup>. Occorre vincere con la ragione le tenebre dell’ignoranza e del rientimento, poiché spesso chi attacca la Chiesa lo fa senza neppure conoscere quanto sta negando, e questo costituisce un indubbio vantaggio per noi cattolici... Ciò è possibile farlo soltanto con la fre-

<sup>9</sup> Come è noto, infatti, dal confronto con i filosofi pagani Tertulliano è giunto a definire meglio il mistero della Trinità, non certo a spiegarlo, ma a inquadrarlo, a renderlo comunicabile con categorie filosofiche tanto che si parla di ellenizzazione del cristianesimo o di cristianizzazione dell’ellenismo. Analogamente, dal confronto con i media proverà un bene simile a questo, anche se non sappiamo ancora quando e come.

<sup>10</sup> Probabilmente, si tratta di adottare la strategia che la Chiesa pose in atto durante il periodo della Riforma. All’eresia contrapporre un’intensificazione del dogma che veniva negato: la Riforma negava la reale presenza eucaristica? Il Barocco aumentò la dimensione e la decorazione artistica dei tabernacoli, etc.

quentazione di tale ambiente mediatico, con la conoscenza approfondita delle tecniche e delle modalità di impiego dei nuovi media, fermo restando che pure noi potremmo essere vittime di inganni e di errori, quindi invito i lettori a segnalarmi eventuali manchevolezze o imprecisioni rilevate nel presente testo al mio indirizzo email: [repetto.t@gmail.com](mailto:repetto.t@gmail.com).

La dedica con cui abbiamo iniziato questo nostro lavoro proviene dal trattato di S. Luigi Maria, questo perché in un terreno quanto mai scivoloso come quello dei media, l'unica speranza di poter operare bene e proprio una devozione robusta alla BVM.

Infine, affidiamo questo nostro minimo libretto a Lei affinché ci conduca (*Iter para tutum*) per le vie pericolose di Internet fino alla salvezza che il suo Divin Figlio ci ha promesso.

## CAPITOLO 1

### ***Maria e la comunicazione moderna***

Leggiamo nel documento «La Chiesa e Internet»:

*Internet è importante per molte attività e numerosi programmi ecclesiali quali l’evangelizzazione, la ri-evangelizzazione, la nuova evangelizzazione e la tradizionale opera missionaria ad gentes, la catechesi e altri tipi di educazione, notizie e informazioni, l’apologetica, governo, amministrazione e alcune forme di direzione spirituale e pastorale<sup>11</sup>.*

Partendo da questa affermazione del Pontificio Consiglio per le Comunicazioni Sociali, con queste pagine, per nulla esaustive, cerchiamo di mostrare innanzi tutto la bontà del *mediascape*<sup>12</sup> quale «moderno areopago»<sup>13</sup> con particolare riferimento al culto della Beata Vergine Maria. A tal fine partiamo da quel fenomeno del tutto particolare che è il «visionarismo», ossia le presunte apparizioni della BVM.

### **Breve excursus storico delle visioni mariane**

Dopo il ristagno degli anni '60, che aveva avvalorato la tesi di una secolarizzazione inevitabile e inarrestabile, dagli anni '80 il visionarismo cattolico, specialmente quello mariano, ha avuto una espansione straordinaria, coinvolgendo centinaia di nuovi veggenti,

<sup>11</sup> Pontificio Consiglio delle Comunicazioni Sociali, La Chiesa e Internet, n. 5

<sup>12</sup> Neologismo anglosassone che tradotto ha il senso di «panorama mediale» (media+landscape).

<sup>13</sup> Messaggio del S. Padre per la 30<sup>a</sup> Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali « I Media: moderno areopago per la promozione della donna nella società» 19 maggio 1996 .

migliaia di testimoni di fenomeni prodigiosi, milioni di devoti. Un processo che ha modificato profondamente la percezione stessa del sacro in una parte consistente del mondo cattolico, orientando in maniera imprevedibile la trasformazione post-conciliare della Chiesa: ha ricreato infatti una atmosfera conciliare, se non addirittura una ideologia vera e propria, di rifiuto e opposizione alla modernità.

Ma non si è trattato di un ritorno — peraltro impossibile — all'arcaico, al pre-moderno, ad una religiosità popolare contadina. Si è sviluppata piuttosto una mescolanza spesso inestricabile tra elementi arcaici ed elementi di tarda modernità, quasi un *post-moderno cattolico*. C'è chi a questo proposito ha visto nella BVM una Patrona del post-moderno nella Chiesa cattolica, in questo modo richiamando con qualche ironia, per un verso, il rifiuto, da parte dei devoti delle apparizioni mariane, di un certo spirito moderno e illuminato del Concilio Vaticano II, per un altro l'eclettismo generalizzato presente nella cultura visionaria cattolica, che mette insieme apparizioni e Internet, immagini piangenti e televisione, stigmate sanguinanti e laboratori scientifici, soli roteanti e telecamere digitali, nubi misteriose e macchine fotografiche con telescopi avveniristici, divinazioni e fax: insomma, nello stesso tempo religiosità miracolistica e neobarocca e uso massiccio di apparati e attrezzature tecnologiche<sup>14</sup>.

I Paesi più investiti dalla nuova ondata visionaria sono stati quelli tecnologicamente avanzati e tra questi soprattutto gli Stati Uniti, che negli anni novanta sono stati l'area di maggiore diffusione di fenomenologie visionarie e di devozioni ad esse collegate. Anche se il caso più famoso e importante della seconda metà del Novecento è collocato fuori di quest'area — cioè Medjugorje<sup>15</sup>, nella repubblica di Bosnia — esso sarebbe incomprensibile se non

---

<sup>14</sup> Cf. Apolito, 2004.

<sup>15</sup> Per quanto riguarda Medjugorje la nostra posizione coincide con quella della Chiesa cattolica: fino a che non terminano le apparizioni non è possibile di-

si facesse riferimento ai paesi che hanno garantito il suo successo: da subito, l'Europa occidentale, e in particolar modo l'Italia, in seguito, e in maniera decisiva, gli Stati Uniti. Tra le organizzazioni e le associazioni precipuamente dedicate a quell'apparizione, i canali televisivi e le emittenti radiofoniche che le hanno dato risonanza, il ruolo strategico di ecclesiastici e di istituzioni religiose nell'azione di propaganda, i milioni di pellegrini che hanno visitato il paese bosniaco, e le non irrilevanti donazioni economiche che l'hanno raggiunta, la Madonna di Medjugorje è anche un po' europea, abbastanza italiana ed oggi molto americana. D'altra parte, il fatto che il paese tecnologicamente ed economicamente all'avanguardia nel mondo abbia un ruolo preponderante in un fenomeno largamente tecnologizzato non è per niente stupefacente. Oggi, dopo lo sbarco nel corso degli anni ottanta della cultura visionaria negli Stati Uniti, la maggior parte dei veggenti, dei messaggi, delle notizie visionarie del mondo riguarda quell'area geografica; essa influenza il resto del mondo e soprattutto in Internet occupa gran parte degli spazi che si sono aperti alle visioni mariane. Parafrasando una nota veggente itinerante, Vassula Ryden, se oggi la Madonna parla in inglese, tra le varianti di questa lingua preferisce quella americana<sup>16</sup>. Ma che ruolo ha la figura della BVM nel mondo mediatico?

## Maria è di vitale importanza nei media

Perché consideriamo la BVM un personaggio di vitale importanza nel mondo dei media religiosi? Innanzi tutto, perché riteniamo

---

chiarare nulla circa il fenomeno. Quindi, quanto affermeremo in merito è subordinato al giudizio del Magistero e sarà vero se la Chiesa riconoscerà le apparizioni come autentiche.

<sup>16</sup> Cf. Apolito, cit.

che Maria sia la creatura umana più ampiamente raffigurata nei mass media<sup>17</sup> — tradizionali e nuovi — e di cui si parla maggiormente<sup>18</sup> e rappresenta, quindi, un *capitale simbolico* di fede di vastissima portata (Clark, 2007), a nostro giudizio in parte dimenticato.

Questa concezione della *preziosità del capitale simbolico* che rappresenta la BVM oramai sembra essere in parte tramontata: nel Medioevo la semplice *visione* di un'immagine sacra, ivi compresa la SS. Eucaristia, costituiva la forma di accesso privilegiata, pari del resto all'ingestione delle Sacre Specie tanto che l'adorazione Eucaristica nacque proprio in questo periodo in cui le Comunioni non erano frequenti: stare in presenza delle Sacre Specie con devozione (adorare) equivaleva a comunicarsi, con effetti pari a quelli della comunione reale (Schoefield Clark, 2007). Ma stiamo, evidentemente, parlando di un periodo in cui la produzione di immagini era alquanto rarefatta, privilegio di pochi e ben pagati pittori i quali in tal modo assumevano un ruolo di primaria importanza perché producevano le immagini che ponevano i fedeli a contatto con il soprannaturale. Oggi questa *preziosità* delle immagini è del tutto scomparsa, i nostri sensi sono, al contrario, obnubilati, sopraffatti da una molteplicità di immagini tanto che occorrerebbe piuttosto una sorta di digiuno visivo, digiuno il cui menu principale potrebbe essere validamente costituito dalle icone bizantine: forme di immagini del tutto essenziali, prive di orpelli, che rappresentano un'alternativa assai efficace all'astinenza totale dalle immagini. Esse riescono a porre in comunicazione il fedele con l'immagine della Beata Vergine con modalità del tutto sobrie ma efficaci.

---

<sup>17</sup> Ricordiamo che nei mass media tradizionali confluiscono pure la pittura, la stampa, il cinema, i quotidiani, etc. Consideriamo new media la TV, la radio, internet, i cellulari.

<sup>18</sup> Ricordiamo che la Sacra Bibbia è il libro più stampato al mondo.

Non solo, ma come sostiene Díez i Bosch (2008) la comunicazione vera dovrebbe veicolare la *realità fatta parola assieme al dono di se stessi*, in modo che tale trasmissione non avvenga in maniera automatica, bensì dopo che la parola è stata debitamente accolta e meditata con un’aspettativa serena e obbediente, poiché la comunicazione non rappresenta una sostituzione, ma una partecipazione, occorre porsi dalla parte di coloro che ricevono i significati condivisi (meglio non parlare di messaggi, perché con messaggio si intende, in senso tecnico, *l’effetto* che il significato condiviso produce nel ricevente). L’articolo di Díez i Bosch mostra, inoltre, che la BVM nel processo comunicativo non rappresenta solo una destinataria, o un canale o un significato, bensì Ella è *ogni* elemento del processo di comunicazione divino-umano. In tal senso diviene icona perfetta della comunicazione. In seguito, continua l’autrice, che senso può avere considerare gli interventi di Dio nelle mariofanie (apparizioni) dopo che tutta la rivelazione si è conclusa con la morte dell’ultimo Apostolo e rapportare tutto questo con la teoria critica della comunicazione? La mariologia può trarre benefici dal suo approccio fecondo con la scienza dei mass media per evitare distorsioni nella trasmissione dei significati, poiché la BVM non è una portavoce di Dio o qualcosa del genere, ma il dialogo con la teoria della comunicazione può aiutare a stabilire quando, nel processo comunicativo di cui è protagonista, Ella appartiene all’ambito di corredentrice, quanto all’ambito di mediatrice, quanto all’ambito di emittente e quanto all’ambito di destinataria.

Non solo, conclude la giornalista e teologa catalana, la teologia della comunicazione potrà indagare sull’aspetto pneumatologico (relativo allo Spirito Santo) e Trinitario della figura della BVM «comunicatrice perfetta»<sup>19</sup>, del resto la sua figura non si

---

<sup>19</sup> L’analogia è nostra. Cf. *Communio et progressio*, n. 2 in cui il Cristo è definito il perfetto comunicatore.

può esaurire sotto una sola luce ma rappresenta un’icona poliedrica, così come suggerisce il titolo dell’articolo citato. La BVM mostra come quando avvenga una reale comunicazione, il soggetto di essa viene trasformato, viene modellato dalla parola «performativa»<sup>20</sup>. È Lei, inoltre, che ha *comunicato* la vita fisica a Gesù, Capo della vita soprannaturale. Con Lui e per mezzo di Lui ha testimoniato questa identica vita soprannaturale a tutti gli altri chiamati ed eletti. Inoltre, è stata Lei la destinataria delle grazie che Dio le doveva comunicare e tramite Lei dispensarle all’umanità tutta. La perfezione comunicativa della BVM si esplica pure nell’essere Lei la Via più facile, più breve, più perfetta e più sicura per andare a Gesù il Cristo e raggiungere la perfezione<sup>21</sup>. S. Massimiliano Kolbe infatti dice che solo al Giudizio divino sapremo quanto interessamento la Madre Celeste ha avuto per noi. La comunicazione nostra, intima e personale, con la BVM sta — infine — nel saper attirare il suo sguardo soave e rimanere a fissarLa per ricevere le Sue comunicazioni di grazia.

Chiara Lubich segnala tra le virtù mariane in particolare la mansuetudine e la capacità di perdersi, di stare e vedere la realtà e riconoscere i fatti con obiettività, rimanendo a fornire un servizio pure quando questo pone a rischio la propria esistenza e collega tali virtù alle qualità principali dei buoni comunicatori. Secondo Lubich, i valori della *pazienza, perseveranza, semplicità e silenzio* sono il contributo maggiore che Maria dà all’esperienza comunicativa dei nostri giorni<sup>22</sup>.

<sup>20</sup> Un esempio di parola performativa è quella dei sacramenti: la parola pronunciata provoca una modificazione nella materia o nella persona stessa. Se il celebrante dice «Io ti battezzo» durante il battesimo, il battezzando da quel momento cambia il suo stato e diventa membro permanente della Chiesa.

<sup>21</sup> San Luigi Maria Grignion de Montfort, «Trattato della vera Devozione a Maria».

<sup>22</sup> Cit. in Díez i Bosch, 2008.

La BVM, infatti, nel Vangelo è assai sobria di parole, è meditativa, conserva molte cose nel suo cuore, dà spazio al pensiero, e questa attività che possiamo definire «pensiero libero e gratuito» è assai importante in un'era in cui ogni momento delle nostre vite è pressoché occupato dall'utilizzo diretto e indiretto dei media, tradizionali e non. L'attività del pensiero libero è fondamentale (Andreoli, 2007), è indispensabile la caratteristica del pensiero come gioco, come libertà di interrelazione di eventi strani e forse neppure definibili, il che sarà accaduto esattamente alla BVM, a seguito dell'Annunciazione. I nuovi media eseguono, ma il pensiero, anche quello fine a se stesso, mostra quanto vi è di più proprio e profondo nell'uomo (Ibid.). Detto questo, che importanza hanno, allora, i media nella nostra vista spirituale?

## **I media sono di vitale importanza nella vita di fede**

I media, afferma Martin Bárbero (1997), sono un luogo di resacralizzazione delle culture contemporanee, sono i luoghi in cui, dice l'Autore, si creano le identità culturali, si configurano le comunità e si costituiscono gli attori sociali, si offrono possibilità di celebrare riti sociali, la religione, continua lo studioso sudamericano, è stata in grado di fagocitare la modernità e di trasformarla in incantamento, collegando le nuove tecnologie comunicative alla logica della religiosità popolare.

Del resto White (1997) non ritiene opportuno identificare il sacro con le istituzioni religiose e analogamente il profano e il secolare con quelle non religiose. Ambedue sono aspetti dell'istituzione civile e religiosa. Esiste quindi un sacro religioso, un sacro civile un profano religioso e un profano civile. Tra il profano religioso esiste probabilmente il commercio di articoli religiosi che spesso si ritrova a margine dei luoghi di culto e tra

il sacro civile, si annoverano le lapidi che la gente spontaneamente pone a lato della strada per commemorare i luoghi dove i loro congiunti sono morti in incidenti stradali<sup>23</sup>.

Risulta chiaro in un'ottica cristiana che la sacralizzazione civile in qualunque modo avvenga non è sufficiente per poter parlare di evangelizzazione, però potrebbe costituire un primo passo verso di essa. Se le popolazioni del Sud America sentono la necessità di ritualizzare il loro presente assistendo tutte le sere alle *telenovelas* che costituiscono una sorta di serbatoio di contenuti morali per la loro vita (che fare in caso di un tradimento del coniuge, che fare nel caso di una gravidanza indesiderata, etc.), a maggior ragione è possibile partire da questo bisogno inespresso ma latente e presente per poter poi giungere a formulare una proposta di fede.

Tale proposta di fede, spesso ha una dimensione personale nel senso che raggiunge il cuore del destinatario ma parte pure dal cuore di chi la pone, occorre, come sosteneva S. Agostino rientrare in se stessi per riconoscere la dimensione che apre veramente all'incontro con Dio, nell'incontro personale con Cristo.

Ancora una volta, siccome questi significati condivisi riguardano soprattutto la vita di famiglia, il quotidiano, le relazioni di amicizia e parentela, l'icona di tale evangelizzazione a partire dalle istanze mediatiche è ancora la figura della BVM, in quanto Regina della famiglia, aiuto dei cristiani. Detto questo, diciamo una parola sulle peculiarità dei nuovi media, in particolare del Web.

---

<sup>23</sup> Una volta all'Autore fu chiesto di andare a benedire il punto di un incidente stradale, affinché tale benedizione potesse «rimettere» i peccati della vittima di tale incidente.

## Le caratteristiche di Internet

La domanda che sentiamo spesso ricorrere è: i nuovi media rappresentano una svolta importante e radicale nel nostro modo di essere, sono o non sono, in altri termini, un evento antropologico, tale da far pensare a un nuovo essere umano che viene prodotto dalla frequentazione di tali media e in particolare di internet?

Le nuove tecnologie hanno diminuito le barriere di accesso ai mercati culturali, nel frattempo le istituzioni tradizionali perdevano la loro influenza: oggi è assai facile ed economico pubblicare un testo, un video, un'immagine su Internet, e il risultato è stato una diversificazione della produzione culturale. Ogni nuova tecnologia promuove diversi utilizzi di sé, ispira risposte estetiche differenti da parte di differenti tipi di comunità di utenti. Internet viene impiegato come fonte di informazione, come strumento di discussione, come ambiente per la (ri)costruzione dell'identità e come forum comunicativo e queste affermazioni di Stout (2006) valgono pure per la nostra fede cattolica.

Queste trasformazioni promuovono nuove espressioni sia da parte del singolo che della collettività<sup>24</sup>. La novità, del resto, è una caratteristica della nostra religione che ha come testo la Buona Notizia o Novella, il cristiano deve sapersi commisurare con la novità, cogliere i segni dei tempi, procedere a passi spediti verso un rinnovamento personale che trova la sua espressione anche nei prodotti culturali che è in grado di porre in essere.

La domanda di cui sopra, quindi trova una risposta assai difficoltosa, e forse in questa prima fase di cammino con i nuovi media, impossibile. Vi è chi afferma che i media non rappresentano questa

---

<sup>24</sup> [http://www.masternewmedia.org/it/2006/11/25/media\\_le\\_caratteristiche\\_dell\\_universo\\_new.htm](http://www.masternewmedia.org/it/2006/11/25/media_le_caratteristiche_dell_universo_new.htm) accesso ottobre 2009.

svolta epocale, che «non inventano nuove socialità» ma che semplicemente «amplificano l'esperienza dell'uomo nel suo mondo» e da questa maggiore frequentazione proveranno maggiori possibilità di produzione media e simili (Mazza, cit. in Grienti, 2009). In realtà, se con socialità si intende «la tendenza dei membri di una data specie animale a vivere in gruppo e a instaurare reciproche interazioni<sup>25</sup>» o «nuove prospettive sociali», i media hanno costituito da sempre una svolta epocale per il nostro modo di credere, di essere gruppo e quindi di essere Chiesa, ossia assemblea, socialità dei credenti. Pensiamo soltanto a quello che ha rappresentato la scrittura alfabetica nel campo della propagazione del Vangelo. L'alfabeto si può infatti considerare il primo mass medium della storia del Cristianesimo, e ha permesso che la Buona Notizia che circolava solo oralmente in Palestina potesse alla fine essere fissata, messa per iscritto, pertanto quella Buona Notizia che era legata alla persona, quindi che si spostava con la velocità di un pedone poteva in seguito spostarsi con la velocità di un individuo che cavalcava un cavallo, per esempio, infatti pur non essendo lui in grado di annunciare il Vangelo poteva però recare uno scritto che riportava il Vangelo stesso.

Quindi, l'alfabeto fonetico ha avuto questo come riscontro immediato: ha aumentato la velocità di diffusione del Vangelo; inoltre, mentre prima la diffusione della Buona Notizia avveniva in maniera informale, in gruppi non strutturati di fedeli, in seguito con il testo scritto era possibile organizzare vere e proprie liturgie della Parola, non foss'altro perché il testo scritto permetteva una riflessione e una meditazione che la parola orale non poteva permettere. Non solo, la scrittura alfabetica ha modificato radicalmente il modo di pensare perché se prima l'essere umano sapeva solo quello che ricordava, dal momento che non poteva prendere nota, con l'av-

---

<sup>25</sup> Enciclopedia Encarta, [http://it.encarta.msn.com/encyclopedia\\_221500897/Socialità.html](http://it.encarta.msn.com/encyclopedia_221500897/Socialità.html) accesso ottobre 2009.

vento della scrittura era in grado di ricordare anche quello che portava con sé per iscritto. Oggi con la facilità di collegamento a Internet tramite *palmtop* e cellulari si può dire che portiamo sempre con noi quell'immensa enciclopedia che sia chiama Internet<sup>26</sup>. Non solo, ma i media, prima quelli tradizionali, come la stampa, poi quelli nuovi, come Internet hanno modificato il nostro modo di pensare, a livello neuronale.

Il sistema nervoso centrale, infatti, viene continuamente sottoposto a stimoli di vario genere da parte dell'ambiente. Il cervello, con i suoi due emisferi — il destro e il sinistro — cerca continuamente di trovare uno stato di equilibrio. L'emisfero destro è quello irrazionale, spaziale, musicale, artistico, simbolico, simultaneo, «acustico», qualitativo; l'emisfero silente del cervello non sequenziale. Quello sinistro è lineare, sequenziale, intellettuale, dominante, analitico, «visivo», quantitativo. Con l'introduzione delle nuove tecnologie digitali l'emisfero destro è chiamato maggiormente in causa rispetto all'emisfero sinistro, quello in cui ha sede il linguaggio alfabetico (McLuhan, 1989). Che in noi prevalga l'utilizzo di uno o dell'altro di questi due emisferi, secondo McLuhan, dipende eminentemente dai media che formano l'ambiente e da cui essi sono il prodotto. Inoltre, continua McLuhan:

*La tecnologia elettronica sostituisce lo spazio visivo e recupera quello acustico in una forma nuova, poiché lo sfondo è ormai comprensivo dei detriti della civiltà alfabetica (...) la nuova forma dell'artefatto pervade la cultura ospite come nuovo cliché, o omeostasi, nella «sudicia bottega da rigattiere» della cultura, recuperando cliché più vecchi, sia come intrinseci principi informanti il nuovo*

---

<sup>26</sup> Per questo motivo, alcuni dicono che il patrono di Internet è S. Isidoro di Siviglia, il primo enciclopedista, ma su tale convinzione non è stata ancora fatta chiarezza.

*sfondo e la nuova consapevolezza, sia come figure archetipali nostalgiche, poste in relazione con il nuovo sfondo. Il tutto si realizza con una trasformazione di significato. (Ibid.).*

Da questo processo dinamico scaturiscono gli «artefatti», che sono (McLuhan, 1982) «un'intensificazione o un'amplificazione di un organo, di un senso o di una funzione» e che rappresentano il margine del sistema nervoso centrale. In questo senso anche la parola e l'alfabeto fonetico sono artefatti. Questa estensione dell'uno o dell'altro senso mediate un artefatto, implica che anche i rapporti tra sensi diversi vengano alterati (udito, vista, tatto, gusto) producendo alterazioni nel funzionamento cerebrale (Lister *et al.*, 2003). Ossia, l'estensione della vista, per esempio, potrebbe produrre un'atrofizzazione parziale del senso dell'udito. È noto, per esempio, nei non vedenti che la mancanza della vista viene supplita con lo sviluppo degli altri sensi. Il medium è dunque anche un elemento di trasformazione della nostra mente. Un esempio eclatante in tal senso è quello che cita McLuhan e riguarda l'introduzione dell'alfabeto fonetico e della stampa: queste due scoperte hanno determinato il passaggio da una società orale-acustica a una società logica e visiva, conseguentemente, l'emisfero cerebrale sinistro (razionale, digitale, sequenziale e motorio) ha preso il sopravvento su quello destro (immaginativo, analogico, parallelo). Anche la nostra fede, dunque, che originariamente era in modo prevalente immaginativa, analogica è divenuta razionale, sequenziale ha avuto bisogno della Parola scritta, laddove all'inizio del Cristianesimo la fede circolava oralmente.

La riprova di questo passaggio da una fase orale e acustica a una società logica e visiva, in altre parole, sequenziale, si ha durante la S. Messa domenicale. La maggior parte dei fedeli è meno disposta ad ascoltare le letture, con la fatica che costa, ben si richiede frequentemente il foglietto delle letture della domenica.

ca. Ma la fede, come è noto, proviene innanzi tutto dall’ascolto più che dalla lettura. A giustificazione, spesso i fedeli adducono il fatto che «non si riesce a sentire bene le letture», ma in questo caso allora è un problema tecnologico che si può risolvere con poca spesa e, qualora il problema riguardi la lettura, occorre istituire dei lettori che sappiano proclamare la Parola di Dio correttamente, del resto è noto che una buona omelia comincia con una buona proclamazione delle letture domenicali. Nella tradizione orientale, si afferma che la BVM sia stata fecondata proprio tramite l’orecchio, nel devoto ascolto della parola di Dio. Da quanto detto si comprende facilmente l’importanza dell’utilizzo dei media e dell’influenza che possono avere sul nostro modo di vivere e di ragionare. Ora trattiamo un altro aspetto significativo della rete: la commistione dei generi.

## La commistione di generi

Se con «genere» intendiamo una somma di caratteristiche riconoscibili che contraddistinguono e categorizzano un dato prodotto mediatico, allora, colpisce la commistione di tali generi presente nei nuovi media in particolare di Internet, ossia la facilità con cui generi diversi si presentano uniti assieme nel medesimo contesto: se consideriamo You-Tube, per esempio, digitando «Vergine Maria» notiamo che da un video sulla BVM si può passare a un video che insegna come si prepara il cocktail «Virgin Mary», a un documentario sulle Isole Vergini e simili il tutto con link sulla stessa pagina, quindi è assai semplice passare da un menu a un altro il che, se vogliamo, costituisce un modo normale di creare connessioni, del resto siamo nel *Web* (lett. *ragnatela*).

Questa commistione di generi tuttavia presenta anche aspetti meno felici se non proprio deleteri: nel caso si digit in YouTube «Virgin Mary» appaiono connessioni quantomeno improbabili:

un’artista che canta una delicata lode alla Vergine (tratta niente-meno che dal celebre canto XXXIII di Dante, tradotto in inglese) come se niente fosse appare protagonista di un video Wiccan<sup>27</sup> che apre a una sezione dedicata alla stregoneria e al paganesimo... Ma questo fa parte delle tentazioni dei nostri giorni, di quella *debolezza* che è propria della carne e del mondo, che peraltro il Verbo non ha esitato ad assumere.

Ciò che davvero importa è il saper riconoscere e distinguere il bene dal male e per fare questo occorre un’adeguata conoscenza delle basi della nostra fede. Del resto, pure quando guardiamo la TV capita, talora, di non sapere bene se quello che stiamo vedendo appartiene all’ambito della fiction, alle notizie, all’intrattenimento, alla pubblicità o altro e spesso, negli ambienti specialistici, si sente parlare di *edu-tainment* (education e entertainment) o *info-tainment* (information e entertainment) o *docu-drama* (un po’ documentario e un po’ sceneggiato) appunto perché la commistione di generi anche in TV è assai frequente. Tutto viene spesso alternato per produrre un genere che sia quanto più accettabile dalla maggior parte dell’audience, per proporre ritmi serrati che non lascino il tempo di annoiarsi allo spettatore, tutto deve sempre e comunque catturare l’attenzione e, possibilmente, lasciare poco tempo per pensare.

Tale commistione di genere, di per sé, non è negativa, a patto che costituisca un secondo momento di «ibridazione» rispettoso del sentimento religioso cristiano e si sia in grado di discernere correttamente un genere dall’altro, rigettando quanto non ha a che vedere con una fede mariana retta e pura<sup>28</sup>: anche la Sacra

<sup>27</sup> Wicca: termine anglosassone che nella sua accezione maschile e femminile indica rispettivamente lo stregone e la strega.

<sup>28</sup> Da un punto di vista pastorale, il Codice da Vinci non costituisce in sé una minaccia per la fede se presentato a persone con una solida preparazione spiri-

Scrittura, infatti, presenta una commistione di generi diversi: leggere un racconto biblico come fosse un fatto storico o un brano poetico come fosse un fatto di cronaca non è corretto da un punto di vista ermeneutico e conduce a interpretazioni fuorvianti. Occorre imparare dunque a discernere i generi in Internet, nella televisione e anche nella Sacra Scrittura onde evitare errori di comprensione. Ne va di mezzo la nostra fede.

Un fatto che contraddistingue il modernismo riguarda l'assunzione dei generi per poi stravolgerli. Ecco che quindi il genere western vedrà non più cowboy coraggiosi e virili, ma una coppia di gay (*I segreti di Brokeback Mountain*), il genere horror vedrà l'ibridazione con il comico (*Scary movie*), il genere avventuroso d'azione vedrà come protagonista un super eroe problematico (*Hancock*) e così via. In questo modo si spiazza l'audience, che ha una serie di aspettative perché quanto si mostra non corrisponde ai suoi codici di fruizione tradizionali. In un certo senso, questa ibridazione avvenne pure con la vicenda umana della BVM la quale avrebbe dovuto comprendere un matrimonio con Giuseppe, dei figli, una vita tranquilla come moglie di un artigiano e invece la sua vocazione fu assai diversa e feconda per l'umanità.

Questa commistione dei «generi» è quanto mai feconda nella vita della BVM e ne fa un'icona fondamentale pure del nostro percorso di santità (cf. Díez i Bosch, 2008), spesso questa ibridazione, infatti, fu l'inizio del cammino di fede di molti santi che videro nella loro vita una svolta radicale: S. Francesco d'Assisi, S. Ignazio di Loyola, etc. Ma la BVM non è solo simbolo di tale coesistenza di generi diversi, bensì pure la sua immagine è un punto di convergenza, un'epitome della nostra fede.

---

tuale e dottrinale. Pericoloso lo diventa se l'audience non ha tale preparazione, poiché è portata a credere agli elementi di fiction che sono presentati come verità rivelate.

## La convergenza dei mezzi

Musica, immagini, video, cinema, tutto è ridotto allo schermo di un computer, il computer è il riassunto di ogni genere mediatico e lo sarà sempre di più. È quindi possibile vedere un telegiornale sul telefonino, cercare una strada sul palmare, o usare il computer per telefonare. Non solo, ma tutto quello che è suono, colore e forma, immagini in movimento viene riprodotto con una sequenza di 1 e 0, mediante impulsi elettrici, ecco perché si parla di convergenza verso un unico modo di riproduzione. Si adatta alla venerazione per Maria? Diremmo di sì, Maria è un *riassunto* della nostra fede, in Lei converge pressoché ogni elemento della nostra credenza e del nostro modo di essere, sotto vari punti di vista: vocazionale (è immagine e modello di ogni vocazione), antropologico (è allo stesso tempo sposa e vergine, madre e figlia del suo Figlio, umana ma divinizzata, etc.) cristologico (ha generato il Verbo e da questo è generata), pneumatologico (ha ricevuto più volte l'effusione dello Spirito Santo, è piena di grazia ed è tramite di questa grazia), trinitario (Maria è il luogo dell'azione trinitaria per eccellenza<sup>29</sup>), escatologico (Maria assunta in cielo), etc. Non è eccessivo vedere in Lei un'icona della convergenza della nostra fede.

Tale convergenza nei media permette anche di accedere alle informazioni praticamente in ogni momento e di formare il «menu» dei media personalizzato per ottenere quanto si richiede<sup>30</sup>, similmente la BVM può essere invocata in qualsiasi momento perché interceda per noi, diventando così la mediatrice delle grazie che chiediamo ogni giorno nella quotidianità.

<sup>29</sup> De Fiores, Trinità mistero di vita, 177-78

<sup>30</sup> [http://www.masternewmedia.org/it/2006/11/25/media\\_le\\_caratteristiche\\_delluniverso\\_new.htm](http://www.masternewmedia.org/it/2006/11/25/media_le_caratteristiche_delluniverso_new.htm)

## Quotidianità

Noi viviamo in quello che la sociologa Linda Stone chiama «attenzione continua e parziale», attraverso la quale passiamo costantemente da una vita diretta ad una mediata. Queste tecnologie possono essere usate anche per annotare il nostro ambiente, dando ci accesso all'informazione quando ne abbiamo bisogno e aumentando la consapevolezza del mondo attorno a noi<sup>31</sup>. Non solo ma i nuovi media permettono di fornire possibilità di connessione tra membri delle famiglie che sempre più hanno vite che li conducono fuori dalla casa (lavoro, studio, divertimento, etc.).

Ci pare interessante il concetto di vita diretta e di vita mediata ossia di «mediazione» e di «media» cioè di mezzi di comunicazione da affiancare al titolo di «Maria mediatrice di ogni grazia» e contestualmente l'aiuto che proviene dai media alla famiglia, comparato con Maria regina della famiglia stessa. I nuovi media (il cellulare, internet) come del resto Maria, stanno sempre con noi, nel senso che costituiscono l'ambiente in cui ci troviamo a vivere, financo coloro che non utilizzano il cellulare e internet sono influenzati indirettamente dai comportamenti di coloro che li usano (es. chi non usa Internet può conoscere informazioni circa un dato soggetto da coloro che invece lo usano, chi non usa il cellulare può chiedere di effettuare una chiamata a chi lo utilizza). I titoli di mediatrice e di corredentrice con cui viene venerata Maria trovano riscontro pienamente nel concetto di «media». Quando i media sono mediatori di grazia, e contribuiscono a diffondere la verità, la pace, l'amore e la giustizia, ossia a redimere il mondo, incarnano efficacemente l'icona e il ruolo di Maria in seno alla nostra fede.

La BVM è l'analogo altresì di un «motore di ricerca» nel mon-

---

<sup>31</sup> Ibid.

do telematico, ossia quello strumento che nel web permette di orientarsi e trovare le informazioni che servono, si tratta dell'icona della continua ricerca di Dio quando in un mare tempestoso sembriamo avere perso la strada, quando ci sentiamo lontani dalla grazia e da Dio, e dimenticati dagli esseri umani possiamo rivolgerci a Lei. Diremmo che è sufficiente introdurre poche parole in quello specialissimo motore di ricerca che è la BVM e premere poi il tasto «invio» per ottenere quello che cerchiamo, risposte, chiarimenti, distinzioni, grazie particolari, in una parola quel cammino nella nostra via di fede che ci consente di procedere spediti verso la salvezza. Alla luce di tale cammino, è utile discutere il mondo in cui le nostre vite vengono rivisitate e riproposte.

## **La riproposizione delle vite**

Le nuove tecnologie permettono di riproporre i prodotti mediatici in varie modalità, con modifiche e miglioramenti grazie alle possibilità di impiego degli strumenti idonei per tali operazioni. Ossia, possiamo citare e ri-contestualizzare suoni ed immagini registrate (sia fisso che in movimento) con la stessa facilità con cui citiamo e ri-contestualizziamo le parole. Ossia è molto facile pubblicare su Internet un video che abbiamo realizzato con una nostra telecamera, farne un DVD da visualizzare sulla TV di casa, elaborarlo con un editor video, aggiungere musiche, sottotitoli etc. e ad ogni passaggio possiamo aggiungere nuovo significato, nuove caratteristiche al prodotto mediatico, possiamo renderlo più ricco, più comunicativo, farlo apprezzare maggiormente dagli altri e magari trovare pure in esso significati che originariamente ci erano sfuggiti.

Analogamente pure la BVM costituisce un'opportunità di ricontestualizzare suoni, voci, immagini, pensieri, desideri della propria vita, in quanto modello antropologico, alla luce della sapienza che proviene da Lei (*Sedes Sapientiae*). Ma questo è vero pure per la

Chiesa: Maria è «sua immagine ed eccellentissimo modello nella fede e nella carità» (*Lumen Gentium*, 53). Internet è un momento per riproporre un video con modalità differenti: laddove una volta il video, che per esempio, riguarda un episodio della propria vita, era condivisibile con un numero limitato di persone, con Internet invece può essere condiviso con un numero elevato di spettatori e ad esso è possibile attribuire nuovi significati. Analogamente, con il modello della BVM, un episodio di vita vissuta, magari drammatico e causa di grande sofferenza, assume coloriture diverse: una madre che perde un figlio viene affiancata al dolore devastante di Maria sul Calvario e quel dolore immenso assume una connotazione diversa, forse ridimensionata, perfino può assumere un senso se viene offerto quale piccolo contributo personale alla redenzione del mondo<sup>32</sup>.

Inoltre, i mass media hanno l'importante ruolo di ricostruire e riprodurre le tematiche preminenti nella società. In virtù di tale ruolo preminente, occorre esaminare da vicino i discorsi mediatici sull'argomento.

Il problema sarà, poi, quale immagine viene fornita dai media (stampa, radio e televisione) delle religioni in generale e dei gruppi confessionali in particolare? E soprattutto, tale rappresentazione corrisponde a come i rappresentanti stessi dei gruppi religiosi si percepiscono presenti nel territorio? Il sospetto è che le varie fedi e le comunità vengano menzionate specialmente in contesti diversi rispetto alla religione stessa (per esempio nell'ambito di problematiche politiche, sociali ed economiche o di devianza ossia criminalità).

La Chiesa può e deve offrire prospettive differenti riguardo date circostanze, specialmente quelle più dolorose, può dire una parola di

<sup>32</sup> Il compianto Giovanni Paolo II, quando subì l'attentato disse che offriva la sua sofferenza per i bimbi del mondo, in quel modo il suo dolore assunse forme di significato profondissimo.

conforto, offrire una rilettura, fornire conforto, asciugare le lacrime e quant'altro. Internet favorisce coloro che stanno ai margini del mondo della comunicazione e dei media con strumenti come i blog, poiché la Chiesa deve dare voce a chi non ne ha come Maria intercede per i più bisognosi. Ma come avviene la comunicazione in rete?

## **La comunicazione in rete**

Il modello di comunicazione «un emittente, molti riceventi» sta gradualmente cedendo il passo a un nuovo modello in cui ciascuno è in grado di interrelazionarsi con molti, in questo senso nasce la questione della privatezza delle informazioni, ossia la comunicazione di date notizie solo ad alcuni e non ad altri. Questo problema è analogo a quelle che sono definite rivelazioni private, ossia la Madonna rivela alcune informazioni privatamente solo ad alcuni e non ad altri. In questo modo sorge la questione se tali informazioni debbano essere comunicate anche ad altri e il grado di adesione a tali rivelazioni private. Benedetto XIV si chiede che cosa pensare circa le rivelazioni private approvate dalla Chiesa? E dà questa risposta: «Alle predette rivelazioni, anche se approvate, non si deve né si può prestare un assenso di fede cattolica, ma soltanto un assenso di fede umana, secondo le regole della prudenza, secondo le quali le suddette rivelazioni sono probabili e piamente credibili»<sup>33</sup>.

Ci pare che questi saggi parametri si possano applicare pure a Internet, in particolare riguardo la dottrina mariana e in generale a tutte le informazioni che possano apparire in esso, quand'anche appaiano in un contesto che possa sembrare credibile. Questo perché la credibilità piena si può conferire solo ai libri stampati, che

<sup>33</sup> De Servorum Dei Beatificatione, L. III, c. 53, n. 15; cfr. L. II, c. 32; n. 11, Basano 1767, t. III, p. 277; t. II, p. 138-139, cit. in <http://www.paginecattoliche.it/modules.php?name=News&file=article&sid=107>

quindi siano stati sottoposti a una revisione e a una censura ecclesiastica. Questo va detto a coloro che chiedono dove in Internet si possano trovare date informazioni, se non hanno una certa esperienza dell'ambiente web: la risposta è non Internet ma una buona biblioteca. Si tratta di un inconveniente del momento di crescita di Internet, forse quando sarà un mezzo maturo, come la stampa, come la radio allora cambieranno le modalità di utilizzo di tale medium ed avrà un grado di credibilità maggiore e norme editoriali certe. Molti degli abusi che vengono commessi con Internet (diffusione di contenuti immorali, violazioni della privacy e del copyright, etc.) sono dovute proprio all'immaturità di tale mezzo, sono malattie della crescita, che si spera guariranno con la maturità. Per ora, prendiamo qualsiasi informazione da Internet anche relativa alla Madonna con le dovute precauzioni a meno che non provenga da siti dotati di una certa autorevolezza (vedi sotto). Ora passiamo a discutere un tema quanto mai attuale: la globalizzazione.

## Globalizzazione

Alcuni dicono che fenomeni quali il terrorismo e il fondamentalismo sono una reazione disperata e violenta alla globalizzazione in quanto desiderio di riaffermare un'identità locale, anticonsumistica, antiimperialistica, etc., altri dicono che la globalizzazione produrrà una maggiore comprensione reciproca, altri infine temono che le nazioni prevalenti in termini di cultura e benessere finiranno con l'inglobare la cultura e l'economia di altre e la causa di ciò viene attribuita ai nuovi media. E tale fenomeno del fondamentalismo trova nei nuovi media dei potenti alleati, li rende in grado di colpire al cuore il sistema capitalistico e globalizzatore in un'epoca in cui la cosiddetta secolarizzazione sta aumentando sempre più. Vi sono due estremi che sembrano crescere in opposizione: il fondamentalismo, da una parte, e la globalizzazione dall'altra ambedue favoriti dai nuovi media.

Sappiamo, da un punto di vista morale, che il medium è neutro<sup>34</sup>, ossia la responsabilità degli effetti che producono i media è sempre dell'utilizzatore, non del mezzo stesso, e oltre a questo, diciamo che esiste pure una globalizzazione positiva: il fatto, per esempio, di poter acquistare dati prodotti a prezzo ridotto tramite Internet è di certo un segno di tale positività. Sta esclusivamente a noi, agli utilizzatori, la scommessa di far prevalere l'una o l'altra forma di globalizzazione. «Io pongo dinanzi a te benedizione e maledizione» dice Dio nella Bibbia e tra l'una e l'altra sta la nostra libertà, anche a livello mediatico.

Quando si tratta di annunciare il Vangelo nel mondo, ossia di «globalizzarlo», da un punto di vista ecclesiale, parliamo, invece, di *inculturazione* che consiste non tanto nell'imposizione ai paesi in corso di evangelizzazione di certe ritualità proprie della tradizione occidentale ma, piuttosto, nella «incarnazione del Vangelo nelle culture autoctone ed insieme [nel]l'introduzione di esse nella vita della Chiesa»<sup>35</sup> tale modo di procedere ci pare essere un interessante antidoto alla globalizzazione e i moderni media ne possono essere validi veicoli. In termini sociologici si parla di «glocalizzazione»<sup>36</sup>. Diceva il compianto Giovanni Paolo II:

*«Possano il messaggio religioso e le iniziative religiose essere presenti in tutti mass media: nella stampa di informazione audiovisiva, nella creazione cinematografica, nelle “memorie” e negli scambi informatici delle banche dati, nella comunicazione teatrale e negli spettacoli culturali di alto livello, nel dibattito di opinione e nella riflessione comune sull'attualità, nei servizi di formazione e di educazione del pubblico, in tutte le produzioni dei mass media di*

<sup>34</sup> Ma McLuhan affermava che sostenere questo equivale a essere «sonnambuli»...

<sup>35</sup> Papa Giovanni Paolo II, enciclica *Slavorum Apostoli*, 1985, n° 21

<sup>36</sup> Parola composta da «global» + «local».

*gruppo, grazie a disegni animati ed a fumetti di qualità, grazie alle ampie possibilità offerte dalla diffusione degli scritti, delle registrazioni sonore e visive, nei momenti di distensione musicale delle radio locali o di grande diffusione».*

Da un punto di vista mariano, è interessante studiare in tal senso l'inculturazione della figura della BVM e in particolare i titoli che Le sono stati attribuiti proprio nell'ottica di tale incarnazione (cf. Vergine dei Media, dell'aiuto finanziario, etc.), un esempio di glocalizzazione quanto mai positivo: nella globalità del culto della BVM si assiste a una localizzazione (o «traduzione» della Sua figura) in modo che risulti vicina, comprensibile a coloro che la venerano. Tale fenomeno è osservabile pure in collegamento con la figura del Suo Divin Figlio<sup>37</sup>, ma certo che la figura della BVM, creatura umana, del tutto vicino a noi, si presta in misura eminente a tale processo di glocalizzazione religiosa.



<sup>37</sup> Per esempio, nelle Filippine abbiamo riscontrato Gesù Bambino adorato come «Santo Niño Conquistador», evidente retaggio dell'epoca coloniale.

Nelle immagini di K. Osenga reperite in Internet qui sopra, vediamo a sinistra una Nostra Signora dell’Aviazione (che presumibilmente non è la Madonna di Loreto) con il manto decorato di piccoli aeroplani e una Madonna dell’aiuto finanziario (il pesce che ha nella mano si riferisce al racconto evangelico del denaro d’argento trovato da Pietro nella bocca del pesce) con monete nell’aurola, particolarmente invocata nei momenti di crisi finanziaria. Un bell’esempio di incultrazione nell’America Latina è costituito, inoltre, dalla Vergine di Guadalupe. Dice Badaracco (2005) che fu proprio grazie alla presenza della BVM di Guadalupe che iniziarono le possibilità di dialogo tra messicani ed europei che abitavano il territorio sudamericano. A Tepeyac il Figlio dell’Uomo iniziò a sovvertire la dominazione europea e segnò l’inizio della riconquista del Messico e della nascita della comunità cristiana messicana. La sua presenza non è pacificante, ma è energizzante e conferisce dignità, significato e speranza agli emarginati. Detto questo, esaminiamo come si pone la Chiesa nei confronti di Internet.

## **Chiesa e Internet**

Nell’epoca della tecnologizzazione visionaria, l’apparizione non è più un evento problematico ma raro (come lo stesso miracolo), che si offre come un dono divino ad una persona (o a qualche persona). Non è tanto la moltiplicazione di fenomeni di visioni celesti, quanto soprattutto la loro tecnologizzazione visiva a consentire a numeri sempre più elevati di individui — potenzialmente a tutta l’umanità — di avere un approccio fisico, concreto, visivo con il Cielo.

In tal modo il rapporto tra il Cielo e la Terra passa dalla dimensione ecclesiale a quella tecnologica, che ne diventa il luogo di esperienza reale, la misura della «verità» e il modello di riferimento, e si affranca decisamente dal controllo della gerarchia ecclesiastica.

Il laboratorio scientifico, l’apparecchio tecnologico diventano gli

strumenti di accertamento della «verità» delle apparizioni, sostituendo e implicitamente rendendo quasi inutile la virtù teologale della fede e l'autorità del Magistero ecclesiastico. La macchina fotografica o il video — per la visione — e, in misura minore, il dossier medico-scientifico — per i veggenti — giocano un ruolo sempre più importante in ogni fenomenologia di apparizione, proprio perché si presentano come «neutrali», «oggettivi», «auto-evidenti».

In conclusione, nell'ambito visionario, la religione cattolica, di fede e di non-visione, si trasforma impercettibilmente — ma decisamente — in religione «scientificamente» fondata, tecnologicamente «testata», desoggettivata e auto-evidente, in cui in ultima analisi il divino è ridotto a segno «sperimentabile» e per questo attendibile. Una delle prove centrali della verità delle apparizioni è oggi l'«esperimento del soprannaturale», cioè la verifica sperimentale degli effetti sensibili delle manifestazioni delle entità celesti, che poi diventa implicitamente la prova stessa dell'esistenza di queste ultime (Apolito, 2002).

Dalla dipendenza dalla televisione, dalla fotografia, dal video — rafforzatasi intorno agli anni ottanta, cioè nel periodo di una nuova vigorosa stagione del visionarismo cattolico inaugurata da Medjugorje — negli ultimi cinque-sei anni, poi, il mondo delle apparizioni passa in Internet, dove peraltro trova un «visionarismo» tecnologico che non può non rafforzarlo.

Internet è ben più che uno strumento tecnico di contatto con il Cielo, come la fotografia o il video. Internet è una nuova realtà, che si aggiunge a quella consueta della devozione visionaria, a volte le si contrappone, il più delle volte inavvertitamente le si sostituisce. Diversamente dalla fotografia e dal video, Internet non rimanda ad una realtà referenziale fuori di essa di cui qualcuno — il vescovo o il veggente, il devoto credulone o quello scettico, la Chiesa o la setta — possa rivendicare la rappresentanza legittima, in nome della quale valutare o svalutare il prodotto tecnologico. La Rete rimanda

a se stessa, la realtà on line che mette in gioco è autoreferenziale, ogni suo elemento rimanda a qualcos'altro dentro di essa: la fotografia prodigiosa, per esempio, una volta immessa in Internet non rimanda più al possibile ente celeste catturato dalla macchina fotografica nel luogo fisico dell'apparizione, come ancora fa offline<sup>38</sup>, ma all'inarrestabile movimento di slittamento tra immagini digitali in Rete. Per di più, il fatto che la Rete sia per il navigatore una realtà che scompare e ricompare tutte le volte che egli si pone davanti allo schermo riduce e per certi versi elimina ogni sua continuità con il mondo fuori dello schermo (*Ibid.*).

Lo schermo del computer fa a meno della realtà esterna, poiché ne produce una sua nuova, virtuale, fatta di pura immagine: ed è esattamente questa caratteristica di immenso universo di immagini non-corporee che candida Internet ad essere luogo esaurente ed autoreferenziale di presenza delle figure celesti. In altre parole, la Rete, diversamente dalla fotografia, non ha bisogno di presenze di un aldilà reale, poiché lo sostituisce con il suo aldilà, cioè con il suo mondo virtuale: non visioni del Cielo di là fuori, bensì *visioni del Cielo di là dentro*.

Nel mondo dell'informazione globalizzata, un'immagine, un messaggio trovano circolazione universale quando entrano in Rete; ma da quel momento essi rimandano solo ad altri messaggi, altre immagini, esistono come fasi del flusso interminabile, attualizzazioni immanenti della trascendenza del virtuale. In un certo senso dunque, la delocalizzazione caratteristica di Internet si estende anche al Cielo, che perde la sua tradizionale collocazione geo-spirituale per spostarsi dentro il mistero virtuale della Rete. Più che concludere il processo di immanentizzazione tecnologica del Cielo avviato dalla fotografia, dal video, dai test, la

---

<sup>38</sup> Lett. «fuori linea» o «scollegato», si riferisce a tutto quello che non è Internet (on line).

Rete sposta la trascendenza dall’«esterno» del Cielo all’interno di sé, del suo ordine virtuale: la trascendenza del Cielo diventa trascendenza della Rete. Internet pone formidabili sfide al cattolicesimo e non solo a quello visionario. Tuttavia quest’ultimo, per parte sua, in modo singolare ma evidente, nella Rete finisce per lavorare per una messa tra parentesi di Dio stesso, riassorbito nelle involuzioni incessanti dei circuiti tecnologici che si assumono tutto il ruolo del fare, senza pretendere o consentire né intenzionalità umana, né intenzionalità divina. Le visioni diffuse, invisibili ai più ma pur sentite più certe di ciò che gli occhi vedono nella normalità del quotidiano, spinte nella Rete, anch’essa invisibile a tutti, ma pur certa, della certezza della navigazione quotidiana che ciascuno si consente, producono questo paradosso della certezza del virtuale, della Rete, delle apparizioni, e dell’obsolescenza di Dio, reperto pre-tecnologico di un mondo ingenuamente antropocentrico, oggi dissolto da un pulviscolo di «centralità marginali» singolari e sincretiche uomo-macchina.<sup>39</sup>

Questa è la visione di Apolito nel 2002, tuttavia è lecito pensare che negli ultimi anni l’utilizzo della rete abbia fatto passi in avanti e che non tutto si risolva in un’autoreferenzialità online. In molti forum e blog cattolici abbiamo notato una espressa volontà di incarnazione del verbo telematico: spesso i partecipanti ad un forum hanno organizzato incontri reali, con tanto di pizzeria, e questo ha costituito un’uscita dall’autoreferenzialità della rete, un farsi prossimo e carne, in tal senso la rete ha svolto un ruolo insostituibile nella formazione dei legami tra esseri umani reali e non virtuali.

Ma i nuovi media hanno influenzato o plasmato la Chiesa? L’hanno indotta a emanare norme e direttive differenti che tenessero conto della nuova concezione del mondo prodotta dai media? Cer-

---

<sup>39</sup> Cf. Paolo Apolito, *Internet e la Madonna*, Feltrinelli, Milano, 2002, p. 25.

chiamo di rispondere a questa domanda con un esempio concreto che riguarda la Beata Vergine Maria (Tavard, 1996). Il susseguirsi di apparizioni vere e presunte nel corso dei secoli XIX e XX indusse la Santa Sede a regolare la diffusione delle informazioni in proposito, tanto che il codice di Diritto Canonico del 1917 (can. 1399, par. 5) proibiva al fedele di pubblicare materiale riguardante le apparizioni senza il permesso del Vescovo locale, proibizione che cadde con Paolo VI nel 1966 in cui tolgeva tale proibizione, il che va ascritto molto probabilmente alla mutata concezione che la Chiesa aveva assunto dei media nel corso del tempo, considerando che i fedeli avevano acquisito una sorta di diritto all'informazione in materia di apparizioni, o forse semplicemente si rese conto che con il proliferare dei media non erano più controllabili le notizie ed erogabili eventuali sanzioni. Si assiste a una specie di nuova "cacciata dall'Eden": gli esseri umani non sono più tutelati dall'Autorità ecclesiale in materia di verità di fede, quindi in proprio devono imparare a distinguere il bene dal male.

Che, dunque, i nuovi media non siano più controllabili è ormai noto, prova ne sia il fatto che la Chiesa non eroga sanzioni su di essi: se un libro contiene affermazioni eretiche o errori dottrinali non viene pubblicato ma se un sito web contiene le stesse affermazioni errate non può non essere pubblicato. L'unica difesa da tale perniciosa attacchi alla verità della fede proviene unicamente dalla formazione, occorre porre i fedeli nelle condizioni per riconoscere quanto è verità e quanto no. Vediamo ora quanto afferma la sociologia in materia di Internet.

## **La sociologia**

Dal punto di vista sociologico, la rete consente un elevato grado di «autolegitimazione», ossia, la grande possibilità di ripetere con poca spesa e con tempi ridotti il materiale che «testimo-

nia» un'apparizione, fa in modo a livello psicologico che gli utenti si sentano legittimati a credere all'autenticità della presunta apparizione, a scapito dell'*auctoritas ecclesiastica*, che per contro, necessita di prudenti indagini prima di poter affermare che un'apparizione consti di supernaturalità. E questa legittimazione non viene spesso neppure dalla volontà del veggente, bensì dagli operatori della rete Internet, che sono in grado di costruire o demolire le legittimazioni di volta in volta.

A differenza dei mezzi di comunicazione tradizionali, ossia, fotografia, stampa, video, etc. Internet consente ai fruitori non solo il contatto diretto tra terra e cielo, dato dalla fruizione di immagini che riportano fenomeni soprannaturali (ogni affermazione in merito sarà neutra, ci limitiamo a definire i fenomeni di visione «soprannaturali», a prescindere dal fatto che siano veri o presunti) ma anche la possibilità virtualmente infinita di potersi connettere con altri veggenti e poter condividere le loro esperienze mistiche. Quindi il magistero viene aggirato semplicemente. In precedenza, a seguito della diffusione di una qualche notizia di apparizione, necessariamente l'ordinario locale veniva informato. Ora non è più così e sulla rete esistono centinaia, forse migliaia di notizie di visioni soprannaturali che sono pressoché sconosciute alle gerarchie ecclesiastiche. Si parla quindi di «perdita della centralità» del magistero, questo perché Internet, per la sua natura polimorfa e diffusa, impedisce la definizione di un centro. Non esiste un'autorità centralizzata che permetta o non permetta la pubblicazione di materiale in Internet e non esiste perché nessuno è disposto a riconoscere alcuno che rivesta tale ruolo. In questo senso, a causa della nuova tecnologia, il Cristianesimo, o almeno una variante di esso, quella telematica, va assimigliando sempre più all'Islam in cui non esiste una figura magisteriale assimilabile al Romano Pontefice.

Internet consente anche la creazione facile di commistioni tra

«sacro» e altre dimensioni della vita sociale, come l'eros, esistono siti blasfemi in cui le immagini di N. S. e della Vergine sono presentate assieme ad altre di carattere erotico: il 10 luglio del 2002 i reparti informatici della Guardia di Finanza italiana hanno chiuso 5 siti in cui venivano presentate scene erotiche assieme ai nomi di Dio e della Madonna. E ancora, il gioco (siti in cui l'immagine di Gesù è protagonista di videogames, per esempio «Jesus Christ Supercar»...), l'ironia (siti con barzellette sul clero, etc.), sino a siti dichiaratamente satanici. La caratteristica di Internet, infine, è quella di non consentire riferimenti spazio-temporali. Dice il magistero:

*L'interattività bidirezionale di Internet sta già facendo svanire la vecchia distinzione fra chi comunica e chi riceve la comunicazione, e sta creando una situazione nella quale, almeno potenzialmente, tutti possono fare entrambe le cose. Non si tratta dunque più della comunicazione del passato che fluiva in una sola direzione e dall'alto verso il basso. Poiché sempre più persone prendono confidenza con questo aspetto peculiare di Internet in altri settori della loro vita, ci si può aspettare che ricorra no a Internet anche a proposito della religione e della Chiesa.*<sup>40</sup>

Non esiste un calendario nella rete, non vi sono dei luoghi che consentono di individuare da dove viene l'informazione e dove è diretta, non sappiamo se un'informazione precede un'altra a meno che non venga esplicitamente affermato da chi la pubblica, mentre per legge i libri, le riviste, i film, devono riportare la data di produzione. Inoltre chi accede a Internet, inevitabilmente organizza la sua esperienza conoscitiva in base agli elementi che ven-

---

<sup>40</sup> Pontificio consiglio delle Comunicazioni Sociali, **LA CHIESA E INTERNET**, n. 6

gono pubblicati e al modo in cui sono resi disponibili. Diversamente, chi va ad esempio a Medjugorje potrà osservare con distacco, i fatti, i commenti, i simbolismi, e organizzarli come meglio ritiene opportuno.

E questo per quanto riguarda la teoria della fruizione di Internet (moderno areopago secondo la definizione di Giovanni Paolo II)<sup>41</sup>. Ora si passa a esaminare un caso, diremmo, esemplare, nonché il primo che abbia realmente sfruttato l'immensa potenzialità di Internet.

Si nota che negli anni '80 il visionarismo mariano conosce un incremento importante. A questo contribuisce anche l'elezione di un papa mariano? Ovviamente non è possibile dimostrarlo. Ma forse le cause di un'esplosione del visionarismo potrebbero risiedere anche nell'indebolimento dell'idea del futuro, una grande imprevedibilità e complessità degli eventi che verranno, e conseguentemente il desiderio di un sacro da vivere subito, ora non nell'attesa, in un «già e non ancora». La conseguenza è una Madonna assai «loquace» che appare ovunque con notevole frequenza e dà indicazioni sul futuro. Tale moltiplicazione di eventi visionari ha come conseguenza diretta una autoreferenzialità e un'autoconferma (se si ritrova la stessa notizia in tre punti differenti è chiaro che si è portati a credere alla sua autenticità, ma spesso si tratta di informazioni provenienti dalla stessa fonte e semplicemente ripetute. Quindi non sono tre persone che dicono la stessa notizia da tre fonti differenti, ma una stessa notizia detta tre volte.) Tale fenomeno è noto come la «pentecostalizzazione» ossia la capacità del singolo di esperire direttamente il sacro. Il suo risvolto pratico sono le guarigioni, vere o presunte (si pensi ai padri Tardif, Betancourt, etc.) Ma ora gettiamo uno sguardo al mondo giovanile in Internet.

---

<sup>41</sup> 37<sup>a</sup> Giornata delle Comunicazioni Sociali, "I mezzi delle Comunicazioni Sociali a servizio dell'autentica pace della luce della Pace in terris".

## I giovani e internet

Sappiamo che gli adolescenti italiani presentano un'elevata propensione all'utilizzo dei nuovi media, come dimostrano i seguenti dati<sup>42</sup>: secondo la ricerca dell'Osservatorio nuovi media dell'Università Bicocca di Milano, presentata all'inizio di novembre 2008, un campione di 1.186 studenti universitari, rappresentativi di circa 21.054 ragazzi usa Internet al 98,4%, naviga in gran parte per più di cinque ore al giorno (68,7%), utilizza regolarmente servizi di messaggistica istantanea (57% tutti i giorni), poco l'e-mail (26%), e guarda la tv meno di cinque ore alla settimana (53,7%). Più attenzione al web e meno all'editoria, se si considera, inoltre, che il 42% degli interpellati dichiara di avere un blog personale, il 78% di consultarne altri e il 63% di leggere meno di cinque libri l'anno. I dati raccolti dalla Bicocca sono in gran parte confermati anche per i più giovani, i quattordici-diciottenni osservati da una ricerca di Doxa Teens<sup>43</sup>. D'altro canto, Bennato (2008) presenta la seguente situazione<sup>44</sup>: la quota di giovani tra i 13 e i 17 anni che utilizza regolarmente Internet si attesta attorno al 95%. Questo, tra l'altro, ha come ricaduta anche un benefico impatto sull'educazione dei giovani ai nuovi media. Ovvero, dato che ne fanno talora un uso disordinato o improprio, pensiamo di impiegarli per un fine educativo specifico, posto che essi non nascono specificamente come strumento educativo in senso stretto, ma

<sup>42</sup> Mainieri, M., Il sole 24 ore, «L'arrivo dei digital kids e la sana dieta mediale», 11 dicembre 2008, [accesso 25 agosto 2009], [http://www.novaonline.ilsole24ore.com/economia-conoscenza/2008/12/11/18\\_A.php](http://www.novaonline.ilsole24ore.com/economia-conoscenza/2008/12/11/18_A.php).

<sup>43</sup> Doxa, «Junior & Teens 2006, Indagine sui ragazzi tra 5 e 18 anni». [accesso 9 settembre 2009], 16-17 [http://www.doxa.it/idee/docs/Junior\\_Teens\\_2006.pdf](http://www.doxa.it/idee/docs/Junior_Teens_2006.pdf)

<sup>44</sup> Bennato, D., «La via della Media Education – la generazione digitale», Università La Sapienza, Roma, Seminario UNICEF 15 maggio 2008, [accesso 14 luglio 2009], <http://www.slideshare.net/Davide/la-via-della-new-media-education>

solo come canali di comunicazione, non neutri e con la possibilità di formare la mente dei fruitori (cf. De Kerckhove, 1993). Una ricerca condotta su 700 studenti delle scuole secondarie di II grado della provincia di Chieti, condotta nei primi mesi del 2009, rivela, infatti, che il *cyberbullismo* è un fenomeno in crescita, ne è vittima infatti uno studente su 3<sup>45</sup>.

Tuttavia, a parte inevitabili fenomeni di devianza, i nuovi media fanno in modo che le giovani generazioni siano ricche di interessi e curiosità, siano competenti nell'uso massiccio delle nuove tecnologie, riescano ad aggirare le norme imposte dalle autorità (cf. il massivo fenomeno dello *hackering* e del *cracking*), siano ipersocializzati, ossia in quasi costante contatto con il gruppo dei pari, il che, genera, talora, diffidenza verso coloro che non sono parte di tale gruppo paritario<sup>46</sup>. Besozzi (2006: *passim*) sostiene che non si dà educazione senza comunicazione, ma, soprattutto, non si può avere un'educazione formale senza l'apporto dei livelli informali della comunicazione. In altre parole, come è utile che l'insegnante organizzi gite e pranzi con gli alunni, altrettanto è opportuno che questi condivida momenti informali di comunicazione provenienti dal settore dei nuovi media.

Tale propensione agli investimenti telematici nelle scuole pare essere confermata dagli ultimi sviluppi: nel giugno del 2009, il MIUR, nel corso del Symposium Internazionale «Global ICT in Education Networks», ha presentato il Piano d'intervento «La scuola digitale». Vi saranno due fasi: la prima, proposta a gennaio 2009 e già operativa, prevede l'introduzione delle «Lavagne

<sup>45</sup> La Stampa Online, Scuola, «Cresce il «bullismo digitale» uno studente su tre ne è vittima», 22 giugno 2009, [accesso agosto 2009].

[http://www.lastampa.it/\\_web/cmstp/tmplrubriche/scuola/grubrica.asp?ID\\_blog=60&ID\\_articolo=1073&ID\\_sezione=255&sezione=](http://www.lastampa.it/_web/cmstp/tmplrubriche/scuola/grubrica.asp?ID_blog=60&ID_articolo=1073&ID_sezione=255&sezione=)

<sup>46</sup> Bennato, D., cit.

interattive multimediali (LIM)», la seconda denominata cl@ssi 2.0 ha come obiettivo l'utilizzo delle ICT nelle scuole primarie e secondarie di I grado<sup>47</sup>. Inoltre, dal prossimo anno scolastico 2009-2010 saranno installate 16.000 LIM in altrettante classi della scuola secondaria di I grado. Inoltre 50.000 insegnanti saranno coinvolti in percorsi di formazione che interesseranno oltre 350.000 studenti. Nell'anno scolastico 2010-2011 il piano si estenderà alla scuola secondaria di II grado.

I genitori saranno informati circa le assenze dei figli con sms, le pagelle saranno consultabili online e nelle Scuole Secondarie di II grado sarà avviata la gestione automatica delle presenze-assenze.

«Oggi non si impara più soltanto a scuola — ha dichiarato il ministro Mariastella Gelmini — grazie alla rete, infatti, l'ambiente di apprendimento è diventato molto più ampio di un tempo e comprende luoghi e compagni reali ma anche spazi e compagni virtuali. Le giovani generazioni utilizzano quotidianamente le nuove tecnologie per comunicare, giocare, socializzare, conoscere il mondo e apprendere. Per questo bisogna insegnare loro a utilizzare Internet con senso critico e con attenzione»<sup>48</sup>. Poiché le possibilità che la rete usa sono assai elevate, come postula anche la seguente ipotesi.

---

<sup>47</sup> La trasmissione Neapolis di Rai3, andata in onda il 2 febbraio 2009, ha parlato diffusamente delle scuole dei Gesuiti che si dotano delle LIM nei successivi due anni, mentre la diffusione per la scuola pubblica è prevista entro il 2020.

<sup>48</sup> La Stampa, Scuola, «La rivoluzione digitale a scuola», [accesso 26 agosto], [http://www.lastampa.it/\\_web/cmstp/tmplrubriche/scuola/grubrica.asp?ID\\_blog=60&ID\\_articolo=1061&ID\\_sezione=255&sezione=](http://www.lastampa.it/_web/cmstp/tmplrubriche/scuola/grubrica.asp?ID_blog=60&ID_articolo=1061&ID_sezione=255&sezione=)

## L'ipotesi sull'eccedenza

Una recente ricerca<sup>49</sup> ha evidenziato la cosiddetta *Ipotesi sull'eccedenza* in altre parole, si presume che nel *mediascape* attuale si siano sviluppati ambiti i cui oggetti di fruizione mediale disponibili al consumo siano in eccesso rispetto alla reale domanda e necessità di impiego, quindi la loro funzionalità diventa ovvia e scontata, pertanto non è in grado di ripagare il soggetto del costo sostenuto. Dunque è il soggetto che deve inventarsi i significati dell'oggetto e la sua utilità in funzione della propria qualità della vita. Per i giovani meno formati e strutturalmente più deboli, la necessità di dover scegliere in un ambiente di risorse informative e tecnologiche ridondanti può generare confusione in termini del proprio sé sociale (Cf. G. H. Mead) pure se in apparenza riveste la dignità di normalità. Tale ricerca ha altresì evidenziato una certa tendenza all'autogestione educativa in cui gli adulti sembrano esclusi o escludentesi dal processo educativo dei giovani (*ibid.*). Ora, al fine di evitare tale esclusione delle agenzie educative tradizionali, ossia la scuola, è necessario che la scuola stessa assuma un ruolo di gestione e utilizzo corretto di tali nuovi media con un manifesto scopo didattico, laddove tali media non sono nati con tale intento specifico.

L'effetto dei media sui giovani è una questione dibattuta e fino ad ora, almeno, si è solo dimostrato che i media *potrebbero* influenzare il comportamento dei giovani da un punto di vista squisitamente etico. I giudizi tali influenza vengono catalogati come *apocalittici* e come *integrati* secondo la nota definizione di Eco (1977),

---

<sup>49</sup> Scanagatta S. – Segatto B. «Le nuove macchine sociali – giovani a scuola tra internet, cellulare e mode», [accesso 21 luglio 2009]  
[http://www.scform.unipd.it/Conferences/FOV2-0001A9F3/Media\\_socedu\\_lezioni.pdf?FCItemID=S00269DAA](http://www.scform.unipd.it/Conferences/FOV2-0001A9F3/Media_socedu_lezioni.pdf?FCItemID=S00269DAA)

ma si tratta di un tema che esula dalle intenzioni del presente lavoro. Le caratteristiche dei nuovi media, in estrema sintesi, possono essere così riassunte (Van Dijk, 2002: 24):

*L'essenza della rivoluzione attuale può essere riassunta nei termini integrazione e interattività. Il più importante cambiamento strutturale è l'integrazione delle telecomunicazioni, delle comunicazioni di dati e delle comunicazioni di massa in un solo medium, secondo quello che è stato definito il processo di convergenza.*

Siamo quindi in presenza di fenomeni relativi all'integrazione (ossia facilità nella condivisione di informazioni) e interattività (intesa come frequenza di contatti in tempo reale tra utenti), mentre la convergenza rappresenta la tendenza di tutte le forme di comunicazione (visiva, acustica, filmica, etc.) a *convergere* nella tecnologica digitale: il formato digitale infatti sostituisce sempre più il supporto cartaceo, magnetico, ottico. Il desiderio espresso da Gesù «affinché tutti siano uno» si sta concretizzando, almeno nel settore delle comunicazioni digitali.

## CAPITOLO 2

### ***Maria, il Magistero e Internet***

La Chiesa vede i mass media come un dono di Dio (*Communio et Progressio*, n. 2). Non solo, ma la Teologia considera i sacramenti come *mediazioni* della Grazia divina che causano quello che significano, mentre la Chiesa è una *comunione* di credenti. Tali concetti si ritrovano pure nella concezione che essa ha della comunicazione di massa (Soukup in Badaracco, 2005).

Internet assume un ruolo di notevole importanza quando rende disponibili determinate risorse che consentano l'accesso ai documenti che la Chiesa ha custodito e pubblicato dagli inizi fino alla Marialis Cultus di Paolo VI e la sua visione teologica è espressa dai documenti *Chiesa e Internet* ed *Etica in Internet*. Un secondo gruppo di risorse dovrebbe illustrare la missione, la presenza e gli interventi di Maria nella storia di salvezza accanto al suo Divin Figlio. Infine, in tale ambito, è importante considerare tutto quanto ci parla della storia dei santuari, delle apparizioni e delle preghiere mariane (Gannon, 2009).

Evidentemente non tutte le proposte sopra elencate sono qualitativamente apprezzabili, ma non tutte risultano ben presentate e organizzate. Più avanti cercheremo di dare alcune indicazioni di merito sui siti ben realizzati. Inoltre, per noi cattolici, Maria è modello della Chiesa nell'esercizio del culto<sup>50</sup>. Per molti versi, si può pensare che il modo in cui Ella è trattata e compresa in Internet rispecchi per analogia il modo in cui Internet tratta e comprende la Chiesa<sup>51</sup> e viceversa.

<sup>50</sup> Marialis cultus, n. 16. La Lumen Gentium ricorda anche che «Maria riunisce per così dire e riverbera in sé i massimi dati della fede» (n. 65).

<sup>51</sup> Il tema della 43 giornata delle Comunicazioni Sociali 2009 è: «Nuove tecnologie, nuove relazioni. Promuovere una cultura di rispetto, di dialogo, di amicizia». Le nuove tecnologie sono una ricchezza se usate per promuovere le relazioni correttamente.

Il documento «Chiesa e internet», tra i vari rischi della rete, ne segnala pure uno assai pertinente alla nostra epoca: rendere la proposta religiosa simile a quella di un supermercato, in cui l'utente entra e sceglie solo quello che apprezza, lasciando quanto non lo interessa. Ma quanto è incentivato a fare questo e quanto sceglie di farlo da solo? Apparentemente, se consideriamo le parole di S. Giacomo:

*Anche la lingua è un fuoco, è il mondo dell'iniquità, vive inserita nelle nostre membra e contamina tutto il corpo e incendia il corso della vita, traendo la sua fiamma dalla Geenna. Infatti ogni sorta di bestie e di uccelli, di rettili e di esseri marini sono domati e sono stati domati dalla razza umana, ma la lingua nessun uomo la può domare: è un male ribelle, è piena di veleno mortale. Con essa benediciamo il Signore e Padre e con essa malediciamo gli uomini fatti a somiglianza di Dio. (Gc 3,6)*

Sembra che in queste parole — quanto mai adatte a Internet, perché parlano di «mondo dell'iniquità» di contaminazione di tutto il corpo, di indomabilità (e Internet non ha alcun «capo») — non vi siano speranze: la comunicazione sempre è soggetta e sarà soggetta al veleno mortale della comunicazione stessa. Del resto, quando Dio vuole colpire la boria degli esseri umani che costruiscono la loro torre alta fino al cielo, non demolisce la torre, ma confonde le lingue. Allo stesso modo, se la rete di computer mondiale è la torre, la confusione non colpisce l'hardware, ma il software ossia il linguaggio di comunicazione non le macchine. Babele ha costituito il primo... virus della storia umana della comunicazione.

Il sogno di trovare una lingua universale da sempre ha affascinato l'essere umano, il poter ritornare a uno stato precedente alla torre di Babele ha agitato la ricerca di diversi filosofi e linguisti. A tale proposito ricordiamo, per esempio, l'utopia di Lullo (Ramon Llull) un bravo frate francescano catalano che pensò di produrre

una lingua universale chiamata Ars Magna nella quale sostiene che occorre scoprire tutti i termini semplici e trovare la regola che li combini. Egli trova 9 predicati assoluti, che sono i nove attributi divini: bontà, grandezza, eternità, potenza, sapienza, volontà, virtù, verità e gloria; 9 relazioni: differenza, concordanza, contrarietà, principio, mezzo, fine, maggioranza, minoranza ed egualanza; ma poi deve aggiungere 9 questioni, 9 soggetti, 9 virtù e 9 vizi. Con questa teoria pensò di recarsi presso i musulmani e convertirli alla nostra fede, ma essi non apprezzarono il suo tentativo e lo martirizzarono. A seguito di questo fu dichiarato beato da Pio IX nel 1850.

Similmente fece Leibniz. Il filosofo sognava di produrre una lingua universale che eliminasse le falsità e gli equivoci, bastava infatti calcolare il grado di verità o di falsità di una qualsiasi frase, e questo per dimostrare verità acquisite (*ars demonstrandi*) ma anche scoprire nuove verità (*ars inveniendi*) ed ecco che si sarebbero evitate le infinite dispute tra filosofi. Pure questa utopia naufragò. Insomma, pare che la lezione della torre di Babele abbia continuato a tormentare generazioni di studiosi desiderosi di ridurre tutte le lingue a una sola, ma, come insegna la scrittura, questo è possibile solo con la Pentecoste: ognuno parla la propria lingua ma è lo Spirito che crea l'unità, del resto la diversità è un dono proprio dello Spirito Santo quindi non è opportuno cercare di eliminarlo o non tenerlo in considerazione. Internet sembra riproporre questo sogno che agita l'umanità dal momento in cui le lingue si suddivisero e lo fa alla luce di quella che viene denominata «globalizzazione» ossia l'omogeneizzazione del modo di pensare e di consumare. Maria, dal canto suo è la donna che ha ricevuto più volte l'effusione dello Spirito.

## Maria donna dello Spirito

La BVM, in particolare nella spiritualità di Don Umberto Terenzi, che fu rettore e parroco del Divino Amore per quasi 40 anni, è

proprio la donna della Pentecoste, e incarna in questo modo quello Spirito che contrasta con la Babele delle lingue<sup>52</sup>, nella spiritualità umbertina, infatti, la BVM riceve lo Spirito Santo nell’Immacolata concezione, prosegue al momento dell’Incarnazione e poi ancora nel Cenacolo e dopo la sua Assunzione è mediatrice dello Spirito sulla Chiesa di cui è Madre<sup>53</sup>. In che termini i nuovi media sono strumenti dell’azione dello Spirito, ossia sono una nuova Pentecoste? Lo sono nella misura in cui riescono a veicolare la verità (Spirito di Verità, la bestemmia contro lo spirito non sarà perdonata), a creare comunione, senso di Chiesa, solidarietà. Amore. In altre parole, se la comunicazione moderna avviene tenendo presente le qualità morali della BVM come modello di comunicazione, si può essere certi che i nuovi media assumono questa connotazione. La comunicazione deve veicolare un’informazione creativa, sorgiva, che immette nel ciclo contenuti qualitativamente nuovi e aiuta a scavare in profondità in noi stessi e negli avvenimenti. Diversamente, la comunicazione diventa uno scambio di povertà, di ansie, di insicurezze e di urla inascoltate di aiuto. Un parlare tra sordi. In altre parole, più cresce la comunicazione, più si sperimenta l’incomunicabilità<sup>54</sup>.

Gesù ci ha detto che tutti un giorno saranno uno<sup>55</sup> (*ut unum sint*) ma solo perché aderiremo perfettamente a Lui e al Padre celeste, conservando la nostra diversità, che, ricordiamo, è un dono dello Spirito.

<sup>52</sup> Un’operazione per alcuni versi simile alla torre di Babele, ma con un intento marcatamente culturale e non certo antireligioso, è il progetto Wikipedia, l’encyclopedia libera cui tutti al mondo possono contribuire, al fine di costituire una raccolta di sapere universale in tutte le lingue.

<sup>53</sup> Maternità di Maria... p. 49.

<sup>54</sup> «Il senso della Pentecoste nel mondo delle comunicazioni, secondo il predicatore del Papa» in <http://www.zenit.org/article-7846?l=italian>, accesso ottobre 2009.

<sup>55</sup> Gv 17,21

Lo Spirito dal canto suo non cessa mai di costituire l'essenza di qualche cosa o di qualcuno. Lo Spirito, dice Gentile, non è qualcosa di dato che si può circoscrivere con lo sguardo, è Spirito creatore che si sta facendo, che si guarda nell'atto ma non è atto compiuto, bensì esiste nel suo prodursi e non è soggetto a giudizio perché sempre in divenire e la conoscenza del nostro oggi proviene da uno sguardo al futuro, perché nell'oggi siamo troppo compresi in questo divenire (Ronchi, 2003). E questo dovrebbe pure essere l'insegnamento che accompagna noi cristiani nel terreno incerto ma affascinante delle comunicazioni sociali. Ma veniamo ora a esaminare in breve quali sono le caratteristiche dei nuovi media e perché essi rappresentano un'opportunità per il culto religioso e in particolare della BVM.

## L'oralità secondaria

Con questa espressione il Gesuita canadese W. J. Ong indicava la caratteristica principale dei nuovi media. L'oralità è il modo di comunicare prettamente orale, quello che prescinde dalla scrittura e questo era tipico fino a poco tempo fa di società africane, in cui la stampa era pressoché assente. In tali circostanze, gli individui conoscevano solo quello che ricordavano e quindi la memorizzazione assumeva un ruolo primario. A tal fine si usavano artifici per poter facilitare la memorizzazione e la trasmissione dei testi. P. es. la Divina Commedia è tutta in rima perché potesse essere più facilmente ricordata e diffusa dal momento che nel XIV secolo i libri erano una merce pregiata e rara. Ebbene, il p. Ong sostiene che i nuovi media, accentuano queste caratteristiche orali piuttosto che quelle inerenti alla scrittura. In particolare per i nuovi media si può parlare di mistica partecipatoria (è difficile in un blog restare solo spettatori, prima o poi si viene coinvolti nelle discussioni), senso della comunità (online mi qualifico come «membro di» è difficile

non iscriversi prima o poi a qualche mailing list, qualche forum e simili), concentrazione sul momento presente (ci si focalizza sul momento attuale piuttosto che su momenti vissuti o da vivere), utilizzo di formule (si usano diciture per riassumere concetti e significati), modalità conoscitive di tipo percettivo (ossia incentrate soprattutto sulla persona più che sulla tecnologia), analogico (procedimento per cui interpretiamo quanto ci viene proposto di nuovo in base a conoscenze che già abbiamo con numerose somiglianze e altrettante differenze) e olistico (dal gr. *Holos*, ossia «*totale*»), pensiero diffuso e orientato all’associatività, mentre la lettura di un libro è sequenziale, logica, particolare.

Ci pare che tali caratteristiche siano coerenti con il nostro essere cristiani? Diciamo di sì, in prima approssimazione. O meglio tali caratteristiche si ritrovano in un modo di essere Chiesa reale, non virtuale. Infatti, è auspicabile che alle funzioni religiose si partecipi e non si sia soltanto spettatori (*mistica* partecipatoria in tal senso Internet non è un buon maestro perché tende a favorire il voyeurismo, l’essere solo spettatori di eventi e discussioni e non partecipatori attivi), che con la partecipazione alle funzioni si crei anche comunità e non ci si precipiti all’uscita dopo il termine della messa o della preghiera; nella preghiera e nel sacrificio eucaristico il Cristo si fa vivo e presente in mezzo a noi, ecco l’analogia della nostra fede pasquale con il concetto di concentrazione sul presente che i nuovi media richiedono.

Anche nella liturgia si utilizzano formule che riassumono un concetto. Per esempio: «Il Signore sia con voi» riassume il seguente significato: lo spirito di Dio sia e rimanga dentro ognuno di voi per illuminarvi nella strada che porta alla salvezza, vi sostenga e vi protegga e faccia splendere il suo volto su di voi. Vediamo come una sola formula possa riassumere un concetto più articolato, il che è proprio dell’oralità perché preferisce la concisione piuttosto che l’estensione.

Pure la nostra fede, anche se non ce ne rendiamo conto, è olistica. Punta alla salvezza dell'uomo nella sua totalità, salvezza dal peccato, liberazione dal male, dall'oppressione umana, etc. Gesù guarisce nei Vangeli le varie parti del corpo dei malati e alla fine quello che si ottiene è l'intera persona salvata e redenta dal peccato. Il concetto di olistico nei nuovi media si esplica nel poter avere relazioni pressoché immediate con tutti e le proprietà di un sistema dei nuovi media non possano essere spiegate esclusivamente tramite le sue componenti. I risultati che offrono i nuovi media vanno oltre la somma delle singole possibilità dei loro componenti singoli. Esempio: se invio un fax, con il telefono posso ricevere la conferma che è arrivato e con Internet posso pure inviare un brano musicale in formato digitale, se utilizzo i singoli media avrò un risultato incompleto o parziale. Lo stesso è nella nostra fede: se ci fermiamo al sacrificio sul Calvario, la nostra «fede» sarà triste, senza speranza, se consideriamo solo la Resurrezione mettiamo da parte la croce e quindi rischiamo di perdere di vista il senso della sofferenza umana e così via. Per questo consideriamo la nostra fede come olistica.

Tornando alla nostra fede mariana, come questo concetto dell'oralità secondaria può ritrovarsi nella figura della BVM? Maria è la donna dell'ascolto, la sua fede proviene dall'uditio più che da altre forme visuali o sensoriali, ascolta la parola, obbedisce (ob-audire) e chiede che di Lei sia fatto secondo la Parola di Dio, quindi questo modo di comunicare va in tale direzione, le comunicazioni via Internet privilegiano la dimensione dell'ascolto proprio perché i messaggi più efficaci sono quelli espressi mediante audio e video piuttosto che mediante i testi scritti, è noto infatti che davanti a un testo scritto l'utente si arresta dopo poche righe, per questo i testi in Internet devono essere assai concisi e riportare le informazioni determinanti fin dalle prime righe. Del resto il Vangelo iniziò a circolare in forma orale e solo dopo qualche

decennio dalla Resurrezione fu messo per iscritto. Anche secondo i dati la maggioranza degli utenti privilegia le esperienze audio e video su Internet. E non si tratta, secondo De Fiores di un ascolto solamente acustico, ma attento e riflessivo, non cerca ma è cercata, in quanto destinataria della riflessione.<sup>56</sup>

Con Internet, dunque, pare si stia ritornando, per alcuni versi, ai primordi della nostra fede, quando la Parola circolava *oralmente* più che per iscritto, certo ora abbiamo il Canone delle Scritture stabilito e prefissato ma su Internet la diffusione più efficace del messaggio evangelico si ha tramite canzoni, video, musica più che tramite la diffusione di versetti del Vangelo stesso. Questo non significa, evidentemente, che la Parola abbia perso il suo primato, tutt’altro, questo modo «orale» di comunicare deve portare poi alla meditazione personale della Parola scritta, partendo dalla Bibbia ma come secondo momento. Del resto, concettualmente nessuno manda in un Paese da evangelizzare un container di Bibbie, ma invia invece dei missionari e nel caso, per esempio, dei Gesuiti che partirono per le terre dei Guaranì di cui non conoscevano lingua e tradizioni, il primo approccio fu esattamente musicale e visuale, la Parola scritta del Vangelo arrivò successivamente. Oggigiorno ci troviamo in una condizione analoga per l’evangelizzazione, ogni messaggio evangelico che abbia come supporto la parola scritta è destinato a passare inosservato, in mezzo alla pletora di messaggi spesso gridati che ogni giorno colpiscono gli utenti dei media.

Maria, come diceva don Alberione, è l’editrice del Verbo incarnato, colei che lo ha reso pubblico, ossia pubblicato, ogni iniziativa «editoriale» del Verbo passa attraverso di Lei che lo ha concepito, nutrito e dato alla luce. Nessuno meglio di Lei lo conosce e lo ama ed è mediatrice della Sua grazia.

---

<sup>56</sup> Cit. in Diez i Bosch, 2008.

L'aspetto primordiale della nostra fede pare pure evidenziato da quanto dice D. de Kerkhove (cit. in Grienti, 2009): Internet non è una pura questione di quantità, ma di qualità, spesso infatti può bastare una piccola voce a volte per avere un influsso determinante su di esso. Questo richiama alla mente la parabola del lievito evangelico nella pasta, basta una piccola quantità di fermento per avere una massa critica di pasta che si muove, cresce, aumenta. Qui si tratta di esaltare l'umiltà, la povertà della BVM che con le sue qualità ha visto fare grandi cose in Lei (cf. Magnificat). Progetti piccoli e realizzati con carenza di mezzi, pensati da studenti universitari si sono poi rivelati successi planetari: Twitter, Facebook, Google, etc. Per ora Internet ha esaltato gli umili, attendiamo che deponga i potenti dai loro centri di potere. Nei paesi con regimi politici dittatoriali, i cittadini possono usare i blog e i forum per far conoscere la situazione che stanno vivendo, sempre che Google non oscuri le loro possibilità di farsi trovare, come recentemente è accaduto in Cina.

Ma nella Parola di Dio vi è ben più di Twitter, che consente di diffondere in modo rapido pensieri e informazioni in 140 caratteri, nel Vangelo vi è la concisione e la concretezza (Il Verbo si fece carne) di un messaggio di salvezza e di gioia, di pace di speranza in poche parole. Nella Parola di Dio vi è ben più di Facebook che consente di mettere assieme e mantenere rapporti con molte persone, nel Vangelo vi è l'amore che unisce tutti gli uomini e le donne di buona volontà. Nella Parola di Dio vi è ben più di Google che da la possibilità di cercare le informazioni necessarie per vivere bene, vi è il senso della ricerca di Dio che si fa prossimo, vicino e permette sempre di avere la parola giusta in ogni circostanza, pure se Google ci parla della bellezza del “farsi trovare”, della mistica del proprio nome scritto nel cyberspazio o nel cielo telematico, ci fa sentire “preziosi” agli occhi degli uomini, ma anche di Dio, poiché siamo chiamati a vedere la realtà con i Suoi

occhi (cf. esercizi spirituali, n. 75). Se Internet ha costituito un successo per le applicazioni citate sopra che permettono solo di agire in termini del mondo per diffondere e cercare relazioni e concetti quanto potenzialmente potrà costituire per il Vangelo posto che si giunga a determinare il modo appropriato di diffonderlo? Tramite Maria si arriva a Gesù, con le sue doti di umiltà e pazienza si troverà anche il modo di diffondere il Vangelo incultrato nei nuovi media, come del resto il Vangelo sempre si è incultrato nella storia umana a partire dalla cultura greca con cui subito si trovò a fare i conti. Si tratta di studiare, di capire bene quale mezzo abbiamo tra le mani, di ricercare nuovi metodi, partendo da quelli già disponibili gratuitamente su Internet.

Anche qui non si tratta tanto di porre in Internet grandi quantità di testi, copiare e incollare versetti del Vangelo e simili, così come i primi missionari non portarono navi cariche di Bibbie nel nuovo mondo ma portarono altri media, riservando solo a un secondo momento la Parola scritta: proposero agli indigeni la musica, l'arte, l'immagine che parlavano di Dio. Si tratta di servire e meditare molte cose nei nostri cuori, come Maria, sperimentare, provare anche commettendo errori o inadempienze del tutto umane ma cercando sempre nuove modalità di annuncio; ora esaminiamo il rapporto, tra web, sacro e consumismo.

## **Internet, il sacro e il consumismo**

Il sacro sembra essere stato cancellato dal consumismo, sostiene il sociologo Max Weber. Apparentemente, sembra che abbia ragione: durante i tempi del Comunismo nei paesi dell'Est si diceva che la migliore lotta contro la religiosità era quella che prevedeva un maggiore benessere per il popolo, perché prima o poi, sazio di questo benessere, si sarebbe dimenticato di rende grazie al Signore. Del resto pure il Salmo afferma che l'uomo nell'ab-

bondanza è come gli animali, non capisce.<sup>57</sup>

Per Durkheim, d’altro canto, il sacro è una dimensione lontana dal consumo. La società, sostiene il sociologo francese, si trasfigura e si fa culto, la religione collega e separa gli ambiti. Lo sviluppo dell’industria e del consumo anziché far scomparire le pratiche religiose le ha radicalizzate e diffuse forse non sono più sacre ma sono vicine al sacro tradizionale. Si pensi, come già detto, all’abitudine di porre lungo le strade fiori, lapidi, e altro per commemorare un incidente stradale in cui qualcuno ha perso la vita, allo stesso modo in cui lungo le vie consolari nell’antica Roma venivano poste le lapidi per i defunti. Si tratta di un modo di sacralizzare un momento importante, come l’ingresso nella vita eterna e probabilmente è anche un modo per richiedere preghiere.

Negli anni 60, il sociologo Robert Orsi<sup>58</sup> (1996) scrive, riguardo il declino del cattolicesimo popolare, che le immagini di Maria e dei santi sarebbero state deenfatizzate, reimmaginate nei linguaggi dell’amicizia, della moralità e della mitologia togliendo quanto atteneva al miracoloso e al materiale. In pratica questa fede sarebbe stata «testualizzata» in quanto si assume il testo come espressione di una razionalità maggiore. Tutto quanto in direzione di una testualizzazione della fede sembra escludere la religiosità popolare, sostengono Horsfield, Hess e Medrano (2004), ma i nuovi media, viceversa, hanno un linguaggio «orale» come vedremo e privilegiano, piuttosto che il testo, l’immagine, l’icona, il suono anche per questo motivo riteniamo che essi siano strumenti favorevoli alla diffusione della religiosità popolare. Il compito della Chiesa, semmai, sarà quello di regolamentare, di limitare e correggere la pietas cristiana del popolo e difenderla dagli attacchi del nemico.

<sup>57</sup> Sal. 49,13.

<sup>58</sup> Cit. in Horsfield, Hess e Medrano, 2004.

In questo panorama, tutto sommato favorevole alla diffusione e al recupero del sacro, una sola eccezione sembra persistere ancora ai nostri giorni: è bastato l'avvento dei programmi TV serali per far dimenticare la recita del S. Rosario con la famiglia riunita come si usava spesso specialmente nelle civiltà contadine. La sfida da cogliere ai nostri giorni sarà quella di ricordare che, in presenza di tutti i nuovi media o altre creature piacevoli, occorre comunque esprimere lode e gloria al Creatore, e possibilmente usare proprio quei media che hanno allontanato i fedeli dalle pratiche religiose al fine presentare una proposta di fede a coloro che si sono allontanati. In pratica, i mezzi di comunicazione non si sovrappongono alle pratiche religiose tradizionali (la S. Messa televisiva non soddisfa alcun precetto festivo), ma grazie ad essi si amplificano le nostre possibilità di rapportarci con Dio<sup>59</sup>. Ciò che realmente è importante, concludono Horsfield, Hess e Medrano è non identificare il simbolo con il reale (pensare che il santo della BVM sia miracoloso) ma neppure impedire che il simbolo si identifichi con il reale (negare ogni valore alle immagini sacre). Questa dovrebbe essere, per molti versi, la sfida che la Chiesa nell'epoca dei media dovrebbe cogliere, senza temere le manifestazioni di devianza che nei nuovi media si trovano (blasfemia, eresia, etc.) poiché fanno parte della crisi di crescita, sono una «malattia infantile» dei media. Nella loro maturità si troverà un equilibrio come è accaduto con la stampa, il cinema, etc.

Per il resto, il desiderio del sacro e del soprannaturale, almeno in Italia, ma riteniamo pure in gran parte del mondo Occidentale, si percepisce come un bisogno, specialmente dalla quantità di consu-

---

<sup>59</sup> Ricordiamo che Radio Maria, che pure non è un new medium, accoglie la recita del S. Rosario «comunitario» ossia via telefono con più persone che recitano le decine, dando così ragione a M. McLuhan che vedeva i media come estensioni dei nostri sensi, in questo caso del nostro essere Chiesa orante.

mo di merci mediatiche che hanno a che vedere con il soprannaturale: fiction che hanno come argomento la religione o la vita dei santi, il successo di film che trattano l'ultraterreno come Harry Potter o il Signore degli Anelli. Quindi, si direbbe che il terreno per la fede cristiana è potenzialmente fertile, si nota un interesse per quanto non rientra nell'ambito del sensibile, si percepisce che tra cielo e terra vi sono molte più cose di quante la filosofia e la scienza possano spiegare. Ma allora come mai la S. Messa è sempre più deserta e viceversa aumenta l'audience delle fiction religiose in TV? La risposta non è semplice, probabilmente sta nel fatto che il fedele medio ha tempi di attenzione assai brevi: le inquadrature di un film di azione, e quindi anche delle fiction, cambiano ogni tre secondi circa, quindi dover assistere al rito della S. Messa domenicale che dura mediamente da 45 minuti a 1 ora che si snoda senza immagini, senza cambi di scena etc. diventa quasi impossibile.

Non a caso molti preferiscono «assistere» alla S. Messa televisiva, che non soddisfa il preceitto, ma viene presentata con un commento, il cambio frequente di inquadrature, con una scansione dei tempi, etc. In pratica, la S. Messa in TV viene *fictionalizzata*, serializzata, assume le caratteristiche di un serial televisivo in cui cambia il setting, cambiano le locazioni, ma ha un tema comune: l'attualizzazione del sacrificio di Cristo; diviene una specie di reality show in cui va in scena proprio il sacro, quella dimensione di cui si sente il bisogno perché l'essere umano è stato creato per l'eternità, quindi sente la chiamata ad andare oltre il mondo sensibile e materiale e il fedele da partecipatore diviene mero spettatore. E allora ben vengano le situazioni in cui il fedele utilizza i nuovi media per sentirsi protagonista di un'ecclesia (assemblea) online: da anni Radio Maria propone la recita del S. Rosario alla radio: a turno i fedeli telefonano alla radio e recitano il Rosario. Una pratica analoga, anzi ancora più immersiva, è possibile pure su Internet: basta collegarsi a Skype e oltre alla comunicazione vocale (gratuita, per

ora) si ha la possibilità di vedere pure il viso di coloro che pregano. Conosciamo Gesuiti che danno ritiri spirituali con Skype e Msn e dicono di ottenere risultati incoraggianti.

Evidentemente, al di sotto di tali comportamenti sta un presupposto errato: occorre insegnare ai fedeli a distinguere gli ambiti, non si possono applicare i criteri di valutazione o gestione dei nuovi media alla S. Messa, o alle funzioni religiose, ma frequentemente nei giovani, non si hanno altri riferimenti cui attingere. Vi sono persone che non hanno mai visto un film «lento», come alcune produzioni francesi dell'*école du regard*, non hanno la pazienza di leggere un articolo di giornale per intero, stentano a seguire un sillogismo complesso, così per loro «sopportare» dieci minuti di omelia diventa un’impresa improba, abituati come sono alle scansioni temporali della pubblicità (un messaggio pubblicitario contenuto in un minuto e mezzo) o alle inquadrature che durano al massimo tre secondi del cinema hollywoodiano<sup>60</sup>.

Anche in seno al mondo cattolico, vi è una influenza del sociale sull’immaginario collettivo, nuove forme di religione diverse, che appartengono o sono legate al consumismo (Vanni Codeluppi), forme cosmologiche di religiosità proprie di un mondo arcaico, nonostante il consumo sono tornate in epoca recente. Il consumo ha svolto un ruolo significativo (pubblicità) quando parliamo di cosmologia, di immanenza di forme di religiosità in cui si sviluppa una commistione con la realtà. Nella pubblicità ci sono dimensioni della comunicazione del consumo che hanno a che fare con elementi archetipici legati con elementi fondativi e cosmologici: per vendere un profumo si vanno a scomodare riti magici e iniziatici, elementi del soprannaturale e simili.

---

<sup>60</sup> Sulle problematiche delle omelie domenicali, si veda Beretta, «Da che pulpito viene la predica».

Per Ritzer, infine, il consumo commerciale è una forma di religiosità, che ha determinati riti, e il consumatore è una sorta di fedele (si parla di fidelizzazione alla marca), si assiste, in altre parole, a una sacralizzazione del consumo. Si pensi, per esempio, all'imbarco dei passeggeri negli aeroporti: sempre, quando si aprono i cancelli, la gente forma spontaneamente una «processione», non sarebbe necessario di per sé, basterebbe attendere comodamente seduti, ma nei passeggeri si percepisce la necessità di sacralizzare quel momento con una sorta di «processione». Detto questo, torniamo a trattare della presenza della BVM in Internet.

## Maria e la rete

La presenza di Maria in Internet si può suddividere in tre grandi aree: la ricerca mariologica, il culto mariano e la devozione popolare a Maria. Spesso queste tre aree si trovano fuse insieme ed è difficile individuare quale di questi tre aspetti abbia la prevalenza sugli altri (Gannon, 2008). Tuttavia cerchiamo qui di analizzare per ogni singolo aspetto come e quanto Internet possa risultare utile o meno.

Da un punto di vista prettamente ecclesiale, diremmo che la ricerca mariologica non è l'ambito che trae il maggior giovamento da Internet, per un motivo piuttosto pratico: non vi alcuna possibilità di controllare eventuali eresie in Internet e quindi è chiaro che la confusione che si può generare è potenzialmente assai elevata. Diamo un esempio per tutti: il Nuovo Testamento sarebbe favorevole alla fecondazione eterologa perché Maria ha concepito per opera dello Spirito Santo e non di S. Giuseppe... Questo è in sintesi il contenuto di un sito che tratta della concezione della Beata Vergine Maria; si deduce che chi non possiede un'adeguata preparazione teologica ed etica potrebbe essere propenso a credere che realmente l'Annunciazione rappresenti una sorta di spot pubblicitario per la fecondazione eterologa. Da ciò si comprende come la ricerca

mariologica non sia propriamente l'ambito privilegiato in cui Internet può essere usato con maggiore successo. Ad ogni modo, selezionando con cura i siti e accertandosi che siano seri e appartenenti ad organizzazione che operano correttamente nell'ambito della ricerca (università, istituti, organizzazioni di fedeli riconosciute notoriamente etc.) è possibile rendere un buon servizio alla ricerca mariologica.

Maggiori sono, a nostro avviso, le possibilità per impiegare Internet al fine di organizzare un culto mariano transnazionale e orizzontale in quanto, frequentemente, detto culto comprende la descrizione e l'organizzazione di immagini e testi devozionali e quindi più difficilmente mistificabili. Stiamo parlando di materiale prodotto dal magistero, quindi encicliche e documenti che hanno come soggetto la BVM e soprattutto la liturgia (Maggioni, *Culto mariano e popolare in Giovanni Paolo II*) che durante il pontificato di Giovanni Paolo II ha visto un florilegio di documenti: il benedizionale, il messale, il calendario etc. Si possono trovare su Internet numerosi riferimenti a tali documenti, articoli, e talora i documenti stessi, come è nel caso del calendario.

Per quanto attiene la pietà popolare, troviamo in Internet materiale proveniente dai luoghi delle apparizioni (immagini, video e simili), preghiere alla Beata Vergine Maria, considerazioni personali di fedeli o non fedeli, la recita del S. Rosario, ma soprattutto riferimenti a immagini, pellegrinaggi e santuari.

Tra i molteplici esempi, pensiamo a Medjugorje che attraverso il suo sito organizza pellegrinaggi, gestisce un negozio di articoli religiosi online, raccoglie richieste di preghiera, diffonde una mailing list e raccoglie donazioni e soprattutto raccoglie i messaggi di Medjugorje proponendone una concordanza ossia consentendo di ritrovare nei messaggi le parole chiave che interessano. Da notare che Medjugorje è presente pure su Facebook, anche se per esperienza possiamo dire che Facebook è maggiormente dispersivo, perché

sotto la denominazione Medjugorje finiscono pure altri utenti che magari poco o nulla a che fare hanno con Medjugorje stessa.

Il rapporto tra Maria e Internet, comunque, sta trovando nuovi modi di espressione. Ci riferiamo all'apparizione, è il caso di dirlo, della celebre «chiocciola» o «a commerciale» sul manto di Nostra Signora. Si tratta di una notizia riportata dalla rivista spagnola «20 minutos» del 22 febbraio 2008 la quale dice come la confraternita di S. Francesco ha ordinato tale originale ricamo sul manto di N. S. de la Huelva come si nota nell'immagine. Che senso dare a questa chiocciola che spicca nel manto della Madonna? Probabilmente, l'interpretazione è più semplice di quanto si pensi, ossia che chi ha pensato di ricamare la chiocciolina sul manto di Maria, intendeva in qualche modo porre pure internet e tutte le attività ad esso connesse sonno il manto materno di Maria. Diciamo che l'intenzione non è peregrina, nel senso che vi è molto bisogno della protezione di Maria sul mondo telematico e affini. Si tratta di un modo assai discreto di affidare a Maria ogni nostra azione che abbia come campo operativo la rete, in particolare le e-mail. Va notato che la chiocciola compare nel manto assieme al piumaggio del pavone (che indica la regalità di Maria) e quello del passero che indica la sua umiltà.

A questo proposito, è utile proporre qualche riflessione sull'uso di questi strumenti nel campo della comunicazione. Codognet, nel suo saggio «Semiotica del fotoricettore» sembra essere preoccupato per il fatto che l'omogeneità dei contenuti porterà al grado zero della comunicazione, ossia quel punto in cui tutti avranno le stesse informazioni e quindi non vi sarà alcun passaggio da un utente a un altro, perché non si saprà più di che cosa parlare, perché appunto tutti sapranno già tutto. Ebbene, si tratta a nostro parere di un falso problema, per una ragione molto semplice: il messaggio, come già accennato non è costituito da quell'insieme di significati che viene condiviso mediante i canali della comunicazione, bensì con mes-

saggio si intende *l'effetto* che questi significati hanno su chi riceve queste informazioni e tale effetto sarà diverso per ciascuno degli utenti che riceve tali significati condivisi, pertanto, il rischio di non sapere più di che cosa parlare, perché tutti sapranno tutto è inesistente, almeno finché esisteranno due cervelli umani differenti capaci di ragionamento.

Facciamo un esempio per capirci: possiamo considerare la notizia data in precedenza riguardo il ricamo della @ sul manto della BVM. Alcuni potranno pensare che si tratta di una richiesta di preghiera rivolta alla Madonna affinché protegga le comunicazioni su Internet, altri penseranno che si tratta di una trovata pubblicitaria per i fabbricanti di computer e penseranno che qualche multinazionale USA abbia pagato per avere tale inserimento, altri ancora diranno che non è opportuno introdurre tali elementi di modernità nel culto della BVM, altri penseranno che è un bel-



l'esempio di inculturazione e di saper cogliere i segni dei tempi e via dicendo. Quindi si nota come lo stesso significato condiviso, ossia l'immagine del manto con la @, abbia prodotto diversi messaggi nei ricettori. Si tratta di avere fiducia nell'essere umano, fino a che sapremo usare la ragione, non correremo rischi di pensare tutti allo stesso modo.

## **Internet è adatto a pubblicare immagini della BVM?**

Le immagini sacre sono un modo di cogliere la bellezza dell'«immagine visibile del Dio invisibile»<sup>61</sup>, per quanto riguarda la BVM che è vissuta come creatura in questo mondo, si tratta di un'osservazione ancora più pertinente, poiché di lei persone vissute circa 2000 anni fa hanno visto il corpo, sentito la voce, etc. Questo è ancora più vero per N. S. Gesù il Cristo, dato che Lui stesso dice di sé «Chi vede me vede il Padre».<sup>62</sup>

Inoltre, il Servo di Dio Giovanni Paolo II In occasione del VII Centenario del Santuario di Loreto, il 15 agosto 1993, scrisse una lettera dove definiva la Santa Casa *icona concreta* spiegandone il senso: Cristo è *icona vivente, eterna realtà dell'Essere, aperto sul mondo, comunicato all'uomo*.

In questo modo si rafforza non solo l'idea dell'applicazione di questo concetto a un essere vivente, e quindi anche il concetto di Maria icona della comunicazione diventa quanto mai pertinente, ma possiamo cogliere la potenzialità dell'appellativo «icona» e il suo significato più pieno: Cristo, e Maria sua Madre, quali icone, si identificano con la realtà significante (*eterna realtà dell'Essere che è Verità e Amore*); tale realtà è aperta al mondo e quindi può essere liberamente e gratuitamente accolta; è comunicata all'uomo

<sup>61</sup> Col 1,15

<sup>62</sup> Gv 12,44.

nella Redenzione, che è la massima manifestazione d'amore di Dio per noi.

L'ultimo riferimento a Maria, la pone in causa come punto d'arrivo della *ricostruzione*, che è anche e soprattutto riconciliazione e quindi come colei nella quale si è già realizzato ciò a cui la Chiesa tende pertanto si può pensare a Maria come icona vivente, alla strenua di Cristo, del mistero trinitario e dell'uomo.

In occasione dell'incontro con i giovani di Messina (11 giugno 1988), Giovanni Paolo II applicò il termine «icona» all'uomo, *capace di dare se stesso*:

*«Se si va fino al fondo si trova questa icona di Dio nell'uomo. Anche l'uomo è capace di dare se stesso. Anche l'uomo è capace di offrire un dono agli altri [...] Cristo vive la sua vita per il Padre e per noi, vive la sua vita come dono al Padre ed ai suoi fratelli, vuol dire a tutti noi. Noi possiamo seguire Cristo, imitarlo, possiamo anche fare della nostra vita un'Eucaristia [...] questo è un'icona, una dimensione eucaristica della nostra vita umana».*

L'essere umano, quindi, nella misura in cui è capace di donarsi, può fare della propria vita un'Eucaristia, un'icona, come Cristo.

Indirettamente, l'attenzione torna su Maria, eccellente «icona», Donna eucaristica, che ha offerto e offre continuamente se stessa per la pace e la gioia al fine di poter far diventare pure noi icone della perfezione delle virtù. In occasione della Catechesi mariana del 22 novembre 1995, il Servo di Dio così si esprime:

*«Come una madre, Maria vuole l'unione di tutti i suoi figli. La sua presenza nella Chiesa costituisce un invito a conservare l'unanimità di cuore che regnava nella prima comunità (cf At 1,14) e, in conseguenza, a cercare anche le vie dell'unità e della pace tra tutti gli uomini e le donne di buona volontà [...] «Il sorriso materno*

*della Vergine, riprodotto in tanta parte dell'iconografia mariana, manifesta una pienezza di grazia e di pace che vuole comunicarsi. Tale manifestazione di serenità dello spirito contribuisce efficacemente a conferire un volto gioioso alla Chiesa».*

*Il sorriso materno di Maria manifesta una pienezza di pace che vuole comunicarsi:* è icona di Pace e di serenità dello spirito, presente ed operante, che promuove la gioia nel cuore e nel volto dei credenti.

Il rapporto tra Maria e Internet sfiora, tuttavia, talvolta l'irrivenienza se non la blasfemia. Maria è l'unica creatura su cui il demonio non ha alcun potere e questo la rende oggetto di attacchi a volte feroci da parte del maligno. Evidentemente, non abbiamo alcuna intenzione di pubblicizzare tali attacchi, poiché faremmo solo il loro gioco. Ci basta riferire per esempio come, per esempio, qualche anno fa uno «stilista» francese abbia realizzato una collezione di abiti ispirantisi alla BVM chiamata presentando abiti invero poco rispondenti alle qualità morali di modestia e purezza della Vergine. Fin qui nulla di strano, appunto per quanto detto sopra il demonio usa tutto per attaccare la BVM. L'errore fu però compiuto da un'associazione cattolica tradizionalista statunitense la quale pubblicò un articolo assai virulento mostrando le immagini della sfilata in cui si presentavano tali abiti. Evidentemente si tratta di aver fatto il gioco del francese, il quale ha goduto di un supplemento di pubblicità. Occorre stare attenti a sanzionare tali iniziative, diversamente si presta il fianco ai giochi dei malintenzionati: i figli delle tenebre sono più scaltri dei figli della luce, sperando di essere noi tra quelli della luce...

Ancora, anni addietro (siamo volutamente ambigui per lo stesso motivo) in una città degli USA una signora afferma che la BVM è apparsa in un toast al formaggio che ha cotto in casa sua. Anche qui, tutto regolare se si pensa di essere alle prese con fenomeni di *pareidolia*.

*dolia* (Cf. nota 83), ma leggendo la notizia si apprende che il toast fu venduto in un'asta pubblica su Internet per ben 28.000 dollari...

Certo, tali eventi costituiscono ferite alla nostra fede, e immaginiamo che a nessuno verrebbe in mente di fare altrettanto con la fede degli islamici, temendo ripercussioni anche gravi, tuttavia a voler ben vedere, per i credenti spesso costituiscono una conferma alla loro fede e per i non credenti potrebbero rappresentare un momento di discussione dell'elemento di cui si parla in modo distorto. In generale, poi, noi cristiani in qualche modo impegnati nell'apostolato delle comunicazioni sociali siamo pronti a utilizzare tutto, pure tali momenti di distorsione informativa o di ricerca scandalistica, al fine di produrre una proposta di fede coerente. Gesù, infatti, assume e usa sempre i comportamenti anche ingenui o devianti dei personaggi del Vangelo per poi dire la sua Parola di vita (la donna che cerca l'acqua che non fa venire più sete e simili).

Comunque il titolo di questo paragrafo si riferisce anche, e soprattutto, alla così grande quantità di immagini della BVM, che appaiono su Internet. Intanto occorre dire che tale abbondanza riflette un aumento, per così dire «naturale», poiché negli anni recenti si sono moltiplicati i fenomeni di apparizioni, vere o presunte, quindi è normale che pure Internet rispecchi questo aumento, se non altro per discutere di tali fenomeni. L'abbondanza di immagini della BVM<sup>63</sup> in rete probabilmente obbedisce al criterio già descritto sopra per quanto riguarda gli spazi della convivenza civile, si tratta di un desiderio di sacralizzare lo spazio del web, allo stesso modo in cui anticamente agli angoli delle vie si ponevano edicole con l'immagine della Madonna perché proteggesse quel quartiere o quel rione. Ma l'immagine della BVM costituisce

---

<sup>63</sup> Secondo una ricerca dell'ottobre 2009 condotta con un motore di ricerca, in rete si troverebbero oltre 5.300.000 di immagini etichettate con la denominazione «vergine maria» provenienti da siti di lingua inglese.

pure un antidoto ad alcune tendenze spiacevoli che possono ingenerare i media.

## Maria antidoto all'onnipotenza

Una delle tendenze più distraenti e cagione di perdita di tempo e di risorse è il *surfing* per così dire nevrotico. Ossia il vagabondare senza meta precisa, soddisfacendo curiosità spesso improprie o giusto per passare il tempo. I nuovi media non sono causa di solitudine ma spesso la rendono gradevole, quindi portano a trascorrere molto tempo in solitudine pensando di interagire con i propri simili, ma si tratta di rapporti effimeri, «liquidi» potremmo dire, con Bauman, basta cliccare su un pulsante e quella relazione viene cancellata, non esiste più nella nostra vita. Questo è visibile specialmente in Facebook, in cui è assai facile sbarazzarsi di amicizie indesiderate, ma un po' in ogni circostanza in Internet è assai facile eliminare l'altro. Evidentemente, questo può condurre a una sorta di delirio di onnipotenza, nel quale ci sentiamo del tutto indipendenti e proprietari delle relazioni con gli altri, mentre una relazione vera va vissuta in due, accettando pure le decisioni dell'altro<sup>64</sup>.

Una problematica simile, e forse ancora più accentuata, è quella che si vive con i cellulari. Il cellulare è sempre comunque disponibile ed è sufficiente premere un tasto in cui è memorizzato un nume-

<sup>64</sup> Questa tendenza a «eliminare l'altro» si nota anche in differenti contesti mediatici. Ci riferiamo, per esempio, al Grande Fratello in cui i concorrenti, che di solito vengono fatti vivere in un contesto di immoralità diffusa e di promiscuità sessuale, avulsi dalle pratiche religiose, devono eliminarsi a vicenda al fine di arrivare a conquistare un premio in denaro... diciamo che la pedagogia soggiacente a tale tipo di programma è alquanto sconfortante e se viene proposto come modello di comportamento ai giovani, come è invero accaduto in TV, dobbiamo dire con fermezza che i modelli che vanno proposti ai giovani sono ben altri.

ro per raggiungere chiunque nel mondo, eliminando la fatica del comunicare, il costo della comunicazione, e quanto è connesso con la carenza di essa, di fatto svilendo il valore della comunicazione, che diventa ora una merce a bassissimo prezzo, mentre se per conquistarla occorre impegno e fatica è chiaro che il suo «valore percepito» sale enormemente. Con il cellulare si possono immortalare gli attimi della nostra vita, quindi esso concede pure il ruolo di «signori del tempo», ma anche della vita e della morte, come dimostrano le varie notizie sulla stampa che segnalano fotografie scattate a cadaveri, anche in situazioni macabre, scattate dalla gente comune, in particolar modo giovani. Maria, dal canto suo, vive delle vere difficoltà comunicative di comprensione: non comprende come potrà diventare l'ancella del Signore, ma si rende disponibile, ascolta una terribile profezia circa una spada che le avrebbe trafitto il cuore, ma non vacilla resta salda nella sua risposta, non capisce l'atteggiamento del suo Divin Figlio che deve occuparsi delle cose del Padre suo, ma serba tutte queste cose nel suo cuore, quindi la BVM si scontra con reali difficoltà comunicative e pertanto la sua esperienza rende questa comunicazione «tenacia» ossia tra Dio e l'uomo una questione assai complessa e preziosa in termini di valore percepito.

A proposito di questo formidabile rapporto che inizia da Adamo<sup>65</sup> («Dove sei?» chiede Dio Padre, fingendo di non saperlo...) e ricalca il nostro modo di iniziare una conversazione («Salve, come sta?» «Pronto, mi sente?») sta secondo Ronchi (2003) la cosiddetta *comunicione fatica suprema* un'espressione assoluta di amore, si tratta di un pure dire che non afferma nulla di particolarmente definito, una maniera di dire che si può ritenere svincolata da quanto si dice, che propone, secondo il filosofo Leniva<sup>66</sup> (1978) un «intrigo di prossimità» una modalità originaria dell'esposizione all'altro che rappre-

---

<sup>65</sup> Gn 3,1-24

<sup>66</sup> Cit. in Ronchi, 2003.

senta il senso dell'essere soggetti in quanto timore e soggezione («Mi sono nascosto»).

In tale funzione fatica, si dona una parola che non rappresenta nulla, è solo segno di se stessa e ascoltare e replicare a questa parola significa accettare e ricambiare un dono prezioso e insostituibile.

## **Maria antidoto alla iperconnessione**

Una caratteristica dei nuovi media è, inoltre, il consentire agli utenti di essere sempre collegati, sempre connessi di restare sempre a contatto, il che può portare a un'ipertrofia delle relazioni, quando si resta troppo a contatto si finisce pure per provocare attrito, irritazione. Esperimenti sui topi da laboratorio hanno dimostrato che se ad alcune cavie si toglie la privacy, esse finiscono per mostrare segni di follia. Chissà se le frequenti notizie, purtroppo, che riguardano episodi di follia ai quali siamo oramai abituati, hanno come concausa questa sovraesposizione ai mass media. È vero infatti che possiamo selezionare gli utenti del nostro collegamento online, ma è vero anche che i mass media causano dipendenza. L'OMS ha catalogato alcuni disturbi derivanti da un uso eccessivo e disordinato dei nuovi media, in particolare di Internet e dei videogame e questa assume i connotati di una vera e propria malattia, vediamo in che termini.

Per dare un'idea delle modalità e delle difficoltà di fruizione dei nuovi media da parte dei giovani, riportiamo qui alcune considerazioni di adolescenti durante un'indagine su adolescenti e internet<sup>67</sup>: «in chat si viene capiti»; «ci si può sfogare e parlare dei problemi»; «si trovano persone simpatiche che ti ascoltano e ti apprezzano»;

<sup>67</sup> Cit. in Tulelli, R., «Abitudini e stili di vita degli adolescenti in rapporto all'uso del pc e di internet: caratteristiche e rischi» [accesso 16 luglio 2009] <http://comunytation.myblog.it/archive/2009/02/05/abitudini-e-stili-di-vita-degli-adolescenti-in-rapporto-all.html>

«ci si sente un altro... migliore»; «con quelli della chat non si hanno roture»; «se non voglio più farmi trovare basta che cambio nick»; «mi piace chattare, il brutto è quando devo smettere»; solitamente la chat line raggiunge lo status di una sorta di rifugio che tutela da situazioni reali spesso sgradevoli, generando compensazione e riscatto. Ovviamente qui il rischio è quello di invertire l'ambiente della chat con quello reale, rendendo gradevole e appetibile tale inversione relegando la realtà reale (in opposizione a quella virtuale) a un ruolo residuale.

La dipendenza, quindi, dai nuovi media è una possibilità concreta, se è vero che è stata classificata come *Internet Addiction Disorder* (Iad), cui si associa la *Information Overload Addiction* (Ioa), la *Cyber Relationship Addiction* (Cra), *Multi User Dungeon* (Mud) *Addiction*, *Compulsive Online Gambling* (Cog) già contemplato dal noto DSM IV, manuale diagnostico dei disturbi mentali, la Trance Dissociativa da Terminale (Tdt) osservata da Caretti che implica alterazioni dello stato di coscienza a causa di eccessiva permanenza al terminale (Cantelmi, 2003).

Tuttavia non è solo la dipendenza che preoccupa, ma pure altri comportamenti considerati comunemente come devianti: l'interattività di alcuni nuovi media rendono assai simile una chat a una conversazione comune, senza peraltro che si possa vedere l'interlocutore, a meno che non sia presente una videocam. Questo spesso conduce l'utente a una iperdescrizione di se stesso, ossia come vorrebbe essere e non come è (financo cambiando sesso...). E mentre per un adulto ciò può anche (ma non sempre) essere vissuto come un gioco, per un adolescente, spesso non in armonia con il proprio aspetto fisico, il «sentirsi costretto/a» a fornire una descrizione fisica di sé differente dalla realtà, per rendersi gradevole all'interlocutore, può essere, alla lunga fonte di frustrazione e di diminuzione dell'autostima e può costituire una ulteriore spinta a voler assomigliare fisicamente a quei *modelli televisivi*.

## Le manipolazioni mentali

Nella contemplazione attiva della figura di Maria che serba le cose nel suo cuore, meditandole, rivisitandole, dando loro significato, sta il farmaco contro tale sindrome, affinché quello che viene affermato corrisponda, per quanto possibile, ai reali sentimenti e sensazioni dei giovani. Questo esercizio contribuisce a rafforzare la loro struttura mentale, rendendola maggiormente resistente a forme insidiose di tentativi di manipolazione, non sentendosi, per esempio, costretti a fornire di sé una descrizione non vera. Quando accenniamo a forme di manipolazione, ci riferiamo alla teoria dei memi<sup>68</sup>. Sostiene Ianneo (2005)

I virus della mente che si trasmettono alla velocità del pensiero non sono altro che involucri protettivi per materiale memetico. Questo codice informazionale, entrando a contatto col patrimonio di credenze e idee presente nella mente della gente, tenta in tutti i modi di mescolarsi ad esso, di trasformare l'ospite in una fabbrica di replicazione. Più trova un cervello indebolito e confuso più alta sarà la probabilità che riesca a focalizzare tutta l'attenzione del singolo su di sé. Come nel caso dell'epidemia del Tamagotchi o Virtual Pets, affini, un esempio di contagio particolarmente virulento che si è trasmesso in poco tempo all'intero globo. Paranoie e disordini compulsivi sono stati l'effetto collaterale diffusissimo tra i bambini colpiti dal meme. Ma

---

<sup>68</sup> La Teoria dei memi si deve a Richard Dawkins e al suo libro «Il gene egoista», 1976. In pratica indica il trasferimento dell'informazione secondo modelli evoluzionistici. Una filastrocca, un proverbio, una leggenda metropolitana, etc. sono tutte forme di memi.

questo non ha avuto molto importanza per i produttori e distributori Nipponici ed Occidentali delle famigerate creaturine digitali: fare soldi è l'unico intento delle grandi compagnie mondiali che piano piano stanno scoprendo il potere del nuovo paradigma darwiniano dell'ingegneria memetica. Capire perché e come una parte della merce sul mercato si diffonda meglio e più velocemente è lo scopo di interi eserciti di pubblicitari che, utilizzando l'approccio del meme, potrebbero ribaltare la prospettiva sul confezionamento di spot e di advertising per conquistare letteralmente il potere su milioni di teste da infettare.

Maria dal canto suo conosce la solitudine, la fuga, il rifiuto e ogni difficoltà che ha superato è stata parte di quel piano di salvezza per sé e per l'umanità di cui è stata fin dal primo istante collaboratrice.

La BVM ha caratteristiche opposte in termini di fedeltà (si pensi alla Virgo Fidelis, patrona dell'Arma dei Carabinieri), Lei è lo specchio della giustizia, colei che porta a vedere con occhi giusti le relazioni con gli altri, è la sede della sapienza, laddove la sapienza del Signore rinfranca l'anima e ci conduce su vie giuste evitando quelle inutili perdite di tempo, grazie pure alla sue caratteristiche di stabilità (Arca della fede, Torre della santa città di Davide), conosce la sobrietà, la povertà, sa riconoscersi umile e per questo il Signore ha fatto cose grandi in Lei. Per questo la contemplazione frequente delle qualità della BVM costituisce una sorta di antidoto, di metodo per cauterarsi dalle perniciose tendenze che si acquisiscono in Internet e che potrebbero poi ripresentarsi nella vita reale. I media rappresentano un'opportunità indicibile per la nostra comunicazione, quindi è doveroso apprendere a utilizzarli correttamente, al fine di non commettere errori e non nuocere ad alcuno.

## L'immediatezza nel decidere

Andreoli (2007) lamenta il fatto che con il telefonino spariscia, per certi versi, la libertà di scelta nel rispondere, ossia che davanti a un invito particolare, per esempio, una sera a cena, si sia quasi obbligati a rispondere di sì, perché si sa già che proprio in virtù della facilità delle comunicazioni cellulari, il nostro posto potrà essere facilmente preso da altre persone e quindi non si avranno altre possibilità: in futuro, dopo un paio di negazioni o dopo la richiesta di un periodo di riflessione per decidere, non si verrà più invitati a cena poiché occorre decidere all'improvviso su questioni del tutto improvvise.

Quale valenza hanno questi *sì* via cellulare, rispetto al *sì* della BVM? Anche nel suo caso, si è trattato di un'accettazione improvvisa, davanti a un fatto del tutto improvviso e imprevisto nella storia umana e neppure l'invito ricevuto da Lei era chiaro (diventare la Madre di Dio). Andreoli continua dicendo che la vita digitale, per molti versi, è al di sopra della morale, al di fuori di essa, oltre essa, quindi ha poco senso parlare di libertà, di consapevolezza, di responsabilità nella vita digitale, probabilmente — interpretiamo noi — i media sono moralmente inerti, neutri, quindi non possono diventare maestri di libertà, consapevolezza, etc. Ecco la differenza, dunque, di molti nostri «*sì*» digitali e il «*sì analogico*» della BVM, il suo era un *sì* pienamente libero e responsabile, e anche se non aveva una completa consapevolezza di quanto le veniva chiesto<sup>69</sup> era consapevole dell'aiuto che la Provvidenza le avrebbe offerto per portare a compimento quella particolarissima missione che avrebbe «pubblicato» — reso pubblico — il Verbo. I nostri *sì* sono spesso forzati, poiché sappiamo che, probabilmente, non avremo una seconda possibilità di accettare un invito o di ricevere un contatto.

---

<sup>69</sup> Nel testo greco dell'Annunciazione, la BVM non chiede «come è possibile» ma semplicemente «come sarà?».

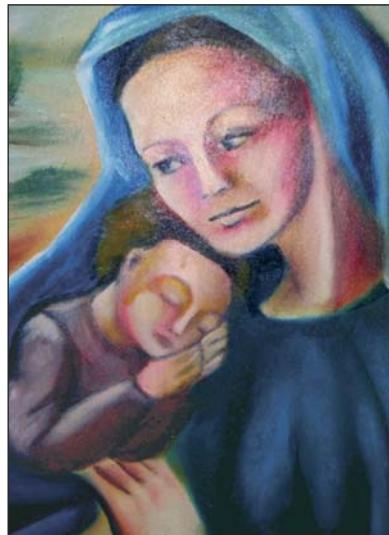
Tale ragionamento sulla libertà e i media si ritrova pure nell'utilizzo della televisione (Andreoli, 2007) in termini di dipendenza da essa, all'immobilità che conduce all'essere solo spettatori di un evento senza partecipare (voyeurismo). Anche qui il «sì» partecipativo della BVM ci insegna molto, a non restare solo *audience* di un evento, ma a diventare parte attiva di esso, rendersi partecipi<sup>70</sup>. Ora, sempre in tema di partecipazione, diciamo solo qualche parola sulle immagini in Internet.

## **Quali caratteristiche hanno le immagini in Internet?**

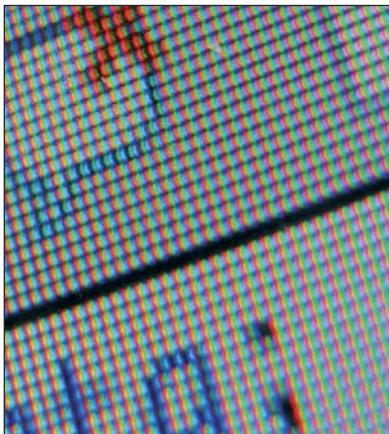
A questo punto è bene ricordare che osservare un'immagine in Internet è diverso dall'osservare un'immagine stampata o un'immagine cinematografica. Ci riferiamo in particolare a quanto sosteneva il sociologo dei media canadese McLuhan. Ebbene, lo studioso afferma in sintesi che la Tv, e quindi pure lo schermo del computer, propone immagini composte da un numero elevato di punti luminosi (pixel) e questi punti tra loro presentano dei minuscoli spazi vuoti, che in qualche modo devono essere «riempiti» dalla visione dello spettatore, esattamente come se si stesse osservando un mosaico, composto di tessere. Se ci si avvicina molto allo schermo, non si vede più nulla, mentre se ci si avvicina a un affresco o a un dipinto l'immagine continua ad avere un senso. Quindi se contempliamo immagini sacre in Internet occorre compiere un processo in più rispetto alla fruizione delle immagini sacre tradizionali. Un'operazione simile, ma non proprio la stessa, va compiuta con l'arte moderna. Ecco qui alcune rappresentazioni della BVM secondo i canoni contemporanei:

---

<sup>70</sup> Viene il dubbio che molta dell'indifferenza nei confronti delle disgrazie umane, che si legge sui quotidiani, provenga proprio da questo spirito che induce la gente a ritenersi solo «audience» e non partecipe delle sventure altrui.



Bisogna porre in quegli spazi del mosaico video-televisione alcune informazioni che non vi sono di per sé, in pratica l'immagine viene «costruita» dallo spettatore, vi è una partecipazione attiva ad essa, viceversa nel cinema questo non avviene perché l'immagine non è composta da punti ma si basa su un tratto di pellicola impressionata. Ecco un esempio di pixel dello schermo di un computer confrontato con un mosaico di stile bizantino:



Nel cinema, invece, l'attività da svolgere è un'altra: in esso non vi è movimento, perché la macchina da proiezione proietta sullo schermo cinematografico soltanto una sequenza di immagini fisse. L'attività che deve compiere lo spettatore è l'aggiunta del movimento, dovuto a un'imperfezione del nostro sistema visivo. Questo non accade contemplando un'immagine sacra dipinta in una chiesa, che è simile a quella cinematografica senza il movimento. Si direbbe che la visione in Internet richieda uno sforzo maggiore, una partecipazione più intensa al fine di costruire il senso dell'immagine il che potrebbe essere positivo, potrebbe rappresentare una partecipazione alla preghiera più attiva, si pone nella visione qualche elemento di proprio, di personale. Ricordiamo che la TV di per sé non ha alcuna terza dimensione: l'immagine che appare è sempre e solo a due dimensioni, come del resto il mosaico e le icone. Lo schermo di Internet e la TV sono un'attualizzazione di due forme d'arte classiche come il mosaico e le icone cui viene aggiunto il movimento, pure se non vi è nulla che si muove ma soltanto il movimento è dato dal cambio di colore dei vari punti luminosi che compongono lo schermo.

Tale modo di pregare, rispecchia, invero il modo in cui dovremo pregare abitualmente. Spesso la gente dice «Prego ma Dio non mi ascolta, avrà altro da fare...» e simili. In realtà, Dio non si distrae mai e non siamo noi che prendiamo l'iniziativa nella preghiera, ma è sempre e solo Dio, il quale Egli stesso pone nella nostra mente il desiderio di pregare poi siamo noi ad aderire o no alla sua proposta (Rahner). Il modo di pregare comune è, per certi versi, incarnato dalle immagini che troviamo in Internet: ossia Dio ci pone davanti un'immagine con piccoli spazi bianchi tra i punti di colore e noi siamo chiamati a partecipare e a *riempire* questi piccoli spazi con la nostra partecipazione orante.

Il modello di tale rapporto di preghiera con il Signore è proprio la vocazione di Maria, la quale accetta di collaborare liberamente al progetto di redenzione di Dio che le viene posto dinanzi come un mosaico, in cui Ella vede ancora forme incomplete, non comprende fino in fondo come avverrà ma è disposta a completare tali forme incomplete con la sua partecipazione. L'Annunciazione costituisce, quindi, un «mosaico» cui la BVM partecipa per completare l'immagine composta dalle tessere del progetto del Signore.

Se si osservano le immagini riportate sopra si comprende immediatamente che cosa significa questo nell'arte moderna, tuttavia si tratta di un modo di completamento diverso da quello che occorre mettere in atto guardando uno schermo. Nel quadro riprodotto in basso, il volto della BVM e del Bambino non si vedono, questo potrebbe significare che lo spettatore è chiamato a immaginare un volto per quella Madonna e un volto per quel Bambino, che quindi potrebbero assumere le sembianze di persone reali e di volta in volta possono diventare una donna migrante e il suo piccolo (la fuga in Egitto), una mamma che chiede aiuto per il suo bimbo e non lo trova (non c'era posto nell'alloggio) e simili. Nell'immagine sopra a sinistra, il volto è solo parzialmente accenna-

to, il che potrebbe essere un accenno all'impossibilità di rappresentare il sacro, che trova le sue origini nel divieto agli ebrei di scolpire idoli rappresentanti Dio o altre figure umane. Qui, lo spettatore è invitato a cogliere il senso del ritratto con i pochi elementi che l'artista ha dato, in particolare quell'occhio sinistro che pare trasmettere un grande dolore e quindi potrebbe trattarsi di Maria sul Calvario. Non solo, ma osservando attentamente l'immagine si nota che l'occhio e il naso sono rappresentati come di profilo, ma il volto appare in tre quarti quindi vi è una sorta di mobilità in quel volto come se si voltasse e l'artista abbia voluto rappresentare questo movimento. Infine, nell'immagine a destra, Maria è rappresentata piuttosto evidenziando le sue caratteristiche di solidità morale e spirituale (Turris davidica, Foederis arca), così pare osservando il volto massiccio che spicca rispetto al resto dell'immagine.

Come si vede, tali operazioni di completamento dell'immagine sono proprie pure dell'arte figurativa tradizionale, ma in Internet assumono caratteristiche nuove e diverse perché è la figura stessa che viene rappresentata come un «mosaico» digitale che, come detto, va completato.

## Maria strumento sempre nuovo

Non è senza un qualche timore che ci accingiamo a discutere il titolo di questo paragrafo: la BVM intesa come *medium*, ossia strumento dell'azione libera e gratuita di Dio. Partiamo da un pensiero di S. Massimiliano Maria Kolbe il quale sosteneva:

*«la Madonna è la più perfetta tra le creature, è stata elevata al di sopra delle creature, ed è una Creatura Divina in un modo inefabile. Ella è strumento di Dio. Con piena consapevolezza Si lascia volontariamente condurre da Dio, si conforma alla Sua Volontà,*

*desidera solo ciò che Dio vuole. Opera secondo la Sua Volontà nel modo più perfetto possibile, senza il minimo difetto, senza alcuna deviazione della propria Volontà, dalla Volontà di Lui».*<sup>71</sup>

E noi vogliamo proprio partire da quella definizione di *strumento* che il santo dà per giungere a quanto interessa a noi, ossia Maria come *strumento*, come mezzo di comunicazione tra Dio e l'uomo. A tale scopo è bene richiamare alcuni concetti circa i mass media espressi da McLuhan:

- I media sono un'estensione dell'uomo: la radio è un'estensione dell'organo dell'udito, il microfono della voce, la ruota è un'estensione delle capacità di camminare, il telescopio e gli occhiali della vista, etc.
- I media non sono un ponte tra l'uomo e la natura, essi sono *la natura* stessa intesa come ambiente.
- Le società sono state plasmate più dalle *caratteristiche* dei media tramite cui gli esseri umani comunicano che non dal contenuto della comunicazione stessa.

Proviamo ora a esaminare il fenomeno mariano alla luce di queste affermazioni. Applicando la prima affermazione, otterremmo che la BVM è una sorta di estensione dell'azione di Dio, occorre, però, spiegare bene il senso di tale proposizione onde evitare l'accusa di eresia. I media sono intesi da McLuhan come una sorta di prolungamento, essi (in generale i manufatti dell'essere umano) sono estensioni del corpo. La ruota è estensione del piede, l'abito della pelle, la radio della voce. Così nei testi (McLuhan, 1997).

---

<sup>71</sup> Cit. nel libro «Maria madre di Dio».

*«Oggi, dopo oltre un secolo d'impiego tecnologico dell'elettricità, abbiamo esteso il nostro stesso sistema nervoso centrale in un abbraccio globale che, almeno per quanto concerne il nostro pianeta, abolisce tanto il tempo quanto lo spazio»<sup>72</sup>.*

Ogni «artefatto», o prodotto dell'ingegno umano, può essere dunque considerato estensione di una qualche attività fisica o psichica. Le estensioni, infatti, non sono solo fisiche: ci sono anche le estensioni psicologiche, ossia percettive, dovute a dati media che *entrano* in noi non perché vengono a contatto con la nostra pelle, ma perché si insinuano in quelle *porte* di cui disponiamo, che sono gli occhi, le orecchie, l'olfatto, il gusto e il tatto. I cibi sono essi stessi estensioni, appendici, della nostra facoltà di degustare. Il senso del gusto si compie unicamente con la sua estensione ossia il cibo, senza di esso, anche il concetto di gusto non avrebbe significato. Quindi, che cosa sono i media elettronici attuali? Sono dei media che penetrano dentro i canali della nostra percezione e arrivano più direttamente alla organizzazione della nostra conoscenza che risiede fondamentalmente nella mente. Internet è uno di questi mezzi, seppure molto diverso, perché è di tipo più passivo, anche se meno della televisione e prima ancora della radio e del cinema.

Se il Verbo incarnato, dunque, è il messaggio d'amore (o meglio il significato condiviso) di Dio verso l'uomo, Maria è certo il canale comunicativo attraverso il quale ci giunge e fin qui non vi è nulla di nuovo, perché il Beato Alberione chiamata la BVM «editrice del Verbo incarnato». In che senso allora il medium rappresentato dalla BVM è l'estensione, il prolungamento di Dio? Non è un'estensione di Dio in senso proprio, o locale, nel senso che non condivide l'esere di Dio, ma partecipa ad esso secondo quanto Dio gliene comu-

---

<sup>72</sup> Questo concetto dell'*estensione del sistema nervoso centrale*, a nostro parere è pure la migliore definizione dei computer.

nica. Dio non si trova in un sasso o in un albero ed è presente in un uomo solo in quanto agisce in quell'uomo. Orbene, è estensione di Dio solo in quanto creato a Sua immagine, a Sua somiglianza non in quanto propaggine dell'essere divino, non è estensione della sua sostanza, è estensione di Lui in quanto le creature «nominano» Dio.

Chiarito questo, riprendiamo quella frase di McLuhan: «Oggi, dopo oltre un secolo d'impiego tecnologico dell'elettricità, abbiamo esteso il nostro stesso sistema nervoso centrale in un abbraccio globale che, almeno per quanto concerne il nostro pianeta, abolisce tanto il tempo quanto lo spazio» e si potrebbe parafrasare come «nella pienezza dei tempi, Dio ha esteso, tramite la BVM, il suo stesso sistema nervoso centrale in un abbraccio globale, che, almeno per quanto riguarda il nostro pianeta, abolisce tanto il tempo quanto lo spazio», intendendo il sistema nervoso centrale come l'amore di Dio.<sup>73</sup>

Ma l'analogia tra Maria e il canale di comunicazione tra Dio e l'uomo è pertinente, a nostro avviso, e tiene tanto più se consideriamo l'evento Cristo non un messaggio, ossia un pacchetto di informazioni che Dio vuole inviarci, ma piuttosto un *significato condiviso* che suscita in ciascuno di noi determinati «messaggi», intesi come reazioni ai significati che Dio ci invia.

E passiamo ora alla seconda affermazione di McLuhan, quella secondo cui i media non sono un ponte tra l'uomo e la natura, essi sono la natura. Ci pare che possa essere applicata con successo alla BVM, poiché essa non è stata un ponte tra Dio e l'uomo ma è parte della natura umana stessa, ha le stesse caratteristiche dei membri della Chiesa, soltanto non ha conosciuto il peccato originale, poiché dovendo seguire in tutto e per tutto la sorte del Figlio non poteva essere macchiata dal peccato. Quindi la BVM diventa simbolo della natura umana, potremmo dire, quella sorte che ci attenderà un giorno, quella in cui il peccato non avrà cittadinanza e non potrà

---

<sup>73</sup> Cf. Rm 1,20.

esservi, quella natura escatologica, degli ultimi tempi, il che avverrà quando il nemico sarà gettato definitivamente nello stagno di fuoco<sup>74</sup>. La BVM, costituisce la nostra natura *attuale* in quanto creatura umana e *finale* in quanto prefigura in Lei il nostro stato in cui il peccato sarà definitivamente cancellato e in quanto Assunta in cielo rappresenta pure la nostra glorificazione finale, il nostro corpo rigenerato e portato nella gloria dei cieli. Maria, inoltre, non costituisce solo l'aspetto naturale del nostro essere, ma pure quello culturale, in quanto definibile come capolavoro di Dio, termine che nella nostra accezione umana lascia intendere un'opera d'arte. La Bibbia contiene già un riferimento a Dio come vasaio<sup>75</sup>, quindi è lecito pensarla pure come artista che produce un capolavoro di bellezza e grazia come la BVM. E concludiamo questo paragrafo con la terza affermazione: «Le società sono state plasmate più dalla natura dei media tramite cui gli esseri umani comunicano che dal contenuto della comunicazione stessa».

Da sempre consideriamo il significato condiviso di Dio (messaggio), la sua Parola, come elemento efficace, *performativo* diremmo in termini di comunicazione. La Parola di Dio «è vivente ed efficace, più affilata di qualunque spada a doppio taglio, e penetrante fino a dividere l'anima dallo spirito, le giunture dalle midolla; essa giudica i sentimenti e i pensieri del cuore»<sup>76</sup>, con essa si rende pura la via del giovane<sup>77</sup>, essa ristora l'anima, è veritiera, rende saggio il semplice, è giusta, rallegra il cuore, illumina gli occhi<sup>78</sup>, con la Parola di Dio avviene la transustanziazione durante la S. Messa, etc. Tuttavia, anche chi non conosce la Parola di Dio ha una

<sup>74</sup> Ap 20,7-10.

<sup>75</sup> Ger 18,1-19.

<sup>76</sup> Eb 4,12.

<sup>77</sup> Sal 119,9.

<sup>78</sup> Sal 19,7 ss.

possibilità di salvezza allora consideriamo più ancora che il contenuto del significato condiviso di salvezza la natura stessa di tale significato, ossia l'amore di Dio, che è efficace perfino a prescindere dalla Sua parola, poiché altrimenti non vi sarebbe salvezza per chi non conosce il Vangelo. Ecco allora che siamo plasmati dalla natura stessa del medium, in questo caso la natura di amore, di umiltà, di servizio, di ascolto della BVM, almeno altrettanto quanto dal contenuto del significato condiviso della Scrittura.

## **Maria mezzo e messaggio**

Con l'espressione «il mezzo è il *messaggio*», il McLuhan, invece, intendeva sottolineare che ogni medium contribuisce a plasmare la mente dei suoi utenti e questo va inteso anche nel senso che li rassicura. Ci sono alcuni media che, secondo McLuhan, assolvono soprattutto alla funzione di rassicurare e uno di questi media è la televisione, la quale per lui era un mezzo di conferma: non era un medium che desse luogo a novità nell'ambito sociale o nell'ambito dei comportamenti personali. La televisione non crea novità, non ne suscita, è quindi un mezzo che *massaggia*, conforta, consola, conferma e «inchioda» gli spettatori in una stasi fisica (obbliga a stare seduti a guardarla) e mentale (poiché favorisce lo sviluppo di una *forma mentis* non interattiva, al contrario di internet e di altri ambienti comunicativi a due o più sensi).

In questo caso, essendo la BVM il medium che ci porta la Parola di Dio incarnata, ci pare appropriato paragonarla a Internet, più che al mezzo televisivo che è unidirezionale, poiché è lei che induce a interagire con la Parola di Dio (Specchio della santità divina, Sede della sapienza, Causa della nostra letizia, Tempio dello Spirito Santo, Tabernacolo dell'eterna gloria), quindi stimola *l'interattività* con il Signore è un canale bidirezionale nell'avventura comunicativa tra Dio e l'essere umano. La Parola di Dio, spesso ci toglie

le conferme, ci stimola, è fuoco che brucia, sale che irrita, lievito che lievita mentre la BVM rappresenta la novità nel quotidiano della condizione umana, l'umanità e la Chiesa rigenerata, che si pone in ascolto obbediente e con fatica, è la piena di grazia sancificante e vivificante è colel che si fa tramite della novità del cristianesimo.

## **Maria villaggio globale dell'umanità**

Quella del *villaggio globale* è una metafora adottata da McLuhan per indicare come, con l'evoluzione dei mezzi di comunicazione, tramite l'avvento del satellite che ha permesso comunicazioni contemporaneamente a grande distanza, il mondo sia diventato piccolo ed abbia assunto di conseguenza i comportamenti tipici di un villaggio. Il concetto fu introdotto per la prima volta in MacLuhan (1964).

Questa metafora è divenuta ora un'espressione dell'epoca «elettronica» in contrapposizione alla precedente epoca «meccanica», destinata ad un inarrestabile declino. McLuhan, in questo saggio, descrive il mondo con la sensibilità di chi ormai è attore e spettatore di un'era che «ha ridotto il globo a poco più che un villaggio e, riunendo con repentina implosione tutte le funzioni sociali e politiche, ha intensificato in misura straordinaria la consapevolezza della responsabilità umana.» (*ibid.*)

Il mondo si dona al nostro sguardo in un unico ampio spazio, di cui rappresenta l'espressione nel suo significato più vero: una realtà vivente dispiegata in ogni suo punto sotto il medesimo orizzonte. Questa dimensione, anche se all'apparenza può risultare ristretta nei suoi confini, fa più piccola e familiare rispetto all'immagine misteriosa e sconosciuta che ancora la nascondeva e proteggeva fino a qualche decennio fa, mai come nel tempo presente si manifesta tanto ricca di scambi, influenze e confronti tra tutte le sue parti improv-

visamente vicine e collegate l'una all'altra (Basso Zendali, 1997).

Non bisogna avere conoscenze teologiche approfondite per ricordare che la BVM è immagine della Chiesa e dei credenti e per poter concepire che tale villaggio globale coincide per noi cristiani con l'assemblea dei credenti, l'*ekklesia* dei chiamati, ossia la Chiesa cattolica, cioè universale e che quanto la Madre Chiesa ha definito della BVM lo ha anche definito di sé stessa.

Colpisce, comunque, come la definizione di McLuhan sia aderente e applicabile alla BVM stessa: «ha intensificato in misura straordinaria la consapevolezza della responsabilità umana», ossia per potere dire quel «sì» ogni fedele, e la BVM per prima, occorre essere consapevoli della suprema responsabilità che abbiamo, ossia quella di essere chiamati alla cooperazione alla salvezza, al fine di salvare noi stessi<sup>79</sup>. Diventiamo collaboratori di Dio e siamo chiamati a completare la creazione, non perché incompleta, ma perché in essa esistono potenzialità che vanno sviluppate secondo la maturità dei tempi. Nella creazione di Dio erano, per così dire, insite invenzioni come la stampa, l'automobile, i mass media, i satelliti e l'essere umano non ha fatto altro che portare a compimento il desiderio del Creatore che ci ha dato la possibilità di costruire tali strumenti per comunicare in modo più efficace ed efficiente.

Quindi è proprio su questa straordinaria analogia tra l'era elettrica e la vicenda della BVM unite dal quel geniale predicato incluaniano «ha intensificato in misura straordinaria la consapevolezza della responsabilità umana» che vogliamo basare tutto questo libro, la nostra riflessione e con l'aiuto di Dio anche la nostra vita e la nostra attività di comunicatori.

<sup>79</sup> In un suggestivo saggio di Jung «Risposta a Giobbe» lo psicologo postula che sia stata proprio la pazienza di Giobbe davanti al male a convincere Dio a «rinovare» il mondo con l'Incarnazione del Logos.

## Maria e le leggi dei media

Nella formulazione di tali leggi, McLuhan parla di metodo scientifico (1989), ossia ha utilizzato il metodo induttivo per formularle. Dette leggi derivano dall'osservazione degli effetti dei media, in particolare dello *sfondo* che creano. Tale termine va inteso in un'ottica strutturalista. Dice infatti l'Autore (*ibid.*) che gli strutturalisti sogliono suddividere gli approcci ai problemi in due categorie: *diacronici* e *sincronici*. La diacronia è lo studio evolutivo dei fenomeni, mentre la sincronia tratta le questioni di forma che sono presenti in ogni istante temporale. La sincronia, essendo la compresenza dei fenomeni è per così dire «acustica» mentre la diacronia è sequenziale, quindi è «visiva». Tali considerazioni portano a concepire queste leggi dei media (ma applicabili a ogni fenomeno umano) come valide su «base storica».

Queste non sono tanto leggi della trasmissione, ma della trasformazione culturale, ossia sottendono una teoria della comunicazione come *trasformazione* e non come *trasmissione* (Gronowsky, 2003; Ronchi, 2003). Si tratta di quattro domande (*cf.* McLuhan, 1988) che formano una cosiddetta «tetrade»:

1. «Che cosa viene accresciuto o intensificato o reso possibile o accelerato dall'artefatto?»
2. «Se qualche aspetto di una situazione viene ampliato o rafforzato, contemporaneamente la situazione precedente, non ancora accresciuta, viene rimossa. Che cosa viene messo da parte o reso obsoleto dal nuovo organo?»
3. «Quale ripresa o recupero di attività e servizi precedenti viene contemporaneamente messo in azione dalla nuova forma? Quale sfondo più antico, già obsoleto, viene rimesso in gioco aderendo alla nuova forma?»

4. Una volta spinta ai limiti estremi del suo potenziale (un'altra azione complementare), la nuova forma tenderà a capovolgere le sue caratteristiche originarie. Qual è la potenzialità di rovesciamento della nuova forma?»

Esemplificando, consideriamo un medium come la fotocopia (McLuhan, 1988). Essa:

1. Aumenta la velocità del processo di stampa
2. Rende obsoleta la catena di montaggio del libro
3. Ripristina la tradizione orale (nel senso che facendo circolare le fotocopie *brevi manu*, si vive una situazione di «oralità» secondaria in cui uno trasmette un messaggio e altri lo recepiscono immediatamente).
4. Si inverte in «tutti sono editori».

Graficamente si può rappresentare come una tabella con quattro quadranti:

<i>Aumenta</i> la velocità del processo di stampa	<i>Rende obsoleta</i> la catena di montaggio del libro
<i>Ripristina</i> la tradizione orale	<i>Si inverte</i> in «tutti sono editori»

Proviamo ad applicare ora tale legge alla vicenda della BVM. La tetrade andrebbe riscritta nel seguente modo:

1. Maria rende possibile la redenzione dell'umanità e tramite una comunicazione teandrica, ossia tra Dio e l'uomo, che contempla l'assunzione della natura umana dalla Seconda Persona della SS.ma Trinità.

2. Facendo questo viene resa obsoleta la condizione di peccato in cui l'umanità viveva e contemporaneamente vengono distrutte le opere del maligno.
3. Viene ripristinato lo stato precedente alla caduta, con Maria nuova Eva e Gesù nuovo Adamo che rendono possibile la riconciliazione con il Signore.
4. Portando all'estremo il culto mariano, si giunge a una forma di eresia poiché la BVM assume un ruolo più preminente di quello che ha avuto il Figlio (a titolo di esempio: la BVM intesa come quarta Persona della Ss. Ma Trinità).

Con questo ci pare di avere mostrato come le leggi dei media possano essere applicate con successo pure alla vicenda della BVM, che poi è anche la nostra.

## CAPITOLO 3

### *Apparizioni mariane*

Il senso delle apparizioni divine, a prescindere dall’immagine che si presenta, è quello di attirare alle fede il destinatario dell’apparizione, con un esplicito invito alla conversione dell’anima stessa e alla pratica delle virtù teologali, prima tra tutte la carità ossia l’amore per Dio. E si badi che non importa poi tanto il soggetto percepito, quanto invece la grazia della contemplazione, come del resto sosteneva S. Giovanni della Croce (Orlandi, 1996).

Da sempre si è posto il problema della veridicità dell’apparizione, ossia se si trattasse propriamente di un fenomeno soprannaturale o meno<sup>80</sup>. La Chiesa nella sua saggezza prevede alcuni criteri positivi e alcuni negativi. Tra quelli positivi vi sono:

- 1) la certezza morale che esista una qualche rivelazione privata accertata al termine di una rigorosa investigazione,
- 2) la stima delle qualità morali dei veggenti che devono mostrare di possedere sincerità, onesta, equilibrio, fedeltà al Magistero, etc.,
- 3) la valutazione del contenuto delle rivelazioni in seno all’apparizione per accertarsi che non vi sia nulla di contrario alla dottrina della Chiesa e infine
- 4) la produzione di frutti accertabili come, per esempio, l’incremento della preghiera, le conversioni, e simili.

---

<sup>80</sup> La Chiesa prevede tre gradi di giudizio in merito alle apparizioni: 1. constat de supernaturalitate (l’evento è di origine soprannaturale); 2. constat de non supernaturalitate (l’evento non è di origine soprannaturale); 3. non constat de supernaturalitate (non si può stabilire se l’evento è soprannaturale).

Tra i criteri negativi si annoverano:

- 1) errori palesi e incongruenze nella narrazione dei fatti
- 2) errori dottrinali che scaturiscono dai messaggi delle apparizioni
- 3) lo sfruttamento commerciale dell'evento «soprannaturale»
- 4) stati di alterazione psicologica dei veggenti
- 5) atti di immoralità commessi dai veggenti stessi

Tali criteri, per certi versi, sono validi pure per Internet. Diciamo che Maria «appare» pure in Internet, nel senso che i siti che parlano di lei la rendono presente con la sensibilità attuale<sup>81</sup>, il che è meraviglioso per la devozione mariana, ma vi è un problema oggettivo: in Internet non vi sono gerarchie, ossia tutto è a disposizione di tutti e nessuno controlla la veridicità delle affermazioni che si fanno. La qualità (e la verità) delle affermazioni spesso viene stabilita dal numero di ripetizioni che si trovano nel web circa una data informazione. Va da sé che un'informazione magari falsa e ripetuta centinaia di volte nel web diviene vera.

Quindi in Internet ci si trova frequentemente davanti a segnalazioni di apparizioni quantomeno dubbie, di cui non tratteremo neppure, non volendo conferire una qualche importanza a tali fenomeni, paleamente grotteschi<sup>82</sup>. Quello che ci preoccupa è piuttosto quanto è soggiacente a tali fenomeni di «pareidolia»<sup>83</sup> ossia che il tecnologizzare l'apparizione sposta il baricentro della fede dal rapporto con il trascendente al materiale tecnico, sia esso dischi fissi,

<sup>81</sup> Ricordo un memorabile corso alla Gregoriana di Roma tenuto da P. De Fiores su Maria ai nostri giorni. Probabilmente, quello è stato lo spunto per scrivere questo libro oggi.

<sup>82</sup> Si tratta di «apparizioni» su toast, biscotti, formaggio grigliato, vetrate...

<sup>83</sup> L'illusione che tende a ricondurre a forme note oggetti o profili (naturali o artificiali) dalla forma casuale.

pellicole, macchine digitali e simili (Apolito, 2002). In altre parole, migliore è il materiale tecnologico, migliore è la qualità della «visione», il che è una palese mistificazione. La visione richiede sempre un occhio di fede: il p. O'Collins S. I. sostiene, per esempio, che una videocamera non avrebbe potuto riprendere la resurrezione, poiché il presupposto era che lo spettatore fosse animato da un'intelligenza di fede razionale. L'occhio della fede, infatti, non è l'occhio di una videocamera.

Ciò detto, Internet non costituisce soltanto un luogo di informazioni mariane, ma anche e soprattutto un luogo formidabile di organizzazione del culto mariano (*Ibid.*), luogo in cui, tuttavia, è assai facile perdersi, data la totale assenza di riferimenti anche magistrali. E appunto noi intendiamo sfruttarlo in tal senso: ogni utilizzo di un oggetto può essere buono o cattivo (un coltello si può usare per tagliare il pane per il povero o per ferire il nemico), ma sta a noi intendere solo l'uso buono di esso.

Che atteggiamento deve assumere il cristiano davanti alla molteplicità di apparizioni vere o presunte? Occorre ricordare anzitutto che la BVM e il suo Divin Figlio hanno la libertà necessaria e sufficiente per apparire a noi oggi e inviarci messaggi per la nostra conversione; in subordine, occorre attenersi strettamente alle indicazioni magistrali le quali ricordano che fino a che non cessano le apparizioni, non è possibile esprimere alcun giudizio sulle apparizioni stesse<sup>84</sup>.

## **Quanto sono importanti le immagini per la fede?**

Le immagini sono molto importanti per la fede e la spiritualità e il fatto interessante è che non lo sostengono per primi il Magistero della Chiesa, neppure la Teologia e neppure la Sacra Scrittura. Il primo infatti che sostenne l'importanza dell'immagine per aiutare il

---

<sup>84</sup> Sul visionarismo religioso in rete, si consulti, tra gli altri Apolito, 2002

ricordo (*re-cordare*, lett. *Portare al cuore*) ed esprimere le idee fu infatti Platone. Per il filosofo le idee sono oggetto della contemplazione eterna, e fonte di nutrimento eterno dello spirito e della contemplazione dell'immortalità<sup>85</sup>. Dice Platone:



*L'anima è costretta a cercarne la prima parte [il visibile] ricorrendo, come a immagini, a quelle che nel caso precedente erano le cose imitate; e partendo da ipotesi, procedendo non verso un principio, ma verso una conclusione.*

*Quanto alla seconda parte [l'intelligibile], quella che mette capo a un principio non ipotetico, è costretta a cercarla muovendo dall'ipotesi e conducendo questa sua ricerca senza le immagini cui ricorreva in quell'altro caso, con le sole idee e per mezzo loro<sup>86</sup>.*

<sup>85</sup> Cf. Repubblica, Fedone e Fedro.

<sup>86</sup> Repubblica, 510, b.

Il che poi viene tradotto a livello di sapienza popolare nel celebre proverbio «un’immagine vale mille parole». Fedeli a tale principio si sono dimostrati, tra gli altri, pure i Gesuiti. Infatti, il p. Nadal S. J. (1507-1580) pubblicò un bel volume intitolato *Evangelicae Historiae Imagines* e successivamente *Adnotationes et Meditationes in Evangelia* da utilizzarsi durante le meditazioni degli Esercizi Spirituali al fine di aiutare coloro che avessero scarsa immaginazione<sup>87</sup>. Qualcuno afferma che il primo esempio di televisione spirituale siano stati proprio gli Esercizi Spirituali di S. Ignazio per il loro accento posto sull’immaginazione<sup>88</sup>. Questo episodio dice in modo chiaro e netto quanto sia utile, anzi, necessario impiegare l’immaginazione nella preghiera. Tali influenza poi raggiunge un altro grande illustratore della Sacra Scrittura e della Divina Commedia: Gustave Doré. A questo va aggiunta la teologia delle icone orientali: esse sono una vera e propria finestra sull’aldilà, come detto in precedenza.

## Maria donna dello schermo

Era troppo gustoso questo gioco di parole: donna dello schermo. La donna dello schermo, quella vera in realtà era un’antagonista di Beatrice nella *Vita nuova*, la donna che Dante amava. Il Fiorentino per celare il suo sentimento per quest’ultima volse il suo sguardo a un’altra che fungeva appunto da «schermo». Poi però Beatrice se ne accorse e... gli tolse il saluto (che gli dava «salute» e quindi gli fece

<sup>87</sup> Nadal, Jeronimus. *Evangelicae Historiae Imagines: Ex ordine Euangeliorum, quae toto anno in Missae Sacrificio recitantur; In ordinem temporis vitae Christi digestae*. Antwerp, 1593. Nadal, Jerome. *Adnotationes et Meditationes in Evangelia: Quae in sacrosancto missae sacrificio toto anno leguntur, cum evangeliorum concordantia, historiae integritati sufficienti*. Antwerp: Martinus Nutius, 1594; second edition 1595.

<sup>88</sup> <http://arturovasquez.wordpress.com/2009/02/20/on-faith-and-the-mass-media/>

parecchio male)<sup>89</sup>. Maria nello schermo del computer funge sì da schermo ma con funzione protettiva contro le tentazioni e il male. Le caratteristiche del *cybersurfer* cristiano sono riassumibili con tre semplici «V» (Aroldi e Scifo, 2002): vigilare, vagliare e valorizzare. Rinunciare a Internet solo perché presenta tentazioni non è pensabile, è come dire che siccome con il coltello si possono uccidere le persone, ci rifiutiamo di usarlo per tagliare il pane. Occorre invece munirsi e vincere tali tentazioni, che pure esistono, al fine di impiegare Internet in modo utile e corretto, evitando però quelle che si chiamano «occasioni prossime di peccato». Internet va utilizzato per le sue caratteristiche indubbiamente potentissime, tuttavia se si ha una ragionevole certezza che la frequentazione di Internet conduca a cadute relativamente al Sesto comandamento, per esempio, allora è prudente rimandare o evitare il *surfing*, a nulla vale guadagnare il mondo se poi si perde l'anima.

Perché Maria è la donna dello schermo per eccellenza? Perché Maria, da quando apparve per la prima volta a Saragoza a S. Giacomo Maggiore<sup>90</sup> introdusse nella storia umana un principio, per

<sup>89</sup> L'incipit di un celebre sonetto della Vita Nuova pare proprio parlare della Vergine Maria:

«Tanto gentile e tanto onesta pare  
la donna mia, quand'ella altrui saluta,  
ch'ognе lingua devèn, tremando, muta,  
e li occhi no l'ardiscon di guardare.  
Ella si va, sentendosi laudare,  
benignamente d'umiltà vestuta,  
*e par che sia una cosa venuta*  
*da cielo in terra a miracol mostrare.*»

<sup>90</sup> Secondo la tradizione, la Cappella a Saragoza sarebbe stata costruita da San Giacomo il Maggiore verso l'anno 40, in ricordo della prodigiosa «Venuta» della Vergine da Gerusalemme a Saragoza per confortare l'Apostolo assai deluso dei risultati negativi della sua predicazione. Il «Pilar» è appunto la colonna di alabastro su cui la Vergine avrebbe posato i piedi. Alcuni mistici, come la Ve-

così dire televisivo, nel vero senso della parola, ossia «vedere da lontano» (*tele* = lontano, *video* = vedo). Maria in questo momento si trova in cielo, assunta con anima e corpo, ma appare qui sulla terra, ecco il suo principio «televisione» come si presenta. Si potrebbe pensare, volendo dare una fondazione mistica alla tecnologica attuale, che la televisione, come la concepiamo noi oggi, sia stata possibile in quanto la realizzazione in ambito tecnico di quanto in chiave mistica si manifestò sin dagli albori della nostra fede, ossia da quando Gesù apparve ai suoi. Maria, infatti, segue in tutto e per tutto la sorte del suo divin Figlio, quindi le competono pure le apparizioni. Del resto, non occorre molta fantasia per pensare che qualora un corpo, presente in una determinata locazione, dia di sé un'immagine a distanza tale fatto rappresenti un principio «televisione». Questo accade sempre quando la Vergine Maria appare: il suo corpo si trova nella gloria del cielo, ma la sua immagine appare a noi fin dal 40 dopo Cristo.

Non si dimentichi che santa Chiara fu proclamata patrona della televisione proprio per un fenomeno di apparizione sulle pareti della sua cella<sup>91</sup>, mentre la BVM è protagonista della visione stessa. Non ha una visione, ma è essa stessa una visione.

Ad ogni modo per tornare a Maria ed Internet, viene da pensare che le attuali apparizioni di Medjugorje siano un fenomeno

nerabile Maria d'Agreda e Anna Caterina Emmerick, confermarono questa antichissima tradizione secondo le loro rivelazioni e visioni, ma già nel 1200 l'episodio è riportato in quello che è considerato il primo documento scritto sulla «Madonna del Pilar». Bisogna anche dire, per amore di verità storica, che la chiesa di «Sancta Maria intra muros» a Saragoza esisteva ancor prima della invasione araba, avvenuta nel 711. Fonte: <http://www.mariadinazareth.it/apparizione%20saragozza.htm> accesso maggio 2009.

<sup>91</sup> S. Chiara fu scelta da Pio XII quale protettrice della televisione, perché in una notte di Natale sulle pareti della sua cella apparvero le immagini del presepio e dei Riti che si stavano svolgendo ad Assisi nella Chiesa di Santa Maria degli Angeli. Fonte: [http://www.marity.net/Santa\\_Chiara.htm](http://www.marity.net/Santa_Chiara.htm) accesso maggio 2009.

legato alla contemporaneità, ossia la «serialità» delle apparizioni a Medjugorje, se approvate dalla Chiesa, non sono forse un richiamo alla «serialità» che caratterizza i nostri tempi? Pare quasi che l'apparizione nella località bosniaca rispecchi il modo di percepire dell'umanità che va verso la *serialità*. Anticamente, quando i moderni media non esistevano, era sufficiente percepire un'immagine singola perché questa assumesse un valore notevole. Oggi invece nella quantità elevatissima di immagini che vengono propagate pare quasi che anche l'apparizione voglia seguire lo stesso criterio, ossia come se per parlare alla gente del nostro tempo siano necessarie molte ripetizioni e apparizioni, proprio perché le nostre menti sono abituate a tale ridondanza. Le caratteristiche principali della serialità (comportamenti, prodotti materiali e simbolici) sono: numerosità, similarità e ripetizione, ritorno del già noto, continuità attraverso regolari cadenze temporali. Non a caso si parla di «culto» che riguarda la produzione seriale televisiva statunitense (Scaglioni, 2006). Insomma, sembra che l'apparizione intenda assumere un linguaggio che ci è noto: sembra che voglia modellarsi sul tempo di vita dei fedeli, mese dopo mese e questo in qualche modo determina la vita degli spettatori, come i modelli seriali dei mass media. In questo modo il fedele percepisce l'apparizione come veramente vicina alla propria vita e dinamica nelle sue affermazioni<sup>92</sup>. Questa sintonia tra tele-visione e apparizioni, per quanto ci riguarda, è essa stessa un messaggio di speranza che fa pensare ai nuovi media più come derivazioni mistiche e soprannaturali che come emanazioni del potere diabolico.

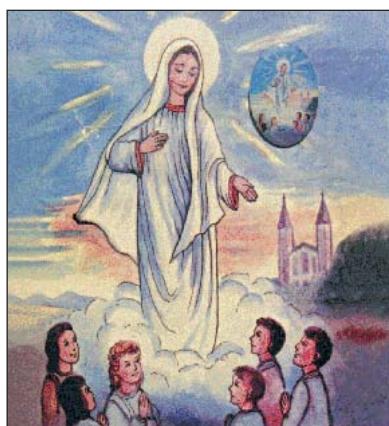
Detto questo, il fatto che Maria «appaia» in Internet è perfettamente consono al suo modo di procedere. La sua visione nei com-

---

<sup>92</sup> È noto infatti che i messaggi di Medjugorje, con cadenza mensile o quindicinale sono contestualizzati a seconda della stagione: nel mese di maggio, il messaggio è mariano, d'estate parla di ferie, etc.

puter, e in generale, negli schermi del nostro mondo è stata ampiamente preparata e annunciata in 2000 anni di apparizioni, la differenza sta nel fatto che nel primo caso non si riscontra soprannaturalità mentre nel secondo sì.

Inoltre, nei siti Internet appare la Sua immagine spesso come i veggenti l'hanno vista e raccontata: questo è il caso per esempio di Lourdes, di Fatima, in tutti questi casi i veggenti hanno descritto le apparizioni e poi gli artisti hanno realizzato immagini e statue corrispondenti a tali immagini, magari dal sapore ingenuo e devozionale, come queste nelle figure, ma che comunque espri-



Our Lady of Medjugorje  
Please answer your E-mail  
[Molitvene.nakane@medjugorje.hr](mailto:Molitvene.nakane@medjugorje.hr)

mono quanto i veggenti hanno visto. Ovviamente, l'immagine della Vergine Maria non è la vergine stessa, come ci ricordano i trattati di semiologia attuali e l'artista Marcel Duchamp che rappresentava una pipa con la scritta sotto: questa non è una pipa. Ma anche le apparizioni stesse della Vergine «non sono» la Vergine, la quale sta assunta in anima e corpo nella gloria dei cieli, bensì immagini che la gloria e la grazia del Signore ci permettono di vedere<sup>93</sup>. Tuttavia, la prassi mostra che tali apparizioni sono in grado di operare miracoli e guarigioni, tale è il caso avvenuto a S. Andrea delle Fratte a Roma, in cui apparve la Madonna e contestualmente si convertì alla fede cattolica l'ebreo Alphonse Ratisbonne. Ma è accaduto pure che davanti a immagini si constatassero guarigioni e miracoli? Ebbene sì, esiste una tradizione millenaria di immagini miracolose che hanno operato guarigioni, che hanno mosso gli occhi o che hanno trasudato sangue e lacrime<sup>94</sup>.

Le immagini di Internet sono più simili alle immagini dei corpi che appaiono di quanto siano le corrispondenti immagini stampate. Le immagini di Internet sono composte di pixel, ossia di minuscoli punti invisibili ad occhio nudo che compongono le immagini. Ora, quando il computer è acceso, tali pixel sono visibili quando è spento spariscano. In altre parole, le immagini appaiono quando il computer viene acceso. Lo stesso processo, probabilmente, avviene nei veggenti l'immagine appare quando il loro «occhio della fede» ne rende possibile la visione, come accadde ai discepoli di Emmaus, i quali pur vedendo il Risorto non lo riconobbero fino a quando il loro percorso di fede non ebbe una svolta. In altre parole, fatta salva la potenza e la gratuità del Signore che può manifestarsi come e quan-

<sup>93</sup> Tra l'altro, le apparizioni di Medjugorje hanno messo in guardia dai programmi TV inutili o negativi. Quindi la «tele-visione» delle apparizioni costituisce un antidoto alla volgarità e all'insipienza dei media.

<sup>94</sup><http://www.mariadinazareth.it/fenomeni%20mariani%20immagini%20miracolose.htm>

do vuole (si pensi alla cristofania di Paolo), l'apparizione tuttavia, secondo le moderne concezioni teologiche, richiede un elemento di fede nella visione, il che corrisponderebbe per analogia all'accensione di un computer. In alcune apparizioni, laddove i veggenti hanno visto l'immagine, altri presenti hanno rilevato luci e simili<sup>95</sup>.

Di più, apparentemente, le apparizioni rispettano le leggi della fisica: A Beauraing<sup>96</sup>, Belgio, tra il 1932 ed il 1933, la Madonna apparve più volte a cinque scolaretti qualificandosi come la 'Signora del biancospino', si presentò diversamente rispetto alle apparizioni tradizionali. Dal racconto di una dei cinque veggenti, Fernande Voisin, la Signora fu annunciata «da un forte rumore e dalla comparsa di una palla di fuoco tra i rami di un biancospino». Quindi, per queste caratteristiche, per il loro rispetto delle leggi fisiche, per l'essere presenti quando si accende il computer e assenti quando si spegne, *le immagini in Internet sono maggiormente analoghe alle apparizioni di quanto siano le normali immagini stampate o i disegni* le quali sono realizzate su un supporto cartaceo, di solito, deperibile, ma immutabile, a meno che non si cancellino tale immagini. Le immagini in Internet, invece, sono costituite da uno sciame di punti

<sup>95</sup> Un globo di luce danzante nel cielo e scambiato per il sole fu notato nel 1917 a Fatima da diecimila persone; un «globo di luce intensa» fu scorto il 19 settembre 1846 dalle due veggenti di La Salette in Francia; di «un grande globo di luce dorata» si parlò all'epoca delle apparizioni di Knock, Irlanda, nell'agosto 1879. Altri globi di luce vennero filmati o fotografati: esagoni volanti appaiono in alcune polaroid (foto difficilmente falsificabili) scattate da un gruppo di preghiera a Caravaggio il 28 aprile 1984; in quel caso i rombi (la sagoma della Madonna, secondo alcuni) venivano proiettati per mezzo di fasci di luce da un globo giallastro; immagini pressoché identiche, rombi e fasci di luci, compaiono anche in tre polaroid scattate ad Ostina (FI) fra il 1995 ed il 1997 ed autenticate dal tecnico cinematografico Paolo Fabiani; in:

<http://guide.supereva.it/ufologia/interventi/2005/03/203761.shtml>

<sup>96</sup> L'11 luglio 1949, venne ufficialmente riconosciuto il «carattere reale e soprannaturale dei fatti di Beauraing» e che la «Regina del Cielo» era realmente apparsa ai ragazzi di Beauraing.

luminosi, che si accendono o spengono in base a segnali elettrici (1 e 0) e su uno stesso schermo se ne possono realizzare infinite, diverse per forma e dimensione. Letteralmente, appaiono quando si accende lo schermo e scompaiono quando si spegne, così come avviene nelle apparizioni. Questo fatto non implica che le apparizioni abbiano un qualche fondamento elettrodinamico, ma è un modo umano di parlare di quanto non conosciamo.

A questo proposito, Apolito (2002) riporta un evento relativo a un crocifisso parlante: Nancy Fowler segnala la presenza di un crocifisso in un cappella che le inviava messaggi. Un ricercatore, Callahan, avvicina una sonda al crocifisso e rileva la presenza di segnali elettrici, come se si trattasse di un corpo vivo, compresa l'attività cardiaca, ossia il pulsare del cuore. Quando Nancy segnala la fine dei messaggi, l'attività elettrica cessa del tutto. Insomma, questo esperimento sembra suggerire che il trascendente non disdegna l'attività elettromagnetica e quindi pure le apparizioni mariane possono portare con sé attività elettromagnetiche significative. A Medjugorje alcuni hanno pensato di poter dimostrare che la radioattività aumentava durante le apparizioni e la ionizzazione degli atomi era diversa in tali periodi (Apolito, 2002) avendone alcuni significativi riscontri. Il problema di tali esperimenti, del tutto leciti, è che non devono costituire un fondamento della fede. La fede deve essere indipendente dallo scientismo, il quale può lecitamente studiare i fenomeni soprannaturali con metodi scientifici.

A questa stregua, ripetiamo, non vi è alcun nesso tra le immagini in Internet e quelle delle apparizioni, quand'anche ambedue fossero caratterizzate da attività elettrica, ma è lecito pensare che le apparizioni ossia le rappresentazioni a distanza di un corpo materiale rigenerato e glorioso abbiano condotto la mente umana alla realizzazione di tecnologie televisive e informatiche, se non altro quale archetipo da cui essa ha tratto ispirazione.

Ad ogni modo, Maria come immagine dei mass media, e in par-

ticolare di Internet, mette in contatto il mondo umano con quello di divino, del resto è la creatura assunta in cielo con anima e corpo, quindi mette in comunicazione cielo e terra, come il Figlio, crea comunione tra gli esseri umani (basti pensare ai pellegrinaggi che si compiono nel nome di Maria), commemora passato, presente e futuro (la sua unione con il Figlio, è modello dei cristiani e ci parla di quanto accadrà con i nostri corpi al giudizio finale) ed è sorgente di vera creatività in quanto ispiratrice nel mondo dell'arte religiosa.

Apolito (cit.) afferma che l'immagine tradizionale, fotografica o video, diciamo così, rimanda a una realtà referenziale fuori di essa che possa più o meno legittimamente rappresentare, mentre il Web rimanderebbe a se stesso ossia è «autoreferenziale». Diciamo, in verità, che affermare questo significa più o meno dire che i coltelli sono omicidi perché spesso vengono usati per uccidere uomini e animali. Insomma, non il Web è autoreferenziale, ma piuttosto l'uso che normalmente ne viene fatto, il che fa pensare a una crisi di crescita, ossia non si conosce ancora bene questo mezzo di comunicazione quindi l'uso che ne viene fatto appare improprio. Del resto, a volerla dire tutta, a Parigi nel 1896 fu proiettato per la prima volta il film «L'arrivo di un treno alla stazione di La Ciotat» uno dei più famosi cortometraggi dei fratelli Auguste e Louis Lumière, durante la proiezione si narra che gli spettatori scappassero dalla sala per paura di essere travolti. Forse con Internet siamo un po' pure noi gli spettatori del film dei Lumière, confondiamo gli effetti con le cause e questo, direbbe Marshall McLuhan, non è bene.

Forse un effetto di Internet è essere autoreferenziale, ma di certo non è una causa prima, nel senso che nacque piuttosto come riferimento esterno (lo scopo di Arpanet, progenitore di Internet, era il trasferimento rapido dei dati militari da un luogo a un altro in caso di attacco nucleare. Non sapendo dove il nemico avrebbe attaccato, qualora una locazione rischiasse di essere distrutta era possibile spostare il patrimonio dei dati altrove). Internet permette pure l'esi-

stenza dei Twitter e di Facebook che fanno conoscere al mondo intero, o quasi, quali e quanti gusti di gelato abbiamo gustato nel cono della sera prima e simili amenità, ma sarebbe ingiusto definirlo autoreferenziale per questi comportamenti dovuti all'infantilismo del mezzo. Sempre Apolito (cit.) cita un saggio di Lellouche in cui Internet viene definito come un luogo esauriente e autoreferenziale. Prendiamo ad esempio i blog: si tratta di diari telematici che trattano prevalentemente di questioni private fortemente autoreferenziali, tuttavia, questa apparente autoreferenzialità produce un notevole impatto nel mondo della comunicazione pubblica per il cambiamento in termini di controllo centralizzato dei mass media.

Quindi la tesi dell'autoreferenzialità di Internet non va intesa come dettame definitivo, ma solo come momento di crescita della rete, che comunque ha ripercussioni importanti anche a livello sociale.

Quindi, se mettiamo tra parentesi la presunta autoreferenzialità di Internet, le immagini che in esso appaiono, in particolare quelle religiose, rimandano a una realtà celeste come e quanto sono in grado di fare quelle tradizionali, anzi forse di più proprio per la loro proprietà di essere composte di piccole «particelle» di luce, e quando sono accese fanno in modo che «appaia» l'immagine.

## **Medjugorje e la TV**

A proposito di TV, durante la vicenda di Medjugorje, alcuni messaggi hanno riguardato pure la TV. Li riportiamo perché pensiamo che siano del tutto condivisibili:

*«Se non avete la forza di digiunare a pane ed acqua, potete rinunciare ad alcune cose. Sarebbe buona cosa rinunciare alla televisione, perché dopo aver guardato alcuni programmi, siete distratti ed incapaci di pregare...»* (Dic. 1981).

*«Se guardate i programmi televisivi, i giornali, avete la testa pie-*

*na di notizie ed allora non c'è più posto per me nei vostri cuori»* (17 Aprile 1986).

«*Rinunciate a tutte le passioni e desideri disordinati. Evitate la televisione, specialmente i programmi nocivi, gli sport eccessivi, l'uso smodato del mangiare e del bere, l'alcool, il fumo...»* (primo punto della loro regola di vita, comunicato a Jelena Vasilj, il 16 Giugno 1983).

Per la cronaca, gli effetti della TV si sogliono dividere in due categorie, quelli a breve termine e quelli a lungo termine, con un ambito cognitivo e uno comportamentale<sup>97</sup>.

	BREVE TERMINE		LUNGO TERMINE	
	EFFETTI	INDICATORI	EFFETTI	INDICATORI
Cognitivi	Proiezione, identificazione	Formazione dei ruoli sociali e dei quadri valoriali, strutturazione della personalità	Morte dell'immaginario Atrofia del cerebro-sinistro Formazione di identità deboli Scomparsa dell'infanzia Trasformazione del ruolo sociale infantile Trasformazione del linguaggio Soddisfazione del bisogno di narrazione	Stereotipizzazione e inibizione dell'attività ludica Inibizione della concettualizzazione, Disturbi dell'attenzione, problemi di verbalizzazione Destruzione, esteriorizzazione, frattura emotività/razionalità Consapevolezza elevata, adultizzazione precoce Smitizzazione delle figure parentali, educazione parallela, stereotipizzazione del consumo Impoverimento del lessico, modificazione dell'uso linguistico Tranquillizzazione emotiva, effetto maquette

<sup>97</sup> Pier Cesare Rivoltella, in <http://www.geocities.com/Athens/Crete/1081/testo5.html>

	BREVE TERMINE		LUNGO TERMINE	
	EFFETTI	INDICATORI	EFFETTI	INDICATORI
Comportamentali	Emulazione     Zapping   Definizione dei quadri valoriali		Trasformazione delle relazioni sociali Perdita di realtà   Modificazione della percezione dello spazio-tempo domestico, alterazione delle dinamiche intrafamiliari Espropriazione del mondo interiore del bambino, frustrazione, assunzione di modelli comportamentali Approccio frammentario e incostante all'esperienza, libertà di consumo, indipendenza di giudizio critico Semplificazione, globalizzazione	

## Guardare la Madonna placa il dolore

Fino a che lo dice un devoto, tale affermazione non ha molta risonanza nel mondo laico e laicista. Ma quando a dirlo è la scienza, probabilmente assume il diritto di cittadinanza pure nel mondo secolarizzato di oggi. Ci riferiamo a un esperimento condotto dalla neuroscienziata britannica Katja Wiech della Oxford University, tale studio, sostiene la scienziata, dimostra che l'arte sacra stimola il nostro cervello tanto da permettere una maggiore sopportazione del dolore<sup>98</sup>. Lo studio è apparso su *Pain*, rivista specializzata che parla del trattamento del dolore, è un tentativo di indagine sulla capacità del nostro cervello di difendersi da solo dal dolore. L'ipotesi dei ricercatori è che la fede è in grado di influenzare il compor-

---

<sup>98</sup> L'articolo relativo è apparso in La Repubblica online del 19 settembre 2008. «Immagini sacre come analgesico: guardare la Madonna placa il dolore» In [http://www.repubblica.it/2008/09/sezioni/scienza\\_e\\_tecnologia/immagini-sacre/immagini-sacre/immagini-sacre.html](http://www.repubblica.it/2008/09/sezioni/scienza_e_tecnologia/immagini-sacre/immagini-sacre/immagini-sacre.html) accesso 9 giugno 2009.

tamento della mente da persona a persona, così dice la dottoressa Irene Tracey, direttrice dell’Oxford Centre for Functional Magnetic Resonance Imaging of the Brain, sostenendo che vi sono tipologie di persone che semplicemente guardando immagini sacre, sono in grado di reagire meglio al dolore, incluso quello fisico. La ricerca ha coinvolto 12 persone credenti cattoliche e 12 atee o agnostiche tra i 19 e i 34 anni. A tutte queste persone sono state mostrate due immagini: una della Vergine Maria e una era la dama dell’ermellino di Leonardo e contestualmente uno strumento elettronico ha misurato la variazione della pressione arteriosa nel cervello dei soggetti. Ebbene, durante i 30 secondi di visione delle immagini, ai volontari sono state applicate 20 scosse elettriche, che causavano un leggero dolore sulle mani. Nei cattolici, gli strumenti hanno rilevato pace e serenità, mentre negli atei una silenziosa e misurata sopportazione del dolore causato dalle scosse. I cattolici, inoltre, hanno mostrato un’attività cerebrale che non era presente tra gli atei e che accompagnava il conforto derivato dalla visione della Vergine Santa. «Ogni immagine che per noi è fonte di rassicurazione, nella quale possiamo identificarci, è in grado di alleviare il nostro dolore — sostiene la psicologa Sara Ruiba, specializzata in problematiche dell’identità personale — non si tratta di un effetto placebo: vengono stimolati degli specifici canali sensoriali. Bisogna tenere presente che i binari sono due, quello della sofferenza fisica e quello del disagio mentale. Un’immagine sacra può stimolare questi percorsi neuronali — continua la psicologa — e sottrarci all’intensità del dolore. Un po’ come fanno i fachiri che, meditando, riescono a dormire sui chiodi».

Insomma, che Maria fosse l’aiuto dei cristiani, era risaputo (*Auxilium Christianorum, Consolatrix Afflitorum*) e non vi era bisogno del conforto della scienza per dimostrarlo, ma chissà forse qualche scettico può avere maggiori possibilità o minori difficoltà a credere alla potente intercessione della Beata Vergine Maria. Si

direbbe che è giusto e salutare impostare come sfondo della scrivania del computer un’immagine di Maria che protegge i nostri momenti di sconforto e sofferenza. Il fondamento biblico potrebbe trovarsi nell’episodio dell’Esodo in cui si narra che Mosè per guarire il suo popolo colpito dal morso dei serpenti stessi<sup>99</sup>, propone un’immagine, che è immagine del male un invito a volgere lo sguardo al nostro male e riconoscerlo, mentre la BVM è immagine di colei che ha schiacciato il serpente per guarirci dai mali<sup>100</sup>.

Ma non è tutto, da uno studio della Missouri University, risulta che gli esseri umani sono «spirituali» per una sorta di imposizione del nostro cervello<sup>101</sup>. In pratica, abbiamo un’area esclusivamente dedicata alla spiritualità nel nostro cervello, esattamente come vi sono aree preposte alle lingue o alla memoria. Si tratta di una porzione del cervello denominata «Definitore del Me» in quanto costituisce l’area cerebrale che presiede all’autocritica, quella che sanziona o approva i comportamenti, che determina l’autocoscienza e regola le relazioni fisiche e sociali, sostiene Brick Johnstone, uno dei ricercatori. Orbene, coloro che presentano quest’area meno sviluppata mostrano un interesse maggiore verso le questioni spirituali. Un campione di 26 persone ha evidenziato che coloro che avevano maggiore propensione alla spiritualità presentavano anche una minore attenzione per loro stessi, il che si traduce in una funzionalità ridotta dell’area destra del lobo parietale<sup>102</sup>.

<sup>99</sup> Numeri, 21,4-9.

<sup>100</sup> Genesi 3,15.

<sup>101</sup> L’articolo «Individuata l’area cerebrale della spiritualità» è apparso in <http://www.medicinalive.com/neurologia/individuata-larea-cerebrale-della-spiritualita/> Individuata l’area cerebrale della spiritualità, accesso 9 giugno 2009.

<sup>102</sup> Fonte: «Individuata l’area cerebrale della spiritualità», in: <http://www.medicinalive.com/neurologia/individuata-larea-cerebrale-della-spiritualita/> accesso 10 giugno 2009.

Infine, alcuni scienziati danesi hanno evidenziato che parlare con Dio è esattamente come parlare con una persona in carne e ossa. Il solito gruppo di volontari è stato sottoposto a un esperimento chiedendo loro di rivolgersi a Dio non con la consueta preghiera ma di parlare con Lui come se fosse in grado di rispondere. Ebbene nel loro cervello si sono attivate aree che entrano in funzione durante una conversazione comune. Non solo, ma hanno chiesto ai volontari di rivolgersi con la stessa intenzione a... Babbo Natale. In questo caso la corteccia prefrontale restava inattiva<sup>103</sup>.

In pratica, la spiritualità «lascia tracce» per così dire nel nostro corpo o da esso ha origine secondo processi fisici e chimici che si possono studiare e, forse, anche modificare. Certo, ridurre la Vergine Santa a una sorta di ansiolitico sarebbe alquanto limitante e utilitaristico, ma si sa che Ella è venerata anche con il titolo di Regina della pace e appunto, a quanto pare, la sua pace non è solo una promessa o un aspetto escatologico, ossia relativo alla fine dei tempi e alla venuta del Figlio, ma è una questione quanto mai attuale che si realizza già qui e adesso e per fare questo basta contemplare il Suo volto, il che è reso quantomai facile e immediato da Internet.



Ma qual è il volto della BVM? Osservando queste immagini, si nota a destra delle veggente di Medjugorje una misteriosa figura, quasi diafana che la veggente riconosce come somigliante alla Madonna (ma la «Gospa», dice, è assai più

---

<sup>103</sup> Fonte: «Per la mente dei credenti Dio è una persona umana e parla con noi», in: <http://www.medicinalive.com/psicologia-e-medicina-della-mente/psicologia/mente-credenti-dio-persona-umana-parla/> accesso 10 giugno 2009.



bella). O ancora queste immagini sopra.

L'immagine accanto è stata scattata da un sacerdote durante l'apparizione a Medjugorje, una volta sviluppata, non aveva alcuna memoria di averla vista. L'immagine dipinta (l'unica in questa pagina fu ritrovata miracolosamente impressa sul mantello di S. Juan Diego e oggi è venerata come la Madonna di Guadalupe. Sarà una coincidenza, ma a noi sembra di vedere una forte somiglianza in tutte queste immagini, anzi ci pare proprio che il volto sia sempre lo stesso<sup>104</sup>.



Si tratta di immagini «casuali» ossia chi le ha fotografate non era consapevole di quello che sarebbe apparso. Chi ha scattato queste immagini pensava di riprendere una chiesa, un luogo o altro ma nulla di soprannaturale. Quest'ultima è stata realizzata puntando la macchina fotografica verso il cielo a Medjugorje.

## Pellegrinaggi e Internet

«Imagines sunt libri laicorum, invisibilia per visibilia» così recita un adagio medievale. Ma in che termini le immagini sono i libri dei laici, realtà visibili che aprono sull'invisibile e il trascendente? Può una visita al sito di un santuario sostituire il pellegrinaggio al santuario stesso e se sì in che termini? Diciamo che la televisione

---

<sup>104</sup> Le immagini di questo paragrafo sono tratte da: <http://ilsememedjugorje.spaces.live.com/blog/cns!DC752B9029EC5D07!446.trak>

ha contribuito non poco a modificare le coscienze religiose e, talora, a guastarle purtroppo.

«Padre, mia nipote è prossima alla prima comunione e non sa neppure quello che va a ricevere»

«Ma lei a messa ci va, signora?»

«Io? No, non ho tempo, la guardo in televisione...»

Questo per dire che la signora in questione non aveva impedimenti fisici o di tempo, dato che il tempo per guardare la messa in TV lo aveva, riducendo la S. Messa a una sorta di reality show. Ecco, la S. Messa ha assunto la connotazione di un reality, o meglio di un serial, in cui tutte le puntate sono simili ma non proprio uguali, che ha come protagonista il Salvatore del mondo, ma di volta in volta cambiano i personaggi comprimari come avviene nelle serie dei *Cesaroni* o *Un posto al sole* e simili. Del resto, se la benedizione *Urbi et orbi* vale pure attraverso la TV – si domanda lo spettatore medio – perché la TV non dovrebbe soddisfare il preceppo festivo? (Non lo soddisfa comunque). Le benedizione *Urbi et orbi* per la sua formulazione intrinseca vale nell'Urbe, ossia a Roma, e in tutto il mondo, con o senza TV. E il malato che guarda la messa in TV è comunque dispensato dalla frequenza. La storia delle immagini nella nostra religione è sempre stato controverso: nell'Esodo Dio proibisce all'uomo di fare immagini sacre della divinità o di animali o di esseri umani ma poco dopo ordina Lui stesso di scolpire dei cherubini e di fabbricare un serpente di rame mostrare al suo popolo al fine di guarirlo dai morsi dei serpenti<sup>105</sup>.

Probabilmente, il discriminio sta in questo: all'uomo non era lecito fare immagini di sua spontanea volontà, ma poteva realizzarle se il Signore glielo permetteva o glielo chiedeva. Tale criterio, io cre-

---

<sup>105</sup> Il Concilio di Elvira proibì l'uso di immagini sacre, come ricorda Angiolino, 1985.

do, si può applicare pure ai moderni media, dato che la Parola di Dio è vera e utile sempre: la visita a un sito web di carattere religioso (santuario, blog o forum cattolico, parrocchia) qualora costituisca un'iniziativa personale, dettata da un puro gusto di curioso indugiare o per passare il tempo, o per una curiosità piuttosto indiscreta non ha o non dovrebbe avere un riscontro «spirituale» o mistico, fatta salva l'azione gratuita e libera di Dio. Se però il fedele sente un desiderio chiaro e persistente, e ragionevolmente certo, di visitare il sito di un santuario, distante magari migliaia di chilometri, forse è nel mezzo di un'esperienza mistica anche importante, proprio perché quel desiderio glielo manda il Signore, e il Nemico non è in grado di ispirare alcunché di positivo e devoto.

Per quanto attiene alla S. Messa, il precetto è dato da un Comandamento (Ricorda di santificare le feste) e noi non abbiamo alcuna autorità per modificare la Legge divina, quindi il precetto resta e non può essere soddisfatto dalla visione della S. Messa in televisione. Mons. Sirboni su Famiglia Cristiana del 21 dicembre 2008 afferma che la S. Messa televisiva è solo un «surrogato» valido per chi, anziano o malato, non può partecipare attivamente alla S. Messa in parrocchia, ma per il loro stesso impedimento, anziani e malati sono dispensati dalla frequenza alla Messa domenicale, la celebrazione televisiva serve solo per conservarli in contatto con l'anno liturgico (la proclamazione della Parola di Dio, l'omelia) e non soddisfa il precetto di coloro che, in buona salute, possono recarsi in chiesa. La confusione nei fedeli nasce probabilmente dal fatto che il S. Padre benedice «Urbi et Orbi» in televisione e la benedizione è valida per tutti, ma non è il mezzo televisivo che trasmette una benedizione valida, bensì è la caratteristica propria della benedizione la quale è valida «urbi» ossia a Roma e «orbi» ossia in tutto il resto del mondo.

Visitare un sito religioso è sempre una pratica raccomandabile, ma sul suo senso e sulla sua rilevanza da un punto di vista della

fede, probabilmente vale quanto detto, ossia se si tratta di un bisogno indotto dal Signore o un semplice passatempo e considerando che magari qualcuno può convertirsi capitando per caso in un sito web religioso... ma in linea di massima anche per il sito web vale quanto detto per la S. Messa: visitare un sito web di un santuario mariano costituisce un supporto per coloro che sono impediti fisicamente, ma, ci pare, anche per coloro che non hanno i mezzi, anche finanziari per recarsi, per esempio a Medjugorje o a Lourdes (la qual cosa non si verifica per la parrocchia, essendo la chiesa normalmente in prossimità della residenza abituale del fedele). Si tratta della manifestazione di uno struggente desiderio di stare con la Madonna venerata in tale santuario e con il titolo che le pertiene. E per chi ha i mezzi, la salute e la possibilità di recarsi in tali santuari, che cosa significa la visita al sito web del santuario? Dipende: l'effetto potrebbe essere bivalente. Da un lato potrebbe soddisfare apparentemente il desiderio del sacro, «avendo visto il sito, non c'è bisogno che vada direttamente là» potrebbe sostenere qualcuno, dall'altro, potrebbe suscitare un desiderio ancora più vivido di visitare il luogo. Quindi, chi accede a un sito web di un santuario mariano dovrebbe essere in grado di distinguere tali possibili reazioni e avere quel grado di maturità umana e affettiva che lo induce a conservare solo quanto di buono la vista al sito web suscita, ricordando quanto dice S. Ignazio: accostarsi ai beni terreni tanto quanto avvicinano all'amore di Dio e discostarsene tanto quanto allontanano da Lui o dalla Sua gloriosa Madre. Ci visita un sito web, sappia dunque che dovrebbe uscirne con un desiderio rinnovato, aumentato, fortificato e non con una sorta di appagamento.

Il popolo di Internet è un popolo di migranti, tende a non radicarsi e a vagare di sito in sito, un po' come accade con lo zapping televisivo e se non trova le informazioni che cerca in pochi secondi va altrove. Spesso si tratta di un vagare senza meta', ma non è detto

che sia del tutto inutile, spesso grandi scoperte nelle storia furono fatte per caso, ciò che diventa importante è rendere consapevole tale popolo di cybersurfer di quanto sta facendo, fargli conoscere che vi sono alternative (es. la frequenza alle biblioteche), che vi sono possibilità di stringere relazioni sociali anche in altro modo, in pratica fare in modo che quello non sia l'unico modo di essere. Quando la Sacra Famiglia dovette fuggire in Egitto e colà restare per anni non poteva scegliere. Il nostro compito di formatori più che stigmatizzare i comportamenti è quello di saper offrire buone alternative ai giovani.

## I generi in internet

Nel web, ci pare che si possano individuare 5 tipi di generi di pubblicazioni caratterizzati da vari formati e vari stili:

- Fiction (brani di film che trattano di Maria)
- Apparizioni (vere e presunte)
  - In luoghi preposti (Lourdes, Fatima, Medjugorje, etc.)
  - In materiali (toast, sapone, vetri, etc.)
  - Sui corpi (c'è chi in un ematoma vede la Beata Vergine Maria)
- Documentari (perché piangono le statue, tatuaggi della Vergine, dibattiti)
- Educazione (conferenze, dibattiti, lectiones)
- Vari
  - Devozionali (preghiere, liturgie, messe)
  - Blasfemi
  - Canzoni
  - Presunti miracoli
  - Statue che piangono, si animano, aprono gli occhi

- Intrattenimento: cocktail Virgin Mary, analcolico, opposto al Bloody Mary, alcolico, riproduzione della Vergine su fette di pane e marmellata)
- Cartoni animati

Va ricordato che le commistioni di genere sono alquanto comuni, quindi sarà facile trovare un video educativo sul tema delle apparizioni o dei miracoli, un documentario che tratta di fiction etc. Qual è il genere più adatto? Non vi sono generi migliori di altri, l'incarnazione va assunta in tutta la sua portata. Il Santo Padre Giovanni Paolo II, nel 1989<sup>106</sup> ha sostenuto che ogni genere artistico è utile per poter annunciare la Buona Notizia, purché utilizzato con serietà e competenza.

*Possano il messaggio religioso e le iniziative religiose essere presenti in tutti i mass media: nella stampa di informazione audiovisiva, nella creazione cinematografica, nelle «memorie» e negli scambi informatici delle banche dati, nella comunicazione teatrale e negli spettacoli culturali di alto livello, nel dibattito di opinione e nella riflessione comune sull'attualità, nei servizi di formazione e di educazione del pubblico, in tutte le produzioni dei mass media di gruppo, grazie a disegni animati ed a fumetti di qualità, grazie alle ampie possibilità offerte dalla diffusione degli scritti, delle registrazioni sonore e visive, nei momenti di distensione musicale delle radio locali o di grande diffusione!*

Da un punto di vista della formazione cristiana, occorre imparare a riconoscere i vari generi al fine di poter leggere correttamente l'opera che si ha dinanzi. Non si può leggere, infatti, un quadro moderno con gli stessi criteri con cui si legge un'icona bizantina.

---

<sup>106</sup> In occasione della XXXIII Giornata mondiale delle comunicazioni sociali.

Prima occorre descrivere correttamente l'opera nelle sue parti funzionali e significative, poi è si può esprimere un parere personale, ma sempre dopo la descrizione, per quanto possibile oggettiva, dell'opera stessa.

Una delle caratteristiche, forse, più fastidiose della nuova TV è proprio il suo essere un flusso interminabile di notizie, immagini, informazioni, un *continuum* in cui i generi non risultano più identificabili e si rischia di prendere un'informazione pubblicitaria come una verità effettiva e viceversa. Il dubbio che i litiganti di Forum in realtà non siano poi così avversari, che i partecipanti sprovvveduti di *Ciao Darwin* in realtà non siano così sprovvveduti, che i famosi nell'isola omonima non siano poi così soli, etc. viene ed è forte, nel senso che ogni evento in TV è preparato, nulla è lasciato allo spontaneismo e all'improvvisazione, quindi non bisogna credere alle apparenti "verità" che ci propone.

## CAPITOLO 4

### *I siti web*

A questo punto, allora, è bene dare qualche informazione sui possibili tipi di siti internet in ambito religioso e per fare questo ci riferiamo al testo di Susan George, del 2006, *Religion and Technology in the 21<sup>st</sup> Century*. L'autrice classifica sei principali tipologie di siti internet nell'ambito della religione cristiana:

- 1) I siti «contenitore» che presentano una raccolta di materiale (testi, immagini, suoni) circa un determinato contesto religioso ma non presentano alcuna comunità «viva» dietro di essi.
- 2) I siti «interattivi» che lasciano trasparire una comunità dialogante virtuale con chatline, bacheche, forum, blog e simili.
- 3) I siti «messaggio» che ospitano essenzialmente messaggi religiosi e richieste di preghiere
- 4) I siti «immagine» che si avventurano in dimensioni tridimensionali e mondi virtuali (cappelle per pregare online e simili)
- 5) I siti «comunità verticali» e «interattivi con Dio» che presentano varie forme di «rivelazioni» da parte di soggetti i quali interagiscono con il divino in vari modi e a vari livelli di attendibilità.
- 6) I siti di «devozione familiare» con grafica tridimensionale rivolti a dimensioni familiari e in particolare ai bambini, proponendo loro scenari religiosi in forma di gioco e interazione.

Si possono pure presentare delle combinazioni di queste tipologie, ossia siti che presentano due o più di tali caratteristiche e quin-

di, per esempio, un sito di messaggi può avere una sezione interattiva che permette lo scambio tra utenti, iscritti o no. Ad ogni modo, tali tipologie di siti hanno anche vedere, continua l'Autrice, con le seguenti questioni: l'identità online di persone che non si possono vedere fisicamente, l'anarchia che regna in internet, poiché non vi è un'autorità preposta, la struttura e la dinamicità delle comunità e la comunità come fondamento per azioni collettive.

Esistono testi di astrologia che si connettono con le apparizioni mariane, parlano di argomenti di fede per propagandare l'astrologia e l'occultismo. Anche tali circostanze sono favorevoli per una parola di annuncio, ossia portare coloro che credono all'astrologia a sviluppare un sano culto mariano, ma occorre saper distinguere il bene dal male, quindi avere una buona formazione cristiana. Vediamo ora che cosa occorre per avere un sito web efficace.

## Le caratteristiche di successo di un sito web

Il sito web deve trovarsi nei primi 20 posti di Google, con parole chiave significative<sup>107</sup>. Apparire dalla 3° pagina del motore di ricerca in poi ci renderà praticamente introvabili al 90% dei visitatori e quindi avremo scarsi ritorni in termini di visite. Il sito web deve avere pagine veloci da caricare, quindi occorre fare attenzione al «peso» delle immagini, ossia alla quantità di informazioni che hanno: immagini di grandi dimensioni o in particolari formati significano vari megabyte da caricare ogni volta, il che produce un rallentamento della velocità di apparizione della pagina web. Molti utenti non hanno pazienza o hanno macchine ancora lente, quindi occorre disporre di immagini che occupino poco spazio (vi sono software specializzati nella riduzione del peso delle immagini).

---

<sup>107</sup> <http://www.efirm.it/004624.asp?rif=21>

Qui diventa molto importante che il sito sia stato sviluppato da grafici capaci di ottimizzare al meglio la grafica, che non diano per scontato la presenza obbligatoria di una linea ADSL e che il sito sia ospitato presso un server dotato di adeguata banda di trasmissione/ricezione.

Il sito internet dovrebbe avere una struttura intuitiva da navigare e richiedere pochi clic. La classica animazione di prima pagina (in stile spot pubblicitario) è oramai desueta. Pensare poi ad un visitatore che per giungere all'informazione debba passare attraverso 4-5 clic è tipico di chi ha poca esperienza nella consultazione delle statistiche di un sito web (i clic di un sito medio quasi mai superano i 12-15 e normalmente si attestano sui 3-5). Diamo quindi immediatamente l'informazione che ci siamo prefissi di fornire, non dobbiamo tenerla nascosta. Se il sito riguarda l'apparizione della BVM a Lourdes, occorre dare immediatamente le informazioni più importanti (la storia, i messaggi, etc.) e lasciare in secondo piano quanto non suscita devozione. Inoltre, essa deve motivare i visitatori a tornare periodicamente sul sito.

Se, per esempio, abbiamo un calendario in cui scriviamo gli eventi, occorre specificare ogni quanto viene aggiornato (ed eseguiamo davvero gli aggiornamenti), facoltativamente possiamo chiedere agli utenti se non per caso desiderano essere avvisati tramite un'email quando il sito sarà aggiornato, il che si può fare utilmente con gli RSS (Real Simple Syndication) che inviano i brani aggiornati di un sito cui ci si abbona direttamente sul PC di chi ne fa richiesta.

Il sito, in altre parole, deve motivare i visitatori a compiere certe azioni (contattarci, pregare, ecc..). Anche qui, il verbo deve farsi carne, altrimenti non serve... Un sito raggiunge un buon esito quando è in grado di farci giungere a contatti che prima non conoscevamo. Numeri telefonici ed indirizzo email devono essere sempre a portata di mano in ogni pagina. Il sito, inoltre, deve evitare di con-

fondere i visitatori con titoli fuorvianti. Deve dire chi siamo e fornire tutti i recapiti e le referenze verificabili. Sembra strano ma alcuni non vogliono presentarsi, farsi vedere o dare dei recapiti diretti, forse perché temono disturbi e spam. Ma il sito Internet deve essere la nostra naturale presenza ventiquattr'ore su ventiquattro, deve essere il nostro rappresentante. Ci affideremmo a qualcuno che non si presenta, che manca di trasparenza?

Deve avere un software per il monitoraggio degli accessi, poiché è importantissimo: se non sappiamo chi visita il sito, da dove proviene, cosa cerca, che percorso ha fatto all'interno del sito prima di contattarci o mandarci una email vivremo una situazione di svantaggio.

Il sito Internet deve essere tenuto costantemente aggiornato, poiché l'obiettivo è di comunicare attraverso il sito, inserite nuove notizie che ci riguardano. È impossibile che nell'arco di un anno la nostra attività non abbia niente da comunicare. Occorre guardarsi attorno, il mondo attorno sarà sicuramente cambiato, ricordiamoci che cosa è cambiato e descriviamolo, commentandolo attivamente. Un sito internet è come un terreno, se lo si cura nel tempo saprà dare sicuramente delle soddisfazioni, se invece lo abbandoniamo... Il sito internet deve piacere agli utenti, poiché quando si progetta il sito bisogna porsi nell'ottica dell'utente. In quella posizione si vedrà che il sito internet è solamente uno dei tanti che consulterà il visitatore che sta cercando l'informazione desiderata. E al sito non saranno concessi più di 6-7 secondi per convincerlo nel proseguire la visita o andarsene. Ora entriamo nello specifico della nostra fede trattando delle eresie in Internet.

## **La questione delle eresie**

Non essendovi censura ecclesiastica su Internet, la questione delle eresie è alquanto delicata per la Chiesa cattolica. Le eresie (dal gr.

*hairesis* ossia *scelta*) si possono aggruppare in tre categorie:

1.a categoria: riguardo al contenuto dottrinale una proposizione può essere censurata come:

a) *eretica*, se si oppone apertamente a una verità di *fede definita* come tale dalla Chiesa; secondo la maggiore o minore opposizione la proposizione può dirsi *prossima all'eresia*, di *sapore eretico*;

b) *erronea nella fede*, se si oppone a una grave conclusione teologica, che deriva da una verità rivelata e da un principio di ragione; se si oppone a una semplice sentenza comune tra i Teologi, la proposizione è censurata come *temeraria*.

2.a categoria: riguardo alla forma difettosa, per cui la proposizione è giudicata *equivoca*, *dubbia*, *capziosa*, *sospetta*, *male sonante* ecc. pur non contraddicendo ad alcuna verità di fede sotto il punto di vista dottrinale.

3.a categoria: riguardo agli effetti che può produrre per le particolari circostanze di tempo e di luogo, pur non essendo erronea nel contenuto e nella forma. In tal caso la proposizione è censurata come *perversa*, *viziosa*, *scandalosa*, *pericolosa*, *seduttiva dei semplici*, ecc.<sup>108</sup>

Non sempre è semplice o agevole individuare le eresie online e offline, talora si fanno affermazioni apparentemente neutre o positive, ma che contestualizzate e sommate ad altre possono dare adito a problemi non secondari. Alcune frasi apparentemente neutre sulla BVM non contribuiscono a una mariologia sana poiché tendono, a lungo andare, a sminuire il ruolo del Cristo unico mediatore (es. Maria corredentrice). In altri casi le situazioni sono e restano dubbie, nonostante i risultati: vi sono, infatti, personaggi come don Stefano Gobbi che raccoglie numerose adesioni online al suo Movimento

---

<sup>108</sup> «Card. Pietro Parente; Mons. Antonio Piolanti; Mons. Salvatore Garofalo: Voci selezionate dal *Dizionario di Teologia Dogmatica*. CENSURA TELOGICA (dal lat. censere = stimare, valutare, decretare)

Sacerdotale Mariano, salvo poi scoprire che nel 1994 egli affermò che la BVM — la quale secondo quanto lui sostiene gli invia dei messaggi — gli disse del ritorno di Gesù nella gloria per instaurare il suo regno nel mondo entro l'anno 2000 (messaggio del 5 dicembre 1994). Questa affermazione si rivelò errata, e i tentativi da parte di don Gobbi conferirle un significato teologico profondo appaiono alquanto forzati e inappropriati. Occorre che i fedeli online conservino una dose di prudenza notevole e si mantengano sempre vigili. Nei casi dubbi, facciano riferimento a un esperto (reale, non virtuale). Ora esaminiamo il fenomeno mariano nei social network.

## Maria in Facebook

Sappiamo che Facebook (FB) è un *social network* che ha la funzione di conservare i contatti ed, eventualmente, di recuperare quelli persi. Ma di che cosa si parla in FB circa Maria? Consente di conservare realmente il contatto con lei, e magari, di recuperare quelli persi? Non abbiamo i dati ma è auspicabile che FB consenta tutto questo nei riguardi della BVM, vi sono, infatti, numerosi gruppi in cui la Madre di Dio è protagonista con diverse centinaia o migliaia di iscritti. Ecco un gruppo di FB dedicato alla BVM:

**Vergine Maria Smettete di scrivere cose offensive..... Rispettiamo chi non ama la Vergine Maria e non condivide la nostra fede ma almeno non offendete chi in Lei crede e chi in Lei si rifugiall!!!**

Bacheca | Info | Foto | Riquadri

Scrivi qualcosa...

Allega:  Condividi  Filtri

**Giovanni Affuso** cara Maria... cara Madonna mia... ho mio padre sul filo più alto del cielo e mia madre qui sulla terra. Perché ho perso mia famiglia ha perso il suo vero nome... fa che gli termine questa agonia e che con noi possa venir dinuvio via... Grazie Maria per sempre Madonna mia....  
09 ottobre alle ore 20.18 - Commenta - Mi piace - Segnala

**Vergine Maria Smettete di scrivere cose offensive..... Rispettiamo chi non ama la Vergine Maria e non condivide la nostra fede ma almeno non offendete chi in Lei crede e chi in Lei si rifugiall!!!**  
09 ottobre alle ore 20.10 - Commenta - Mi piace  
A 91 persone piace questo elemento.  
Visualizza tutti i 17 commenti

**Tamara Maria Pandino** concordo, ognuno è libero di credere in ciò che vuole. Quello che conta è rispettarci. Questo è il sentimento alla base di qualsiasi rapporto.  
10 ottobre alle ore 15.54 - Segnala

**Vittorio Nessuno Ignoranti**

Crea un'inserzione  
Pubblica su Facebook  
**Facebook Ads**  
Raggiungi oltre 250 milioni di utenti attivi di Facebook. Scopri come trovare veri clienti per le tue inserzioni di Facebook.  
Mi piace

**Esci Dal FUMO**  
Finalmente un Metodo FACILE ed EFFICACE che ti Aiuta nella tua lotta per

Purtroppo, come si evince pure dall’immagine, tra questi iscritti vi sono coloro che inseriscono bestemmie orrende contro di Lei, sia nei gruppi dedicati alla devozione mariana, sia costituendo gruppi che hanno il solo scopo di bestemmiare: si osservano, infatti, gruppi di FB, dai nomi inequivocabili, il cui contenuto è unicamente la bestemmia rivolta contro la BVM e suo Figlio. Talora accostano pure immagini idonee, perché il contenuto dell’immagine non è rilevabile dai filtri anticensura, mentre le parole sì. Che fare, come cristiani, dinanzi a tali manifestazioni? Ossia, è meglio chiudere tali gruppi cristiani togliendo così l’occasione delle bestemmie, cedendo quindi ai violenti, ovvero lasciarli, mostrando così di non cedere a un ricatto, ma fomentando tali manifestazioni di inciviltà? Il Nuovo Testamento afferma che è dovere dei cristiani rendere ragione della speranza che è in loro e che la fede va gridata dai tetti<sup>109</sup>, ma dice anche che «A chi ti vuol chiamare in giudizio per toglierti la tunica, tu lascia anche il mantello».

La Chiesa come si comportò davanti all’invenzione della stampa a caratteri mobili? Sulle prime fu assai diffidente per il modo in cui veniva impiegata, per esempio, dalle insorgenti eresie luterane, e solo in seguito la situazione si normalizzò. Similmente, oggi di fronte a questi nuovi media siamo nelle stesse condizioni di quando Gutenberg inventò la stampa, non conosciamo bene le implicazioni di tale medium, vediamo solo male oggettivo ad esso connesso, che di fatto esiste e fa impressione, ma la Storia saprà rendere ragione anche di tale strumento e giungerà il giorno in cui la Chiesa impiegherà correttamente questo medium e gli attacchi che provengono da un suo uso disordinato non faranno più paura. Fermo restando che se possiamo chiudere i nostri gruppi cristiani togliendo l’occasione delle bestemmie, non altrettanto possiamo fare con i gruppi blasfemi, che continuano ad essere aperti in base a una politica permissivistica di FB, che mira a tutelare la libertà di espressione.

---

<sup>109</sup> Cf. Mt 10,26-33.

Quindi seguendo il Vangelo, occorre evitare le lotte legali, facendo dichiarare fuori legge tali gruppi blasfemi o i *troll* di Facebook che inseriscono bestemmie nei nostri gruppi che intendono rendere una devozione alla BVM, ma continuare a rendere ragione della nostra speranza, certi del fatto che il Verbo si è incarnato e che anche nella bestemmia, perfino della più efferata, vi è la traccia di quella divinità che non ha avuto timore di assumere la natura umana, in tutte le sue imperfezioni. Anzi, il dibattito che si fa in merito per così dire gratifica i blasfemi, che vedono riconosciuta in qualche modo la loro opera. Il Signore è venuto per distruggere le opere del demonio e quindi anche tali atteggiamenti devianti subiranno una ben misera sorte, se gli autori non si convertono. Va detto, per amore di verità, che tale modo di procedere, frequentemente, suscita le reazioni di chi non si dice credente ma, ugualmente, difende il diritto dei cattolici di rende culto alla BVM. Inoltre, tali offese sono un invito per noi cattolici ad aumentare la preghiera per la riparazione di tali bestemmie.

Ad ogni modo, il fatto che i blasfemi debbano accedere a tali gruppi dedicati alla BVM, significa che comunque devono considerare la Sua presenza in Internet. Si tratta, per molti versi, di un modo per raggiungere persone che altrimenti sarebbero irraggiungibili. Dal nostro canto, invece non dobbiamo farci distogliere dal continuare a tenere viva la devozione per la BVM anche in Facebook e in generale nei social network, pure a costo di tali interventi di disturbo. Consideriamo una sorta di *martirio*, o *testimonianza*, il dover subire tali atteggiamenti, che certo fanno soffrire, ma che certo non possono arrestare l'annuncio del Vangelo. Ad ogni bestemmia contrapponiamo una lode alla BVM e al suo Divin Figlio, si tratta del prezzo di quella libertà che anche Nostro Signore ci garantisce evitando di convertire forzatamente il mondo intero. L'immoralità dei siti non influenza la vita della Chiesa. Nella storia della Chiesa financo gli uomini della Chiesa si resero colpevoli di errori gravi, ma sempre la fede è continuata e la Chiesa cat-

tolica è stata guidata dal Suo Capo il Signore Nostro Gesù il Cristo.

Questi interventi devianti e di disturbo, dunque, non devono distogliere la nostra riflessione da temi importanti quali il modo in cui relazionare reale e virtuale sui social network, ossia quali frutti reali possono venire da incontri puramente telematici. Certo, è possibile e positivo stringere relazioni via computer, scambiando espressioni linguistiche e quant'altro, ma poi occorre che pure qui il *verbo si faccia carne*, ossia le parole digitali divengano parole reali e l'identità telematica assuma un'identità in carne e ossa, a tal fine è importante che le conoscenze che nascono online poi diventino relazioni vere e proprie in carne e ossa. Conseguentemente, occorre anche studiare modi per impedire il nuovo individualismo che ne deriva, perché sappiamo che probabilmente, i nuovi media non causano la solitudine, ma è certo che la rendono gradevole e apprezzabile dai più, inoltre essi fomentano l'abitudine a non mostrarsi, a non assumersi responsabilità, poiché coperti dall'anonimato, il che tanto nella vita digitale, quanto nella vita reale è assai deprecabile. E infine, la Chiesa deve apprendere come rendere efficace la sua presenza sulla rete senza stravolgere la propria natura, la propria identità, il proprio linguaggio, in pratica, essere nel mondo telematico senza essere del mondo telematico, per parafrasare S. Giovanni.

Qui di seguito, intendiamo anche dare alcuni esempi di siti mariani «ben riusciti» ossia che risultano facilmente fruibili e si distinguono per i contenuti. Ci riferiamo innanzi tutto al lavoro di Sr. Marie Gannon (2008) che esamina le risorse mariane in Internet. Tale articolo che evidenzia alcune risorse in Internet riguardanti Maria, usa un criterio assai prudente e utile che è quello di esaminare soprattutto siti web che fanno capo ad associazioni, università, centri specializzati e occasionalmente risorse web di studiosi di mariologia di chiara fama. I siti gestiti da enti diversi da questi (blog, forum, siti privati di persone che non sono riconosciute come studiose di Maria) potrebbero, infatti, presentare problemi di orto-

dossia anche rilevanti. Non intendiamo citare qui tali siti, perché si potrebbe farne una pubblicità indiscreta e nociva, ma tali siti esistono ed esortiamo gli utenti di Internet a discernere il bene dal male. Tra le risorse alquanto dubbie, si situa di certo Yahoo Answer. Un utente inserisce una domanda su un argomento qualsiasi e chiunque può dare una risposta, alla fine del periodo prefissato il richiedente è tenuto a scegliere quella che, secondo lui o lei, è la risposta migliore. Purtroppo i criteri sono alquanto soggettivi e capita talora che le risposte siano scelte in base a gusti puramente personali e non in base alla competenza. La fallacia è che tale sistema sia proposto come efficace, come un metodo per conoscere realmente la verità, ma si sa fin dai tempi di Aristotele, molte opinioni non fanno una mezza verità. Ma partiamo dalla proposta di Sr. Marie Gannon.

## The Mary Page

Esaminiamo in breve il sito The Mary Page<sup>110</sup>, poiché, secondo Sr. Gannon si tratta del migliore sito mariano in Internet:

<sup>110</sup> <http://campus.udayton.edu/mary/main.html>

*The Mary Page* è il sito web della The Marian Library/International Marian Research Institute dell'University of Dayton, istituzione Marianista di educazione superiore a Dayton, Ohio, negli USA, istituzione rispettata e conosciuta nell'ambiente educativo. Il programma accademico offerto si articola in tre anni e comprende:

- Maria nella Scrittura
- Maria nella dottrina
- Maria nel periodo patristico, medievale, moderno e contemporaneo
- Maria nella spiritualità
- Maria nella liturgia

Mentre le risorse del sito si comprendono i seguenti temi:

- Maria nella Bibbia
- Maria nella storia
- Maria nella liturgia
- Maria nella dottrina
- Preghiere mariane
- Meditazioni mariane
- Devozioni mariane
- Spiritualità mariana
- Titoli e invocazioni
- Poesia mariana
- Immagini mariane
- Musica mariana
- Film e video mariani
- Maria nei francobolli
- Apparizioni mariane
- Santuari mariani
- Tradizioni mariane
- Maria e le donne
- Ecumenismo/Religioni mondiali
- Maria e la giustizia
- Maria e le questioni controverse
- Maria nei documenti magisteriali
- Bibliografia mariana
- Recensioni di libri
- Documenti mariani vari
- Organizzazioni mariane
- Pubblicazioni e Newsletters
- Link mariani e correlati
- Frequently Asked Questions
- Dizionario mariano
- Risorse per bambini

Si tratta di una risorsa cui fa capo un'importante centro universitario e quindi spicca per autorevolezza e rigore dei contenuti. Un sito web ben strutturato che porta avanti una forma di ricerca mariana, dovrebbe, pertanto, contenere se non tutte queste risorse di Mary Page almeno un congruo numero di esse. Non abbiamo il tempo e lo spazio per esaminare tutte le risorse, lasciamo questo piacere ai lettori (e si tratta davvero di un piacere) che conoscono un poco la lingua inglese. *De Maria numquam satis* (di Maria non si parla mai abbastanza) si dice e questo sito sembra proprio incarnare tale adagio, poiché il materiale che offre è davvero abbondante e ben qualificato.

## Il Sito del Santuario del Divino Amore

Il sito non rappresenta un'istituzione accademica, ma risulta essere uno strumento di comunicazione del Santuario e della Parrocchia e ha ricevuto un riconoscimento come migliore sito parrocchiale del 2007, conferito dall'associazione Webmaster Cattolici. Cerchiamo di entrare maggiormente nel merito dell'efficacia di tale sito. In generale i criteri per valutare i siti sono i seguenti:

**Santuario Madonna del Divino Amore**

Benvenuti nel sito del Santuario della Madonna del Divino Amore

Appuntamenti

- 26 - 29 ottobre 2009  
Basilica di S. Rita Cascia (PG)  
44° CONVEGNO NAZIONALE  
DI FORMAZIONE E DI CONFRONTO  
DEI RETTORI E OPERATORI  
DEI SANTUARI ITALIANI
- Lunedì 26 ottobre 2009:  
"L'impossibile possibile a Dio"  
ASPECTI BIBLICI (ANTICO TESTAMENTO).
- Martedì 27 ottobre 2009:  
"L'impossibile possibile a Dio"  
ASPECTI BIBLICI, STORICI, PATRISTICI  
(NUOVO TESTAMENTO).
- Mercoledì 28 ottobre 2009:

MESSAGGIO DEL PARROCO

FESTA DELLA COMUNITÀ PARROCCHIALE DEL DIVINO AMORE

Divino Amore, 1 agosto 2009

Stare insieme non è facile, ma è una necessità, nessuno può vivere da solo! Dio stesso ci ha creati in relazione gli uni con gli altri. Lui stesso, che è l'unico

1. gli elementi costitutivi (i contenuti, la navigazione e la grafica, i colori e il layout di interfaccia);
2. la visibilità del sito in rete (i motori di ricerca, le campagne dei banner, l'email e alcuni strumenti innovativi di promozione on line)
3. la conversione degli utenti in «contatti utili» (gli strumenti per aumentare il rapporto visite/contatti, l'integrazione della comunicazione on line e off line, il database).

Per quanto attiene al primo punto, il sito ha i requisiti, considerato il riconoscimento dall'autorevole associazione dei Webmaster Cattolici conferitogli nel 2007. Per quanto riguarda invece la visibilità del sito in rete, il sito si posiziona al primo posto nei motori di ricerca digitando «Divino Amore» totalizzando ben 221.000 referenze che riguardano in massima parte il Santuario o le opere ad esso connesse (carità, sport, etc.)

Sull'effettiva conversione degli utenti in contatti utili, non abbiamo statistiche, ossia occorrerebbe sapere con un sondaggio quanti visitatori poi sono diventati frequentatori abituali del sito e, in particolare, si sono iscritti al bollettino.

Inoltre, la grafica di un sito web dovrebbe perseguire un progetto coerente che sia riconoscibile online ma che abbia pure riscontri offline. In tal senso la scelta di porre l'immagine del Santuario antico è, secondo noi, vincente, perché si gioca sul contrasto modernità del sito rispetto alla tradizione del Santuario, con una rapida apertura al presente che è visibile a destra nella home, con un'immagine del nuovo Santuario, il che rende immediatamente riconoscibile la continuità fra tradizione, innovazione e modernità del sito web.

Le scelte grafiche poi, non dovrebbero solo essere estetiche ma contenere pure un messaggio simbolico e svolgere funzioni di

indicazione per la navigazione, evitando l'eccesso barocco dei dettagli che alla lunga finiscono con il distrarre e confondere. Spicca, nel nostro caso, nella home del Santuario l'immagine di una colomba proprio in corrispondenza della dicitura Divino Amore, su uno sfondo azzurro intenso, lo stesso che si ritrova nei colletti delle Oblate Figlie del Divino Amore. Basta una pur rudimentale conoscenza della nostra fede per identificare la colomba con lo Spirito Santo, identificazione ribadita dalla concomitanza con la scritta Divino Amore, ossia ancora lo Spirito. Lo sfondo della home costituisce anche lo sfondo ove spicca la figura del Santuario creando così un'impressione di continuità e di apertura al trascendente che inizia proprio dalla visita al Santuario e passa attraverso la discesa dello Spirito Santo.

L'immagine del Santuario è separata dalla parte inferiore della home da un fregio ondivago di coloro azzurro chiaro e blu, come rappresentasse un'onda d'acqua, che suggerisce il senso dell'acqua battesimal, luogo di rivelazione dello Spirito. Inoltre la colomba non vola dall'alto al basso ma pare che si stia posando sulla scritta Divino Amore, come mostra la coda abbassata a fare da freno. Trattandosi di un sito di comunicazione, è importante la coerenza tra immagini, testi e concetti da comunicare.

Tale coerenza va pure mantenuta nelle altre pagine del sito, con scelte uniformi in termini di stile e di colori cercando di soddisfare quanto più possibile le aspettative degli utenti e di familiarizzarli con il concetto chiave del sito: il luogo del miracolo dedicato a Maria donna dello Spirito.

Nei siti occorre un certo equilibrio tra testo e immagine, tenendo conto che la lettura di un testo, in corpo di solito ridotto, riesce difficile pure a occhi allenati. Quindi l'immagine deve spiegare subito di che cosa si sta parlando in tale area del sito. In tal senso, l'immagine che riscontriamo nel sito in questione, ossia:



la casetta che viene adibita a salvadanaio suggerisce l'idea che costruire richiede fondi ma anche che chi fa un'offerta per le intenzioni del Santuario, in qualche modo, si costituisce un capitale di «meriti» elargisce un prestito ai poveri che poi gli sarà restituito con gli interessi (il 100 per uno e

la vita eterna). Questo rappresenta un eccellente esempio di un'immagine che vale più di mille parole, poiché si sta trattando dei contributi da offrire per la casa di accoglienza del Divino Amore.

Ancora, gli sviluppi delle pagine web possono avvenire longitudinalmente o verticalmente. Nel sito di cui parliamo si assiste a un discreto equilibrio tra orizzontalità e verticalità, tenendo conto anche della lunghezza del sito (le ultime notizie non vengono quasi mai lette, poiché gli utenti si fermano prima).

Bisogna poi stabilire pochi livelli concettuali d'importanza, due o tre al massimo, e su questi dimensionare le immagini. Per un sito religioso per esempio, la novità del mese (anche in ogni sezione) avrà una foto grande, le altre novità avranno foto molto piccole.

Il navigatore deve poter capire subito i livelli d'importanza. Se ciò è vero per l'importanza dell'informazione, poi, dovrebbe esserlo ancora di più per la funzione dell'informazione visiva. Oltre alla scelta di tipi diversi (fotografie, *clipart*, disegni) anche le dimensioni concorrono a illustrare la funzione che l'immagine assume nell'interfaccia.

Occorre, infine, che le immagini abbiano tutte dei rapporti dimensionali fissi, poiché diversamente si comunica un senso di disordine e improvvisazione. Il nostro sito ha due ordini di imma-

gini con rapporti fissi uno piccolo e l'altro medio. Le immagini inoltre non devono «pesare» troppo per non rallentare l'apertura del sito (non devono contenere un eccesso di informazioni). Ora passiamo a un altro bel sito italiano.

## Il sito La Theotokos

Tra i siti in italiano, senza dubbio spicca per interesse il sito La Theotokos, portale di mariologia del dr. Antonino Grasso, insegnante di scienze religiose a Catania, assai ben organizzato e fornito di materiali.

Tra le molteplici possibilità che il sito offre spiccano, ad esempio: le domande che si possono porre all'insegnante, le quali, se interessanti vengono pubblicate assieme alle risposte, un forum di discussione in materia di mariologia, video, canti mariani, etc. Tra le varie opzioni multimediali, si segnalano i corsi online di autoformazione mariologica, sui seguenti argomenti:

1. I Dogmi mariani
2. Maria nel culto cristiano
3. Teologia delle apparizioni
4. Mariologia patristica
5. Mariologia medievale
6. Magistero mariano dei Papi
7. Signum Magnum di Paolo VI
8. La pietà popolare mariana
9. Maria e la donna
10. La Donna in Gal 4,4

Per ogni argomento si trova una spiegazione e poi sono presenti anche alcuni test, cui vengono pure fornite le risposte:

**I DOGMI MARIANI**

**donna 1**

Immacolata Concezione vuol dire che Maria:

**A**  Dal primo istante della sua concezione è stata preservata immune da ogni macchia di peccato originale.

**B**  È stata liberata dal peccato al momento della sua nascita.

**C**  Ha concepito Gesù verginalmente.

**OK**

---

**donna 2**

Il dogma dell'Immacolata Concezione è stato definito:

**A**  Con la bolla *Munificentissimus Deus* del 1 novembre 1950.

**B**  Dal papa Pio IX nel 1854 nella Basilica di San Pietro a Roma.

**C**  Con la bolla *Ineffabilis Deus* dell'8 dicembre 1854.

**OK**

---

**donna 3**

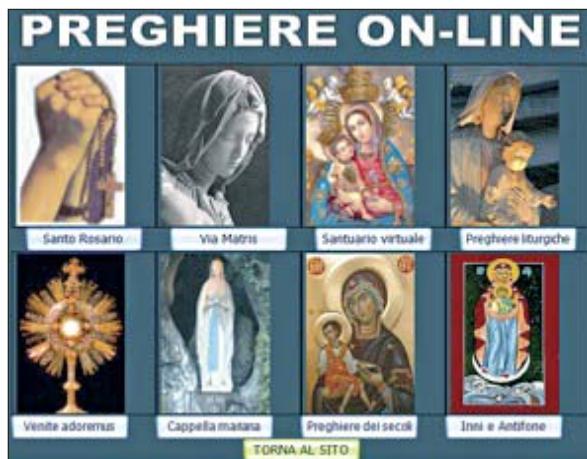
Maria può essere stata concepita senza peccato:

**A**  Perchè viene redenta in modo preventivo.

**B**  In previsione dei meriti di Gesù, Redentore di tutti e quindi anche di Maria.

**C**  Perchè sua madre era una santa.

Nella sezione Preghiere on-line, si nota l'offerta delle seguenti preghiere:



Tra queste se si sceglie il S. Rosario si accede alla seguente schermata:



**santo rosaRIO  
ON - LINE**



MISTERI DELLA GIOIA

MAGNIFICAT

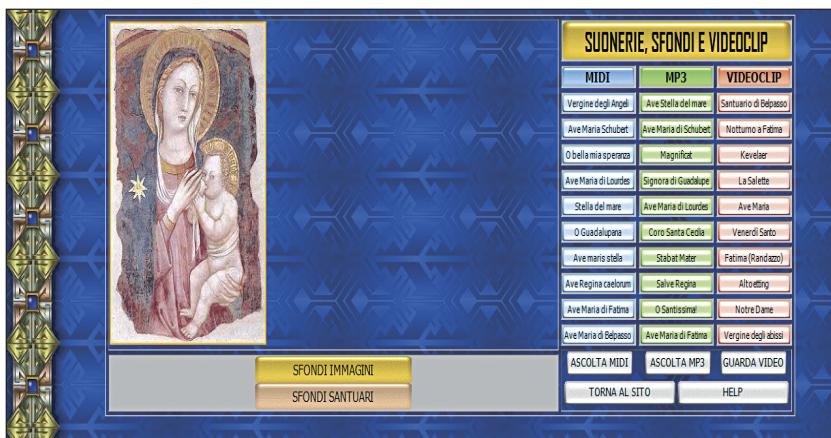
USO DELLA CORONA

*Realizzazione di A. Grasso*

HOME

facendo clic su un'area dell'immagine del rosario è possibile ascoltare un brano audio che enuncia, per esempio, il mistero corrispondente, mostra un'immagine relativa e invita alla preghiera. Una voce digitalizzata ripete la preghiera stessa. Il rosario è una preghiera che per alcuni può risultare difficoltosa per le sue caratteristiche di ripetitività, quindi con tale supporto si aiuta il fedele, per così dire, a pregare a patto che egli stesso la ripeta. Si tratta dello stesso principio che Radio Maria impiega per la recita del S. Rosario via etere.

Interessante, e misteriosa, è la sezione «Cellulari» cliccando sulla quale si accede alla seguente schermata:



che presenta una serie di *suonerie* in vari formati con tema mariano per cellulari.

In conclusione, senza dubbio esistono centinaia, se non migliaia di esempi positivi online che propongono un culto mariano corretto e costituiscono uno strumento di vera diffusione dell'amore per la Madre di Gesù, solo per citarne alcuni, dato che non è possibile censirli tutti:

<http://www.lourdes-france.com/> sito del santuario omonimo che

tra l'altro permette di vedere 24 ore su 24 immagini in movimento della grotta di Massabielle e della riva del Gave mediante una telecamera collegata a Internet. Un'opzione permette di scrivere e inviare delle intenzioni che poi saranno deposte nella grotta. E poi il sito offre una quantità di informazioni sulle attività e perfino la possibilità di ascoltare via Internet il rosario quotidiano da Lourdes.

<http://www.santuarioloreto.it/default.htm> Il sito del santuario di Loreto, meno ricco di quello di Lourdes, ma che comunque offre numerose notizie riguardo arte e storia, il santuario, i fedeli (Unitalsi, etc.) gli eventi al santuario, le pubblicazioni e le informazioni generali (orari, accoglienza, etc.)

Per quanto attiene a Fatima, si è osservato un fenomeno interessante: esistono due siti: [www.fatima.org/](http://www.fatima.org/) e [www.santuariofatima.pt/](http://www.santuariofatima.pt/)

Ma la differenza è sostanziale! Nell'ordine dei risultati della ricerca con Google figura prima *fatima.org* e *santuariofatima.pt* appare solo dopo. Ma si dà il caso che il sito vero sia il secondo. Ossia, *fatima.org* risulta essere un sito statunitense in cui si alimentano asperreme polemiche sul Terzo Segreto e sullo status clericale di p. Gruner. Solo alcuni titoli: «Ma non si vergognano?» «Difesa di p. Gruner», etc.

L'altro sito è quello ufficiale del santuario, in portoghese e molte altre lingue, con tutte le informazioni utili che abbiamo già riscontrato in quelli precedenti. Riteniamo che siano queste le situazioni più pericolose da cui il fedele deve guardarsi particolarmente.

<http://www.madonnadellegliaie.it/> Il sito del santuario delle Ghiaie di Bonate, semplice, discreto. Purtroppo quando parla della storia delle apparizioni entra in polemiche: definisce «crudele» e «ingannatrice» l'inquisizione di don Cortesi e altrove si parla di «Madonna strapazzata» con riferimento alle apparizioni delle Ghiaie.

Ma veniamo ora all'ultimo strumento in ordine di tempo che ha il pregio di diffondere il culto mariano, una sorta di ultima frontiera per far conoscere la BVM: Second Life.

## Maria e Second Life

Second Life (SL) è un *Massive(ly) Multiplayer Online Role-Playing Game (Mmorpg)* ossia un *gioco di ruolo intensamente multiutente*, creato nel 2003 dalla statunitense Linden Lab. Si tratta di un mondo virtuale, un ambiente tridimensionale online generato tramite simulazione elettronica, i cui contenuti *vengono creati e sono posseduti dai suoi stessi abitanti* cui sono riconosciuti i diritti d'autore sugli oggetti creati di loro proprietà e possono essere venduti e scambiati tra i *residenti* con una valuta virtuale (il Linden Dollar) convertibile in US\$ ed Euro. Questi residenti vengono rappresentati tramite degli *avatar*, personalizzabili in vari modi<sup>111</sup>. Il sistema fornisce ai suoi utenti (*residenti*) quanto occorre per creare nel «mondo virtuale» nuovi oggetti quali: fondali, fisionomie dei personaggi, contenuti audiovisivi, ecc. Quindi SL si distingue da altri Mmorpg, o giochi di ruolo, per il fatto che *il suo contenuto viene fornito dagli utenti stessi*. Gli incontri nel mondo virtuale costituiscono reali scambi tra esseri umani mediante l'interazione simbolica degli avatar. Per accedere a SL è necessario creare un *account* (Area *Join*) dal sito ufficiale<sup>112</sup>, da cui scaricare il programma (Area *Downloads*). All'interno di questo spazio online, tridimensionale, persistente e in continua crescita è possibile agire, creare o diventare chiunque si possa immaginare. Gli strumenti inclusi permettono di creare praticamente qualunque oggetto, in tempo reale e in collaborazione con gli altri utenti. L'avatar, una sorta di corpo digitale, è assai dettagliato e permette una ricca e completa identificazione.<sup>113</sup>

Diverse agenzie formative e società di prodotti e servizi usano

<sup>111</sup> Ora è possibile creare un avatar del tutto somigliante al suo proprietario.

<sup>112</sup> [www.secondlife.com](http://www.secondlife.com) [accesso 23 luglio 2009].

<sup>113</sup> Da «Introduzione» [accesso 23 luglio 2009],  
[http://www.secondlifeitalia.com/wiki/Cos'\\_è\\_Second\\_Life](http://www.secondlifeitalia.com/wiki/Cos'_è_Second_Life)

SL con scopi educativi e formativi. Nel 2007 SL fu impiegato per la didattica delle lingue, in particolare dell'inglese come lingua straniera, con diverse scuole tra cui il British Council, che si è concentrato sulla *Teen Grid*<sup>114</sup>. È difficile dare conto di tutte le iniziative didattiche e formative presenti su SL, ma un elenco di progetti educativi (incluse alcune scuole di lingua) presenti su SL si trova sul sito SimTeach<sup>115</sup> mentre nel sito di SL vi si trova un box *Learn* che costituisce il portale d'accesso al mondo educativo.

*SLanguages 2008*, infine già al suo secondo anno, è una conferenza permanente sull'insegnamento delle lingue straniere usando il mondo virtuale.<sup>116</sup> L'economia di SL infine è assai prospera, si direbbe: nel 2008 ha visto ben 360 milioni di US\$ in transizioni tra utente e utente, con ciò SL è divenuto il maggiore *hub* di User-Generated Content (contenuti generati dagli utenti o UGC) nel mondo<sup>117</sup>.

Le caratteristiche salienti di SL sono così riassumibili: innanzitutto si nota il senso di condivisione tra i gruppi online poiché concettualmente è come trovarsi in una terra sconosciuta e chiedere ad altri l'aiuto per sopravvivere: spesso si ottiene grande solidarietà. Inoltre, fornisce una concreta possibilità interoperativa; ossia, nella vita reale — o Real Life (RL) — molti educatori producono eccellenti strumenti e programmi che però non sono compatibili tra loro. Se, viceversa, si produce qualche strumento o programma in SL, si

<sup>114</sup> Versione di Second Life riservata ai teenager tra i 13 e i 17 anni.

<sup>115</sup> [accesso 23 luglio 2009] <http://www.simteach.com/>.

<sup>116</sup> «Second Life» Wikipedia, L'enciclopedia libera. 30 giu 2009, [accesso 22 lug 2009],

[http://it.wikipedia.org/w/index.php?title=Second\\_Life&oldid=25041286](http://it.wikipedia.org/w/index.php?title=Second_Life&oldid=25041286)

<sup>117</sup> Linden Lab, case study, «Developing New Learning And Collaboration Environments For Educators: The New Media Consortium (NMC) In Second Life», [accesso 4 agosto 2009] 6.

[http://secondlifegrid.net.s3.amazonaws.com/docs/Second\\_Life\\_Case\\_NMC\\_E\\_N.pdf](http://secondlifegrid.net.s3.amazonaws.com/docs/Second_Life_Case_NMC_E_N.pdf)

è certi di avere la piena compatibilità con gli strumenti o i programmi di altri per la configurazione e le caratteristiche stesse di SL. Inoltre, SL rende possibile la creazione di esperienze educative interattive che difficilmente sarebbero possibili nella RL, come per esempio il commento della Cappella Sistina letteralmente *volando* in essa o meglio nella sua riproduzione tridimensionale in SL. Siccome da qualche parte bisogna pure cominciare, qui di seguito diamo una panoramica dei luoghi mariani più significativi che abbiamo visitato in SL. Iniziamo con la chiesa di Nostra Signora del Rosario.



Come si nota, l'ambiente è riprodotto in uno stile semplice ed essenziale con un'ampia icona di stile bizantino su vetro con la funzione di finestra, luogo in cui è possibile sostare e raccogliersi in preghiera... come fa il nostro avatar Isidro (in omaggio a S. Isidoro di Siviglia, patrono di Internet).

Ma di che tipo di preghiera si tratta? Dipende ovviamente dalle intenzioni, il solo avatar (ossia il personaggio virtuale) che prega probabilmente non è sufficiente a rendere gloria al Signore e a col-

loquiare con Lui; la preghiera è una risposta personale, libera e responsabile a un invito che Nostro Signore ci fa di unirci a Lui, quindi il solo fatto di porre in ginocchio un avatar non basta, si tratta solo di un simbolo, di una volontà esplicitata di santificare un luogo come SL, che peraltro soffre di ogni sorta di infestazione da parte della pornografia, delle religioni new age, etc. SL riflette quello che si chiama l'aspetto esterno della religione, come dice la docente di Teologia Noreen Herzfeld<sup>118</sup>, ossia comunità, identità, codici religiosi, credenze, riti e pratiche. Tale aspetto non «soddisfa il precetto» come del resto avviene per la S. Messa televisiva che ha solo lo scopo di mantenere l'inferno, che non può recarsi alla S. Messa, in collegamento con la liturgia domenicale, la parola di Dio, etc. La differenza sostanziale è che qui non vi sono ministri di Dio in carne e ossa ma solo virtuali, per cui se, per ipotesi, si celebrasse una S. Messa in SL essa non avrebbe validità perché l'azione liturgica non sarebbe eseguita da un essere umano ma da una sua «estensione» sarebbe un *actus hominis* e non un *actus humanus* perché da parte dell'avatar che compie l'atto non vi è volontà (*actus hominis virtualis*), mentre l'essere umano che ha la volontà non compie fisicamente l'atto (*actus hominis realis*). Porre il proprio avatar in una posizione di preghiera ha senso se anche noi assumiamo una posizione simile o, se impossibilitati a farlo perché impediti da una qualche malattia, esprimiamo visibilmente la nostra volontà di farlo, non di fronte al Signore, che conosce i cuori degli uomini, ma per noi stessi, per una forma di espressione liturgica più desiderata che vissuta, per dare un pieno compimento almeno virtuale a un desiderio che resta latente per cause di forza maggiore, ovvero per testimoniare agli altri utenti-avatar la nostra fede.

---

<sup>118</sup> Finding religion in Second Life's virtual universe in [http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2007/06/15/AR2007061501902\\_2.html](http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2007/06/15/AR2007061501902_2.html) accesso ottobre 2009.

A margine di questo, in altri contesti religiosi come l'ebraismo, per esempio, si assiste alla celebrazione dello *shabbat* il venerdì sera, con la partecipazione di altri utenti sparsi in ogni parte del globo, tale è l'esperienza di Beth Brown<sup>119</sup>. Per la nostra fede, sarebbe una sorta di equivalente dei Vespri e in tal caso l'esperienza avrebbe una certa validità in termini liturgici e devozionali, se tutti allo stesso momento celebrassero la liturgia delle Ore, e costituirebbe un'azione di preghiera comunitaria, poiché sarebbe l'equivalente del recitare le preghiere tramite un mezzo di comunicazione come la radio, il che avviene regolarmente, per esempio, su Radio Maria. La preghiera liturgica è essa stessa unitiva, chi recita il breviario lo fa in unione con la Chiesa ovunque si trovi, SL, tuttavia, permette l'aggiunta di una relazione, per così dire, visuale tra gli avatar di coloro che si radunano in preghiera. Se questo è di aiuto, ben venga.

Lo studioso Bellstorff sostiene che SL aiuta particolarmente la nascita di gruppi di preghiera per quanto riguarda le religioni maggioritarie (ebraismo, cristianesimo) piuttosto che le religioni minoritarie (zoroastriani, etc.). Inoltre, l'animato delle situazioni potrebbe favorire l'apertura delle coscienze su problemi anche assai delicati e importanti. Il vantaggio sarebbe, tra gli altri, quello di trovare un luogo di spiritualità in cui si viene accolti 24 ore su 24. Non mancano pure qui episodi di intolleranza religiosa, il che fa pensare che SL sia più reale di quanto si pensi: si sono trovati avatar nudi in prossimità di zone coraniche e svastiche virtuali disegnate sulle sinagoghe virtuali, le quali causano però risentimento e dolore reali<sup>120</sup>. Si è perfino osservata una religione «avatariana» che segue i dettami del Grande Avatar o essere supremo che si esprime con un oracolo avatariano<sup>121</sup>.

---

<sup>119</sup> Ibid.

<sup>120</sup> Ibid.

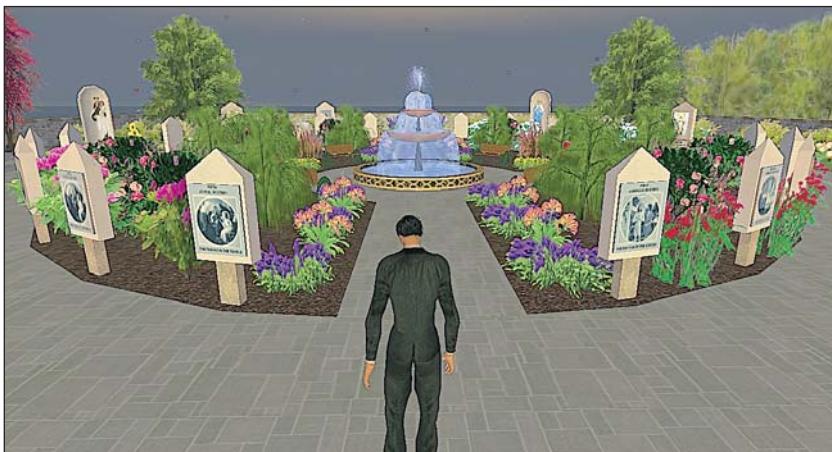
<sup>121</sup> Ibid.

Si tratta certamente di una pratica esteriore, salvo i casi citati, che però ha il pregio di far parlare della nostra fede e può costituire un preambolo per una eventuale futura conversione. Alcune istituzioni religiose come LifeChurch.tv, una comunità ecclesiale evangelica, trasmette un sermone settimanale in 12 luoghi differenti negli USA tra cui uno pure in SL. Ma non solo le religioni rivelate, che hanno come statuto l'agire morale sono approdate su SL. Tra i vari culti non mancano le sette sataniche: abbiamo avuto l'opportunità di visitare un tempio satanico, con inclusa la possibilità di ascoltare una messa nera... Come si nota, i satanisti non hanno perso tempo nello sfruttare tale risorsa, quindi è nostro dovere esservi pure noi. Si noti il pentacolo, l'altare per le offerte coperto da una sorta di pelle di leopardo, la candela nera, il calice in cui si raccolgono i liquidi corporali, il leggio e il gong che viene suonato in occasione dei riti.



Ma focalizziamoci sul bene che si può trovare in SL e veniamo alle risorse che riguardano la BVM. Segnaliamo, innanzi tutto, una sorta di giardino che accoglie numerose immagini della Madonna

venerata sotto diversi titoli, come mostrano queste immagini, l'isola di SL si chiama «La Madonna del rosario» appunto perché il giardino mostra una bella sequenza dei misteri del rosario organizzati in edicole attorno a un piccolo chiostro virtuale con una fontana d'acqua perenne. Chi entra, può utilmente recitare le poste del rosario, sulla propria corona reale contemplando i misteri in queste ediclette virtuali. Del resto, come esposto in precedenza, i Gesuiti hanno realizzato una raccolta dei misteri della vita di Cristo appunto per facilitarne la contemplazione a coloro che si raccoglievano in preghiera. Le immagini sono state riprese a diverse «ore» di SL, poiché è noto che il territorio virtuale ha un suo proprio fluire del tempo e la luce delle giornate virtuali si adegua ad esso, quindi nelle ore notturne, appaiono delle vere e proprie tenebre.

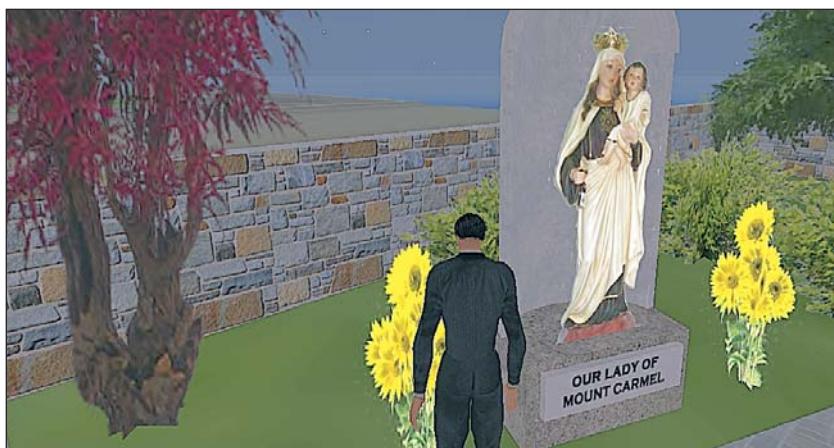


Tutt'attorno si trovano riproduzioni di statue di Nostra Signora, qui si nota Nostra Signora di La Vang, in Viet Nam, che apparve nel 1798. Nel 1961, la chiesa di La Vang divenne Centro Mariano Nazionale mentre l'anno successivo, Papa Giovanni la elevò al rango di Basilica. La Santa Sede non ha riconosciuto le apparizioni di La Vang, tuttavia,

nel 1988, Papa Giovanni Paolo riconobbe la sua rilevanza ed espresse il desiderio di ristrutturare la basilica.



Continuando nel nostro percorso, incontriamo la statua di Nostra Signora del monte Carmelo. Come è noto, la vergine apparve a S. Simone Stock il quale abitava con una comunità di monaci sul monte Carmelo, in Galilea, nei pressi di Haifa. Qui è rappresentata con l'abito degli stessi colori dell'ordine Carmelitano.



Proseguendo incontriamo Nostra Signora di Guadalupe e Nostra Signora della Speranza. La Madonna di Guadalupe apparve in Messico nel 1531 a Juan Diego e pare che il nome derivi dalla lingua azteca come trascrizione fonetica di Coatlaxopeuh che significa «colei che schiaccia il serpente» è venerata come patrona delle Americhe. L'immagine apparve miracolosamente sul mantello di Juan Diego e ora anche sui nostri computer, anche se non miracolosamente...



La Vergine della Speranza è detta anche Madonna di Pointman apparve il 17 gennaio 1871 a un gruppo di ragazzi vestita con un abito blu cosparso di stelle, come rappresentata nella figura. Pochi giorni dopo tale apparizione, riconosciuta dalla Chiesa, fu firmata la pace tra Prussia e Francia per questo motivo la Madonna assunse il titolo di Nostra Signora della Pace e della Speranza.

Successivamente vediamo Nostra Signora del Perpetuo Soccorso e Nostra Signora delle Grazie. L'icona del Perpetuo Soccorso è di origine bizantina, risale al XIII secolo e ha come modello secondo la tradizione un dipinto di S. Luca. Fu venerata nell'isola di Creta e poi giunse a Roma portata da un mercante, in seguito fu custodita per anni nella Chiesa di S. Matteo in Roma, e successivamente in quella di S. Alfonso dopo un periodo di abbandono in cui l'immagine cadde nell'oblio.



La statua della Madonna delle Grazie si riferisce al titolo con cui la BVM è venerata in quanto piena di grazia e mediatrice delle grazie, è la nostra avvocata, intercede per noi e il fondamento biblico si trova nelle nozze di Cana. In quest'immagine l'abito è quello della Madonna di Lourdes, ma in realtà la Madonna delle Grazie non ha un abito proprio. In tal caso si identifica con la BVM di Lourdes per la quantità di grazie per le quali ha fatto da intermediatrice.



Ancora vediamo l'immagine di Nostra Signora della medaglia miracolosa che promise a S. Caterina Labouré che coloro che la porteranno riceveranno grazie abbondanti. Oggi la chiesa della Madonna della Medaglia miracolosa si trova a Parigi in Rue du Bac. Nel 1832 la devozione alla medaglia guarì migliaia di persone colpite dalla peste.

La storia di Nostra Signora de la Aparecida invece inizia nell'anno 1717 quando il governatore di Sao Paulo y Minas Gerais chiese del pesce a certi pescatori. I pescatori nel fiume Paraíba trovarono nella rete una figura di terracotta della Vergine e la pesca divenne miracolosa. Nel 1745 fu costruito il primo santuario di Nuestra Señora Aparecida. La statua fu incoronata nel 1904 e Pío XI la proclamò patrona del Brasile. Proseguendo si incontra Nostra Signora di Lourdes e la Madonna di Częstochowa.



La prima è apparsa tra l'11 febbraio e il 16 luglio 1858 alla giovane Bernadette Soubirous quindi se ne rappresenta la statua molto classica, mentre la seconda come tramanda la tradizione, fu sfregiata dagli Ussiti con un'ascia nel 1430.



La Vergine Addolorata, stranamente non è vestita del tradizionale abito nero, ma con una tunica bianca e il manto azzurro, segno evidente che il suo dolore conduce poi alla purezza (bianco) e alla gioia del cielo (azzurro). Ma è in evidenza il suo cuore trafitto dalle tradizionali sette spade.

## Gli orrori

Solitamente, non guardiamo mai i film dell'orrore, ci basta la realtà tale e quale perché spesso supera qualsiasi film orrorifico. In un sito che si occupa di aste online è possibile «acquistare» per 89,99 euro una reliquia dello Sposo della Beata Vergine Maria. Inutile dire che si tratta di sacrilegio ai sensi del Canone 1190 e che

comunque se la reliquia non è accompagnata da una debita documentazione attendibile, la reliquia stessa deve essere considerata falsa. La Congregazione per la Causa dei santi ha recentemente ribadito tali concetti ma a quanto pare senza molto successo e alcuni fedeli in buona fede (ma l'ignoranza può essere colpevole, dice S. Tommaso d'Aquino) comprano tali reliquie pensando che tale commercio sia lecito o addirittura profittevole in termini di fede.

Ma mentre la Fede nel Figlio non viene posta in questione, poiché si tratta di Dio, e quindi non ha senso di parlare di fede in Se stesso, per la BVM è la fede che ispira e produce obbedienza. Ma concludiamo questo lavoro con un pensiero di gioia e di speranza e non con un riferimento agli orrori.

## CONCLUSIONE

### *Don Umberto del Divino Amore*

Concludiamo questo lavoro con un riferimento al rifondatore del santuario del Divino Amore, cui è anche dedicato, che con il suo messaggio spirituale ci suggerisce un modo di procedere. Ovviamente, Don Umberto Terenzi non ha mai avuto a che vedere direttamente con i nuovi media, tuttavia dai suoi scritti si evincono alcuni elementi che, inquadrati in una prospettiva attuale, inducono a pensare a una specie di *multimedialità*<sup>122</sup> della sua spiritualità. Ci riferiamo per esempio a quanto è riportato nel volume «La maternità di Maria e la paternità del servo di Dio Don Umberto Terenzi». A pag. 81 si dice:

*Don Umberto sentiva in sé tutta la responsabilità del formatore, soprattutto dei membri della sua opera. Che metodo usava? Credo di poterlo definire audiovisivo. Audio perché usava la parola per trasmettere i messaggi divini secondo l'invito di Gesù «Andate in tutto il mondo e predicate il Vangelo a ogni creatura». Di questo suo servizio rimangono, soprattutto e non solo, migliaia di pagine trascritte dalle registrazioni di quanto ha detto, sotto forma di predica o di meditazione, dai primi mesi del 1953 al 2 gennaio 1974.*

[...]

*Abbiamo elencato cinque verbi concernenti il suo metodo formativo (ossia pregare, osservare, discernere, richiamare o correg-*

<sup>122</sup> La multimedialità è la compresenza e interazione di più mezzi di comunicazione in uno stesso supporto o contesto informativo. Si parla di contenuti multimediali, specie in ambito informatico, quando per comunicare un'informazione riguardo a qualcosa ci si avvale di molti media, cioè mezzi di comunicazione di massa, diversi: immagini in movimento (video), immagini statiche (fotografie), musica e testo.

*gere, seguire e incoraggiare). Ora passiamo a quello visivo, ossia a ciò che si vede del Padre e che dovrebbe esprimere la sua coerenza tra il dire e il fare. Va qui ricordato il detto latino «Verba movent, exempla trahunt». Come trascinava il Padre? In che modo lasciava il segno della sua presenza? Suscitava in molti il desiderio di imitarlo? Lui non ci ha lasciato un metodo. Lo si può desumere dai suoi comportamenti [...]»<sup>123</sup>*

Da quanto scrive don Giorgio Dal Pos, colpisce come il metodo del Padre sia definito audiovisivo, nel senso che chiama in causa i sensi dell'udito e della vista, che sono proprio i sensi maggiormente coinvolti dai nuovi media. In tal senso, la spiritualità umbertina si colloca a proprio agio nel filone dei nuovi media, poiché il mezzo espressivo ben si adatta ai contenuti «audiovisivi» della sua spiritualità. Proprio dai cinque verbi che abbiamo riportato che caratterizzano il metodo formativo umbertino, possiamo trarre un utile insegnamento su come possiamo e dobbiamo rapportarci ai nuovi media: innanzi tutto, **precare**. Pregare perché l'utilizzo dei nuovi media sia fatto correttamente e con l'intento di aumentare la nostra fede e l'amore verso Dio<sup>124</sup>. I rischi infatti sono molti quindi occorre vigilare e pregare. Ma è possibile pregare veramente in Internet?

---

<sup>123</sup> Ed. Divino Amore, 2005.

<sup>124</sup> Segnaliamo una preghiera a S. Isidoro da recitarsi prima di intraprendere la navigazione in Internet. «Onnipotente eterno Dio, che ci hai plasmati ad immagine Tua e ci hai comandato di cercare ogni cosa buona, vera, bella principalmente nella persona dell'Unigenito Figlio Tuo il Signore nostro Gesù Cristo. Fa che per intercessione di Sant'Isidoro, Vescovo e Dottore, nel contesto della navigazione in Internet, orientiamo le mani e gli occhi a ciò che a Te piace, e accettiamo con carità e pazienza quanti incontriamo. Per Cristo nostro Signore. Amen.» Oppure in Latino: «Omnipotens aeterne Deus, qui secundum imaginem Tuam nos plasmasti et omnia bona, vera, pulchra, praesertim in divina persona Unigeniti Filii Tui Domini nostri Iesu Christi. Quaerere iussisti, pae-

Dipende dalla disposizione: attualmente siamo abituati a leggere le preghiere da un libro cartaceo, perché sono secoli che si fa così, occorrerà del tempo per riuscire a pregare leggendo lo schermo di un computer o di un palmare.

Comunque, vi sono numerosi siti che presentano modi di pregare online, uno tra tutti è Preghiere Online<sup>125</sup>, ma, dal punto di vista della preghiera «attiva» vi è il sito del Santuario di Lourdes che ogni intenzione di preghiera venga lasciata alla Grotta, ai piedi di Nostra Signora. A che serve inviare la propria preghiera alla grotta di Lourdes? Nostro Signore, tramite l'intercessione della BVM non è in grado di accogliere ed, eventualmente, soddisfare le nostre preghiere pure se non sono deposte alla grotta? E chi non dispone di Internet non può inviare la sua preghiera alla grotta? Evidentemente, tale sistema di raccolta e smistamento delle preghiere non serve perché la BVM interceda o perché Nostro Signore le accolga, diciamo che ha la stessa funzione del pellegrinaggio, non serve perché la BVM interceda per una data grazia, perché altrimenti chi non può recarsi in pellegrinaggio non può mai vedere esaudita una sua preghiera. Il pellegrinaggio ha il senso di sentirsi forestieri e di passaggio» (Gn. 23,4). Chi compie un pellegrinaggio lascia il proprio luogo, le proprie certezze e si mette in cammino, come Abramo lascia simbolicamente le proprie certezze e va verso l'ignoto, si pone in mano di gente straniera, di cui non conosce la lingua, si fa umile, deve chiedere ogni cosa, anche dove si trova la toilette. Questo è il vero senso del pellegrinaggio, serve più a chi lo compie, come esperienza forte di vita; quindi i gruppi che

sta quæsumus ut, per intercessionem Sancti Isidori, Episcopi et Doctoris, in peregrinationibus per rete contextum, et manus oculosque ad quæ Tibi sunt placita intendamus et omnes quos convenimus cum caritate ac patientia accipiamus. Per Christum Dominum nostrum. Amen.»

<sup>125</sup> [http://www.preghiereonline.it/home\\_preghiereonline.htm](http://www.preghiereonline.it/home_preghiereonline.htm)

organizzano «pellegrinaggi» dotati di ogni conforto non sono veri e propri pellegrinaggi quanto piuttosto «vacanze religiose» che pure avranno i loro riscontri spirituali positivi, non lo mettiamo in dubbio. Pertanto, la richiesta di grazia, in sé, non può essere subordinata al pellegrinaggio, non possiamo dire che con un pellegrinaggio alla grotta di Lourdes la nostra richiesta di grazia ha più possibilità di essere accolta, sarebbe una discriminazione grave. Diverso, invece, è il caso in cui si inviano delle richieste di preghiera a persone consacrate tramite siti web o email, il che comunque non esime il richiedente dal pregare in prima persona.

A Lourdes si va con intenzioni varie, per fare altre esperienze, ma una grazia alla BVM di Lourdes può essere chiesta a Roma, a Bangalore o a Città del Capo. L'incontro domenicale con il Corpo e Sangue di Cristo non ha un valore maggiore dell'andare a vedere i luoghi dove il Cristo ha vissuto? Il pellegrinaggio secondo quanto ha detto il Card. Vicario Vallini è:

*«quello di dare spazio al mistero cristiano, alla ragione del nostro vivere quotidiano»*

E allora quale può essere il senso di una richiesta di preghiera da inviare alla grotta di Lourdes, tramite Internet? Possiamo pensare che si tratti, sempre con le parole del Cardinale, di:

*«un pellegrinaggio dell'anima contro il rischio di inaridimento che percorre l'Occidente dove tutto sembra venire consumato e gettato, pericolo che contagia anche i credenti».*

Quelle parole che si scrivono costituiscono un viaggio dell'anima verso la Parola, non letta sulla Sacra Scrittura ma da essa veicolata, fatta propria, incarnata nella nostra vita e comunicata non alla BVM, perché già ne conosce il contenuto, ma direttamente a coloro che

l'hanno scritta, hanno, per così dire, oggettivato la loro preghiera, l'hanno ricompreso, ampliata, ordinata e organizzata. E la bellezza di questo gesto sta nell'utilizzare un canale di comunicazione che non ha alcun centro (perché non sappiamo dove inizia e dove finisce Internet, chi ne è il «capo», chi il referente) per condividere un significato che conferisce un significato profondo alla rete, *diventa strumento di comunicazione tra l'uomo e il Divino*.

Poi, nella spiritualità di Don Umberto, si parla ancora di **osser-vare**. L'osservazione attenta non consiste semplicemente nel guardare o nel vedere, si tratta di ob-serbare ossia di conservare, custodire, uno o più concetti importanti nel proprio cuore al fine di potersene nutrire e sappiamo quando sia importante questo verbo «conservare» nella spiritualità di Maria. Non tutto quello che si apprende è utile se non viene adeguatamente compreso ed elaborato, specialmente nella massa di informazioni che costituiscono oramai Internet, pure in questo la BVM è maestra di meditazione e di «osservazione». L'osservazione piena può pure diventare **osser-vanza**, ossia adempienza delle norme morali che prescrivono determinate azioni al fine di poter vivere pienamente la propria libertà e dire consapevolmente il proprio sì.

Indi, si è parlato di **discernere**: si tratta di un'operazione, susseguente alla preghiera e di estrema importanza nei nuovi media. Va bene provare tutto, ma non tutto è utile, come sostiene S. Paolo, non tutto serve e si è in grado di capire quando qualche cosa è utile o meno proprio con il discernimento: se aumenta la propria fede, la propria morale, se dà gusto e consolazione allora ciò di cui stiamo fruendo è buono e utile, diversamente è inutile, non dà consolazione. Si può eseguire un discernimento corretto solo se la propria coscienza è retta e ben formata, come sempre quando si tratta di materia morale. Occorre impiegare i beni terreni tanto quanto avvicinano a Dio e discostarsene tanto quanto ci allontanano da Lui, come sosteneva S. Ignazio di Loyola.

**Richiamare:** tutta la filosofia dei nuovi media si basa sul richiamo, inteso come rimando ad altre realtà ma anche come avvertimento, come momento di esortazione o avvertimento a non commettere azioni devianti. Davanti agli errori e ai peccati altrui siamo in larga parte responsabili, poiché facciamo parte di un unico corpo e se un membro soffre, pure gli altri soffrono, se uno pecca, tale peccato grava su tutti, se uno paga il riscatto tutti pagano il riscatto. Nelle comunità virtuali si è a stretto contatto, nascono perfino innamoramenti (nei quotidiani si sente parlare di persone che si sono sposate dopo essersi conosciute online), ma si è spesso anonimi, perché è buona norma non declinare le proprie generalità nel web, quindi si pensa che tale stato di anonimato consenta tutto, ma invece non è così. Vi sono dei «comandamenti» da osservare pure nel web, la cosiddetta «netiquette»<sup>126</sup>, al fine di vivere meglio la propria libertà.

**Seguire o incoraggiare:** nella comunità dei nuovi media vi sono molte possibilità di seguire e incoraggiare i vari membri, perché le relazioni possono essere anche molto frequenti e ravvicinate. In questo caso, è bene instaurare una dinamica di incoraggiamento, consigliando gli afflitti, e mettendo in atto pratiche di solidarietà e non di indifferenza, poiché l'anonimato, o lo pseudonimo, spingono ad atteggiamenti di indifferenza.

Termina qui questo modesto contributo alla costruzione dei media per la libertà e la fede. Non possiamo sapere come sarà il futuro, ma del resto non sta a noi sapere il come e il quando, piuttosto, il miglior modo per predire il futuro è partecipare attivamente alla sua costruzione e ciò è quanto la Chiesa, con la sua millenaria sapienza, dovrebbe continuare a fare, a prescindere dalle difficoltà e dagli ostacoli che potrà incontrare.

---

<sup>126</sup> [http://www.bio.unipd.it/local/internet\\_docs/netiq.html](http://www.bio.unipd.it/local/internet_docs/netiq.html)

I mass media cercano, infatti, in ogni modo di suscitare sempre nuovi desideri di novità e anche stimolano la sete di conoscenza dell'audience. Si tratta del desiderio mai soddisfatto del genere umano che ha uno sguardo di struggente desiderio sull'infinito (*inquietum fecisti cor nostrum*, diceva S. Agostino) ma che i media, per la loro conformazione umana non potranno mai appagare. La civiltà dell'immagine cerca di prporre una visione materialistica secondo cui è credibile solo quanto si vede e si tocca, ma se si pensa bene, è proprio l'immagine in quanto finestre sul trascendente, che mostra l'importanza di credere pure a quanto non si vede e può avere, come si è visto nel libro, anche una valenza terapeutica.

La BVM, in quanto mediatrice delle grazie, interviene nella storia umana secondo il piano che il Signore predisponde per noi, a tale proposito vale la pena ricordare le vittorie contro i Turchi, attribuite all'intercessione del Rosario nella battaglia di Lepanto (1571), nella cacciata da Vienna (1683) e dall'Ungheria (1716). Ricordiamo poi Lourdes, Fatima, Medjugorje e innumerevoli altri santuari, con le migliaia dei loro "per grazia ricevuta", stampelle, tronchi, gambe, braccia ecc.

Che sia sempre semplice sentimentalismo? Non è da sottovalutare nemmeno la caduta del comunismo, come potenza politica. Resta da modificare la ancora permanente mentalità ateistica, totalitaristica e materialistica. Ed è proprio di questa mentalità il restringere gli sguardi e fissarli su punti particolari, come il colui che guarda solo il dito che punta alla luna: rischia di non godere della bellezza del pianeta.

La "crisi mariana" per molti versi continua; è una crisi di idee, di visioni ampie, di conoscenze un po' più profonde di quelle messe dalla mentalità massmediale. Preghiamo la Madonna, *senza sentimentalismi*, ma con sentimenti e fede autentici, affinché intervenga contro i fondamentalismi e i materialismi di ogni genere e colore.

## Glossario

**Avatar:** Si tratta di un'immagine identificativa dell'utente. Nei forum compare quasi sempre sotto il nickname dell'utente, ma sono utilizzati in tutte le community o nelle Chat.

**Chatline:** Dall'ing. *chat*, ossia *conversazione informale, chiacchierata*. Si tratta di uno spazio virtuale in cui utenti di Internet si incontrano comunicando in modo sincrono con frasi brevi che simulano il chiacchierare.

**Dungeon:** Un dungeon è un luogo tipico dei giochi di ruolo e giochi di avventura, spesso presentato come una grotta, un castello abbandonato, una miniera o simili.

**E-learning:** Secondo il glossario ASFOR è una «metodologia didattica che offre la possibilità di erogare contenuti formativi elettronicamente attraverso internet o reti intranet». Per l'utente è un modo di apprendimento flessibile, personalizzabile e facilmente accessibile. Implica una serie di applicazioni e processi formativi come: computer based learning, web-based learning, aule e laboratori virtuali, simulazioni, giochi di ruolo e attività collaborative. Oggi l'UE propone la dicitura «Technology Enhanced Learning (TEL)» per indicare le applicazioni e i processi formativi basati sulla tecnologia.

**Facebook:** Si tratta del social network con la community più grande al mondo, con oltre 250.000 milioni di utenti, ed è gratuito.

**Fandom:** Mondo degli appassionati. Movimento sub culturale costituito da fan che condividono attivamente e performativamente i loro interessi preferiti, solitamente mediante Internet.

**Fanzine:** Rivista amatoriale, prodotta solitamente nel Fandom (v.).

**Forum:** Un sito di offerte, che consente ai visitatori di inserire e leggere messaggi. Ideale per animare un sito e per interagire con altri visitatori.

**Flagpole:** Scadenziario per la consegna degli elaborati nelle scuole anglosassoni.

**Heads Up Display (HUD):** Come negli aeroplani, nei video game lo HUD è un elemento dell'interfaccia utente grafica nei sistemi di personal computer. Consente la trasmissione di informazioni in una finestra separata per non distrarre l'utente dal compito che sta svolgendo.

**Hub:** lett. ing. *fulcro, mozzo* è un elemento concentratore che in rete rappresenta un nodo di smistamento ed è al centro di una configurazione *a stella*.

**LinkedIn:** si tratta un servizio di social networking online impiegato principalmente per networking professionale. La rete di LinkedIn a Gennaio 2009 contava circa 30 milioni di utenti in America del Nord, Asia e Europa e cresce a una velocità di 100.000 iscritti a settimana. Copre circa 150 diversi comparti economici e oltre 400 «regioni economiche». La società che gestisce il servizio ha sede a Palo Alto (California).

**Login:** Procedura di accesso a un sistema o applicazione informatica.

**Lurking:** Visitare un sito web o un blog restando anonimi e non lasciando tracce del proprio passaggio.

**Netiquette:** Net-etiquette. Il *galateo* della rete, o norme di comportamento che si raccomanda nei rapporti su Internet.

**Nickname:** pseudonimo di un utente che naviga su Internet.

**Off topic:** Nei forum (v.) indica un post (v.) con contenuto non pertinente all'argomento generale della discussione.

**Offline:** Non in linea, dispositivo non collegato direttamente a un computer o spento.

**Online:** In linea, dispositivo collegato direttamente a un computer o acceso.

**Peer-to-peer:** Ing. *da pari a pari*. Modalità di condivisione di file in cui ciascun computer nella rete può comportarsi da client (ricevere file) che server (rendere disponibili i file).

**Podcast:** File audio, video o di testo (pdf), scaricabile automaticamente o a mano da un programma apposito, che contiene testo, video, musica, etc. e con contenuti spesso didattici o giornalistici.

**Post:** Scrivere un messaggio per un forum (v.) o blog (v.) e quindi renderlo disponibile ad altri in tali ambienti.

**PowerPoint®:** Si tratta di un programma Microsoft® che fa parte del pacchetto per ufficio Microsoft Office®. Consente la creazione di presentazioni informative multimediali tramite diapositive in sequenza.

**Skype:** Software proprietario freeware di messaggistica istantanea e VoIP. Esso unisce caratteristiche presenti nei client più comuni (chat, salvataggio delle conversazioni, trasferimento di file) ad un sistema di telefonate basato su un network Peer-to-peer.

**Spin-off:** Ing. lett. *scorporazione di beni* o divisione di beni di una società o impresa in una nuova.

**Stakeholder:** Portatore di interessi, sin. cliente

**Survey:** Ing. *sondaggio*. Tecnica di analisi che consiste nel somministrare un questionario ad un campione rappresentativo di individui al fine di raccogliere informazioni circa prodotti o servizi.

**Topic:** Indica il tema trattato in un newsgroup.

**Twitter:** Servizio di social network e microblogging che offre una pagina personale aggiornabile con messaggi di 140 caratteri al massimo. Gli aggiornamenti possono essere effettuati tramite il sito stesso, via SMS, con programmi di messaggistica istantanea, e-mail, oppure tramite varie applicazioni.

**VoIP:** Voice over Internet Protocol. Tecnologia per la trasmissione di pacchetti vocali su Internet. Sostituisce le comunicazioni telefoniche da PC a PC.

**Weblog:** Il weblog (o più brevemente blog) è sostanzialmente uno spazio virtuale che può essere gestito autonomamente e che permette di pubblicare in rete in tempo reale notizie, informazioni e storie di ogni genere.

**Wikipedia:** encyclopædia multilingue collaborativa, online e gratuita, supportata da Wikimedia Foundation, ente degli USA senza fini di lucro.

## ***Indice***

Presentazione	5
Introduzione	9
<b>Capitolo 1 – Maria e la comunicazione moderna</b>	21
Breve excursus storico delle visioni mariane	21
Maria è di vitale importanza nei media	23
I media sono di vitale importanza nella vita di fede	27
Le caratteristiche di Internet	29
La commistione di generi	33
La convergenza dei mezzi	36
Quotidianità	37
La riproposizione delle vite	38
La comunicazione in rete	40
Globalizzazione	41
Chiesa e Internet	44
La sociologia	48
I giovani e internet	52
L'ipotesi sull'eccedenza	55
<b>Capitolo 2 – Maria, il Magistero e Internet</b>	57
Maria donna dello Spirito	59
L'oralità secondaria	61
Internet, il sacro e il consumismo	66
Maria e la rete	71
Internet è adatto a pubblicare immagini della BVM?	75
Maria antidoto all'onnipotenza	79
Maria antidoto alla iperconnessione	81
Le manipolazioni mentali	83
L'immediatezza nel decidere	85
Quali caratteristiche hanno le immagini in Internet?	86
Maria strumento sempre nuovo	90
Maria mezzo e messaggio	95

Maria villaggio globale dell'umanità	96
Maria e le leggi dei media	98
<b>Capitolo 3 – Apparizioni mariane</b>	101
Quanto sono importanti le immagini per la fede?	103
Maria donna dello schermo	105
Medjugorje e la TV	114
Guardare la Madonna placa il dolore	116
Pellegrinaggi e Internet	121
I generi in internet	125
<b>Capitolo 4 - I siti web</b>	128
Le caratteristiche di successo di un sito web	129
La questione delle eresie	131
Maria in Facebook	133
The Mary Page	137
Il Sito del Santuario del Divino Amore	139
Il sito La Theotokos	143
Maria e Second Life	148
Gli orrori	159
<b>Conclusione - Don Umberto del Divino Amore</b>	161
Glossario	168
Bibliografia	172
Edizioni Divino Amore	173

## Bibliografia

- Andreoli, V. (2007) *La vita digitale* Milano.
- Angiolino, G. (1985) *Santi e santini: iconografia popolare sacra europea dal sedicesimo al ventesimo secolo* Napoli.
- Apolito, P. (2002) *Internet e la Madonna* Milano: Feltrinelli.
- Badaracco, C. (2005) (Ed.) *Quoting God: how media shape ideas about religion and culture* Baylor University Press.
- Beretta R. (2006) *Da che pulpito viene la predica* Milano.
- Canta, C. C. (2004) *Sfondare la notte* Milano: FrancoAngeli.
- Cantelmi, T. (1999), *La mente in internet: psicopatologia delle condotte on-line*, Padova.
- Codognet, Ph., «Semiotica del fotoricettore» in:  
[http://www.wikiartpedia.org/index.php?title=The\\_semiotics\\_of\\_the\\_web](http://www.wikiartpedia.org/index.php?title=The_semiotics_of_the_web)
- De Fiores, S. (2001) *Trinità mistero di vita*.
- Díez i Bosch, M. «María, ícono poliédrico de comunicación», in Rivista di Scienze dell'Educazione 46 (2008)1, p. 74-90.
- Gannon, M. «Risorse Internet per la promozione di un'autentica devozione mariana», in Rivista di Scienze dell'Educazione 46(2008)1, p. 101-112.
- George, S. (2006) *Religion and technology in the 21st century: faith in the e-world* Idea Group Inc
- Hoover S.M. – Lundby, K., (1997) *Rethinking media, religion, and culture*, Thousand Oaks.
- Horsfield, P.G., Hess, M., Medrano, A.M. (2004) *Belief in Media: Cultural perspective on media and Christianity*, Ashgate Publishing.
- Jenkins, H. Eight traits of the New Media Landscape in Confession of an Aca/Fan: the official weblog of H. J.
- Maggioni, C. «Culto mariano e popolare in Giovanni Paolo II» in [www.culturamariana.com/pubbllicazioni/.../06-Maggioni2005.def.pdf](http://www.culturamariana.com/pubbllicazioni/.../06-Maggioni2005.def.pdf)
- Martín- Barbero, J. 1997. - «Understanding Society from a Communication Perspective: A Strategic Site for Engaging the Debate on Modernity» in Organization, Volume 4(4): 479-486.
- Orlandi, P. A. (1996) *I fenomeni fisici del misticismo* Milano.
- Pons, G. (2003) *Le litanie della vergine Maria. Commento biblico-spirituale*.
- Roberts, C. (2004) *Visions of the Virgin Mary* Llewellyn Worldwide.
- Scaglioni, M. (2006) *TV di culto* Milano.
- Scozzaro, G.M. *Maria madre di Dio* Palermo.
- Stout, D.A. (2006) *Encyclopedia of religion, communication and media* CRC Press.
- Tavard, G. H. (1996) *The thousand faces of the Virgin Mary* Liturgical Press.
- White, Robert, 1997 'Religion and Media in the Construction of Cultures' pp. 37-64 in S. Hoover and K. Lundby (eds).

## Catalogo «Edizioni Divino Amore»

### *Collana “Spiritualità”*

- P. TIZIANO REPETTO S.I. (a cura di) - *“Gnocco de mamma...”*  
*Aneddoti e battute di spirito del primo Parroco del Santuario del Divino Amore Don Umberto Terenzi, Roma 2007.*
- MONS. PASQUALE SILLA; P. TIZIANO REPETTO S.I. (a cura di)  
*Ricordando Don Umberto. Documenti storici e omelie selezionate, Roma 2008*
- DON STEFANO LELLI (a cura di)  
*Il Divino Amore nelle parole dei Pontefici Pio XII, Giovanni Paolo II, Benedetto XVI, Roma 2008.*
- ORLANDO SCATENA, *Don Umberto del Divino Amore, Roma 2008.*

### *Collana “Guide”*

- DON STEFANO LELLI, MIMMA SILLA (a cura di)  
*Guida ai Santuari del Lazio, Roma 2008.*

### *Collana “Per riflettere e pregare”*

- MONS. PASQUALE SILLA (a cura di)  
*Santo Rosario dinanzi al Santissimo Sacramento esposto, Roma 2008 (Fuori commercio)*

### *Fuori Collana*

- MONS. PASQUALE SILLA, *La mia vita come un pellegrinaggio attraverso canti e preghiere, Roma 2006.*
- DON CHACKO THEKKEKUTTU, *Confessarsi è facile! (10<sup>a</sup> Edizione), Roma 2006.*
- VAN BAN (a cura di), *Sacro e profano. Opere di Van Ban, Roma 2008.*
- COLLEGAMENTO NAZIONALE SANTUARI (a cura di)  
*Cristo Parola di consolazione per l'uomo d'oggi, Roma 2008.*
- MICHELE BATTISTA, *Fabio il “Centurione”, Roma 2008.*
- P. TIZIANO REPETTO S.I., *Esercizi spirituali, mass media e società. Questioni socio-comunicative nel testo di S. Ignazio di Loyola, Roma 2008.*

ALTRI VOLUMI SUL SERVO DI DIO DON UMBERTO TERENZI,  
IL SANTUARIO E LE SUE OPERE:

- CANTA C.C., *Sfondare la notte. Religiosità, modernità e cultura nel pellegrinaggio notturno alla Madonna del Divino Amore*, FRANCOANGELI, MILANO 2004.
- CECCONI S. (a cura di), *Guida al Santuario della Madonna del Divino Amore*, EDITORE SIGNUM, POMEZIA (RM) 2003.
- CENCIO L., *Dogma e fede mariana in Don Umberto Terenzi*, EDIZIONI OPERA MADONNA DEL DIVINO AMORE SECONDA, ROMA 2000.
- CONGREGAZIONE FIGLIE DELLA MADONNA DEL DIVINO AMORE (a cura di), *La spiritualità dell'Istituto Figlie della Madonna del Divino Amore. Il quarto voto speciale "d'amore alla Madonna"*, ROMA 2001.
- IDEM (a cura di), *60° di fondazione (1942-2002)*, ROMA 2002.
- IDEM (a cura di), *Maria tempio vivo ed eterno del Divino Amore*, ROMA 2003.
- CONTESSA - RUGGERI, *Madonna del Divino Amore*, EDIZIONI SAN PAOLO, CINISELLO BALSAMO (MI) 2005.
- DAL POS O.G., *Umberto Terenzi. Un seminarista innamorato di una Donna*, EDIZIONI SEGNO, UDINE 1998. (ESAUROITO)
- IDEM (a cura di), *Carisma e spiritualità del Servo di Dio Don Umberto Terenzi. Fondatore dell'Opera della Madonna del Divino Amore in Roma*, EDIZIONI SEGNO, TAVAGNACCO (UD) 2002 (TRADUZIONE SPAGNOLA, ROMA 2007).
- IDEM (a cura di), *Sfogliando gli album fotografici dell'archivio dal 1900 al 1939 del Servo di Dio Don Umberto Terenzi, fondatore dell'Opera della Madonna del Divino Amore*, GRAFICHE DIPRO, RONCADE (TV) 2003.
- IDEM (a cura di), *Maria in mezzo a noi, miracolo del Divino Amore*, GRAFICHE DIPRO, RONCADE (TV) 2004.
- IDEM (a cura di), *L'Eucaristia, la Madonna e Don Umberto Terenzi*, GRAFICHE DIPRO, RONCADE (TV) 2004.
- IDEM (a cura di), *La maternità di Maria e la paternità del Servo di Dio Don Umberto Terenzi*, GRAFICHE DIPRO, RONCADE (TV) 2005.
- IDEM (a cura di), *Riflessioni eucaristiche in compagnia del Servo di Dio Don Umberto Terenzi, di Giovanni Paolo II e di Benedetto XVI*, GRAFICHE DIPRO, RONCADE (TV) 2007 (1<sup>a</sup> RISTAMPA, LUGLIO 2008).
- DE LUCA G., *Scritti sulla Madonna*, EDIZIONI DI STORIA E LETTERATURA, ROMA 1972.
- IDEM, *Un prete romano*, EDIZIONI DI STORIA E LETTERATURA, ROMA 1973.
- DI FRANCESCO L., *La Madonna del Divino Amore. Memorie storiche, relazioni di grazie, devoti esercizi*, ROMA 1924.

- DON PINUZZO, *Ritorno al Divino Amore*, EDIZIONI OPERA MADONNA DEL DIVINO AMORE, ROMA 1974.
- *Dritto si va alla Madonna Santissima del Divino Amore. Marzo 1768*, SANTUARIO DELLA MADONNA DEL DIVINO AMORE, ROMA 2007 (2<sup>a</sup> edizione).
- FIGLIE E FIGLIE DELLA MADONNA DEL DIVINO AMORE (a cura di), *Via Matris meditata da Don Umberto Terenzi*, EDIZIONI OPERA MADONNA DEL DIVINO AMORE, ROMA 2004.
- FIGLIE DELLA MADONNA DEL DIVINO AMORE (a cura delle), *Un prete romano, un amore grande, il sogno di tutta una vita, Don Umberto Terenzi*, OPERA DELLA MADONNA DEL DIVINO AMORE - SANTUARIO DEL DIVINO AMORE, ROMA, s.d.
- IDEM, BUONA GIORNATA CON ... A CUORE APERTO. *Un pensiero per ogni giorno dell'anno*, CITTÀ SANT'ANGELO (PESCARA) 1997.
- FRAMARIN B., *Quel Santuario è casa mia, quella Madonna è proprio un amore*, SANTUARIO DELLA MADONNA DEL DIVINO AMORE, ROMA 2000.
- GARELLA L., *Il Divino Amore a Roma*, GANGEMI EDITORE, ROMA 2007.
- GOMEZ CABARIQUE F.A., *El sacerdote Humberto Terenzi y las obras del Divino Amor*, ROMA 1990 (2<sup>a</sup> edizione).
- *Il Divino Amore nelle parole di Sua Santità Benedetto XVI*, SANTUARIO DELLA MADONNA DEL DIVINO AMORE, ROMA 2007.
- *Il Rosario. La preghiera amata da Maria. Brevi riflessioni dalla parola del Servo di Dio Don Umberto Terenzi*, EDIZIONI OPERA MADONNA DEL DIVINO AMORE SECONDA, ROMA 2005.
- *Il Santuario della Madonna del Divino Amore*, EDIZIONI OPERA MADONNA DEL DIVINO AMORE SECONDA, ROMA, s.d.
- *Il Servo di Dio Don Umberto Terenzi* (Nel 1<sup>o</sup> centenario della sua nascita, 1900 - 30 ottobre -2000), ROMA, s.d.
- *Istoria del Santuario della Madonna Ss.ma del Divino Amore fuori porta S. Sebastiano, compilata da un suo devoto*, ROMA 1886 (2<sup>a</sup> edizione).
- LOLLI V., *Lettere alla Madonna del Divino Amore*, EDIZIONI OPERA MADONNA DEL DIVINO AMORE SECONDA, ROMA 1994.
- MEAOLO G., *Ave Maria!... e coraggio! Don Umberto Terenzi prete romano*, EDIZIONI OPERA MADONNA DEL DIVINO AMORE, ROMA 1988.
- IDEM, *Il Rosario del pellegrino*, EDIZIONI OPERA MADONNA DEL DIVINO AMORE SECONDA, ROMA 1993.
- IDEM, *Ave Maria!... e coragem!, Tradução e Apêndice do Pe. Pedro Teixeira Cavalcante*, EDIZIONI OPERA MADONNA DEL DIVINO AMORE SECONDA, ROMA 1996.
- NAVA-COLASANTO (a cura di), *Don Umberto del Divino Amore*, EDIZIONI OPERA MADONNA DEL DIVINO AMORE, ROMA, s.d.
- NOGASSA, *Er Santuario der Divino Amore*, ROMA 1987/8.

- PIA UNIONE DEL SANTUARIO - ASSOCIAZIONE “AMICI DI ROMA E DEL LAZIO” (a cura di), *Poesie sul Divino Amore*, ROMA 1991.
- PIETRA P., *La Madonna del Divino Amore*, ROMA 1958.
- IDEM (a cura di), *Don Umberto. Il Padre*, ROMA 1978.
- RUGGERI C. (a cura di), *Madonna del Divino Amore - Roma. Nuovo Santuario*, GRAFICHE CASALI, QUINTO DE’ STAMPI (MI) 1989.
- SACERDOTI OBLATI E SUORE ‘FIGLÌ DELLA MADONNA DEL DIVINO AMORE’ (a cura di), *In cammino con Maria*, EDIZIONI OPERA MADONNA DEL DIVINO AMORE SECONDA, ROMA 1987.
- IDEM (a cura di), *Con Maria in dialogo con Dio*, EDIZIONI OPERA MADONNA DEL DIVINO AMORE SECONDA, ROMA 1988 (2<sup>a</sup>edizione).
- IDEM (a cura di), *Manuale del Pellegrino*. EDIZIONI OPERA MADONNA DEL DIVINO AMORE SECONDA, ROMA 1997 (2<sup>a</sup>edizione).
- SANTUARIO DELLA MADONNA DEL DIVINO AMORE, *L’organo Karl Schuke opus 529. Nuovo Santuario della Madonna del Divino Amore*, ROMA 2001.
- SCUOLA MEDIA STATALE “P.R. FORMATO”, *Progetto “La scuola adotta un monumento”: Santuario del Divino Amore centro di devozione ed accoglienza*, ROMA 2000.
- SILLA P., *La devozione alla Madonna del Divino Amore. Dimensione pastorale*, EDIZIONI OPERA MADONNA DEL DIVINO AMORE, ROMA 1992 (3<sup>a</sup>edizione).
- IDEM, *La Madonna del Divino Amore. Il Santuario e il suo messaggio*, EDIZIONI OPERA MADONNA DEL DIVINO AMORE SECONDA, ROMA 1997.
- TERENZI A., *Er Divin’ Amore*, ROMA 1983.
- TERENZI U., *La Madonna Ss.ma del Divino Amore*, CENNI STORICI, MARINO (RM) 1931.
- IDEM, *Manuale del pellegrino*, SANTUARIO DELLA MADONNA DEL DIVINO AMORE, ROMA 1939 (1<sup>a</sup>edizione).
- IDEM, *La parola del Padre (Estratto dal periodico “Per Maria”)*, ROMA 2000.
- IDEM, *La gioia. Breve antologia dalle omelie, A cura delle Figlie della Madonna del Divino Amore*, ROMA 2000.
- IDEM, *Sulla scia dei Santi. Libro di meditazione tratto dalle prediche di Don Umberto*, a cura delle Figlie della Madonna del Divino Amore, ROMA 2001.
- TOMMASINI N., *Il Divino Amore. Storia-Tradizione-Pietà Popolare*, EDIZIONI MADONNA DEL DIVINO AMORE, ROMA 2003 (4<sup>a</sup>edizione).
- *Un prete romano. 50 anni di sacerdozio*, SANTUARIO DELLA MADONNA DEL DIVINO AMORE, ROMA 1973.
- VENIER E., ...*Entriamo nella Casa del Signore*, EDIZIONI OPERA MADONNA DEL DIVINO AMORE SECONDA, ROMA 1999.

Perché Maria è di vitale importanza nel mondo dei media religiosi? Perché Maria è il personaggio più ampiamente riconosciuto e rappresenta un capitale simbolico di ampia portata (Clark, 2007). Non solo, nel Medioevo la visione di un'immagine sacra, ivi compresa la SS. ma Eucaristia costituiva la forma di accesso privilegiata, pari del resto all'ingestione delle Sacre Specie tanto che l'adorazione Eucaristica nacque proprio in questo periodo in cui le Comunioni non erano frequenti: contemplare con devozione (adorare) le sacre specie equivaleva a comunicarsi spiritualmente con effetti pari a quelli della comunione reale (Schoefield Clark, 2007), ma stiamo parlando di un periodo in cui la produzione di immagini era alquanto rarefatta, privilegio di pochi e ben pagati pittori i quali in tal modo assumevano un ruolo di primaria importanza perché producevano le immagini che ponevano i fedeli a contatto con il soprannaturale.

Oggi questa preziosità delle immagini è del tutto scomparsa, i nostri sensi sono obnubilati, sopraffatti da una molteplicità di immagini tanto che occorre piuttosto una sorta di digiuno visivo, digiuno il cui menu principale sono le icone bizantine: forme di immagini del tutto essenziali, prive di orpelli, che rappresentano un'alternativa valida all'astinenza totale dalle immagini. Esse riescono a porre in comunicazione il fedele con l'immagine della Beata Vergine ma con modalità del tutto sobrie ma efficaci.

**P. Tiziano Repetto, S. I.**, gesuita, con un dottorato in Scienze Sociali alla Pontificia Università Gregoriana, insegna Sociologia della comunicazione e Omiletica presso l'Istituto Teologico S. Pietro di Viterbo, collabora con Radio Vaticana, è confessore presso il Divino Amore e altre basiliche pontificie. Scrive su vari forum cattolici e ha già curato alcune pubblicazioni su Don Umberto Terenzi del Divino Amore:

- “*Gnocco de mamma*” *Raccolta di omelie di don Umberto Terenzi, prete romano.* 2007 (a cura di) Ed. Divino Amore.
- *Ricordando don Umberto Terenzi.* 2008 (a cura di) Ed. Divino Amore.
- *Esercizi Spirituali Mass media e società.* 2008 Ed. Divino Amore.

**Euro 12,00**

ISBN 978-88-903385-7-1



9 788890 338571