

CHI PENSA CHE L'AFRICA SIA L'ETERNA ULTIMA RUOTA DEL CARRO DOVRÀ RICREDERSI. CERTAMENTE L'AFRICA, SPECIALMENTE QUELLA A SUD DEL SAHARA, È ANCORA LONTANA DA MOLTI TRAGUARDI TECNOLOGICI; SONO ANCORA MOLTI COLORO CHE NON BENEFICIANO DI LUCE ELETTRICA, DI ACQUA CORRENTE, DELL'OPPORTUNITÀ DI ACCEDERE ALLE SCUOLE MEDIE SUPERIORI, E COSÌ VIA. CIÒ NON TOGLIE CHE IL CONTINENTE POSSA VANTARE DELLE ECCELLENZE IN CAMPO DIGITALE. NON SI TRATTA DI CASI ISOLATI, MA DI UN FENOMENO PIÙ VASTO. NON A CASO, I PRIMI TABLET E SMARTPHONE INTERAMENTE AFRICANI SONO STATI DISEGNATI DA VERONE MANKOU (VEDI FOTO A PAG. 25), DELLA REPUBBLICA DEL CONGO (BRAZZAVILLE); UN PAESE QUASI SCONOSCIUTO AGLI STESSI AFRICANI.



L'Africa al passo le Chiese in ritardo

GIUSEPPE CARAMAZZA



Giuseppe Caramazza, missionario comboniano, dopo aver lavorato a "Nigrizia", nel 1992 è partito per il Kenya, dove si è impegnato pastoralmente tra i masai. Dal 2002 al 2008 è stato Direttore del centro Multimediale "New People" di Nairobi. Nel 2010 ha fondato a Londra la web-magazine "Southworld.net". Attualmente insegna al Tangaza University College di Nairobi.

TECNOLOGIE E CAMBIO DI MENTALITÀ

Alla fine del secolo scorso, l'Africa subsahariana disponeva di un numero di linee telefoniche fisse inferiore a quelle presenti a Manhattan; oggi, può contare su oltre 600 milioni di linee di telefonia mobile e oltre 100 milioni di connessioni internet. Da oltre un lustro, l'Africa è la regione con la più alta crescita di telefonia mobile al mondo. Una crescita straordinaria dovuta sia alla disponibilità delle nuove linee a fibra ottica, sia al cambio di mentalità, legato soprattutto ai servizi offerti da compagnie telefoniche, dai governi locali e da industrie private.

Già dal 2002, varie compagnie di telefonia mobile in Africa permettevano ai propri abbonati di mandare "credito" da un conto all'altro. Presto la gente iniziò ad usare questa possibilità

per inviare denaro a parenti e amici, con un grande risparmio rispetto ai servizi postali o bancari. Nel 2007, la keniana Safaricom lanciò *Mpesa* (*m* per messaggio, *pesa* per denaro in swahili); oggi quasi un terzo degli scambi in denaro del Kenya passa attraverso *Mpesa*, moltissimi lo utilizzano per le "rimesse" alla propria famiglia, per ricevere il salario, per pagare il conto al supermercato o al ristorante.

IN ANTICIPO SULL'OCCIDENTE

Le applicazioni disegnate in Africa sono ormai decine. *Ushaidi* (testimone in swahili), usata per raccogliere informazioni in tempo reale durante le violenze post-elettorali in Kenya nel 2007-2009, è stata adottata dalle Nazioni Unite per monitorare le elezioni politiche dal Messico

all'Afghanistan. Dopo il terremoto che distrusse Haiti (2010), *Ushaidi* è stata utilizzata per seguire gli sforzi dei volontari internazionali; in Sudafrica (2011) per aiutare gli automobilisti a trovare le stazioni di servizio con disponibilità di benzina, durante una breve crisi di approvvigionamenti. Altre applicazioni vengono usate quotidianamente per controllare la produzione agricola, le malattie del bestiame, ricevere in tempo reale i risultati di esami medici.

Nel campo dei *network* sociali l'Africa è al passo con il resto del mondo. Quasi tutti i giovani hanno un profilo *facebook*, moltissimi professionisti utilizzano *linkedin*, non mancano poi i "cinguettatori" su *twitter*. Ogni compagnia ha un sito *web* e molti governi hanno predisposto siti interattivi per dialogare con i cittadini. Tutte le pubblicazioni nazionali hanno anche *blog* e luoghi di incontro virtuale. In non pochi casi, perciò, l'Africa ha accolto le tecnologie digitali prima del mondo occidentale.

IL RITARDO DELLE CHIESE

La Chiesa cattolica, in questo fiume di informazioni, appare leggermente in ritardo. Da una parte, tutte le Conferenze episcopali hanno approntato un sito istituzionale; dall'altra, la maggioranza di questi siti è diventata statica. Nessuno si preoccupa di aggiornare il materiale, spesso i siti non sono accessibili. Vi sono, chiaramente, delle eccezioni, ma il panorama generale non è certo incoraggiante. Non vanno meglio i protestanti, che preferiscono appoggiarsi ai siti di Chiese sorelle, specialmente negli Stati Uniti. Alcune realtà locali sono encomiabili per aver approntato siti *web* con informazioni puntuali sulle attività parrocchiali o di gruppo. Purtroppo queste sono iniziative isolate. Non esistono *blog* o siti dedicati all'evangelizzazione diretta. I *blog* di molti missionari sono solitamente nelle loro lingue d'origine e rivolti ad amici e benefattori. Questi *blog* vogliono informare per raccogliere fondi, non sono intesi a raggiungere il pubblico locale per comunicare la fede.

GIUSEPPE CARAMAZZA



Le ragioni di una differenza

Il divario tra l'uso delle tecnologie digitali nella vita quotidiana e l'uso che ne fanno le Chiese ha delle ragioni sociali ben precise. In primo luogo, soprattutto per l'Africa di lingua inglese, il pubblico trova già molto materiale in siti nordamericani. È chiaro che si tratta di materiale estraneo alla cultura africana, ma è presente e gratuito. Pochi sono interessati a creare un sito locale quando ne esistono già molto professionali fruibili a costo zero. Una seconda ragione è la diffusione di *internet*. Oggi esiste una connessione ogni

Oggi esiste una
connessione ogni
nove abitanti, di per
sé un numero
elevato. Occorre
però dire che la
maggioranza
delle connessioni
è concentrata
nelle zone urbane

nove abitanti, di per sé un numero elevato. Occorre però dire che la maggioranza delle connessioni è concentrata nelle zone urbane, escludendo così gran parte della popolazione rurale. Inoltre, la densità di connessioni varia molto da paese a paese. Anche là dove si trovano degli *internet caffè*, nelle zone rurali, i fruitori sono essenzialmente giovani i quali preferiscono usare le poche risorse a disposizione per *chattare*, inviare messaggi *e-mail* e visionare siti

poco religiosi. È purtroppo un triste primato che i siti visitati più spesso siano quelli pornografici. L'uso dei nuovi mezzi di comunicazione a servizio dell'evangelizzazione in Africa è possibile. È giusto registrare la presenza in rete di varie iniziative a cura di centri *media*. Si tratta soprattutto dei siti delle riviste di animazione missionaria presenti nel continente e di alcune agenzie di informazione cattoliche e protestanti.

La Chiesa potrebbe senz'altro usare meglio i mezzi di comunicazione sociale, soprattutto i nuovi *media*. Siti che offrissero un approfondimento della fede e della conoscenza biblica, che dessero puntuali informazioni sulla vita della Chiesa in modo rilevante per la gente, godrebbero sicuramente di facile popolarità. Anche la presenza sui *network* sociali ha un grande potenziale. Non è facile prevedere chi si prenderà la responsabilità di dar vita a questo tipo di comunicazione che richiede tempo e dedizione. (g.c.)

Siti utili

A mo' di esempio si possono visionare i siti: Monfort Media in Malawi: www.montfortmedia.org
New People in Kenya: www.newpeoplemedia.com
Agenzia CISA: www.cisanewsafrika.com

Altri siti, pur non avendo l'obiettivo primario dell'evangelizzazione, presentano vari aspetti della vita della Chiesa, soprattutto delle attività in campo sociale: www.socialchange.or.ke