

La rete ha una natura semantica profondamente ambigua: da un lato è metafora dei nodi e dei lacci del male: convertirsi, implica allora liberarsi da questa rete, da questa ragnatela del male.

Dall'altro lato, la rete è anche metafora di salvezza, intreccio benefico di linee che consente all'equilibrista di non sfracellarsi alla prima caduta, come pure strumento indispensabile della pesca, attività che i testi evangelici accostano a quella dell'opera di conversione.

Chi oggi si avventuri con una qualche sensibilità spirituale all'interno dell'oceano del Web vi riscontra mari ancora più vasti e straordinariamente variegati di quelli che solcavano gli apostoli e i missionari di tutte le epoche storiche.

Per il cristiano, il Web è una nuova terra di missione.

La metafora della rete in quanto viluppo di nodi che tengono l'anima avvinta e in quanto strumento che consente al pescatore di anime di sottrarle a tale giogo ritorna in tutta la sua ambiguità. Anche la rete del Web è oggi sia sterminato intrico di collegamenti attraverso i quali perdersi nel soddisfacimento dei propri istinti più brutali (si pensi all'efferato connubio fra Web e pedopornografia) e al tempo stesso ricettacolo di risorse attraverso le quali ritrovare se non altro l'impulso a una vita più giusta.

Questo libro si offre come vademecum a tutti coloro che desiderino interpretare la rete del Web come uno strumento di salvezza nel segno della fede cristiana.

Nell'idea moderna di missione, che continua a brillare nell'evangelizzazione attraverso il Web, riluce anche un desiderio di comunicare con il diverso che è uno dei fondamenti del convivere civile. Cercare di persuadere l'altro a una verità salvifica è da questo punto di vista un gesto di fratellanza, esprime un desiderio di salvezza comune che trascende l'individualismo.

Misurare la parola della persuasione nel Web affinché sia luogo d'incontro e non di scontro, rete di protezione e non di costrizione, è sfida ardua non soltanto per chi voglia trasmettere il proprio credo religioso ma anche per chi aspiri a comunicare qualsiasi altra forma di convincimento.

Questo libro intende fornire qualche consiglio non solo per intravedere la luce che traspare attraverso le maglie del Web, ma anche per cercare di catturarla con la rete delle nuove tecnologie.

## **PREMESSA**

### **Le sfide della telematica per il cristiano**

Dopo il primo sistema di posta elettronica sviluppato nel 1972, negli anni '90 si compie la svolta definitiva verso la rete telematica di massa, quando Tim Berners-Lee, ricercatore al CERN di Ginevra, elabora i fondamenti del World Wide Web, il WWW o semplicemente Web (ragnatela mondiale). È una tecnologia destinata a mutare profondamente la natura della Rete e a farne uno strumento che può essere utilizzato da chiunque per molteplici usi, in particolare per la condivisione di dati e di contenuti multimediali, oltre che per l'interazione con altri utenti.

Società dell'informazione, comunicazione, Internet, Web, Rete, spazio virtuale, sono tutti termini ormai entrati nelle nostre case e nelle nostre vite. L'introduzione della telematica ha prodotto radicali cambiamenti che hanno trasformato il nostro modo di interagire, le nostre abitudini, i ritmi delle nostre giornate. La telematica è quindi ben più che una semplice innovazione tecnologica; essa rappresenta il paradigma di una nuova forma di società.

Gli aspetti più significativi della rivoluzione prodotta dalle nuove tecnologie – che può essere paragonata a quella provocata dalla diffusione della stampa nell'epoca di Gutenberg – si possono sintetizzare in alcuni punti di cui è bene prendere coscienza:

- si è notevolmente accresciuta la produzione e la differenziazione dei contenuti diffusi;
- le fonti di comunicazione sono sempre più in concorrenza fra loro;
- i lettori sono recettori sempre meno passivi; è questo l'aspetto che più interpella chi crea un sito: egli si muove in un'arena ove gareggiano molti altri mezzi. Dal momento che la quantità di

informazione a cui siamo quotidianamente esposti cresce vertiginosamente e che la nostra capacità di assorbirla è limitata, si diventa sempre più selettivi.

In questo scenario non vale più lo schema classico della comunicazione, che prevedeva un «emittente» attivo e un «ricevente» più o meno passivo. Le nuove tecnologie ci inducono a comunicare in modo diverso, ad impadronirci dei loro linguaggi e delle loro regole, a migliorare la qualità della nostra comunicazione e, se possibile, a creare sinergie coordinando gli strumenti a disposizione in modo da coprire più canali di comunicazione coerenti fra loro.

Il Web è un nuovo mezzo e richiede un nuovo tipo di approccio. Ogni testo che appare su un supporto deve rispettarne la grammatica; anche Internet possiede la sua e come altri media penetra nei nostri sistemi di vita quotidiana, influenzandoli ma essendone anche influenzato.

Nessun ambito è esente dall'impatto con le nuove tecnologie. Tanto meno possono trascurare queste frontiere i cristiani, che hanno ricevuto da Cristo stesso il mandato di comunicare la «buona notizia» a tutto il mondo; proprio questo mandato li impegna ad inserirsi con competenza nella Rete cercando di comprenderne e di padroneggiarne i meccanismi comunicativi.

### **Finalità e metodi**

Questo libro non vuole sovrapporsi ai molti lavori già esistenti che sviluppano studi, ricerche e analisi sui vari ambiti del contesto sociale, individuale e tecnologico influenzati dall'avvento dei nuovi media, in particolare di Internet.

Non è neppure un trattato teorico sulla comunicazione religiosa attraverso il Web.

Il testo si appoggia su osservazioni e analisi concrete di siti web condotte con gli strumenti propri della semiotica, nell'intento di offrire a parrocchie, gruppi, insegnanti, catechisti, animatori ed evangelizzatori che si avventurano nel mondo della Rete, alcune linee-guida essenziali, semplici «attrezzi del mestiere» per comunicare.

**Il lavoro prende spunto da alcune domande: è possibile comunicare la fede nel Web? Quale spazio il mondo cattolico si ritaglia in Internet per comunicare con chi non crede? Quali strategie adotta? I destinatari sono potenzialmente raggiunti da questo tipo di annuncio?**

Questa ricerca vuole gettare un po' di luce su questi interrogativi e, partendo dai riscontri emersi dalle analisi, di trarre suggerimenti per un'azione comunicativa incisiva.

Mi sono limitata comunicazione prodotta in ambito cattolico da siti web che si rivolgono a persone che, per i motivi più diversi, sono lontane dalla professione della fede e dalla pratica religiosa: persone non credenti o indifferenti, o forse alla ricerca di soddisfare il proprio bisogno di spiritualità e che comunque non si riconoscono nel numero dei «fedeli».

Ho scelto di escludere il genere blog poiché in questo tipo di comunicazione cambiano profondamente le modalità di enunciazione e di rapporto con gli utenti, rispetto a quelle dei siti web.

### **Semiotica, scienza dei segni**

Il termine semiotica non deve spaventare.

È la disciplina che studia i segni (che gli studiosi chiamano con il termine generico e ampio di testi) e analizza i meccanismi con cui essi «significano», «hanno senso», «comunicano». Oggetto della semiotica sono quindi i fenomeni di significazione (la luce rossa del semaforo significa stop) e di comunicazione (il semaforo rosso mi comunica che devo arrestare l'auto) tanto che talora i vocaboli «semiotica» e «comunicazione» vengono usati indifferentemente.

La semiotica si occupa del significato dei testi, qualunque essi siano, anche semplici oggetti (un disegno, un detersivo, una costruzione architettonica). Tuttavia nella pratica questa disciplina viene applicata a testi complessi come i libri, l'abbigliamento, la moda, i programmi televisivi, i film... anche i siti web.

Nella semiotica convivono due filoni principali:

- a) **uno di carattere filosofico**, legato alle teorie del filosofo statunitense Charles Sanders Peirce (1839-1914) e **sfociato nella semiotica interpretativa, rappresentata oggi principalmente dal semiologo Umberto Eco**;

b) **uno di orientamento linguistico** che discende dal linguista ginevrino Ferdinand de Saussure (1857-1913) a cui occorre aggiungere le figure del linguista danese Louis Trolle Hjelmslev (1899-1965) e di Roland Barthes (1915-1980). **Nell'alveo di questa linea teorica si collocano due fra le prospettive più interessanti della semiotica contemporanea: la semiotica strutturale generativa** del semiologo lituano Algirdas Julien Greimas (1917-1992), e la **sociosemiotica** che può essere ricollegata ai nomi di Jean-Marie Floch (1947-2001) e di Eric Landowski.

**Greimas si occupa della struttura interna dei testi e costruisce una teoria della generazione del loro senso: ogni testo sarebbe provvisto di strutture discorsive che hanno sempre una natura narrativa, ed il senso verrebbe a formarsi attraverso il cosiddetto percorso generativo del senso. Eco costruisce una teoria sull'interpretazione dei testi, analizzando la loro fruizione.**

Mi sono servita in prevalenza delle metodologie e degli strumenti della **semiotica generativa**, ma ho preso qualche spunto anche da quella **interpretativa**, senza dimenticare che, essendo i siti web testi che hanno una vita sociale, siamo situati forse più propriamente nella sociosemiotica.

Il testo si propone di fornire gli strumenti concettuali indispensabili a consentire anche al profano di impadronirsi degli elementi base di questa disciplina, così utile per chi si occupa di comunicazione.

### **Genesi del corpus e struttura del testo**

L'idea di partenza è stata quella di sfruttare una ricerca svolta in ambito universitario nel 2007-2008 sui siti cattolici italiani che intendono rivolgersi anche a chi non crede.

Attraverso un'esplorazione sistematica dei siti cattolici italiani (circa tredicimila) ho ricavato una novantina di siti, abbastanza pochi, che si propongono di rivolgersi ai destinatari qui considerati.

Il libro propone una **prima parte** di carattere introduttivo ove vengono fornite alcune informazioni sul rapporto religione e Internet - considerando in particolare la Chiesa Cattolica - e la problematica della conversione, per rispondere alla domanda se un sito web può "convertire" chi non crede. Lì sono esposte alcune riflessioni sulla dinamica tra conversione e fede, grazia ed evangelizzazione.

Nella **parte seconda** alcuni strumenti sui fondamenti e sulle metodologie della semiotica introducono il lettore ad impadronirsi delle conoscenze semiotiche di base per trarre frutto dalle analisi successive.

Sono pagine che possono sembrare difficili per chi non è iniziato. C'è stato un notevole sforzo nella scelta degli argomenti e nella sintesi degli stessi: ciò ha comportato un aumento della densità dei concetti espressi.

In effetti sono pagine apparentemente astratte e, se vogliamo, anche difficili se affrontate in una riflessione fine a se stessa, ma spero assumano una maggior comprensione e una efficacia crescente se affiancate da esempi e utilizzate in esercitazioni concrete.

Il consiglio è pertanto di utilizzare "gli attrezzi" in simbiosi con le analisi della **Parte Terza**. Può quindi essere utile per qualcuno invertire il criterio di lettura: partire dagli esempi e ritornare su queste pagine avendo in mente le osservazioni incontrate nelle analisi dei siti.

La **parte terza** offre, come detto, alcuni esempi di analisi concrete su siti web, o su porzioni di siti, analisi che consentono di esplorare le loro strategie comunicative con i loro punti di forza e di debolezza e di valutarne la possibile efficacia.

Un avvertimento è d'obbligo. I siti web per loro stessa natura sono in continua evoluzione e tremendamente mutevoli: ogni giorno siti nascono, altri spariscono dalla Rete, altri si spostano o cambiano denominazione; in ogni caso le pagine e i contenuti sono, o dovrebbero essere, in continua evoluzione. Sono sempre indicate le date del periodo a cui si riferisce l'analisi o quelle dell'ultima consultazione.

Ma i risultati evidenziati sono generalizzabili e mantengono la loro validità al di là della variabilità

intrinseca all'oggetto di osservazione. Le indicazioni ottenute nelle analisi sono applicabili a qualunque sito e sono utili in prospettiva, senza che ci si debba focalizzare su quel dato periodo, su quel sito, su quella pagina o su quell'immagine, che forse mentre si sta leggendo il libro non è più online.

È stato analizzato il forum del sito della Diocesi di Torino, alcuni siti parrocchiali, alcuni siti associazioni movimenti o gruppi, alcuni siti personali, con un'attenzione particolare a un sito che si occupa di Arte e fede, e ad alcuni siti che offrono risorse agli evangelizzatori della Rete.

Nella **conclusione** tiro le fila organizzando i risultati ottenuti e tentando di ricomporre il puzzle degli strumenti via via accumulati e di offrire consigli spiccioli per la costruzione di siti che davvero offrano una comunicazione positiva ed efficace.

Attenzione che il famoso assioma della scuola di Palo Alto "non si può non comunicare" vale anche per i siti web: "tutti i siti comunicano": bisogna vedere che cosa comunicano. Un sito non aggiornato, lasciato a se stesso, trasandato, incoerente, comunica appunto queste cose.

Nel corso del libro ho evidenziato come la libera collaborazione di ogni persona all'azione della grazia è generalmente indotta e sostenuta da mediazioni. Anche il Web può essere un luogo favorevole per l'incontro con Cristo e il suo messaggio, per chiarire dubbi, per riflettere.

Le tecniche di evangelizzazione in Rete sono quindi molto opportune per creare occasioni propizie all'incontro dell'uomo con il divino, incontro che può dare l'avvio a percorsi di fede sotto l'azione della grazia, normalmente in un clima di preghiera e di silenzio interiore.

Ben vengano Internet e la comunicazione virtuale, e gli sforzi compiuti per migliorare le modalità comunicative, quando tutto ciò può essere occasione per realizzare questo mutamento.

Mi rendo conto che stiamo calcando un terreno singolare, dove l'umano e il divino si toccano e si fondono insieme. Noi possiamo analizzare soltanto un'estremità di questo meraviglioso intreccio, solo lì possiamo intervenire, migliorare, attuare strategie. L'altra estremità non è nelle nostre mani.

La comunicazione non è solo una tecnica, ma innanzitutto un atteggiamento del cuore e della mente che deve dimostrare attenzione e rispetto nei confronti del pubblico, unitamente a intelligenza e passione per il contenuto da trattare, anche nei modi di esporlo. E non è questione solo di competenza, ma di amore.

In un contesto sociale dell'incertezza, povero di garanzie e di sicurezze come quello in cui viviamo, passa una comunicazione che spesso non è né positiva né rassicurante, e che non va sottovalutata.

Proprio nell'ambito di una società, definita dal sociologo polacco Zygmunt Bauman «liquida», priva di punti fermi, il comunicare acquista tutto il suo peso: può essere che la persona incerta si ponga alla ricerca di senso, sperando di incontrare o individuare l'ancora – forse anche un sito web – cui aggrapparsi per trovare qualcosa che meriti d'essere trovato e magari condiviso attraverso degli strumenti interattivi propri del Web.

Tornando alla metafora iniziale, mi sento di affermare che la Luce può rischiarare la Rete e farne luogo privilegiato di cambiamento di vita e di conversione. Soprattutto se nel prefiggerci di comunicare non dimentichiamo l'ingrediente principale, che è la preghiera.

Mi auguro che questo libro fornisca orientamenti fondati di qualche utilità per i «creatori» di siti e sia di stimolo per coloro che ancora non si sono avventurati in questo «nuovo forum», come Giovanni Paolo II ha definito Internet.

Il forum, spazio pubblico dove si conducevano politica e affari, dove si svolgeva gran parte della vita sociale della città, spazio affollato e caotico che rifletteva la cultura dominante ma ne creava anche una propria, rappresenta al meglio infatti il mondo della Rete.