

1 CLIC COMUNICAZIONE IN RETE

2 Comunicare CRISTO nel Web

A) **La rete e le nuove tecnologie** (conoscere il mondo della rete per abitarlo)

B) **Cambiamenti antropologici e sociologici nell'era della comunicazione. Criticità e opportunità della Rete**

C) **In questo panorama come comunicare Cristo nel Web?
Abitare la Rete. Fatica da cristiani.**

3 A) **La rete e le nuove tecnologie** (conoscere il mondo della rete per abitarlo)

Parlando di “mondo digitale” il pensiero corre subito alla metafora della RETE.

Nella letteratura cattolica del Seicento, che spesso si sofferma sui temi del cambiamento spirituale **la rete compare spesso quale figura straordinariamente ambigua.**

4 Da un lato è **metafora dei nodi e dei lacci del male**, che avvinghiano l'anima sino a soffocarne ogni slancio spirituale verso il bene. Ravvisare in sé dei segni di cambiamento spirituale implica innanzitutto il liberarsi da questa **ragnatela del male.**

5 – 6 Dall'altro lato la rete è anche **metafora di salvezza, intreccio benefico che consente all'equilibrista di non sfracellarsi**, o **strumento indispensabile per la pesca.**

Forse proprio per questa sua **natura semantica profondamente contraddittoria** la rete diviene, in molte culture religiose, **una metafora perfetta della conversione**, di un radicale **cambiamento di segno** nella vita spirituale di una persona.

Anche **la rete del Web** è sia sterminato intrico di collegamenti attraverso cui perdersi nel soddisfacimento dei propri istinti più brutali (pensiamo al connubio fra Web e pedo-pornografia) sia contenitore di risorse attraverso cui ritrovare l'impulso a una vita più giusta.

Nel libro *La luce e la rete* cerco di interpretare la rete del Web come strumento di salvezza nel segno della fede cristiana per intravedere la luce che traspare attraverso le maglie, cercando di catturarla con la rete delle nuove tecnologie, **come sosteneva negli appunti di un libro che non ebbe mai la possibilità di scrivere, il sociologo canadese Marshall McLuhan «i media elettronici sono esplorazioni interiori e tendono a favorire il profondo coinvolgimento in forme di meditazione».**

DIAPO 7 – 8 Internet (da InterNetworking, reticolo) è appunto **la Rete delle reti**. Esso consiste infatti in una struttura reticolare di milioni di computer connessi fra loro, dotati di linguaggi comuni (il gruppo di protocolli Tcp/Ip) e collegati tramite canali di vario genere (cavi, onde radio, satelliti).

A differenza di altre reti con cui abbiamo quotidianamente a che fare (elettrica, telefonica), Internet *coincide* con la sua rete. È un agglomerato di discorsi collegati per moduli che si combinano fra loro riprendendo e reinterpretando il discorso degli altri; il testo è continuamente ricomponibile mettendo insieme frammenti di un discorso collettivo. **CLIC** Con Internet passiamo da un universo di oggetti a uno di soggetti interconnessi, muovendoci verso il mondo dell'intersoggettività¹. **CLIC** Le metafore viste ci aiutano a capire come lo stesso strumento possa essere utilizzato nel bene come nel male. Tuttavia dobbiamo sapere che **nessun strumento è neutro**.

9 Forse l'intuizione principale del sociologo canadese Herbert Marshall McLuhan - uno dei massimi teorici della comunicazione e dei media, l'inventore del concetto di "villaggio globale"² tanto per intenderci - è che "il mezzo è il messaggio". Egli applicava la sua riflessione alla televisione, ma vale per ogni mezzo, e cioè: indipendentemente dal contenuto di una trasmissione televisiva, che pure è importante, è il mezzo televisivo che produce degli effetti. Noi siamo in una società da decenni abbastanza **plasmata dalla televisione**: non tanto dai programmi, ma **dalla televisione come medium**. McLuhan dice: il vero messaggio che può trasmettere la radio o la televisione o il giornale è costituito dalla **natura del medium stesso**. Egli parte dalle conseguenze che il medium tipografico, la stampa, ha prodotto nella storia. La Riforma protestante, il razionalismo e l'Illuminismo sono stati agevolati dalla diffusione della scrittura, che ha potuto essere così diffusa grazie all'invenzione dei caratteri mobili da parte di Gutenberg. Da questa innovazione tecnologica c'è la diffusione della stampa, e la stampa crea delle condizioni, crea una *forma mentis*. Questo intendeva McLuhan affermando che "il mezzo è il messaggio".

Ogni medium va quindi studiato secondo i *criteri strutturali* in base ai quali esso organizza la comunicazione; è proprio questo che lo rende **non neutrale**, perché suscita negli utenti-spettatori determinati comportamenti e modi di pensare e porta alla formazione di una certa *forma mentis*. **La televisione, secondo McLuhan, assolve soprattutto la funzione di rassicurare; è un mezzo che conforta, consola, conferma e "inchioda" gli spettatori in una stasi fisica (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.**

¹ Cfr. G. FERRARO, *La pubblicità nell'era di Internet*, Meltemi, Roma 1999, p. 14.

² Per villaggio globale si intende **un mondo piccolo, delle dimensioni di un villaggio, all'interno del quale si annullano le distanze fisiche e culturali e dove stili di vita, tradizioni, lingue, etnie sono rese sempre più omogenee e internazionali**. Il mondo nuovo apertosi nel Novecento è per McLuhan caratterizzato da una decentralizzazione, che sposta il punto primario di interesse e di osservazione dalla soggettiva visione nella dimensione di villaggio, alla spersonalizzata visione globale.

La locuzione è divenuta di vastissima diffusione al sorgere di nuove tecnologie (prima delle quali Internet) che consentono una facilitazione ed un'accelerazione delle comunicazioni umane di grande rilievo, divenendo quasi un sinonimo delle interconnessioni per la comunicazione e dei risultati che consentono. In questo senso, **spesso senza riferimenti all'originario senso filosofico**, la locuzione si applica sia per definire che il gigantesco globo si sia ridotto ad un ambito facilmente esplorabile al pari di un villaggio, sia che (almeno per la comunicazione) ciascun villaggio che lo compone abbia oggi abbattuto i suoi confini non più terminandosi, e dunque coincidendo con il globo. Alla locuzione si fa in genere risalire il termine di **globalizzazione**.

10 L'aveva capito **Giovanni Paolo II** che definì Internet: "*nuovo forum per proclamare il Vangelo*".

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

I nuovi media ci inducono a comunicare in modo diverso, ad impadronirci dei loro linguaggi e delle loro regole, a migliorare la qualità della nostra comunicazione. Anche il Web è un nuovo mezzo e richiede un nuovo tipo di approccio. È necessario imparare a conoscere questo ambiente comunicativo sempre meglio, per padroneggiarlo a servizio della diffusione del Vangelo e per creare relazioni positive tra le persone e con Dio. Internet impone nuovi modi di informare, di fare giornalismo, editoria – pensiamo agli e-book - di fare radio e televisione, ha rivoluzionato il commercio, e va sfruttato anche per annunciare Gesù!

11 Trent'anni fa – che nel mondo della comunicazione sono come trecento - **non c'era internet e non c'erano i telefonini**. Il mondo della comunicazione era un altro mondo. Ognuno di noi bene o male ha cambiato in qualche modo la sua vita per questi due elementi. È avvenuta una rivoluzione simile a quella dell'invenzione della stampa: la **rivoluzione informatica** dovuta alla scoperta del **digitale**, seguita dalla **rivoluzione telematica** fatta dalla *convergenza* delle *telecomunicazioni* con *l'informatica*; più che una semplice innovazione tecnologica, la **telematica** rappresenta il paradigma di una nuova forma di società, che produce radicali cambiamenti nel nostro modo di interagire, nelle nostre abitudini, nei ritmi delle nostre giornate.

12 Da allora assistiamo ad uno sviluppo vorticoso degli strumenti digitali e della convergenza fra essi. L'informatica "spinge" tutta la ricerca. Vi sono calcolatori dappertutto. Basta salire su un treno per comprendere il cambiamento in atto. Sui vagoni a lunga percorrenza è tutto un proliferare di pc portatili, netbook, Ipad e cellulari con le più innovative funzioni. C'è ancora qualcuno che resiste con in mano un libro o un quotidiano.... Siamo di fronte ad una rivoluzione nel modo di comunicare che coinvolge molti aspetti della nostra esistenza. **Cambiano i linguaggi e i rapporti tra persone**. Resta decisivo il contatto personale, è vero, ma le molteplici opportunità fornite dalla tecnologia rendono inevitabile una presa di coscienza che riguarda anche chi si occupa di comunicazione.

Lo sviluppo della **banda larga** e l'introduzione di tecnologie per accedere alla rete a basso costo, hanno modificato il modo di comunicare di tante persone, compreso il **linguaggio**. È stato soprattutto la **possibilità di inviare velocemente messaggi di testo (SMS, e-mail)** a dare notevole impulso a questo tipo di tecnologia. Uno dei cambiamenti sociali più rilevanti è la possibilità di essere raggiungibile in ogni momento e il fatto che nelle relazioni viene data sempre meno importanza al luogo fisico e alla puntualità. Questo tipo di tecnologia è in continua evoluzione: dagli **smartphone** e dai **palmari** attuali si arriva a **chip** contenuti negli oggetti, nei vestiti e negli elettrodomestici delle nostre abitazioni che consentiranno permanentemente la loro connessione alla nuova rete globale

che si sta sviluppando. **CLIC - 6 aprile 2012:** Google svela il segreto dei suoi **super occhiali**: ricevono sms, scattano foto e leggono mappe.

Ho visto un articolo intitolato: **Papà, a che serve questa cornetta?** Le cabine telefoniche sono quasi sparite, i telefoni nelle case sono drasticamente diminuiti; il **fax** non servirebbe più, se non fosse l'unico mezzo per trasmettere una firma, salvo avere una casella di posta certificata, la PEC, oppure una smartcard che fornisce la firma legalmente valida sui documenti trasmessi via email.

I cd, ammassati dai dvd. Per non parlare del floppy disk, ci sono le chiavette USB. I videoregistratori soppiantati dai servizi on-demand e dallo streaming; ciao quindi anche alle ultime, superstiti cassette Vhs. E pure alle audiocassette e ai registratori analogici. E la posta su carta? Quasi defunta. E da quanto tempo non usiamo un'enciclopedia, o le Pagine Gialle? oggi basta un'occhiata a Wikipedia e ti toglie qualsiasi dubbio o fai una ricerca in Google e trovi tutto. Pare sia finito il senso del ricordare, perché tanto qualsiasi cosa te la ritrovi sul Web. Sono finite pure le contorsioni in macchina per ripiegare come si deve la cartina stradale, c'è il navigator GPS; niente più il problema dello sviluppo dei rullini di foto, silenzioso il rumore del modem che, appena dieci anni fa, ci faceva sognare perché segnalava che stavamo per entrare «in rete». Di lì, non siamo praticamente più usciti, ora c'è il Wi-fi, o una chiavetta che ci portiamo nel taschino.

Una manciata di anni fa tutte queste cose erano i simboli del progresso tecnologico quotidiano. In dieci anni Internet e il cellulare li hanno rottamati, e i venditori di enciclopedie porta-a-porta, sono finiti a lavorare in un call center.

13 Cloud computing (nuvola informatica): è un insieme di tecnologie che permettono di memorizzare, archiviare o elaborare dati grazie all'utilizzo di risorse distribuite in Rete. Un computer è in grado di elaborare, archiviare, recuperare programmi e dati tramite la CPU e le memorie interne o esterne. Sfruttando la tecnologia del *cloud computing*, per gli utenti collegati ad un *cloud provider* questa possibilità può essere estesa ad altri computer e dispositivi remoti dislocati sulla rete stessa, anche a grande distanza. Questo permette di poter accedere ai propri dati da qualsiasi parte del mondo e con qualsiasi dispositivo (pc, tablet, smartphone) e anche di compiere lavori di gruppo sugli stessi dati. **Il *cloud* esprime più un principio che una precisa tecnologia: il principio dello spostamento dei file, dei programmi e della potenza di calcolo dai nostri dispositivi ad altre piattaforme, lontane da noi ma accessibili in ogni momento. In concreto: da un lato c'è la nuvola, enormi capannoni pieni di computer interconnessi e perennemente accesi chiamati «data center», dall'altro gli utenti, che tramite il computer, il cellulare o un altro apparecchio capace di connettersi a Internet si collegano a quei *data center*. Una volta connessi, gli utenti possono salvare i loro file su quei computer e lavorare utilizzando i programmi installati nei *data center*.**

14 Sul *cloud*, almeno un po', ci siamo già quasi tutti. Anche se pochi se ne sono accorti o sanno cosa sia, quasi tutti lo sfruttiamo ogni giorno. Se utilizziamo un servizio di *email*, come *Gmail*, *Hot-*

mail, o *Yahoo*, siamo già sulla nuvola: è in *data center* lontani da noi che riposano le nostre *email*, con la rubrica e gli allegati, ed è la potenza di calcolo di quei *data center* che fa funzionare il programma col quale gestiamo i messaggi. E sempre nei *data center* sono salvate le foto caricate su *Facebook*, i video pubblicati su *Youtube* e qualsiasi cosa abbiamo messo su Internet. **Con una password possiamo accedere in qualsiasi momento ai nostri file che non sono sul nostro computer. Google, Microsoft, Amazon, Apple, tutti i grandi gruppi delle tecnologie si stanno adoperando per permettere agli utenti di mettere sempre più file e usare sempre più programmi sulla nuvola. Conta quindi sempre meno il dispositivo che si utilizza, perché i contenuti e la potenza sono altrove. Nel mondo delle imprese il cloud è già una realtà affermata. Ma non c'è bisogno di essere imprese per sfruttare al meglio le opportunità offerte dalla nuvola. Chi ha un telefono col sistema operativo *Android* ha potuto scoprire che la rubrica di *Gmail* (salvata sulla nuvola) si sincronizza automaticamente con il telefonino. Google ha introdotto già da qualche anno *Docs*, un insieme di programmi che funzionano direttamente *on line* e salvano i file sui *data center*. Da qualche mese anche Microsoft ha messo sul *cloud*, accessibile con la posta *Hotmail*, una versione semplificata e gratuita del suo storico pacchetto *Office*, e così via. Se tutto finisce sul *cloud*, a terra non restano che pc alleggeriti da ogni responsabilità. Un panorama tanto tranquillizzante, in tempi di frenesia tecnologica, quanto spaventoso dal lato della sicurezza. I *data center* dei grandi gruppi, riempiti di file e *software*, saranno in pratica i computer del mondo. Dovessero andare fuori uso, il pianeta tecnologico smetterebbe di girare.**

15 WEB-TV: è la **Web television**, il servizio di televisione fruito attraverso il Web. La tecnologia alla base della web TV è lo **streaming** (flusso di dati audio/video trasmessi da una sorgente a uno o più destinazioni tramite una rete telematica. Questi dati vengono riprodotti man mano che arrivano a destinazione). Stiamo assistendo alla migrazione dalle vecchie reti locali su internet, e sempre più sbarcano su smartphone e tablet. Le antenne digitali italiane sono circa 650: ne nasce una ogni due giorni. Perlopiù sono la voce di realtà locali, a volte raccontano la vita di un singolo condominio in tutto il mondo. Il paradosso del Web è che la Rete, che ha reso il mondo più piccolo, diventa la voce del micro territorio rendendolo visibile in tutto il mondo, diventando così un contatto importante per gli italiani all'estero.

16 Ecco le **Smart City**, le metropoli del futuro, immaginate più intelligenti, ecologiche e digitali. Howard **Rheingold**, il saggista americano che ha coniato il termine “comunità virtuale”, teorizza sui **17** *flash mobs*³ e sulle *smart mobs*⁴: folle-lampo, adunate di giovani che dalla rete (con cellulari

³ Con il termine *flash mob* (dall'inglese *flash*: breve esperienza o in un lampo, e *mob*: folla) si indica un gruppo di persone che si riunisce all'improvviso in uno spazio pubblico, mette in pratica un'azione insolita generalmente per un breve periodo di tempo per poi successivamente disperdersi. Il raduno viene generalmente organizzato attraverso comunicazioni via **internet** o tramite **telefoni cellulari**. In molti casi, le regole dell'azione vengono illustrate ai partecipanti pochi minuti prima che l'azione abbia luogo.

e pc) si fanno in carne ed ossa, come nei *rave party*, che spesso sfociano nella droga, nell'alcool e nella violenza.

18 In questo intricato mare attualmente assistiamo all'ascesa prepotente dei **social network** (comunità virtuali) come **Facebook**, **Twitter** – che lo sta superando – **YouTube** per la pubblicazione di video, **Flickr** (enorme album fotografico), **Slideshare** (per condividere le presentazioni), **Linkedin** con un taglio più commerciale. Alla fine del 2010 è nata **Eliber**, la piattaforma cattolica di e-book e riviste. Sono tutte arene in cui il cristiano è chiamato a entrare e “competere” per spargere la semenza buona del Vangelo.

Intanto continuano, un po' più in sordina, i **siti** e i **blog**, piazze valide se hanno idee di qualità.

Internet ha quindi enormi **potenzialità**. Lo puoi usare con il ritmo che vuoi tu, salti qua e là secondo i tuoi interessi; puoi condividere qualcosa di te all'interno di un ristretto gruppo di persone, oppure a centinaia o migliaia di persone. Attraverso Internet può passare una comunicazione “povera”, come la parola scritta, che attiva maggiormente il ricevente, oppure una comunicazione più ricca, attiva, interattiva fatta di parole, immagini, suoni, relazioni dove gli utenti possono interagire: questo tipo di comunicazione comunica più emozioni, ma attiva di meno il ricevente.

Il **24 maggio 2011** ha preso il via il **primo e-G8**, la **G8 di Internet**, convocato da Sarkozy a Parigi. Il giorno seguente i magnati di Internet si sono spostati a Deauville per il **G8 “vero”** per presentare un documento finale su cui è stato difficile trovare un accordo. Ovviamente si sono di nuovo scontrate le **due visioni su Internet**, quella dei governi: “Basta anarchia; Internet ha bisogno di regole” e quella degli *e-guru*, dall'altra parte, che non hanno nessuna voglia di farsi dare una regolata, sostenendo che Internet si regola già benissimo da solo.

19 C'era anche il genietto di 27 anni **Mark Zuckerberg**, fondatore di **Facebook**, che l'aveva creato per tenersi in contatto con gli amici all'università, ma poi l'impresa ha superato il quadro dell'università, ed è arrivato ora alla quotazione in borsa. Per lui il segreto del successo è dovuto anzitutto al pregio di Internet, che è quello di dare voce a tutti; e alla voglia di condividere la propria vita con gli amici e i famigliari. **È questa la miscela che continua ad attirare la gente su Facebook: potersi esprimere, e poterlo fare con chi ci interessa. È la gente che decide quanto vuole rivelare di sé.** Facebook ha cambiato il mondo con le rivoluzioni arabe, **per la voglia di quei popoli di battersi per la loro libertà.** È lo stesso meccanismo di molti Paesi democratici dove i politici hanno pagi-

⁴ **Smart mob** deriva dall'abbreviazione del termine inglese “**smart mobile**” che letteralmente significa “**telefono cellulare intelligente**”. Per estensione si può intendere un qualunque apparecchio o tecnologia mobile senza fili, dotato di software in grado di connettersi in rete e capace di ricevere e dare istruzioni e/o informazioni secondo la programmazione ricevuta. **Howard Rheingold**, studioso dell'impatto sociale e delle nuove tecnologie, sostenitore della democrazia diretta tramite le tecnologie digitali nel suo libro *Smart mobs, tecnologie senza fili, la rivoluzione sociale prossima ventura* amplia il significato di questo termine definendo smart mobs come “folla/moltitudine intelligente”, evidenziando così l'importanza sociale dell'utilizzo di massa di queste tecnologie. La formula, infatti, rimanda ad un gioco di parole tra il termine **smart** che rimanda a intelligente o brillante e il termine **mobs** che rimanda a connotazioni negative come quello di **folla** disordinata.

ne Facebook che permettono loro un dialogo diretto con i cittadini.

Oggi va particolarmente di moda **Twitter**, che nel 2009 consentì la «rivoluzione verde», quella iraniana, che purtroppo finì nel sangue **salutata come la prima «rivoluzione Twitter»**. I giovani iraniani usavano Twitter per far sapere al resto del mondo cosa stava capitando nelle strade di Teheran - battendo spesso in tempestività persino la CNN - e per coordinarsi tra loro, scambiandosi con rapidità informazioni e avvertimenti.

Internet può essere oscurato dai governi o utilizzato per individuare proprio su Facebook e Twitter i dissidenti. **Twitter**, nato come social network nel 2006 dall'idea di un sms di gruppo, conta oggi più di 140 milioni di utenti in tutto il mondo, permette di pubblicare gratuitamente e in tempo reale brevi messaggi di al massimo 140 caratteri, detti «tweet, cinguettii»: con un clic è come ricevere sms di amici, ma anche di celebrità, giornalisti, politici... persino istituzioni come la Commissione europea. Non ci sono “amici” ma “follower”, seguaci: chi è interessato, sottoscrive il nostro flusso e riceve i messaggi, gli altri non vengono disturbati da messaggi non desiderati.

Disporre di strumenti di comunicazione gratuiti, facili da usare (basta un cellulare) è estremamente rilevante. I molti elementi alla base di una protesta democratica (decenni di oppressione, desiderio di libertà e di una vita migliore, coraggio, capacità di organizzarsi, spirito di sacrificio e solidarietà) vengono concretamente rafforzati dalla possibilità di comunicare rapidamente e liberamente, attraverso quelle *connessioni deboli* – gli amici e gli amici di amici – di cui la sociologia ha spesso sottolineato il peso. Gli “amici” dei social network hanno introdotto un concetto di “amici” molto diverso da quello che intendiamo per “amici” al di fuori della Rete.

20 Sergei Brin (co-fondatore di Google) denuncia però tre grandi pericoli per la libertà di Internet⁵:

- a) il gruppo di Stati dispotici e autoritari che impediscono ai propri cittadini il libero accesso online (**Cina, Arabia Saudita, Corea del Nord, Iran ecc.**); alla fine del 2011 in Pakistan si voleva addirittura vietare la parola “Gesù” negli sms, **inserendo il vocabolo tra i duemila vietati dalla legge, decisione poi rientrata per intervento dei vescovi. In fin dei conti basta un sms e rovesci un leader.**
- b) le leggi, varate o in discussione in Paesi del mondo industrializzato che per tutelare la “proprietà intellettuale” impediscono la libera circolazione di idee e prodotti;
- c) la crescita su Internet di realtà che definisce “giardini recintati”, **ermeticamente chiusi al popolo della rete**: come Facebook che, **come alcune altre applicazioni**, resta impermeabile alle ricerche online, creando dei mondi separati.

Tra le innovazioni prodotte da Internet ci sono poi i wiki; la parola deriva da un termine in lingua hawaiana che significa "rapido" oppure "molto veloce". È un ipertesto che viene aggiornato dai suoi utilizzatori e i cui contenuti sono sviluppati in collaborazione da tutti coloro che vi hanno accesso. La modifica dei contenuti è aperta: il testo può essere modificato da tutti gli utenti (**a volte**

⁵ Cfr. La Stampa del 17 aprile 2012, *Mai così a rischio la libertà di Internet*

solo se registrati, altre volte anche anonimi) contribuendo non solo per aggiunte come accade solitamente nei forum, ma anche cambiando e cancellando ciò che hanno scritto gli autori precedenti.

Ogni modifica è registrata in una cronologia che permette in caso di necessità di riportare il testo alla versione precedente e il riconoscimento di chi è intervenuto; lo scopo è condividere, scambiare, immagazzinare e ottimizzare la conoscenza in modo collaborativo. Il termine *wiki* indica anche il software utilizzato per creare il sito web e il server. Oggi su Internet «wiki» è diventato sinonimo di democrazia assoluta del sapere, di intelligenza collettiva che si evolve in continuazione.

21 Il 15 gennaio 2011 sono stati festeggiati i primi 10 anni di vita di **Wikipedia**, l'enciclopedia che ha rivoluzionato il mondo delle enciclopedie. Enciclopedia gratuita e collaborativa, costruita, redatta e corretta dagli internauti che lo desiderano. E grazie all'impegno collettivo dei suoi collaboratori, oggi offre più di 17 milioni di voci, delle quali 3.514.000 in inglese e 759.000 in italiano: con 400 milioni di visitatori al giorno, è tra i dieci siti più visitati al mondo.

Wikipedia è libera, ma non senza regole. Anche se chiunque può contribuirvi, non è gestita in modo anarchico: il sistema si controlla da solo grazie agli interventi multipli dei partecipanti: ogni lettore dell'enciclopedia è invitato a fare le sue osservazioni se riscontra un problema. E poiché chi contribuisce può essere oggetto di critiche o di osservazioni anche molto severe, fa attenzione a non commettere errori e agisce con cautela, pena l'espulsione.

22 B) Cambiamenti antropologici e sociologici nell'era della comunicazione. Criticità e opportunità della Rete

23 Volendo parlare di **comunicazione in internet** occorre partire dalla parola chiave "**comunicazione**". Non è possibile darne una definizione univoca: il fenomeno è troppo complesso. Di solito si fa la scelta di descrivere il fenomeno *comunicazione* facendo ricorso alle sue **dimensioni strutturali**, tutte importanti per la comunicazione in internet. Ne individuiamo **quattro**:

- 1) **l'informazione**. Comunicare in internet vuol dire costruire, gestire e trasmettere informazioni.
- 2) comunicazione significa anche **relazione**. Attivare un processo comunicativo significa entrare in relazione con le persone.
- 3) **esplorazione**. La dimensione esplorativa è importantissima nella comunicazione in rete; ha a che fare con la logica della scoperta, con la metafora del viaggio. Si naviga in internet, si incontrano persone, si scoprono mondi: è una prospettiva comunicativa interessante, intensamente suggestiva;
- 4) **partecipazione**. Nella dimensione partecipativa, anch'essa estremamente presente nella rete proprio nella misura in cui si produce spessissimo comunicazione nella logica di una partecipazione, come accade nelle comunità di pratiche o per gli ambienti sociali legati al web 2.0.

Le opportunità di comunicare la fede, di proporre esperienze spirituali offerte dal mondo digi-

tale **sono sconfinate, ma vi sono punti critici** a tutt'oggi individuati solo in parte, e sui quali la riflessione da parte di diverse discipline – sociologia, psicologia, neuroscienze, psichiatria, diritto... - ha ancora molto da scoprire.

24 McLuhan, quando ancora non esisteva Internet come fenomeno di massa, già intravedeva i possibili scenari, positivi ma anche problematici, nel rapporto fede-comunicazione:

CLIC Oggi, grazie all'informazione elettronica, alla rapidità delle comunicazioni e ai satelliti, il cristianesimo è alla portata di ogni uomo. Tutti gli abitanti della terra possono, per la prima volta nella storia, accedere istantaneamente e contemporaneamente alla fede cristiana... Sotto l'aspetto tecnico, l'epoca in cui viviamo è senz'altro favorevole all'Anticristo... ciascuno può sintonizzarsi all'istante sulla frequenza di un nuovo Cristo e scambiarlo per il Cristo autentico... diventa decisivo intendere bene e sintonizzarsi sulla frequenza giusta⁶.

25 Recenti studi sul satanismo confermano che l'intuizione di McLuhan sull'Anticristo non è poi così peregrina. Il mondo digitale è pieno di messaggi, di musica rock a sfondo satanico ai quali soprattutto i giovani sono esposti e a cui spesso attingono per occupare i propri spazi di solitudine; è la porta verso la droga, l'alcool, il sesso sfrenato, la violenza e la sopraffazione, l'adesione a sette anche sataniche, musica rock negativa; la porta verso la distruzione interiore di sé.

26 Sherry Turkle, sociologa del MIT (Massachusetts Institute of Technology, fra le più prestigiose università di ricerca del mondo), una delle principali studioso americane dell'universo giovanile, a conclusione di 15 anni di studi sull'interazione fra alta tecnologia e persone, **dopo aver esaminato i casi di decine di giovani**, evidenzia i alcuni mutamenti nelle relazioni interpersonali: da un lato robot sempre più sofisticati, e dall'altra gli adolescenti che «preferiscono inviare sms anziché parlare» con un «progressivo distacco dalla realtà e alienazione dall'umanità». La studiosa denuncia il paradosso delle **Reti sociali (social network)**, **che aumenterebbero il senso di isolamento dei giovani** che si sono ritrovati con problematiche accresciute, fino ad arrivare talora al suicidio. Un suo slogan è **“Tanti amici ma sempre soli”**, che illustra nel suo libro «Alone Together» (Insieme ma soli), **Secondo la docente, attraverso Facebook e Twitter una personalità in via di formazione viene incanalata in percorsi e in dinamiche innaturali, a meno che non vi siano figure adulte di riferimento in grado di guidare l'adolescente a strutturare in modo compiuto ed equilibrato la percezione della realtà. Un altro aspetto inquietante è quello della socialità interna ai gruppi digitali: uno studio dell'Università del Michigan su 800 studenti, attesta che gli utenti di Facebook stanno «psicologicamente meglio fra loro» rispetto a quelli che invece non frequentano i social network. Nel complesso ne esce la descrizione di un mondo parallelo a quello reale, fatto di persone «che amano restare in contatto con molte altre riuscendo però a tenerle sempre a distanza».**

27 Il 20 novembre 1985 vedeva la luce un programma che ci avrebbe cambiato la vita: **Windows**, finestre. **Ma le finestre servono a poco se restano chiuse.** Parecchi giovani stabiliscono forme di

⁶ H. M. MCLUHAN, *La luce e il mezzo. Riflessioni sulla religione*, Armando editore, Roma 2002, p. 214.

comunicazione che non contribuiscono alla crescita in umanità, ma rischiano di aumentare il senso di solitudine e di spaesamento. **“Che finestra è mai quella che custodisce solitudini e straniamenti?”** Queste parole di **Benedetto XVI** centrano la problematica essenziale di quest’era digitale che tutti – i “nativi digitali” delle recenti generazioni e gli “immigrati digitali” delle precedenti – viviamo e interpretiamo. **I mezzi di comunicazione raggiungono il loro scopo se e quando presidiano relazioni a misura della dignità umana.**

Tra i **giovanissimi**: pare che un minore su quattro, specie se non lega con i coetanei, tenda ad evitare il confronto diretto e preferisca *raccontarsi* online. **Questo tentativo di «fuga dalla realtà» chiama in causa gli educatori, ma soprattutto i genitori, chiamati a discutere e condividere con i figli quello che fanno online.** Giovani che divorano la comunicazione e alla fine rischiano di fare esperienza di solitudine, di crescente isolamento dal mondo, perché magari incapaci di autentici rapporti interpersonali. **È una generazione spesso portata a crearsi una realtà virtuale, per bypassare le fatiche, ma anche le gioie, della realtà di tutti i giorni.** La sfida è annunciare Cristo anche a questa generazione”. Da un lato, una “cyber-reality” in cui si esiste in funzione del proprio profilo su Facebook e del numero di contatti che ogni giorno si ricevono. Dall’altro una “real-reality” in cui prevale un senso di isolamento e solitudine. Le due realtà si fondono e può uscirne un mix esplosivo. **Ma vedremo che questa specie di “strabismo interiore” non è sempre così vero.** Vi sono anche indagini che dicono il contrario, che tra i giovani, chi ha più contatti nella vita reale, ne ha anche sulla rete. **La rete modificherebbe sì le relazioni sociali, ma di per sé non sarebbe sempre fonte di alterazione dei rapporti. Gli studi sono aperti e contraddittori.**

28 Avvenire del 22 maggio 2010 riportava l’articolo **“Ragazzi nel baratro”**: si riferiva a tragici fatti di ragazzi che si sono uccisi, o tentare di farlo, qualcuno gridando la propria disperazione su Facebook e rimanendo inascoltato; uno per non aver sopportato la vergogna di essere stato messo in quella piazza, filmato dai compagni mentre sbeffeggiava la professoressa.

Aveva solo 17 anni un ragazzo di San Donà di Piave che ha annunciato su Facebook di volersi gettare nel Piave, e due ore dopo lo ha fatto davvero. «Basta, sono stanco di tutto e tutti - aveva scritto sul suo profilo -. Non mi fido più di nessuno, mi fa troppo schifo vivere così e ci sono troppo dentro per venirne fuori». Oggi tutti a chiedersi perché non avevano capito l’imminente tragedia.

Poche ore dopo un altro ragazzo fragile, 14 anni appena, ha tentato il suicidio a Genova gettandosi dalla finestra della sua abitazione, a causa dei rimproveri per alcune foto scattategli in aula mentre sbeffeggiava la professoressa e messe su Facebook dai compagni. Immagini che hanno fatto il giro delle Rete in poche ore. Non ha retto allo sconforto e alla vergogna ed ha deciso di compiere il gesto assurdo poche ore più tardi.

Quello di San Donà era il terzo suicidio di un adolescente annunciato su Facebook in pochi mesi. L’ultimo, sempre in Veneto, era di un diciassettenne, studente modello, che si era sparato dopo averlo an-

nunciato sul suo profilo. «Non reggo il male di vivere, non ce la faccio più», le sue ultime parole, seguite all'iscrizione al macabro gruppo "Che ne dici di farla finita?", che ha per logo l'immagine di una pistola. Alcuni mesi prima, un quindicenne di Torre del Greco, già tre giorni prima del suicidio aveva lasciato frasi del tipo «Sto arrivando all'aldilà». Segnali che non sono stati captati da nessuno: né dai genitori, ignari del profondo disagio psicologico dei ragazzi, e neppure dagli amici di scuola⁷.

29 Internet e i social network sono spazi concreti dove avvengono e si dicono cose vere. Non si possono più considerare come due campi separati la vita quotidiana e la realtà virtuale della Rete, come qualcosa che non abbia un peso reale. Anche il virtuale è reale. Ecco perché anche lì è urgente educare alla responsabilità. Il problema è non rendersi conto che tutto ciò che accade su Facebook, e in generale in Rete, non sia realtà; che tutto quello che viene messo in comune, «condiviso» diventa pubblico, assumendo un significato diverso e più ampio, sociale: "è realtà". Si parla ancora di "realtà virtuale" come se ciò che accade online fosse astratto, leggero, come se la rete fosse un luogo senza leggi e responsabilità. Il ragazzo di Genova non pensava che il suo gesto potesse avere simili conseguenze nella realtà. L'altro ha urlato il suo dolore online, ma nessuno ha pensato che si trattasse di un grido reale, qualcosa che potesse avere conseguenze vere.

Ciò che avviene online ha un'eco reale. Bisogna insegnarlo ai ragazzi che non è più "mio" quello che metto in comune. **L'aspetto pubblico di ciò che metto in rete troppo spesso viene sottovalutato: non esiste più un'area di gioco o di azione privata;** ma viene ripetuto, tutti ne parlano, tutti lo ascoltano o (come nel caso drammatico) nessuno lo ascolta. Ma sta lì, nella piazza, e ha un peso.

30 Benedetto XVI denuncia "Se dovessi citare un *punto cieco* di Internet fra tutti comincerei con l'illusione su cui troppi oggi indulgiano: che il mondo della Rete (**i social network, i blog, i forum, le chat...**) non sia davvero reale. Il *cortocircuito* facile e fasullo asserisce infatti che esistano due vite: quella "virtuale" e quella "reale". È falso, come fin troppo spesso mostrano le vittime di aggressioni, raggiri, violenze maturati a partire dall'ambito digitale. La vita è una sola, e anche nella rete ci portiamo appresso personalità e responsabilità. La *realtà virtuale* non esiste, esiste soltanto quest'unica vita di ciascuno e di tutti di qua e di là dello schermo" (Avvenire 20 novembre 2010).

Altro punto critico: il 12 marzo 2011, all'aeroporto di Francoforte, Arid Uka, un ragazzo musulmano d'origine albanese che vive in Germania compie una strage terroristica contro un bus dell'aviazione americana. Il ragazzo confessa di aver agito dopo aver visto su YouTube un video che testimonia lo stupro di alcuni soldati statunitensi su una ragazza in Iraq. Dopo quattro giorni il magazine *Spiegel tv* scopre che il filmato è una sequenza del film «Redacted» di Brian de Palma. Ma la sequenza choc è stata inserita sul web senza alcun riferimento al film, dando vita a «segmenti di racconto decontestualizzati». **Spiega Ruggero Eugeni, docente di semiotica dei media all'Università Cattolica di Milano che** una delle trasformazioni che le dimensioni dello **spazio** e del

⁷ Cfr. F. Dal Mas e D. Frambati, *Facebook e suicidi: ragazzi nel baratro*, in Avvenire, 22 maggio 2010.

tempo hanno avuto su Internet è quella di essere accompagnate da «forme narrative deboli», magari estrapolate dal contesto. **E inoltre l'esperienza del Web ha altri due «caratteri salienti»: l'immediatezza**, che concentra tutto su una «finestra del presente» e la «messa in scena del sé attraverso l'intimità esposta e pubblica, seppur variamente graduata». Ecco perché c'è bisogno di **«educare alla consapevolezza del tempo e dello spazio in Rete»**. **Se davanti al computer le due dimensioni sono vissute come ambiti «della relazione» e «le contrapposizioni tra virtuale e reale oppure locale e globale tendono a eclissarsi», allora serve «un ripensamento e una riformulazione riflessiva dell'esperienza relazionale immediata» perché l'incontro via web sia «funzionale a un progetto di umanesimo integrale».**

Pensiamo poi alle truffe e ai cyber-crimini via Internet che fruttano miliardi di dollari alla malavita, organizzata o meno, nel mondo dell'economia, della pedo-pornografia e di altri abietti scopi.

Sherry Turkle, nel testo *La vita sullo schermo*, nota che Internet può essere considerato da molti un laboratorio sociale per sperimentare l'esperienza della costruzione e della ricostruzione del sé, dove alcuni vivono l'identità come un insieme di ruoli in grado di fondersi e mescolarsi, di cui bisogna negoziare le diverse esigenze. **Il forum o la comunità virtuale possono diventare un espediente per mostrare un'immagine di sé non corrispondente al vero**⁸. Si pone il *problema dell'identità dei partecipanti delle community* e dei *giochi di ruolo* che possono generarsi⁹. Non si può mai sapere «davvero» chi sta dall'altra parte. Nel 2011 è stata scoperta la «bufala» di Amina, la blogger gay siriana perseguitata a Damasco: si trattava invece un barbuto attivista politico americano residente in Scozia. **Ma dietro ad ogni avatar¹⁰ c'è tuttavia una persona in carne ed ossa**: anche a questa persona possiamo e dobbiamo offrire qualcosa di positivo.

In merito alle problematiche indotte dai nuovi media, oltre alla facilità di incontrare contenuti distruttivi, ci si deve interrogare se esse possono arrivare a spersonalizzarci, a dominare la nostra personalità, a limitare o annientare le nostre capacità di relazioni autentiche. Le maggiori criticità possono manifestarsi con gli strumenti interattivi: social network, forum, chat. Chattare, ad esempio, significa comunicare e incontrarsi? **Don Paolo Padrini** - inventore di *iBreviary* e promotore del bel blog *Passi nel deserto*. *Cercare e cercarsi nella via della comunicazione* - interpellato sul tema, risponde che l'ambiente della *chat* è un luogo complesso, dove le interazioni comunicative non sono di facile comprensione. Ma, si domanda, dove non esistono complessità comunicative o rischi di incomprensioni dialettiche? E dove la «verità comunicativa» è totalmente e definitivamente tutelata?

⁸ Cfr. S. TURKLE, *La vita sullo schermo. Nuove identità e relazioni sociali nell'epoca di Internet*, 1996, Apogeo Milano, 1997, pag. 267.

⁹ Cfr. A. SILVESTRI, *La luce e la rete. Comunicare la fede nel Web*, ed. Effatà, 2010.

¹⁰ AVATAR («Colui che discende»): immagine scelta per rappresentare la propria utenza nelle *community*. È una parola in lingua sanscrita, originaria della tradizione induista, dove ha il significato di incarnazione, discesa, assunzione di un corpo fisico da parte di un dio. Per traslazione metaforica, nel gergo di Internet si intende una persona reale che sceglie di mostrarsi agli altri attraverso una propria rappresentazione, un'incarnazione: un *avatar* appunto.

Ogni luogo può essere luogo di incontro o di scontro, approfondito o superficiale, di relazione o di disgregazione relazionale. Per le comunità virtuali e le chat ci vuole verità e serietà. Non ci si deve stare per gioco: le relazioni non sono mai un gioco.

Xavier Debanne, esperto in tecnologie informatiche, auspica la promozione di un'evangelizzazione interattiva, benché l'interattività tenda a modificare la natura dei rapporti interpersonali, specie tra i giovani: i rapporti «faccia a faccia» vengono sostituiti con incontri in Rete che possono divenire superficiali. Egli sostiene che gli ambienti cooperativi e le reti sociali sono alla base di straordinari processi di innovazione sociale poiché sfruttano la motivazione individuale per produrre valore per il gruppo. Ma per trasformare questi progetti cooperativi in progetti sicuri è indispensabile studiare meccanismi di governo e di controllo non invasivi ma efficaci, in modo da sviluppare la loro autorevolezza senza distruggere lo slancio cooperativo¹¹.

«Le nuove tecnologie offrono opportunità di sviluppo tanto ai flussi di comunicazione positiva quanto a quelli di comunicazione negativa, ma valeva anche per i tradizionali mezzi di comunicazione. E' stato chiesto a **Glenn Mosley**, direttore del laboratorio audiovisivo della Scuola di Giornalismo e Mass Media dell'University of Idaho, negli Stati Uniti. Docente di Teorie e tecniche del linguaggio giornalistico e radiotelevisivo, Mass media e società, presso la School of Journalism and Mass Media della University of Idaho, Mosley è un giornalista di lungo corso che ha lavorato come reporter per Northwest Public Radio e per altre stazioni radio pubbliche diffuse in tutta la costa pacifica, nordoccidentale degli Stati Uniti.: **Oggi internet è uno spazio interattivo che registra una nuova fase definita Web 2.0 anche per via dell'utilizzo dei «social network» da parte degli utenti. Secondo lei c'è il rischio come scrive il sociologo Bauman di una «solitudine di tastiera» da parte degli utenti e in particolare dei giovani?** Risponde:

«Quello psicologico è in effetti un aspetto della nuova tecnologia digitale in cui faticiamo ancora a orientarci. Ancora non sappiamo quali saranno gli effetti dell'impatto di tutti questi fattori, e probabilmente resterà poco chiaro ancora per anni. Mi sembra corretto, tuttavia, rilevare che la competenza linguistica, ossia la scrittura e la comprensione nella lettura, è precipitata negli ultimi dieciododici anni». Di positivo c'è che l'utilizzo delle nuove tecnologie aiuta ciascun studente ad arricchire se stesso e a seguire un altro studente modello di un altro paese, il che certamente allarga l'esperienza umana e il bagaglio culturale, senza sminuirlo affatto. Ci tocca valutare la faccia positiva e negativa della medaglia tecnologia».

Per educare e far prendere coscienza dei nuovi strumenti di comunicazione bisogna capire che ciò che è considerato 'nuovo' o una 'risorsa' da parte di un docente, può rappresentare una novità 'vecchia' per uno studente universitario. Per uno studente la tecnologia è semplicemente lì davanti a loro, dove tutti la usano. Inoltre, come società abbiamo sempre avuto una 'nuova tecnologia' da usare:

¹¹ Cfr. l'intervista di Miriam Díez i Bosch a X. DEBANNE.

la radio era una novità e a suo tempo, anche le immagini in movimento lo erano, e persino la televisione fu una novità. Nei confronti degli studenti, continuiamo a formarli sulle competenze di base: la scrittura, l'abilità grammaticale e sintattica, il pensiero critico, le strategie per la risoluzione di problemi e allo stesso tempo cerchiamo di tenerci al passo con le nuove tecnologie».

31 La *Civiltà Cattolica* si era occupata tempo fa di ambienti virtuali tra cui *Second life*, chiedendosi se la Chiesa non sia chiamata a leggere questo bisogno di un «altrove» nel quale essere meglio se stessi; forse anche questo mondo può diventare «terra di missione». Oggi Second Life sta tramontando travolto dagli altri social network. **Ma chi vuole diventare missionario della Rete deve seguire questi profondi e vorticosi mutamenti, e cercare di capirli.**

«**Diventa decisivo – diceva McLuhan – intendere bene e sintonizzarsi sulla frequenza giusta.**»
«Frequenza giusta» possono essere i nuovi media quando sono in grado di catturare l'attenzione ed il consenso dell'utente su percorsi aperti verso la speranza e la fede. In un contesto sociale dell'incertezza, povero di garanzie e di sicurezze come il nostro, passa una comunicazione che spesso non è né positiva né rassicurante, e che non va sottovalutata. Proprio nell'ambito di una società «liquida»¹², 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 un sito o un “amico” su un social network – cui aggrapparsi per trovare qualcosa che meriti d'essere trovato e magari condiviso. Il recente documento della CEI *Educare alla vita buona del Vangelo* è incentrato sull'**educazione**. È questa, a mio avviso, la strada maestra per affrontare il mondo digitale con serenità e senza chiusure preconcrete. Il cammino è segnato e non si può attuare la politica dello struzzo. L'unica via è **educarsi** ed **educare** ad entrare in questo mondo, a percorrerlo e a maneggiarlo con padronanza, verità, serietà e coscienza di sé. C'è un flusso costante di processi comunicativi che richiedono **l'educazione** a un buon “ambientamento” più che l'apprendimento di tecniche. La sfida non è tanto su come “usare” bene Internet, ma su come “vivere” bene questo tempo. L'approccio educativo deve puntare a **educare** le persone a conoscere la realtà e a stringere relazioni significative, anche grazie ai social network e alla convergenza dei media, e non “nonostante” queste cose. Questo ha anche a che fare con la missione della Chiesa perché ha a che fare con la persona umana, con la famiglia e la società.

È la società degli adulti che ha la responsabilità di dare forma a questo ambiente, soprattutto nei confronti dei ragazzi. Spesso i genitori mettono i figli davanti ai computer e li lasciano navigare liberi. Non condividono questo mondo con i figli ma lo giudicano a distanza senza veramente conoscerlo. Una soluzione potrebbe essere sedersi con loro e partecipare, **educandoli**.

32 Il Web può essere luogo favorevole per l'incontro con Cristo e il suo messaggio non solo per i contenuti che si possono incontrare, ma anche per la situazione ambientale che sta vivendo

¹² Zygmunt Bauman.

l'internauta. Quando si naviga, normalmente si è soli di fronte al computer; l'essere soli favorisce un ascolto più attento e sensibile di quando si è nel rumore esterno ed interno. Il silenzio crea la situazione favorevole per scendere nel profondo dell'anima e cogliere forse la voce di Dio, che può parlare anche attraverso lo schermo di un computer. Sono momenti in cui può realizzarsi un'esperienza del divino, che diventa fondamentale per la propria vita. E che questo si verifichi, in un misterioso dinamismo tra l'iniziativa di Dio e la collaborazione della persona, lo si può ricavare da varie testimonianze; anche molte vocazioni alla consacrazione hanno preso l'avvio dalla Rete.

33 C) In questo panorama come comunicare Cristo nel Web?

Abitare la Rete. Fatica da cristiani

Dopo questa carrellata "tecnologica", che se venissi l'anno prossimo probabilmente dovrei già cambiare, e accennato alle implicazioni sociologiche e antropologiche, ai pericoli e alle opportunità, consideriamo le possibilità attuali di comunicare Gesù Cristo nel Web.

34 Suggerimenti spiccioli di comunicazione nel web

Nel Vangelo c'è una frase inquietante: **"I figli delle tenebre sono più scaltri dei figli della luce"**. Per il commercio e per avere successo si adottano approcci e modelli di successo nella Rete. Perché c'è meno passione per "vendere" (tra virgolette) non un prodotto ma una proposta di salvezza?

Qualche piccolo suggerimento, utile soprattutto a chi fa siti o blog:

- **Orientarsi al target.** Tanti scrivono quello che è importante per loro, salvo accorgersi poi che non interessa a nessuno. Occorre scrivere quello che interessa al target, da individuare e studiare. Chi conta di più nella comunicazione sono i destinatari, non noi. Quanto più ci informiamo sulla sua persona, sulle sue attese e speranze, tanto più saremo efficaci per saper suscitare in loro la domanda religiosa e venire incontro ai loro interrogativi, porgendo contenuti teologicamente corretti e pregnanti per la mentalità di chi legge.

- **Non scrivere "difficile"**. La lettura su schermo è del 25% più lenta rispetto a quella su carta: non si leggono per intero i brani ma si dà una scorsa dall'alto a sinistra al basso a destra; gli utenti debbono cogliere a colpo d'occhio i contenuti della pagina; quindi: **concisione**; scrittura che faccia comprendere i contenuti a **colpo d'occhio**; **scrivere come i giornalisti, secondo il principio della piramide capovolta**, mettendo i più importanti all'inizio. La comunicazione può e deve essere elementare. Quanto più si è semplici tanto più si è efficaci. Gesù comunicava in parabole. E non dare mai per scontato che una cosa chiara per noi lo sia altrettanto per gli utenti.

- **Chi ben comincia...** Tutto si gioca nei primi 7-10 secondi: il segreto di ogni comunicazione è un buon inizio, la capacità di catturare subito l'attenzione. **Occorre preoccuparsi principalmente di due cose.** Come iniziare bene (l'incipit) e dove andare a parare, cioè come chiudere il discorso.

- **Tutto conta.** Ogni comunicazione è totale, non solo verbale. L'aspetto verbale non raggiunge il

40% di ciò che viene percepito. Il resto è fatto da molti altri elementi combinati assieme che vengono trasmessi insieme alle parole. **Occorre porre attenzione anche ai dettagli. Armonizzare coerentemente i particolari e l'insieme è il segreto perché il messaggio «passi».**

- **Sua maestà l'usabilità.** **Rendere le pagine facilmente usabili, accessibili e dotate di coerenza interna. L'utente è sempre al centro.** Chi progetta un sito o un blog (diario online) deve preoccuparsi anzitutto di chi navigherà sulle sue pagine: l'obiettivo principale deve essere progettare siti semplici da usare. **Prima ancora di decidere se il sito interessa, l'utente si scontra con la sua usabilità, e deve percepire di essere aiutato e di avere massima libertà di movimento.** **L'usabilità** di un sito è l'arte di far sì che la sua struttura non sia mai di ostacolo all'internauta, ma lo metta a suo agio; egli «si deve trovare bene» nella navigazione e nella fruizione dei contenuti; **in qualsiasi punto deve sapere dove si trova, da dove proviene, dove può andare, dove lo porta un link, quale azione gli chiede di compiere, cosa succede se clicca.** La decisione di restare o andarsene è presa nella home - che deve immediatamente comunicare il valore del sito e far percepire in pochi secondi la presenza di **contenuti** importanti e di qualità - o dopo un'occhiata alle prime pagine.

- **... e l'amabilità:** Un atto di comunicazione si realizza mediante una *relazione* tra chi lo produce e chi lo riceve. L'utente di un sito non ha informazioni sull'emittente; e questi non conosce i destinatari, ma se ne fa un'idea astratta costruendosi un *modello* che dovrebbe corrispondere al target. **Si possono solo scoprire le relazioni tra questi soggetti come sono simulate nelle pagine web. Si parla di simulazione perché queste relazioni non si realizzano in concreto.** Nel sito si inseriscono sapientemente *tracce, indizi* che rappresentano i *simulacri* dei soggetti reali *dell'enunciazione*: chi produce il messaggio, chi lo riceve, e le loro *relazioni*.

Alla costruzione di questi *simulacri* va posta un'attenzione tutta particolare perché lì si gioca la validità dell'intero progetto comunicativo. Bisogna stabilire una relazione efficace con il lettore eliminando le distanze tra chi produce e chi riceve il messaggio¹³. Si può interpellarlo in prima e seconda persona, utilizzare il «noi» inclusivo, rendersi disponibili a dialogare con lui e con gli altri utenti, invitare tutti ad accogliere le proposte di dialogo e ad entrare nella comunità virtuale. **L'attività dell'utente è essenziale: dagli indizi disseminati nel testo, questi mette in atto, inconsciamente, processi di inferenza¹⁴ che gli fanno cogliere significati che nell'insieme vanno al di là del puro enunciato.** È sempre importante la presentazione che il sito fa di se stesso, delle sue finalità e degli obiettivi che si propone; chi lo visita può disporre così di una chiave di lettura. Sono informazioni che normalmente si trovano nell'area «Chi siamo» o analoga. Bisogna essere talmente coerenti da saper esprimere se stessi con trasparenza e dimostrare che si crede a ciò che si dice e lo si persegue. È indispensabile relazionarsi amabilmente con il destinatario creando spazi virtuali di dialogo e di con-

¹³ Cfr. G. COSENZA, *Semiotica dei nuovi media*, cit., p. 137.

¹⁴ Peirce definisce l'*inferenza* come un ragionamento per trovare, partendo dalla considerazione di ciò che già si conosce, qualcos'altro che non si conosce.

divisione; considerare l'utente nella sua totalità non limitandosi alla dimensione culturale o a quella spirituale. Soprattutto, **nell'insieme della strategia comunicativa**, esprimere amorevolezza, in modo da far trasparire l'amore che Cristo ha verso ogni persona. Mettere l'interlocutore a proprio agio, interessarsi a lui, dimostrare simpatia e attenzione alle sue problematiche, significa dimostrare di volerci coinvolgere con la sua stessa esistenza.

- **Sinergia tra linguaggi comunicativi**. Se si dispone di più mezzi o canali per diffondere il messaggio, è bene creare sinergia tra essi, in modo che uno rimandi all'altro perché siano facilmente riconoscibili da chi li vede. Imparare dalla Tv, che ogni giorno rimanda al sito web e viceversa.

- **Attenzione allo spazio visivo**. Quasi tutte le pagine di un sito contengono oggetti visivi: **immagini o video**. Molti lasciano alle immagini o alle animazioni il compito di comunicare, dimenticando che la grafica è solo un mezzo che ha il compito di rafforzare la comunicazione, non di sostituirla.

Vorrei segnalare **l'effetto di realtà** che può venire indotto **dall'accostamento di testo e immagini** che, in sinergia tra loro, vengono percepiti, a livello profondo, con significati che vanno molto al di là del puro testo o della semplice immagine, se fossero disgiunti.

Se ne servono abbondantemente i mezzi di comunicazione, spesso con intenti manipolativi.

Avrete visto come generalmente la parte centrale della prima pagina dei quotidiani, è occupata da una fotografia ad alto impatto emotivo. Quasi mai si riferisce direttamente agli articoli circostanti, ma viene «piazzata» lì, con un suo titolo e/o un occhiello o una breve didascalia. È una notizia autonoma, ma solo apparentemente. Gli articoli e le notizie circostanti sono sapientemente accostati in modo da creare un effetto di senso capace di trasmettere significati che il lettore coglie nell'insieme coerente della pagina, e anche in considerazione della testata da cui proviene.

Lo stesso può avvenire su una pagina web. **Se si vuole inserire un'immagine per migliorare l'equilibrio visivo e la significazione, o per occupare uno spazio vuoto, è bene sceglierla con ocularità, per accrescere l'effetto di senso complessivo, ed evitare la possibilità di una lettura distorta.**

Porre la massima attenzione alle scritte scorrevoli: sono molto efficaci perché attraggono l'occhio dell'utente, ma se non collocate al posto corretto potrebbero distrarlo dai contenuti veri. Occorre usarle con moderazione e dopo averne studiato la funzione nella pagina.

Il **video** produce un *effetto di realtà* superiore a quello della sola immagine o del solo testo o della sola voce o musica. **È un mezzo sincretico che** utilizza contemporaneamente più canali sensoriali (vista e udito), crea uno spazio ed un tempo condivisi con il lettore eliminando la separazione comunicativa tra l'emittente e gli utenti, ed ha la caratteristica del movimento, normalmente più efficace rispetto agli elementi statici. Consente inoltre di cogliere le ricchezze di significati prodotte dalle espressioni, dallo sguardo, dalle sottolineature della voce, dalle pause e dai silenzi dell'oratore. Il video *fa vedere* senza apparente intermediazione, *sembra* la verità e conferisce autorevolezza alle parole.

- **Beati link!** Creare molti collegamenti e interazioni con altri siti, con i social network, con fonti di informazioni. Chi partendo dal nostro sito riesce a raggiungere altri luoghi interessanti, ritorna volentieri anche da noi.

- **Le emozioni prevalgono sulla ragione.** Non basta scrivere che è bello credere, bisogna anche farlo credere! I contenuti devono raggiungere la sfera emotiva delle persone. Per creare emozioni ci sono a disposizione solo pochi attimi, durante i quali l'utente avrà già deciso se proseguire oppure no. Creare emozioni è un aspetto importante in una comunicazione. Una comunicazione è efficace quando sa suscitare passioni. Se il cuore viene catturato, sarà più facile che il contenuto passi. Uno dei segreti della comunicazione di propaganda è proprio provocare il ripetersi delle emozioni; lo constatiamo spesso nei martellanti slogan della pubblicità: per vendere un prodotto, la pubblicità deve "sedurre". "Mi hai sedotto e mi sono lasciato sedurre" diceva Geremia, nell'AT: si vede che Dio usava la tecnica pubblicitaria! Ma attenzione, siamo su un terreno estremamente delicato: l'attuale sistema della comunicazione commerciale e non solo, è costruito per condizionare le scelte dell'individuo; perché **per vendere il prodotto la pubblicità deve sedurre.**

Anna Oliverio Ferraris, docente di Psicologia dello sviluppo alla Sapienza di Roma, nel libro *Chi manipola la tua mente? Vecchi e nuovi persuasori: riconoscerli per difendersi*, mette in guardia: l'obiettivo della comunicazione commerciale è vendere anzitutto il cervello, non i prodotti. Più le pubblicità emozionano, più condizionano.

Nella comunicazione per immagini non conta la verità, conta l'emozione, il sentimento. E tante persone associano i sentimenti e le emozioni che provano con la verità... La nostra civiltà è fatta di persone che in certe condizioni si lasciano convincere facilmente. I nostri politici lo sanno, così come lo sanno i conduttori televisivi più gettonati. Anche il modo di porre le domande condiziona le risposte. **L'unica difesa è far crescere lo spirito critico**, per imparare a distinguere l'imbonitore dal comunicatore onesto. La civiltà non progredisce con le sensazioni, la democrazia non vive solo di emozioni. E di riflesso il comportamento dell'utente condiziona il comunicatore.

Attenzione! **Il cristiano non è solo un pubblicitario.** Sostiene uno psicologo italiano che la comunicazione può arrivare al **plagio** quando io con il mio entusiasmo per la verità per la giustizia, per l'amore, per la pace convinco delle persone in quella direzione. **La comunicazione dei valori** arriva attraverso la **risonanza interna**; non devo convincere dall'esterno ma **suscitare la risonanza interna di chi mi ascolta**, altrimenti sarebbe violenza. Il mio senso della verità, della giustizia, dell'amore ecc. è comunicazione sana **se risveglia nelle persone il loro senso della verità, della giustizia, di Dio, ecc. allora le persone crescono, perché crescono su una realtà loro.** Se invece la mia comunicazione è mettere dentro di loro il mio entusiasmo, non funziona. La differenza è che se io metto dentro di loro il mio entusiasmo le persone sono entusiaste facilmente, con poca fatica da parte loro, però a un certo punto passa tutto, finisce tutto, anzi, se la prendono ancora con me. **Se**

io invece ho risvegliato i valori positivi dentro di loro hanno dovuto fare più fatica, hanno dovuto fare un lavoro interiore, però hanno sentito la crescita dentro di sé, la comunicazione li ha fatti crescere. Per cui **non posso dire: siccome io dico la verità te la posso imporre.** Non funziona e non è corretto; non si può imporre neppure il vero, il giusto, il buono, il santo. **Gesù dice sempre: Se vuoi, se vuoi, e di comunicazione se ne intendeva.** Se vuoi, non te lo impongo. Gv. Cap. VI “Questo parlare è duro”, molti se ne vanno e lui rivolto agli apostoli dice: “Volete andarvene anche voi?” Gesù è chiaro; intende dire: “Voi agite sulla vostra realtà interiore, non su quello che vi comunico io, che vi trasmetto io, ma su quello che dentro di voi vive, vive attraverso la comunicazione, **ma è vostro quello che vive**”.

- **Essere aggiornati e interattivi.** Tutto va ricostruito guardando alle **tecnologie del Web 2.0:** l’area delle **news**, si dovrà trasformare in un blog dove commentare e condividere i contenuti, trovare i **video** di YouTube, leggere le **recensioni** Wiki, guardare cosa si dice su **Twitter**, sfogliare le foto di **Flickr**, scoprire chi sono i fan su **Facebook**. Talvolta il sito si rinnova per rendere più facile la ricerca di informazioni e l’utilizzo dei servizi. Chi è online da più di dieci anni: dopo aver accumulato nel tempo tantissimi contenuti vuole riorganizzarli semplificando i percorsi di navigazione. **Anche senza stravolgere l’impianto complessivo del portale, viene ampliato il coinvolgimento diretto degli operatori nella produzione e nel controllo del contenuto. Il momento più evidente del ritocco lo si trova nella grafica.** Il sito viene totalmente ridisegnato. Si rendono più coinvolgenti le immagini: **le gallery fotografiche, oltre alla visualizzazione tradizionale, sono ora fruibili attraverso wall tridimensionali** che si aprono a pieno schermo. Non basta più dare indirizzi, ma inserire **mappe** – naturalmente interattiva – per segnalare ad esempio dove si trova una particolare attività, dove si svolgerà un evento o per indicare luoghi di interesse. È buono il desiderio di offrire nuovi servizi, **creare occasioni di incontro perché il Vangelo arrivi dove deve arrivare.** In conclusione: **«Realizzare il sito è importante, ma aggiornarlo lo è ancora di più».** Se poi, oltre che nuovi, i testi sono interessanti e le iniziative frequenti, i visitatori torneranno spesso.

- **Ultimo ma essenziale: Non si può non comunicare: si trovano spesso siti che paiono chiusi, siti vetrina, restii a stabilire un dialogo.** Anche siti che all’apparenza «non comunicano» o «comunicano poco» in realtà «comunicano»: anche a loro è applicabile il famoso assioma della comunicazione della scuola di Palo Alto¹⁵.

35 Si confrontino le differenze fra i *simulacri* di *emittente* e di *destinatario* rappresentati **CLIC** nel sito *Christus veritas*¹⁶ da una parte e **CLIC Alla piazza**¹⁷ o *InformaCristo*¹⁸ dall’altra.

¹⁵ Cfr. P. WATZLAWICK, J. H. BEAVIN, D. D. JACKSON, *Pragmatica della comunicazione umana. Studio dei modelli interattivi delle patologie e dei paradossi*, Astrolabio, Roma 1971, pp. 40-43.

¹⁶ **Dio esiste, esiste una Verità Assoluta, esiste una Morale Assoluta e questa Verità vogliamo esaltare perché Cristo Trionfi e possa regnare nel cuore di ogni uomo occupando il posto che gli spetta, il primo!**

Il sacro in rete

36 Navigando in internet è facile imbattersi in milioni di elementi legati alla religione e al sacro. L'interesse per la spiritualità e il sacro è rivelato pure dal tipo di domande rivolte a Google. **Il rapporto annuale 2007 sulle parole più ricercate, riporta che «Chi è Dio?», «Chi è Gesù?», «Chi è satana?»**, sono state tra le prime dieci domande; «Chi è Dio?» era al primo posto. Alcune indagini dicono invece che la parole più digitata sia “sex”. L'uomo è alla ricerca di un senso della vita e paradossalmente sia Dio che la sessualità sono ambiti di senso. “Maschio e femmina li creò... a sua immagine e somiglianza”. La rete riflette il bisogno di umanità. Certo, offre anche tremendi inganni, ma occorre competenza e quella fiducia che viene dallo Spirito Santo.

Pare che una delle **motivazioni fondamentali di questo interesse per il sacro** sia la ricerca di un certo *benessere spirituale*. Non sempre è una ricerca autentica. In molti siti il sacro viene banalizzato: non avendo limiti o censure ideologiche, la Rete è il regno del soggettivismo. Ogni concetto o il suo contrario possono venire diffusi praticamente a costo zero.

Ma può anche svilupparsi una ricerca genuina da parte di persone che utilizzano la Rete per vivere vere esperienze di carattere religioso. Il proliferare del sacro è comunque sintomo del bisogno profondo di Dio che c'è nell'uomo, che lo spinge a stringere relazioni. C'è una chiesa protestante che è nata e vive solo in Internet, si sviluppano movimenti di preghiera tra credenti di varie fedi per pregare insieme, scambiare esperienze, raccogliere intenzioni di preghiera; vi sono Istituti religiosi che vivono nella rete, sono stati creati persino cyber-cimiteri in cui si possono accendere cyber-lumini... ovviamente possono proliferare movimenti o anche sette di ogni genere, anche sataniche. Il rapporto in Rete presenta **elementi contraddittori**. È anonimo e impersonale, ma forse proprio per questo può diventare molto confidenziale e sfociare in un dialogo intimo e «vero», che permette di dire di sé cose che difficilmente si direbbero di persona.

Vi sono **tre modalità fondamentali** di utilizzo della Rete dove essa può diventare un mezzo per realizzare una nuova o rinnovata adesione al Vangelo:

- un'azione di *pre-evangelizzazione* che può introdurre ad un primo contatto con la fede;
- l'utilizzo di siti di informazione o banche dati online come risorsa di approfondimento dei conte-

Purtroppo anche tra i cattolici, perfino tra i teologi, certe indicazioni deviate trovano posto; per questo, per far fronte a questo mare velenoso di menzogna, di bugie, di falsità e di peccato che la nostra società chiama tante volte "cultura", abbiamo deciso di mettere in piedi un sito che dica la verità integrale, sotto la potente Luce di Cristo e del suo Vicario: "**Sorga Dio e i suoi nemici siano dispersi ...**". Sorga Cristo Verità su questo mondo alla deriva e trionfi a tutti i livelli contro la menzogna, la falsità, il peccato; insomma contro Satana e i suoi strumenti.

¹⁷ Sei arrivato qui per caso o cercavi questo sito? Comunque sia, se la tua strada ti ha portato qui alla piazza sei il benvenuto! ...Questa è una **piazza speciale**: ... luogo non di pettegolezzo, ma un luogo dove **stare insieme** e - perché no? - **pensare** più a fondo le questioni importanti della **vita** e della **cultura**, **parlarne tra noi** e **comunicarlo** agli altri.

¹⁸ Siamo un gruppo di amici convinti che **Dio vada portato tra le cose di tutti i giorni**, utilizzando gli stessi mezzi di comunicazione che la pubblicità usa per reclamizzare i beni di consumo.

Lui è vicino ad ognuno di noi. Noi cerchiamo solo di fare in modo che qualcuno se ne accorga.

nuti del Cristianesimo;

- a queste modalità, che prevedono un destinatario piuttosto passivo, con una fruizione di tipo “televisivo” (detta broadcasting), si affiancano forme di comunicazione **dinamiche**, ove si **interagisce** con altri utenti. Internet diventa luogo di incontro, confronto e dialogo favorendo un uso più coinvolgente e impegnativo del mezzo¹⁹: email, forum, blog, chat, newsgroup, comunità virtuali.

37 Io credo che in Rete le opportunità superino di molto i rischi, anche se questi non sono da sottovalutare. E non lo credo solo io, ma anche i massimi esponenti della Chiesa, a partire dal papa, che dopo il progetto *Pope2You*, il 29 giugno 2011 ha lanciato in rete dal suo tablet, il nuovo portale di informazione *www.news.va* per rafforzare la collaborazione tra i vari media vaticani, con queste parole: “Cari amici, ho appena dato l’avvio a news.va. Sia Lodato Gesù Cristo, Con le mie preghiere e la mia benedizione. Benedetto XVI”. **E’ il primo, storico tweet di un Papa, dopo la storica mail di Giovanni Paolo II. Inizialmente in italiano e inglese, il portale offre un ricco ventaglio di notizie e servizi multimediali, grazie a una piattaforma sulla quale converge la produzione dei singoli media della Santa Sede: L’Osservatore Romano, la Radio Vaticana, il Ctv, l’agenzia Fides e il Vatican Information Service, prodotto dalla Sala Stampa Vaticana. E recentemente, per chi vuole, il Vaticano offre un Widget da inserire sulle proprie pagine web per avere un aggiornamento sulle notizie dalla Santa Sede.**

Abbiamo l’obbligo morale di vivere questo «continente digitale» (Benedetto XVI, Messaggio per la 43ª Giornata delle comunicazioni sociali, maggio 2009), il nuovo luogo non ha confini definiti, ma ci può rendere prossimo anche chi si trova dall’altra parte del pianeta. Abbiamo il dovere di essere presenti non tanto per occupare spazi, ma per portare la nostra originalità e il vissuto che la comunità cristiana sa esprimere là dove vive e opera. I linguaggi si devono adeguare ai nuovi strumenti, ma non per questo si deve annacquare il contenuto. Anche l’abitante digitale si aspetta di incontrare, prima o poi, una parola di speranza. Questo deve essere il nostro tratto caratteristico: occhi e cuori attenti alle persone, come facevamo ieri e come continuiamo a fare oggi. Attenti a chi, anche lungo le «autostrade» digitali, è alla ricerca di compagni di viaggio. Dai tempi dei discepoli di Emmaus non è cambiato nulla. Sono mutati i modi, ma la ricerca del senso per la propria esistenza resta sempre la stessa.

38 - 39 Una serie di *documenti e di convegni* mostrano **un intenso cammino di riflessione da parte della Chiesa**, fortemente impegnata nel mondo digitale a servizio della verità, nello sforzo di umanizzare la rete aprendo la strada alla voce di Dio nel Web, per creare una Rete con l’anima.

Nel mondo della comunicazione **otto anni** sono come otto anni luce. **Mons. Crociata, segretario generale della Cei, interpellato alla vigilia del convegno afferma: 40 - Da «Parole mediatiche» a «Testimoni digitali» è cambiato praticamente tutto.** Tranne la volontà della Chiesa e degli opera-

¹⁹ Cfr. N. SCARPITTA, *Internet: nuova sfida per l’evangelizzazione*, webcattolici.it/webcattolici/allegati/188/Internet.pdf.

tori cristiani «di capire, ora come allora, i fenomeni dell'era digitale, di abitare questi nuovi ambienti e di immettervi il seme fecondo del Vangelo».

Allora c'era già un movimento radicato e diffuso di operatori della comunicazione nel tessuto della Chiesa italiana. Da allora si sono ulteriormente rafforzati il coordinamento, le sinergie, la formazione. Oggi si fa tesoro dell'esperienza vissuta e si guarda avanti alle sfide che ci attendono.

Le nuove tecnologie digitali permettono una frequentazione diffusa e popolare del nuovo ambiente digitale: si hanno nuove possibilità di dialogo, di incontro e di scambio. Si parla di un nuovo umanesimo, che ovviamente presenta incertezze e rischi, ma offre anche straordinarie opportunità di crescita, di comunione e di solidarietà a livello mondiale, anche per la missione della Chiesa. Anche in questo nuovo ambiente bisogna portare il seme della Buona Notizia.

Ovviamente **l'uomo non può essere succube delle tecnologie**, ma protagonista responsabile: **in ogni cambiamento non devono essere mai persi di vista la centralità della persona, la sua dignità, i suoi diritti inviolabili e soprattutto la sua apertura al trascendente.**

Anche in questo nuovo ambiente non deve diminuire la capacità di riflettere, di saper distinguere tra il bene e il male, tra il vero e il falso. Questo il vero rischio, soprattutto per i giovani, che impedisce poi di crescere sia in umanità, sia nel rapporto con Dio.

Appassionati dei linguaggi dei nuovi media ma anche radicati nella propria identità di fede; abili nel districarsi attraverso i tratti mutevoli della cultura digitale ma **sempre pronti a rendere ragione del proprio punto di vista, che è fermo e nitido. Quelli che fanno cultura e comunicazione all'interno delle comunità cristiane – che si tratti dei media vecchi e nuovi, dell'esperienza teatrale o delle sale della comunità – sono cresciuti, sono maturati, aumentati in numero e competenze e sono pronti a diventare sempre più «Testimoni digitali».**

Cambia tutto in effetti, ma per rispondere agli stessi bisogni di sempre dell'uomo. Come spiega il Papa nel messaggio per la Giornata mondiale delle comunicazione sociali 2009: «Il desiderio di connessione e l'istinto di comunicazione, che sono così scontati nella cultura contemporanea, non sono in verità che manifestazioni moderne della fondamentale e costante propensione degli esseri umani ad andare oltre se stessi per entrare in rapporto con gli altri».

Ci troviamo, in effetti, di fronte a mutamenti incalzanti, evidenti, che cambiano la pelle della gente, per dirla con Derrick De Kerckhove, ma non il cuore. Ciò spiega anche perché i nuovi media non cannibalizzano i vecchi, ma li innovano. Basti pensare al successo delle radio cattoliche, delle tv locali o dei periodici dei religiosi, sempre più frequentemente anche on line.

41 - L'allora cardinal **Ratzinger** offrì durante il convegno «**Parabole mediatiche**» l'immagine stupenda degli **intagliatori di sicomori di Amos**: il "sicomoro" produce frutti che restano senza "gusto" se non li si incide e i frutti sono la "cultura" del tempo, mentre il "Logos cristiano" è il "taglio" che permette la "maturazione". Il "cristiano" è chiamato a compiere quest'opera di "mediazione" tra

il "Logos" e la cultura, per dire che la fede deve incidere in profondità la cultura.

- Poiché la Chiesa ha nell'annuncio di un messaggio e nelle relazioni di "comunione" due "pilastri" fondanti del suo essere, "Rete" e "Chiesa" sono destinate ad incontrarsi. Ma, per la "Chiesa

42 "Internet" non è un semplice "strumento" di "comunicazione", è un "ambiente culturale" che determina uno stile di "pensiero": non basta usare i "media" per diffondere il "messaggio cristiano", occorre integrarlo nella "cultura digitale".

- La "logica" del "Web" ha un impatto sulla quella "teologica" ed "Internet" pone delle sfide alla comprensione del "cristianesimo". Se, una volta, l'uomo era attratto dal "religioso" come da una fonte di "senso", ora si sta trasformando in un "decoder" delle "domande", sulla base delle molteplici "risposte" che lo raggiungono. **Non è ovviamente possibile immaginare una "vita ecclesiale" essenzialmente di "Rete": una "Chiesa" priva di qualunque riferimento "territoriale" e di "vita" è inimmaginabile.** La "Rete" può essere compresa come una sorta di grande testo "orizzontale", una struttura "chiusa". La "Chiesa" invece ha un fondamento "esterno", la "Rivelazione".

- **Uno snodo critico in questo rapporto è il concetto di "dono".** Per la "Chiesa", la "Rivelazione" è un "dono" e l'agire "ecclesiale" ha fondamento in esso. Ma è il concetto di "dono" che muta nella "società" di "Internet". La "Rete" è luogo di "dono" ma in realtà si tratta di uno "scambio" libero.

Il Web rimette in gioco la logica del dono: non è un'attività senza ritorno, per quanto non esista mai la garanzia di restituzione. Lo scopo del dono è la relazione che si vuole instaurare, qualcosa che funziona senza costrizione, in assenza di contratto o di coercizione. Nel Web sembra essersi creata una vasta area del dono. Tutti sono al tempo stesso informatori e informati. La vera ricompensa è la relazione stessa. Alcuni studiosi sostengono che la vera frontiera del dono in Internet è quella del «sapere», come mostra l'attività libera di Wikipedia, e di cui la stessa rete sarebbe, nel suo insieme, la prova più evidente. In nessuna epoca dell'umanità s'era mai messo in moto un simile meccanismo di scambio del sapere. ... La Rete funziona attraverso la condivisione, il passaggio continuo d'informazioni, la possibilità di scambiarsi reciprocamente file sonori, visivi o di testo. I membri delle community non si conoscono, ma si connettono reciprocamente, ed effettuano «doni» virtuali. **Benedetto XVI** nel suo messaggio per la 45/a Giornata mondiale delle Comunicazioni sociali, sul tema "Verità, annuncio e autenticità di vita nell'era digitale" (2011) **benedice i social network a patto che non diventino un mondo parallelo** (ne abbiamo già parlato del mondo parallelo).

Come ogni altro frutto dell'ingegno umano, le nuove tecnologie della comunicazione chiedono di essere poste al servizio del bene integrale della persona e dell'umanità **intera** e se usate saggiamente, esse possono contribuire a soddisfare il desiderio di senso, di verità e di unità che rimane l'aspirazione più profonda dell'essere umano" (Benedetto XVI).

In questo contesto il Pontefice riconosce che esiste **uno "stile cristiano" di presenza nel mondo digitale**, stile che "si concretizza in una forma di comunicazione onesta ed aperta, responsabile e ri-

spettosa dell'altro.

43 “Comunicare il Vangelo attraverso i nuovi media significa non solo inserire contenuti dichiaratamente religiosi sulle piattaforme dei diversi mezzi, ma anche testimoniare con coerenza, nel proprio profilo digitale e nel modo di comunicare, scelte, preferenze, giudizi che siano profondamente coerenti con il Vangelo, anche quando di esso non si parla in forma esplicita”. “Essere consapevoli che la verità che cerchiamo di condividere non trae il suo valore dalla sua popolarità o dalla quantità di attenzione che riceve”.

“Dobbiamo farla conoscere nella sua integrità - avverte - piuttosto che cercare di renderla accettabile, magari annacquandola”. Internet diventa un veicolo di "proclamazione" e diffusione del Vangelo e "come ogni altro frutto dell'ingegno, le nuove tecnologie della comunicazione chiedono di essere poste al servizio del bene integrale della persona e dell'umanità intera.

Benedetto XVI invita “i cristiani ad unirsi con fiducia e con consapevole e responsabile creatività nella rete ... perché questa rete è parte integrante della vita umana”.

Il Papa mira a far prendere coscienza che è in atto una vera e propria trasformazione culturale perché le nuove tecnologie non solo stanno cambiando il modo di comunicare ma la comunicazione stessa. Sta nascendo “un nuovo modo di apprendere e di pensare, con inedite opportunità di stabilire relazioni e di costruire comunione”.

Paolo VI durante il suo pontificato aveva invitava a considerare la comunicazione come "il primo areopago del tempo moderno ... (Cf. Il Rapido Sviluppo) e diceva che "la rottura fra il vangelo e la cultura è senza dubbio il dramma della nostra epoca".

Il Papa continua: "I rischi che si corrono, certo, sono sotto gli occhi di tutti: la perdita dell'interiorità, la superficialità nel vivere le relazioni, la fuga nell'emotività, il prevalere dell'opinione più convincente rispetto al desiderio di verità. E tuttavia essi sono la conseguenza di un'incapacità di vivere con pienezza e in maniera autentica il senso delle innovazioni. Ecco perché la riflessione sui linguaggi sviluppati dalle nuove tecnologie è urgente".

44 Ed evidenzia che "non si tratta solamente di esprimere il messaggio evangelico nel linguaggio di oggi, ma occorre avere il coraggio di pensare in modo più profondo, come è avvenuto in altre epoche, il rapporto tra la fede, la vita della Chiesa e i mutamenti che l'uomo sta vivendo. Per questo ha aggiunto che per aiutare "a capire, interpretare e parlare il "nuovo linguaggio" dei media in funzione pastorale, in dialogo con il mondo contemporaneo, si deve domandare: quali sfide il cosiddetto "pensiero digitale" pone alla fede e alla teologia? Quali domande e richieste?".

"L'appello ai valori spirituali che permetterà di promuovere una comunicazione veramente umana: ... è una risposta alla chiamata impressa nella nostra natura di esseri creati a immagine e somiglianza del Dio della comunione. (...). Il contributo dei credenti allora potrà essere di aiuto per lo stesso mondo dei media, aprendo orizzonti di senso e di valore che la cultura digitale non è capace da sola

di intravedere e rappresentare".

Il compito di gettare un ponte tra cultura, società e vita spirituale spetta anche alla teologia, che non può essere «estranea ai cambiamenti culturali in atto». «Gesù stesso nell'annuncio del Regno ha saputo utilizzare elementi della cultura e dell'ambiente del suo tempo – ha sottolineato Ratzinger –: il gregge, i campi, il banchetto, i semi e così via. Oggi siamo chiamati a scoprire, anche nella cultura digitale, simboli e metafore significative per le persone, che possano essere di aiuto nel parlare del Regno di Dio all'uomo contemporaneo ».

Giuliodori (Abitanti digitali 2011) «L'evangelizzazione – afferma – trova nei media un prezioso territorio di incontro con l'uomo: da quello della strada a quello di cultura. Di fatto siamo davanti a un potenziale da cui la missione della Chiesa può trarre significativi benefici, anche se occorre mettere in guardia dalla frammentazione e dalla dispersione che un ambiente così vasto e multiforme porta con sé». Serve sapersi muovere con intelligenza ed equilibrio per evitare di perdere, fra i dispositivi digitali, lo specifico umano con la sua dimensione spirituale e interiore». Bisogna andare là dove si trovano gli uomini e le donne del nostro tempo, in particolare i giovani e dunque privilegiare internet e le esperienze di relazione e comunicazione in rete per annunciare il Vangelo. «Ma non basta usare "intelligentemente" i media della Rete (tv digitale, computer e telefonino), bisogna "rifondarli", facendo sì che essi tornino ad essere strumenti di relazione vera».

«Muoversi da cattolici nella Rete non significa agire come agenti di marketing che tentano di piazzare la fede quasi fosse un prodotto di consumo o uno dei tanti messaggi da far circolare». Chiara Giaccardi. A lei si deve la **ricerca sui «nativi digitali»** e la loro identità da cui emerge un'apertura del 'popolo' giovane della Rete alla sfera religiosa (oltre la metà di coloro che hanno risposto al questionario si dichiara credente). «Di fronte a questa disponibilità che spesso è latente o implicita l'invito ad ascoltare una voce diversa nel web può essere lanciato. Anzi, ritengo che sono molti i luoghi virtuali in cui questa proposta può trovare casa».

Ecco un consiglio. «Per avvicinarsi ai ragazzi del web occorre muoversi come singoli e non tanto come istituzione. Poi sono essenziali figure che, all'interno della Rete, si siano conquistate credibilità e autorevolezza senza, tuttavia, essere distanti. Potremmo chiamarle 'opinion leader' online perché sono punti di riferimento ma, al tempo stesso, non vengono percepite come lontane. Di fatto sono l'espressione migliore dello spirito del gruppo. E identificarle contribuisce a entrare in sintonia con quella generazione che è sempre connessa». **Così anche su Internet potrà entrare la riflessione.** «La dimensione del dialogo e dell'interattività è uno stimolo alla riflessività collettiva: laddove le posizioni sono molteplici e si confrontano, è possibile intraprendere percorsi comuni di elaborazione di significato. In ogni caso, tutto ciò avverrà a patto che non si rimanga totalmente immersi nella logica del dispositivo. Perciò è opportuno prendersi qualche pausa: è il 'silenzio digitale' che permette di non essere coinvolti nel continuo gioco fra stimolo e risposta che la Rete ci richiede».

21 maggio 2011

Informare e formare col web Di Giacomo Gambassi

Rivoltella (Cattolica): dalle competenze tecniche alla «saggezza digitale».

Silvestri (Cei): webmaster cattolici al servizio della comunità

In fondo la sfida che attende i «testimoni digitali» è saper unire i nuovi linguaggi della Rete con l'annuncio senza tempo del Vangelo.

«Ma ora da abitanti digitali occorre diventare lavoratori digitali », sintetizza con una battuta **Prima** serve avere chiari gli obiettivi. Per il cattolico che si tuffa nel web, non basta conoscere le nozioni di base o essere in grado di aprire un profilo su Facebook. Le sole competenze tecniche possono produrre gravi danni perché «non ci si rende conto della responsabilità di ciò che viene fatto». Invece c'è bisogno di acquisire la «saggezza digitale», la capacità di elaborazione critica dentro la Rete, oppure essere addirittura «leader digitali», persone che sanno dove si vuol andare magari con uno stile - proprio del testimone che è quello del «camminare in punta di piedi». Anche così «può essere ridotta la distanza fra la Chiesa e i nativi digitali». Online la comunità ecclesiale c'è. A partire dai siti. Per una diocesi, il primo riferimento è il proprio 'portale' istituzionale che «definisce l'identità sul web». Anche le parrocchie dialogano con la Rete, per informare su servizi e iniziative, per mobilitare i fedeli ma anche per creare nuove forme di prossimità».

Abitare il Web dice una relazione consapevole e stabile, esprime il bisogno di dar forma allo spazio e dunque induce un atteggiamento responsabile, che si fa carico dell'insieme. Si vuole stare nel web non per caso o magari per presidiare, ma per creare occasioni di contatto e di prossimità perché è proprio della Chiesa accorciare le distanze e annullare le estraneità.

45 L'idea di «abitare» nel linguaggio della fede desta profonde evocazioni: il credente «abita» la Parola, il Creato, Dio «abita » in lui... In che modo siamo chiamati ad «abitare» il digitale?

In passato la Chiesa ha sempre identificato nel perimetro geografico la coordinata fondamentale di una parrocchia. Dietro l'idea dello spazio fisico c'era sottesa la convinzione che solo stando in un territorio se ne imparano i costumi, la lingua, le tendenze e quindi si può procedere a un incontro e quindi all'evangelizzazione. Oggi lo spazio fisico, si è come liquefatto. La rete e soprattutto i *social network* esprimono un bisogno di contatto, di relazione e di incontro che coinvolge tutti. La Chiesa che abita la Parola non può esimersi dal farla risuonare anche dentro questo nuovo spazio umano, che è in attesa di domande autentiche e di verità non caduche.

Si tratta di aggiornare... i rintocchi della campana! Come quest'ultima con le sue vibrazioni delimita un territorio, i cui confini coincidono con l'udibilità del suono, così la rete può diventare una forma di prossimità e di vicinanza, che aiuta a costruire o ricostruire l'appartenenza ecclesiale. Oggi la Chiesa deve forse essere meno campanile e più campana!

La vera sfida è quella della trascendenza: essere pienamente dentro, ma affacciati su un altrove, **essere nel web, ma non del web**. L'esperienza della rete è reale e dunque umana; manca però di una dimensione necessaria che è quella fisica, intra-corporea. Non è autosufficiente. Si chiede di vigilare perché non si confonda la parte con il tutto e si abbia cura di integrare sempre la dimensione online e quella off. La Chiesa però non teme di smaterializzarsi nel mondo del web per arrivare a farsi percepire da tutti proprio perché è fortemente radicata nei territori fisici e può dunque stare sia nell'una che nell'altra dimensione.

A cambiare non sono solo i linguaggi ma le persone che vi vivono. I giovani, in particolare, riflettono sulla loro pelle le caratteristiche di questa nuova stagione digitale che sembra privilegiare la comunicazione orizzontale, interattiva, mettendo in discussione il modello della trasmissione a favore di quello dell'incontro. **Ma l'educatore non deve farsi spaventare. Dovrà partire dalla capacità di leggere le situazioni e di ascoltare i bisogni manifesti e i desideri latenti per accompagnare verso un percorso di fede che, anche passando attraverso il territorio del virtuale, raggiunga poi la sua consistenza nella dimensione fisica dell'incontro e della condivisione. La fede infatti non è un'idea, né una morale, ma una esperienza, che non rifiuta alcun linguaggio. Neanche quello di ultima generazione.**

La tecnologia si umanizza. Anche Sorice mette in guardia da una «connessione senza relazione» e riprende l'invito «Non invasione ma partecipazione». La parola «relazione» torna più e più volte, come antitesi ai troppi soliloqui esibizionistici del Web, scambiati per comunicazione. Relazione e comunità, anche se prive di un «luogo» e fatte, appunto di relazioni.

Pericoli dell'informazione sul Web: «Superficialità, impossibilità di un reale controllo, inevitabili falsità, un ancor più insidioso "verosimile" che vero non è ma ci assomiglia». Il futuro è dei giornalisti capaci di essere originali e unici, fornendo ciò che altri non possono fornire: «Chiavi di lettura, comprensione, punti fermi, contesti».

Anche la parrocchia sul Web si fa «vicina di casa»

È possibile affidarsi ai post, magari con parole che siano portatrici di gioia o che mostrino una particolare attenzione alla persona. Oppure si può ricorrere a una webcam da sistemare in chiesa per trasmettere la Messa così da far vivere anche a chi sta ore e ore davanti al computer che la Rete può essere un ponte con la comunità ecclesiale presente in quel paese o in quel quartiere.

Suggerimenti per la parrocchia su come abitare i social network. Con uno stile che fa di Internet e dei media digitali «un luogo di convivialità dove le modalità e il significato dello stare insieme non siano pre-orchestrati dallo strumento» e «l'intersoggettività non sia autoreferenziale ma aperta alla ricerca comune di un senso che nessun dispositivo può rendere disponibile»: fede e tecnica non sono concorrenti.

Da qui la possibilità di entrarci anche come comunità parrocchiali. Non bisogna contrapporre una

pastorale reale a una virtuale. Il social network diventerà un'opportunità se la pastorale è viva e vegeta, anzi direi in carne e ossa. Ciò che conta è che la comunità online sia ancorata alla comunità che cammina all'ombra del campanile.

Se un parroco che ha perso il contatto con i fedeli spera di riagganciarli attraverso i social network sarebbe fuori strada. Ma se invece egli vive fortemente la relazione con i parrocchiani, ha la possibilità di amplificarla attraverso Facebook. Lo spazio virtuale non va inteso come vicario dell'esperienza ma come estensione e potenziamento.

C'è chi si domanda: se i preti sono su Facebook, chi si occuperà del popolo di Dio? Ma il popolo di Dio è dentro e fuori la Rete. Bisogna muoversi nel mare «sociale» della Rete quasi come un Samaritano, secondo la logica «della prossimità» E soprattutto lo stile dev'essere paritario, deve mostrare una Chiesa "vicina di casa".

I sacerdoti abiteranno la Rete da pastori, come nelle parrocchie. I laici da testimoni sul Web, annunciando la fede come se si fosse in piazza o a casa. Mai dimenticare di essere cristiani.

April 17, 2012 8:50 am DI STEFANIA CAREDDU

Raccontare la vitalità dell'esperienza cristiana attraverso i volti e le storie dei suoi protagonisti. In una società dominata dalle immagini, è questa l'affascinante sfida per quanti, all'interno degli Uffici comunicazioni sociali delle diocesi, delle istituzioni religiose e delle conferenze episcopali, sono impegnati a diffondere quanto accade nel mondo ecclesiale. Cercando di superare la visione istituzionale per veicolare soprattutto la bellezza della fede. Del resto, «non proponiamo un prodotto commerciale, ma siamo testimoni di Cristo nel mondo di oggi», (8° Seminario professionale «Comunicazione della Chiesa: volti, persone e storie). «È fondamentale presentare testimoni, storie di fede incarnata, di persone che dicano quanto si è felici vivendo la fede».

L'iniziativa rappresenta un'interessante occasione formativa per approfondire il tema dell'informazione religiosa nei nuovi scenari disegnati dalla globalizzazione e dai processi digitali. «Occorre che la realtà della fede sia messa in evidenza nella sua profondità e allo stesso tempo nella sua semplicità», «raccontare esperienze che facciano emergere le implicazioni del vivere con Dio e il perché valga la pena essere cristiani».

Infatti, pure «per arrivare ai lontani o agli indifferenti», ha ricordato monsignor Domenico Pompili, serve «la capacità di trovare linguaggi meno invisibili e impliciti, più comprensibili, in grado di farsi sentire tra le tante voci dell'arena mediatica, soprattutto quando la legittimità o la qualità di tale presenza viene messa in discussione». E questo «non per mero spirito di autodifesa, bensì per ragioni di testimonianza». Ma evitare di essere autoreferenziali

46 QUALCHE ESPERIENZA

a) Prete & blogger: ecco come farsi ascoltare (MARCO SANAVIO)

Dopo un decennio di esperienza nell'ambito della Web-pastorale non cerco più la risposta dei numeri, dei clic, dei «mi piace», preferisco lavorare sulla fiducia reciproca con gli utenti e mettermi in ascolto degli indizi che colgo oltre lo schermo.

Questa è la reazione che mi interessa di più: gettare sassi nello stagno sperando che qualcuno colga l'onda e la amplifichi, che diventi a sua volta animatore nella realtà in cui si trova ad operare. Non amo molto quanti cercano di convertire il popolo della Rete con la lancia in resta, preferisco lo stile del lievito nella pasta. La Rete cambia velocemente e anch'io sono dovuto ripartire dall'"Abc".

Con alcuni giovani della diocesi di Padova abbiamo organizzato tramite Facebook un flashmob, un evento che trasforma simpaticamente il volto di una piazza per pochi minuti, allo scopo di promuovere un'iniziativa benefica. Oltre 500 le adesioni ideali di universitari padovani in rete ma, poi, chi c'era veramente in piazza erano gli amici degli amici.

Poi l'utilizzo misto sia della Rete, sia degli incontri in presenza.

Chiarezza e costanza". La trasparenza delle proprie intenzioni e l'identità chiara aiutano subito a stabilire una relazione autentica. E se si vogliono ottenere risultati efficaci in rete bisogna esserci, senza stancarsi. I cybernauti hanno fiuto per capire se dietro una pagina di Facebook o un sito di animazione culturale c'è una presenza energica e una comunità reale o se si tratta solo di un'operazione di facciata.

Penso che, soprattutto oggi, non sia necessario aprire un nuovo sito o blog se non è strettamente necessario. Spesso è più produttivo utilizzare i social network oppure le liste di distribuzione che sono tra i metodi più efficaci ma, soprattutto, andare dove la gente c'è già e si incontra quotidianamente, non pretendere che siano loro a cercare te.

b) **Preti online.** Internet permette anche ai quasi mille sacerdoti di *Preti on-line* - sorta di presbiterio virtuale che ha scelto la via dell'incontro online per il dialogo e l'accompagnamento spirituale - di rispondere agli utenti via e-mail; accanto ad ogni nome vi è un pallino verde o giallo o rosso (disponibile al colloquio, impegnato temporaneamente, non attualmente disponibile).

c) **un giornalista:** Marco Palmisano, colpito alcuni anni fa da una dolorosa malattia, nel suo libro *Un angelo mi ha salvato*, scrive che mai avrebbe pensato che l'evento di trovare la salvezza fisica (e anche Giovanna, l'amore della sua vita) avrebbe potuto compiersi attraverso un sito web: «se non mi fossi fidato di internet, a questo punto, non sarei né sulla strada della guarigione, né su quella della gioia.»²⁰.

d) **Google in Vaticano per studiare l'etica del Web (DI ROBERTO I. ZANINI)**

I colossi di Internet si sono resi conto che la Rete, per raccogliere con efficacia le sfide del futuro,

²⁰ M. PALMISANO, *Un angelo mi ha salvato*, Arnoldo Mondadori Editore S.P.A., Milano 2008, p. 102.

ha bisogno di un surplus di etica e di responsabilità. **Ne hanno bisogno soprattutto gli utenti per una condivisione di conoscenze che sia garantita dal punto di vista dell'utilità e dell'affidabilità.**

Esigenze che fino a qualche tempo fa sembravano inconciliabili per la – almeno apparente – distanza dei loro principali assertori, la Chiesa cattolica *in primis*, dai grandi "costruttori" di Internet, nel senso dei motori di ricerca, dei *social network* e di aziende come Microsoft. Una distanza azzerata grazie all'iniziativa dell'ateneo pontificio Regina Apostolorum e del suo Istituto di Studi Superiori sulla donna, che hanno promosso insieme a Google il Master in comunicazione e new media, con la diretta collaborazione di Microsoft, Facebook e Ibm per favorire una dimensione umanistica e quindi etica del web. Tutto questo con la finalità di «avviare gli studenti a una applicazione pratica dei *new media*» e di fornire un valido aggiornamento a tutti coloro che hanno una missione educativa, in funzione «della chiamata del Papa alla nuova evangelizzazione».

e) Vangelo in Rete, giovani alla ricerca di maestri (Avvenire 21/5/2011) di Giacomo Gambassi
L'indagine sui "nativi digitali" promossa dall'Università cattolica di Milano e curata dalla sociologa Chiara Giaccardi, con un formulario di settantasette domande punta a scandagliare abitudini e stili di vita dei ragazzi hi-tech, e il loro rapporto con la sfera religiosa.

Le risposte, numerose, hanno offerto una scoperta inattesa: tre quarti dei cinquemila questionari autocompilati erano degli «amici» della pagina Facebook di una ragazza italiana emigrata a New York (e non credente, precisa lei) che via Internet è diventata una guru dei maquillage grazie ai suoi consigli online. La risposta dice che nella Rete i messaggi non contano per la loro naturale portata, ma giungono a destinazione quando sono mediati da figure carismatiche che vengono percepite dai ragazzi come vicine e che godono della loro fiducia. **Ecco il nodo: la fiducia. Che non guida solo l'economia ma anche i rapporti che si creano su Internet.**

Proprio qui possono innestarsi i «testimoni digitali» di cui la comunità cristiana ha bisogno per dialogare con quella generazione fra i 18 e i 24 anni che è sempre connessa. Una fascia d'età in cui l'offline e l'«*online* quotidiano» convergono. Perché ciò che si cerca è la relazione.

I ragazzi sono affascinati dall'«ebbrezza della velocità» che la connessione permanente offre, ma non sono chiusi al mistero. Secondo l'indagine della Cattolica, più della metà dei giovani in Rete si definisce credente e nove su dieci sono persuasi che esista l'aldilà. Una disponibilità al religioso che può essere un aggancio per incontrarli.

f) Proprio le tecnologie rischiano di diventare una barriera fra le generazioni se è vero - secondo le cifre Istat - che neppure un anziano su dieci (con più di 65 anni) ha pc e Internet (sondaggio 2010). Salutiamo quindi con gioia il fenomeno crescente dei "**nonni online**". Quest'anno uscì un articolo su La Stampa: "Adotta un nipote digitale e Internet non avrà più segreti". Ed ecco che sono nati molti corsi per la terza età tenuti dai giovani, nel progetto "Nonni su Internet". E ci sono "smanettoni" di più di 80 anni che superano così l'esclusione sociale; una pensionata ha creato il blog

www.nonnaonlina.it, che aggiorna quotidianamente, e ha ideato con altri nonni un gruppo su Facebook chiamato “Quando io ero piccolo”.

g) La fede giovane si allea con il Web

Twitter, Facebook, YouTube, il blog: quattro ambienti digitali in voga e molto frequentati dai ragazzi, ma soprattutto quattro modi diversi di abitare il Web e di essere cristiani in Rete. **Per sfruttarne al meglio le potenzialità e non lasciarsi schiacciare dalle dinamiche proprie di ciascun mezzo**, ecco le istruzioni per l’uso che arrivano dai coordinatori dei **workshop organizzati nell’ambito del laboratorio «Giovani, web ed educazione alla fede»**. L’iniziativa, che nei giorni scorsi ha riunito a Roma 120 rappresentanti di 47 diocesi, è stata promossa dal Servizio nazionale per la pastorale giovanile, dall’Ufficio nazionale per le comunicazioni sociali, dal Servizio informatico e dal Servizio per la promozione del sostegno economico alla Chiesa in collaborazione con l’associazione Webmaster cattolici.

- **YouTube. Quando un video si trasforma in testimonianza.** E se provassimo ad usare Youtube non solo per ascoltare canzoni e guardare video, ma per comunicare e testimoniare coinvolgendo i giovani in esperienze tutt’altro che virtuali? **La provocazione arriva da Fabio Bolzetta, giornalista di Tv2000, per il quale il terzo sito più visitato al mondo può essere «uno straordinario mezzo per rendere i ragazzi protagonisti prima, durante e dopo un evento»**. «Si può fare un video a prescindere dai mezzi, risparmiando tempo e fatica: ciò che è fondamentale – dice – è la fase di preparazione in cui si decide cosa dire, come confezionare il messaggio, chi sono i destinatari, quando e perché realizzarlo, rispettando chi rappresentiamo e le persone a cui ci rivolgiamo».

- **Facebook. Una piazza che richiede coerenza.** Facebook può definirsi una piazza, un luogo dove **«tutto viene relativizzato e ridimensionato, dove bisogna stare alla sfida di chi lo frequenta»**. E che, essendo **«l’estensione del mondo reale »**, richiede **«grande coerenza »**. Anche nell’ottica dell’evangelizzazione che significa «annunciare con le parole e con la vita». Facebook può essere alleato nella pastorale, «come supporto o apertura a chi è più distante», se si aiutano i giovani «nutriti da una cultura basata su un sistema neoliberista di consumo, a crescere, maturare e sviluppare la loro capacità critica». «Facebook serve se c’è un’azione congiunta tra famiglia, scuola e Chiesa», osserva Pasqualetti suggerendo di puntare sulla formazione ad ampio raggio.

- **Twitter. Sintesi e velocità per intercettare i «lontani»**. Riflettori puntati su Twitter. «Anche in assenza di dati ufficiali, si tratta del social network emergente: è ancora lontano da Facebook, ma cresce a ritmi sostenuti...gli italiani, giovani e non, sembrano apprezzarne la snellezza e il tono di conversazione che fanno dei tweet gli eredi naturali degli sms». E proprio le «potenzialità informative» di questo strumento che sta facendo proseliti dimostrano che si può utilizzare Twitter per far partecipare i lontani». Occorre poi «passare dalla dimensione informativa a quella propriamente relazionale e quindi pastorale» e ciò «dipende da tante cose: la nostra capacità di usare il mezzo, il

nostro stile, le scelte delle persone con le quali vogliamo conversare e interagire ».

- **blog. Tutti a commentare Ma serve preparazione.** Fare di un blog uno strumento di evangelizzazione? Si può e si deve. Ne è convinta Mariangela Tassielli, suora paolina coordinatrice di www.cantalavita.com, che vede nella progettualità, nella professionalità e nel lavoro di équipe le carte vincenti per affrontare la sfida dell'annuncio lungo le autostrade telematiche. «L'immediatezza e l'interattività che un blog permette non devono diventare superficialità e spazio dato all'impulsività», osserva ricordando che non bisogna cedere alla tentazione dell'improvvisazione e del compromesso. «Occorre – spiega la religiosa – scegliere il tipo di comunicazione, i destinatari privilegiati pur sapendo che chiunque potrà accedervi, pianificare spazi e contenuti, organizzare una redazione, scegliere una piattaforma di blogging, attivare canali di supporto e sfruttare le potenzialità dei social network per garantire una crossmedialità concreta». Senza dimenticare che «la possibilità di commento che il blog offre è vincente per il contatto con le persone». E, conclude la suora paolina, «coniugare la pastorale del web con quella della realtà fisica è una grande opportunità».

- **sul campo. I gruppi vogliono abitare Internet**

Incontro, animazione, formazione, informazione, evangelizzazione. Niente di virtuale, in Rete questo è realtà. Lo dimostrano le esperienze presentate nel corso del laboratorio «Giovani, web ed educazione alla fede» promosso dalla Conferenza episcopale italiana. «Per noi Facebook è un modo per prolungare la compagnia fisica, un luogo dove riflettere, farci domande, correggere, crescere nella fede'» ha spiegato suor Maria Antonia Chinello, della Pontificia Facoltà di scienze dell'educazione «Auxilium».

Grazie a Facebook, per i ragazzi della diocesi di Nicosia la loro «Missione giovani » continua, per quelli di www.vigiova.it il web è diventato «un laboratorio del racconto, uno spazio per prendere la parola ed essere cercatori di verità». Oppure dove far conoscere le iniziative dei giovani impegnati nell'associazionismo e nel volontariato come nel caso del blog «Tra piazza e patronato», erede di quello in cui Andrea Canton ha narrato l'avventura dei ragazzi di Padova alla Gmg di Madrid.

h) Una fede modello Twitter di Andrea Galli - 9 aprile 2010

«In cosa credi? Fai una dichiarazione di fede in 140 caratteri» è una delle sfide che sono state lanciate tempo fa su Twitter, col nome di 'Twitter of Faith', e che ha generato una valanga di risposte. Tra cui si potevano trovare «alcune **sintesi di verità teologiche efficacissime**, in frasi memorabili». «I cristiani evangelici stanno sviluppando in modo frenetico simboli e contenuti 'cinguettio' per incentivare la condivisione, la moltiplicazione e la ricerca di contenuti di fede online. Twitter è un nuovo mezzo per comunicare e rimanere interconnessi attraverso lo scambio di frequenti e brevi risposte a una domanda: ' Cosa stai facendo?'. Alcuni evangelici, appunto, stanno sfruttando questo flusso di messaggi per rafforzare le proprie comunità attraverso una forma di preghiera sincronizza-

ta. Il Calvin Institute of Christian Worship, per esempio, ha creato una pagina su Twitter con l'inserimento automatico e continuo di materiale per la preghiera delle ore, un'idea ispirata al 'pre-gate ininterrottamente' della prima Lettera di Paolo ai Tessalonicesi. Alcuni leader religiosi stanno utilizzando Twitter per avere un riscontro dei loro sermoni domenicali. Alcuni lo usano durante le stesse celebrazioni, spronando i fedeli a riflettere sui contenuti della predica e a commentarli in diretta, per non rimanere uditori passivi».

i) Esiste anche un blogging religioso che si avvicina a « un'esperienza contemplativa », molto lontana dall'immagine che si può avere comunemente dell'attività su un blog. Vi sono blog caratterizzati da una particolare serietà nell'espressione e nella riflessione dell'esperienza di fede. Il blogging può presentarsi sotto molte forme: per alcuni è un semplice modo di raccontare la propria vita quotidiana, per altri è uno spazio di profonda riflessione teologica e di forte esperienza religiosa. Tra l'altro, questa comunicazione e questa confessione pubblica di fede possono poi spingere altri a discutere su blog vari o su Facebook di temi religiosi».

«Non penso che l'uso di internet di per sé sia una spia affidabile per quanto riguarda la fede o la spiritualità. Tuttavia fornisce un'indicazione illuminante di come singoli o organizzazioni implementino le proprie attività offline con quelle online, creando sinergie tra queste realtà. Molte personalità religiose hanno espresso la necessità che la propria organizzazione sia attiva sulla Rete, con una forte 'presenza digitale': perché è percepito come un segno di 'crescita' spirituale il fatto che persone prima lontane si avvicinino o finiscano per far parte di una Chiesa dopo averne visitato il sito» .

l) Formare missionari per il Web. «I protestanti sono molto attivi, quasi imprenditoriali nel loro utilizzo di internet, con siti multimediali, all'avanguardia, di forte impatto. Trecento mega-chiese cristiane in Usa e altrove stanno usando i nuovi media e il microblogging – tipo Twitter – per far crescere le proprie comunità. Molte chiese hanno siti piuttosto sofisticati, con incluse librerie online dove si possono acquistare libri, testi di sermoni e altri prodotti, così come fare donazioni o versare l'obolo. In termini di 'competizione' nel 'mercato' religioso si percepisce l'urgenza di avere un profilo attraente sul web. Per quanto riguarda il mondo cattolico, ci sono anche qui molte realtà che hanno sviluppato applicazioni interessanti – dalla direzione spirituale online a varie possibilità di pregare sul web –, ma ce ne sono molte altre che non hanno ancora abbracciato il mondo dei nuovi media con l'entusiasmo e la profondità del mondo protestante. Alcuni pastori protestanti hanno ormai staff di venti o trenta persone interamente dedicati al lavoro con i nuovi media, inclusa la gestione di siti internet. Ciò rappresenta un'evoluzione significativa nella gestione delle risorse di una comunità e dà l'idea di come i nuovi media siano importanti per i protestanti, che vi stanno investendo molto» .

m) Nascita dei «Portaparola», veri e propri mediatori culturali, animatori della cultura e della comunicazione sociale. L'iniziativa è nata in sede al quotidiano "Avvenire" e si è andata man mano

sviluppando ed ampliando.

Corsi e-learning per gli animatori della comunicazione e della cultura, tutta quella rete di persone impegnate nella comunicazione in parrocchia, nelle diocesi, nelle associazioni e nelle realtà religiose: una rete capillare e vivace che va curata e fatta crescere.

Una scommessa è il sito **parrocchiemap.it**, primo atlante online delle 25mila comunità parrocchiali italiane: una delle novità appena attivate è **l'sms** per ricevere sul cellulare l'orario delle Messe più vicine. Altra frontiera è la **formazione a distanza** che vede in prima linea la Weca, l'Associazione webmaster cattolici italiani.

n) «Il mio blog, spazio di autenticità» - don Mauro Leonardi - 17 APRILE 2012

42mila visualizzazioni, 10 sezioni, 54 post, 193 i subscribers in media per ciascuna, 385 quelli globali, migliaia di commenti che diventano accese discussioni. È la realtà del blog *Come Gesù*.

Argomenti? L'amicizia, il celibato, la fede, il fondamentalismo, la verità. Non è il blog di un prete che vuole qualche fan in più o fare direttore spirituale mediatico: è uno spazio di libertà per approfondire l'amicizia su questioni difficili.

Il blog ha successo ogni volta che la gente si rende conto che quello che si dice non è tanto per dire ma autentico. Così a me il blog ha insegnato il vero senso di quanto stavo facendo. La gente non ascolta le parole che dici ma quello che senti. Il segreto è tutto nell'attenzione che metti nell'ascoltare. Solo se ascolti e senti, puoi parlare, perché a quel punto la mia parola contiene chi aveva parlato per primo, e parte il dialogo. Perché l'efficacia della parola è lì, nella comunione. La comunicazione è comunione. Altrimenti posso fare considerazioni dotte ma sarà tutto finito prima ancora di essere cominciato.

Nel mondo virtuale vale ciò che dici non come ti firmi, o chi sei. Se parliamo di fedeltà io non voglio sapere "la dottrina della Chiesa" sulla fedeltà – quella ho mille modi per conoscerla. Sul blog io voglio sapere come vivi tu e come fai quando ti innamori, o quando non ne puoi più delle persone della tua comunità. Quindi l'esperto se vuole venire sul blog smette i panni del sapiente e indossa quelli della persona qualunque. E la persona qualunque smette di credere di essere qualsiasi, e scopre di avere la stessa dignità dell'esperto.

47 – 48 La Chiesa riconosce quindi nei media dei «doni di Dio»²¹. Si tratta di “dare un'anima” a questi strumenti; fornendo contenuti valoriali, ma soprattutto suggerendo un modo “più umanizzante” nel loro utilizzo, un uso che sia casa abitabile per tutti; un uso coerente, serio, rilevante e positivo, che possa essere davvero “testimoniale” nei confronti dell'uomo, non come “animale digitale” ma come Figlio di Dio, amato dal Padre.

La comunicazione multimediale non è solo una tecnica, ma innanzitutto un atteggiamento del cuore

²¹ Cfr. *Communio et progressio*, cit., n. 1.

e della mente che deve dimostrare attenzione e rispetto, intelligenza e passione sia per il contenuto da trattare, sia nei modi di esporlo. E non è questione solo di competenza, ma di amore²².

A mio parere sono proprio quelli che vengono individuati come i “rischi” di Internet a interpellarci e a richiederci un supplemento di amore per portare la luce di Cristo là dove il male e la negatività sembrano trionfare. Sono strade su cui è urgente che passino tanti “buoni samaritani” di oggi.

Nel grande mare del Web, è bello far nostra la **preghiera dell'internauta** di Patrizio Righero:

49 *Ti ringrazio, Signore, per questo spazio immenso, per questa vita a colori, per questi incontri che forse non sono così casuali. Tuttavia, Signore, ti chiedo di non lasciarmi affogare.*

FINE

DIAPO da 50 a 58 : esempi di siti

DIAPO da 59 a 67: siti evangelici, ortodossi, musulmani

²² Cfr. M. PALMISANO, cit., p. 113.