

INTRODUZIONE

PERCHÉ UNA “MISSIONE” DIGITALE?

Quando parliamo di nuovi media, troppo spesso attribuiamo al termine “nuovo” un significato che sposta verso il futuro una realtà che, invece, è ormai consolidata nel presente e che inizia ad avere anche una certa storia. Il nostro modo di comunicare è cambiato e questa trasformazione è entrata a pieno titolo nel vissuto quotidiano di ogni persona, perfino di quelle che non sono online. Da tempo, anche le istituzioni della Chiesa hanno preso atto di questa trasformazione, e molte modalità di comunicazione hanno trovato nel digitale un ambiente particolarmente adatto all’incontro tra le persone.

Questo volume nasce con l’intento di offrire una riflessione agile, e al tempo stesso rigorosa e professionale, sulla comunicazione della Chiesa nell’ambito dei social network e del Web. La prospettiva è quella di esplorare le dinamiche online per trarne spunti per chi si occupa di uffici comunicazione di istituzioni ecclesiali, educative o di servizio sociale. Il testo non è rivolto soltanto agli addetti ai lavori, ma a chiunque voglia fare della sua

presenza nella conversazione globale un'occasione per cooperare al bene comune. Oggi, infatti, la comunicazione non è più un semplice affare per professionisti (giornalisti e comunicatori) ma qualcosa a cui ciascuno contribuisce con la sua vita in Rete. Educatori, genitori, artisti, ecclesiastici, religiosi, volontari: tutti sono chiamati a dare il loro apporto, giacché il Web non è solo uno strumento, ma un ambiente da abitare, in cui si possono costruire legami e arricchire le proprie esperienze.

L'approccio dei testi che compongono l'edizione è di tipo propositivo. Esistono già diversi studi, in letteratura, pronti ad analizzare i pericoli e i rischi che la tecnologia digitale porta con sé. In queste pagine, invece, si parte dal presupposto inverso: ogni nuovo scenario di comunicazione – coinvolgendo donne e uomini – porta con sé le luci e le ombre della condizione umana, ed è proprio in considerazione della capacità di far luce che le ombre si possono dissipare. Pertanto, non si troveranno ragionamenti – seppur importanti – sullo “spegnere la tecnologia” o sul “mettere regole” per limitarne l'uso, quanto piuttosto su “cosa c'è da fare” nel momento in cui i dispositivi sono accessi e connessi a quel mondo fatto di relazioni interpersonali costituito dalla Rete.

Il continente digitale è popolato da comunità e gruppi di ogni tipo, da linguaggi e tradizioni, da culture e rituali molto diversi tra loro. Così come i primi missionari non ebbero alcun timore, davanti a nuovi popoli e nuove culture, di incontrare l'altro nei suoi bisogni, nei suoi interessi, nella sua identità – in una parola: nella sua umanità – anche oggi la Chiesa si trova di fronte a questa missione digitale. Il Vangelo, infatti, come dice Papa Francesco, è una buona notizia che parla all'uomo di felicità, perché parla di un incontro, quello con Gesù. Servono uomini e donne presenti online capaci di portare la gioia di quell'incontro fondamentale. Per fare questo, come i primi

missionari, occorre conoscere il terreno e le tradizioni dei popoli del Web, i loro linguaggi e il loro modo di entrare in relazione.

Il volume si apre con il saggio di Marc Carroggio, in cui si affronta il tema dello scenario digitale e delle sue conseguenze per la comunicazione istituzionale. Una comunicazione che non può più essere soltanto *discorso* ma deve farsi *conversazione*; non può più essere *centralizzata* ma procedere per *cerchi concentrici*, con tutto quello che ciò comporta per gli uffici comunicazione, che si devono trasformare sempre di più in propulsori di cultura.

Al saggio di Giovanni Tridente è affidato il compito di considerare i nuovi media alla luce della *Evangelii gaudium* di Papa Francesco e al mandato missionario in essa contenuto: uscire per andare incontro all'altro, ma anche educare alla bellezza trasfigurando, attraverso la testimonianza più che con l'insegnamento teorico. Tutti temi che si presentano particolarmente adatti al modo di comunicare che caratterizza i social network.

Non bisogna scoraggiarsi, poi, se nei dibattiti online si registrano pratiche primitive, come la formazione di tribù e gruppi di opinioni omogenee in contrapposizione, apparentemente impermeabili al confronto. È possibile percorrere invece vie promettenti, come sostiene nel suo testo Bruno Mastroianni in cui, con l'aiuto di ricerche e riformulando alcune proposte delle relazioni con i media classiche, propone una modalità di presenza nella Rete che punta al valore delle relazioni per costruire, in essa, dei dialoghi davvero rilevanti.

Raffaele Buscemi sintetizza in cinque spunti operativi la possibilità di impostare in modo significativo la presenza online per istituzioni legate alla Chiesa. La scelta di questa presenza, infatti, deve essere consapevole, deve curare i contenuti, deve saper entrare in relazione con gli altri e avere qualcosa da condividere.

La riflessione si arricchisce del dialogo con gli esperti: Eduardo Arriagada, docente di *Journalism e Digital Convergence* all'Università Cattolica del Cile, parla di come curare la conversazione online a partire dai valori; Daniele Bellasio, blogger e giornalista de *Il Sole 24 Ore*, affronta il tema del “comunicare comunità” sui social media; infine, Daniele Chieffi, responsabile dell'ufficio stampa Web, del social media management e del reputation monitoring di Eni, esplora la questione dei contenuti e delle interazioni online, e dell'impegno che richiedono da parte di aziende e organizzazioni complesse.

I testi, arricchiti ed adattati allo scopo dell'edizione, sono frutto di alcuni interventi che gli autori hanno tenuto nel corso di varie sessioni del X Seminario professionale sugli Uffici di Comunicazione della Chiesa, dedicato al tema *Participation and sharing: managing Church Communication in a Digital Environment*, svoltosi nell'aprile del 2016 presso la Pontificia Università della Santa Croce. Organizzato dalla Facoltà di Comunicazione Istituzionale, il Seminario ha registrato la partecipazione di oltre 300 responsabili del mondo della comunicazione di istituzioni legate alla Chiesa, provenienti da 30 Paesi.

È utile sottolineare il valore “conversazionale” di questi contributi: l'obiettivo è offrire un primo spunto che possa suscitare un dialogo proficuo – tra addetti ai lavori ma anche tra persone comuni – su come interagire sempre meglio in questa grande conversazione globale online a cui la Rete ci permette di partecipare.

Giovanni Tridente
@gnntridente

Bruno Mastroianni
@brunomastro