



## PER UN ORATORIO “SOCIAL”

### *La festa dell’oratorio, occasione propizia*

La festa dell’oratorio 2020 può essere interpretata come un’occasione di rilancio dell’oratorio agli occhi della comunità e in quel momento è possibile dare visibilità al debutto nella dimensione dei *social network*, per gli oratori che ancora non sono presenti in rete; per gli oratori che possiedono già profili social, quei mezzi saranno un’opportunità da usare durante i festeggiamenti.

La promozione di un profilo social nuovo o già esistente può diventare un elemento di divertimento e coinvolgimento anche durante la festa dell’oratorio vera e propria. La festa dell’oratorio di quest’anno potrà essere un grande gioco a stand, le cui postazioni possono essere distribuite anche per tutto il paese. Uno stand può essere dedicato ai social promuovendo profili, pagine e canali ufficiali utilizzati dall’oratorio. Le persone possono essere coinvolte direttamente attraverso challenge affinché si stimolino curiosità e interesse. Le challenge sono essenzialmente sfide che devono essere svolte per poi essere condivise online, dimostrando la propria partecipazione, per esempio su *Instagram* o creando un video di *Tik tok*.

La parte social può essere trasposta anche nella realtà: allo stand dedicato può trovarsi un grande cartellone che corrisponderà alla *homepage* fisica, dove tutte le persone coinvolte potranno lasciare una frase, un pensiero, un disegno.

### *I social e le relazioni*

Durante l’ultimo periodo, segnato dalla pandemia, gli oratori hanno scoperto quanto sia decisiva la presenza in rete al fine di creare e mantenere rapporti quando si è forzati a rimanere a distanza. Gli oratori devono essere incoraggiati a una presenza online, per essere coinvolti e coinvolgere soprattutto i più giovani – nativi digitali – sfruttando tutti gli strumenti a disposizione. Iniziare a essere presenti sui social avvicina ancora di più l’oratorio alla quotidianità dei ragazzi, come un segno di apertura che dimostri che anche gli oratori vivono della medesima realtà dei giovani.

Per molti i social potrebbero corrispondere a un territorio incerto e ambiguo, ma questo giudizio risulta soprattutto quando la conoscenza della materia è scarsa. Infatti, essere presenti online comporta vantaggi, soprattutto se l’esperienza è vissuta come un progetto da condurre con giudizio e grazie a una buona gestione che si trasforma in una supervisione costante. La gestione di uno o più profili social consiste in una bella occasione di aggregazione, che dovrà corrispondere alla creazione di un gruppo di educatori apposito, dedicato alla pubblicazione sui social.

Per esempio, si potrebbero scegliere dei ragazzi tra gli animatori più ferrati e appassionati che, con la supervisione di alcuni maggiorenni, progettino e programmino i contenuti che verranno postati sui profili social dell’oratorio.

Essere presenti online porta alla creazione di una rete di contatti collegati all’oratorio e collegati tra loro; fa sì che le conoscenze possano ampliarsi anche senza il bisogno di un contatto fisico, che rimane tuttavia il fulcro dei rapporti umani. La rete creatasi può essere gestita raggiungendo rapidamente e con semplicità moltissime persone.





«Su internet si trova di tutto», allora facciamoci trovare anche noi: trasmettiamo e proponiamo un esempio positivo ai nostri ragazzi attraverso le varie piattaforme e la rete. I ragazzi devono sentirsi coinvolti: per raggiungere questo obiettivo è necessario essere sulla loro stessa lunghezza d'onda. Bisogna utilizzare il tono di voce giusto, calibrare il tiro e ricordarsi di non essere troppo seri, abbassandosi al loro stesso livello comunicativo, ma ricordandosi di comunicare contenuti coerenti. I ragazzi sono interessati a ciò che piace loro e che trovano di loro gusto, per coinvolgerli nella comunicazione bisogna attirare la loro attenzione e stimolarne la curiosità.

### ***Alcuni consigli pratici***

Avere dei profili social significa comunicare; è da ricordare che per comunicare è necessario avere un contenuto da trasmettere, perché senza questo la comunicazione non ha scopo.

Lo scopo non corrisponde solamente a un avviso da divulgare con il calendario degli appuntamenti settimanali, ma può essere anche un contenuto più leggero, che serva per l'intrattenimento a distanza, come può essere la condivisione di curiosità, immagini, giochi, ecc. Questi contenuti dovranno essere ovviamente interessanti per il pubblico a cui ci si rivolge.

Prima di aprire un profilo social, gli oratori devono domandarsi quale sia il target che desiderano raggiungere e verificare su quale piattaforma siano più attive le persone che si vogliono contattare, facendo una sorta di valutazione per comprendere quale canale risulterà più efficace.

I diversi social e piattaforme si diversificano per stile e impiego. Tra i social più famosi e diffusi degli ultimi tempi possiamo fare una veloce rassegna:

- **Instagram.** È un social che nasce per la pubblicazione di fotografie, grazie all'introduzione delle storie è diventato più dinamico e la continua aggiunta di funzionalità fa sì che sia uno dei social più utilizzati, soprattutto tra i giovani.
- **Tik tok.** È un social che permette la condivisione di brevi video, spesso coreografie oppure scenette divertenti. Spopola soprattutto tra i più piccoli e può dare sfogo alla fantasia grazie alle funzionalità disponibili per registrare i filmati.
- **Facebook.** Rimane uno dei più famosi social network di sempre, nato con lo scopo di mantenere i contatti tra persone distanti, oggi si usa per pubblicare foto, video, testi; creare gruppi, sponsorizzare attività, ecc.
- **YouTube.** Questa piattaforma permette di condividere video di vario genere e se si hanno abbastanza iscritti si possono avviare trasmissioni in diretta; date le sue caratteristiche rimane però molto unidirezionale.

Ogni mezzo ha le sue caratteristiche e per poterlo usare nel migliore dei modi bisogna essere curiosi, imparare a conoscerlo e sperimentare. Ci sono social più impegnativi dal punto di vista della creazione dei contenuti, come per esempio YouTube: la creazione di un video per il canale è sicuramente più dispendiosa sotto diversi punti di vista rispetto alla stesura di un breve scritto come potrebbe accadere per la pubblicazione di un post su Facebook.





È importante calcolare la mole di lavoro che genererebbe il mantenimento di un profilo attivo e coinvolgente, per questo è importante ponderare le scelte prima di passare all'azione. Un fattore fondamentale della gestione dei social è la programmazione; per i più organizzati è consigliata una calendarizzazione della pubblicazione dei contenuti. Un modo semplice e accattivante per rimanere attivi è quello di ricordare ricorrenze con contenuti appositi, come nel caso di compleanni di persone significative, santi patroni e onomastici, feste ecc.

La Fom è attiva sui social ed è possibile contattarla attraverso i suoi profili, pagine e canali, che servono anche per rilanciare e dare risonanza alle iniziative degli oratori della diocesi.

*Facebook: FOM – Fondazione Oratori Milanesi*

*Instagram: [fondazioneoratorimilanesi](https://www.instagram.com/fondazioneoratorimilanesi)*

*Telegram: Fondazione Oratori Milanesi (<https://t.me/pgfom>)*

*YouTube: Pastorale Giovanile FOM Milano*

### **Attenzione!**

I profili social, già avviati oppure appena aperti, devono rappresentare l'oratorio e la comunità: deve risaltare la collettività, il gruppo di persone che unite formano il cuore pulsante della diocesi. È necessario prestare attenzione alle tematiche relative alla privacy, soprattutto per quanto riguarda la pubblicazione delle foto di minorenni. Prima di divulgare fotografie ritraenti minori è necessario avere un'autorizzazione scritta firmata dai genitori, reperibile sul sito dell'Avvocatura della Diocesi, nella sezione Oratorio 2020: [www.chiesadimilano.it/avvocatura](http://www.chiesadimilano.it/avvocatura).

Per ovviare al problema è suggerito ritrarre i più piccoli in foto di gruppo in cui i visi dei singoli sono sfuocati perché ritratti da lontano, oppure di spalle, così che non possano essere identificati.

Un occhio di riguardo deve essere prestato anche alla qualità dei contenuti proposti.

I contenuti devono essere attinenti all'ambito oratoriano e quindi avere un senso più o meno profondo. In secondo luogo, anche l'occhio vuole la sua parte: la qualità è data anche dalla forma, ogni testo, immagine, video creati devono essere apprezzabili anche dal punto di vista formale. Sarebbe opportuno che i testi siano corretti e rivisti per evitare errori grossolani, che le foto abbiano una qualità minima per non risultare fin troppo amatoriali e che i video siano girati con i giusti mezzi, senza escludere un eventuale lavoro di editing.

Insomma, è giusto attrezzarsi ed utilizzare gli strumenti adatti, senza necessariamente spendere risorse ingenti; ognuno nel proprio oratorio potrà contare su un aspirante scrittore, fotografo, regista oppure su degli appassionati di tecnologia che possono prestarsi anche con piacere a questo compito.

La presenza online e la relazione virtuale non andranno mai a sostituire la vicinanza fisica, ma la relazione digitale può essere rafforzativa di quella autentica.

