



## Avere il coraggio di entrare in un «territorio nuovo»

Il seminario di studio a Seveso «In 120 caratteri comunicare la Chiesa», per i responsabili e le persone impegnate nella comunicazione diocesana, è stato aperto dall'intervento di Chiara Giaccardi, docente di sociologia e antropologia dei media all'Università cattolica di Milano, sul tema «Le condizioni per una relazione autentica». La domanda che le è stata rivolta, nell'introduzione e la sua relazione, era appunto: «A quali condizioni la Chiesa comunica in modo autentico sui social media?». La relazione ha subito rilanciato: «E a quali condizioni noi cristiani siamo autentici e quindi possiamo essere autentici anche sui social media? Si presuppone che noi abbiamo una identità nella realtà, in aula con i nostri ragazzi e in parrocchia con gli anziani, e dovremmo fare in modo che rimanga tale su Facebook e su Twitter. Quindi l'idea è quella di fare un passo indietro e di riflettere su come ci provoca il mondo di oggi che tra l'altro è complesso e disarticolato».

Premesso che la comunicazione prima di tutto è legame, incontro, e questo contatto può avere strumenti differenti, uno non esclude l'altro, «il contesto in cui ci stiamo muovendo e quello di un mondo "misto" - ha proseguito Giaccardi - Forse abbiamo già acquisito che il locale e il globale non sono due dimensioni alternative, ma sono compenetranti e non c'è l'una senza l'altra. Così come stiamo acquisendo il fatto che nel mondo "misto" in cui viviamo il reale e virtuale non sono in contrapposizione; anzi, il digitale ci può aiutare, potenziando la nostra capacità di azione, di comunicazione sul territorio, e rispetto agli incontri faccia a faccia la comunicazione digitale li precede e li prosegue. In più i social media consentono di arrivare ai lontani ma anche di mantenere e vivere le relazioni con chi hai già vicino e che ha bisogno di



Chiara Giaccardi

essere accompagnato». Riguardo alle comunità cristiane, ai parroci magari settantenni, che si sforzano di capire in che modo vivono e come raggiungere in particolare i giovani, Giaccardi ha voluto rassicurare i presenti, sacerdoti e laici di ogni età impegnati nella comunicazione: «Il web è un territorio nuovo. Perciò è sbagliato pensare che non è una questione di tecnica ma occorre capire le logiche del web e partire da qui per costruire una relazione. Quindi possiamo anche non sapere come si costruisce un sito, ma dobbiamo sapere che cosa vuol dire avere una socialità che si sviluppa su un territorio e che una frase depositata su Twitter può essere un seme che poi germoglia in un modo anche impreveduto dall'intenzionalità di chi l'ha scritto». Perciò è sbagliato «l'idea di riuscire a controllare tutti gli effetti delle parole o appunto di voler pre-

vedere e contenere tutti gli effetti possibili. Dobbiamo avere invece l'idea del seminare che lascia la libertà al seme di venire fuori da solo».

L'esigenza di un cambiamento, per cogliere veramente il segno dei tempi, non deve però far dimenticare il contributo che può portare la Chiesa in questi «territori nuovi»: «Il credente fondamentalmente è uno che fa memoria e il web può essere un luogo di memoria - ha precisato Giaccardi - Credo che appunto non sia soltanto il luogo dell'esibizione momentanea e superficiale di sé, ma sia anche il luogo in cui è possibile depositare e condividere le tracce di quel passato e di quella memoria che ci rende chi siamo». In definitiva, ha concluso, «il web è un'occasione in più, proprio perché è basato sull'idea della connessione, per ridurre le distanze e abbracciare la pratica della testimonianza, cioè della parola incarnata, che può essere incarnata anche sul web». (N.P.)

I consigli degli esperti a sacerdoti e operatori della comunicazione riuniti a Seveso. Il giornalista Daniele Bellasio: «È cambiato il modo di informare,

da unidirezionale a una interazione in tempo reale». Per essere più efficaci presentarsi con due «anime» e usare in contemporanea diversi strumenti

# Chiesa e social media, un dialogo tra persone

Se ogni parrocchia avesse un profilo Facebook e un account Twitter, la Chiesa oggi dialogherebbe con le persone in modo più efficace? È partito da questa provocazione il seminario dal titolo «In 120 caratteri comunicare la Chiesa» che per due giorni ha visto riuniti a Seveso sacerdoti e operatori della comunicazione. L'incontro, promosso dall'Ufficio comunicazioni della Diocesi di Milano, è stato pensato per chi nelle parrocchie si occupa della comunicazione e vuole riflettere e imparare ad utilizzare consapevolmente i social media a servizio della comunità cristiana per sfruttare al massimo le potenzialità.



Daniele Bellasio

È stato introdotto - sottolinea Bellasio - il concetto del processo che accompagna questo evento: se nei social network se ne parla già vuol dire appunto che è iniziato un processo di avvicinamento. E non c'è più una massa, più o meno definita, di lettori ma gruppi di persone collegate tra di loro da interessi diversi e che spesso si sovrappongono. Nei «social» dunque l'informazione è molto personale, si rivolge a individui e occorre profilarsi secondo i gusti di questi «personal media», cioè i nuovi lettori, che tra l'altro si creano da soli il loro palinsesto secondo gusti e preferenze; inoltre, si collegano in momenti diversi della giornata: infatti, i social network sono perfetti in mobilità attraverso gli smartphone».

Dal Blog a Facebook, da Twitter a Youtube e LinkedIn, Bellasio ha poi passato in rassegna i vari «social», rimarcando le caratteristiche di ognuno. Infine ha consigliato una piattaforma ideale per una efficace comunicazione on line di una Diocesi o di un'altra realtà ecclesiale: il sito internet istituzionale che fornisce le informazioni di servizio, il Blog per il dibattito e Facebook come strumento indicato per gli over 50, piuttosto che Twitter, più veloce e giovanile, ma da proporre con due «anime» - anche se sarebbe meglio chiamare account - la Diocesi o la Chiesa locale e un suo «partner», che si presenta con le proprie generalità e una maggiore



flessibilità. Interessante anche uno dei casi particolari trattati da Bellasio, quello sollecitato da una operatrice culturale impegnata nell'iniziazione cristiana e in un gruppo di lettura in una parrocchia di Milano: «Per svolgere il vostro compito di tenere informati i vostri membri al di là del consueto appuntamento settimanale, lo strumento migliore che funge da bacheca è il Blog, da collegare però a una pagina Facebook, per permettere alle persone non solo di comunicare se saranno presenti o meno ma anche di proporre temi di discussione che saranno poi approfonditi nell'incontro successivo». (N.P.)

### la parola allo specialista

## Il decalogo per promuovere le iniziative con Facebook

1. Il passaparola non è soltanto on line, parlate con i vostri contatti di persona, invitateli a cliccare «Mi piace» e a seguire la vostra pagina.
2. Fate attenzione che la vostra sia una «Pagina» Facebook e non un profilo personale.
3. Usate sempre fotografie, evitate di condividere locandine o immagini con scritte sopra. Utilizzate lo spazio del testo per scrivere un testo e lo spazio foto per una bella immagine pulita.
4. Non tormentate i vostri fan con 10 aggiornamenti al giorno. Bastano 3-4 aggiornamenti a settimana, che mettano in

risalto iniziative importanti, eventi, o bei momenti della vostra quotidianità come associazione o parrocchia.

5. Non siate Off Topic: non pubblicare video musicali, foto di gattini e cagnolini, link ad aggiornamenti che sono fuori contesto rispetto alla vostra pagina. Chi vi segue vuole sentirvi parlare di cose riguardanti il vostro ambito.
6. Usate la funzione «Eventi» di Facebook per far sapere a tutti di iniziative importanti e cercare risposte positive e partecipazione. Create degli eventi con la vostra pagina e condivideteli con i vostri contatti. Cliccando «Parteciperò» ognuno potrà

invitare i propri contatti personali.

7. Scrivere testi brevi e chiari e rimandare ad eventuali approfondimenti sul vostro sito. I post non devono essere dei «papiro».
8. Rispondete sempre alle domande o ai commenti: i social media servono per «conversare» non sono un luogo dove farsi pubblicità.
9. Essere pronti a rispondere a tutte le possibili critiche ma anche a moderare ed eliminare i commenti di chi usa insulti.
10. Divertitevi! Essere positivi per comunicare in modo efficace.

Fabrizio Caligiuri  
social media specialist

Da una comunicazione unidirezionale, quella della carta stampata - ha spiegato Bellasio - siamo passati a una interazione in tempo reale, attraverso l'apertura degli articoli ai commenti on line dei lettori, «prodromo dei social network che ora si sono trasformati in social media, da tool di gioco a fonte di informazione».

Con i giornali e i primi siti internet, fruitore della notizia dell'evento era la massa. Con i «social» cambia il modo di infor-

## Sale della comunità, da gennaio corsi per i volontari

Formare i volontari per far crescere le Sale della comunità: è questo l'obiettivo alla base del programma formativo organizzato dal Centro Servizi Acec Lombardia con il sostegno di Fondazione Cariplo, da leggersi come occasione di riflessione, approfondimento sull'identità della sala e strumento per la sua crescita. 22 corsi, raggruppati in 7 moduli, che toccano tutti gli aspetti della gestione di una sala cinematografica della Comunità, dalla definizione della strategia alla programmazione cinematografica, teatrale e delle altre attività; dal fundraising alla gestione economica e fiscale, dalla cura dei rapporti con istituzioni e associazioni fino alla normativa sulla sicurezza. Gli incontri di formazione si svolgeranno da gennaio a giugno presso tre sedi del territorio lombardo: il Centro pastorale ambrosiano di Seveso (Mb), il Servizio assistenza sale (Sas) di Bergamo e Casa Foresti di Brescia. I corsi, della durata massima di una giornata ciascuno, si svolgeranno di sabato, per facilitare la partecipazione dei volontari che durante la settimana sono impegnati in attività di studio o lavoro e saranno gratuiti.

Per quanto riguarda le sale afferenti al territorio della Diocesi di Milano, il programma formativo vedrà l'avvio sabato 11 gennaio, alle



ore 9.30, presso il Centro pastorale ambrosiano di Seveso con un primo incontro di tre ore dedicato alla definizione della strategia dal titolo «Strumenti e modelli di analisi e pianificazione strategica per una sala di spettacolo». Durante la lezione, tenuta da Emiliano Diamanti, verranno illustrati ai partecipanti gli strumenti e le tecniche per analizzare il contesto in cui opera la propria sala e posizionarsi sul mercato cinematografico-teatrale con riferimento alla do-

Un momento del convegno, organizzato dal Centro Servizi Acec Lombardia, nella stessa data di sabato 11 gennaio sono previsti altri due appuntamenti presso le sedi di Bergamo e Brescia. Presso il Sas di Bergamo si terrà il corso «La definizione del cartellone teatrale», tenuto dal professor Fabrizio Fiaschini e da Vittorio Pedrali (per iscrizioni contattare il Sas di Bergamo al numero 035.320628 o all'indirizzo e-mail mediatocca@sas.bg.it), mentre presso Casa Foresti di Brescia si terrà il corso dedicato alla «Programmazione cinematografica». Qui Massimo Locatelli, con la testimonianza di Matteo Bertolotti, illustrerà ai presenti le dinamiche della filiera cinematografica; Arianna Preveldello, invece, spiegherà come costruire una programmazione adeguata al pubblico della propria sala (per iscrizioni contattare l'Acec di Brescia al numero 030.44250 o all'indirizzo e-mail info@vccvce.sas.it).

I corsi in agenda l'11 di gennaio nelle tre sedi rappresentano solo il primo passo di un programma formativo ricco, il cui intero calendario può essere visionato e scaricato al link: <http://www.aceclombardia.it/download-documenti/category/5-formazione>.