

Prete & blogger: ecco come farsi ascoltare

DI MARCO SANAVIO

Un paio d'anni fa insieme con Paolo Floretta, un amico frate, ho cercato di condensare una decina di indicazioni utili per l'operatore pastorale in Rete. Anzi, a dire la verità, 9 regole «e mezzo» perché, a nostro parere, c'è sempre una variante imprevedibile che sfugge, una piccola parte che viene completata dall'utente finale e decreta l'efficacia o meno della comunicazione in Rete. 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. «Ho utilizzato un fumetto da voi pubblicato in Rete – mi scrive una mamma toscana che ho tra gli amici di Facebook – per un incontro sulla tv tra genitori e figli in parrocchia. Tra noi adulti c'è un gruppo intenzionato a proseguire nella media education: che altri strumenti ci può indicare?» Questa è la reazione che mi interessa di più:



«Dopo 10 anni di pastorale online lancio proposte che altri raccolgono, diventando così a loro volta animatori»

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 gli Youtube-predicatori o quanti cercano di convertire il popolo della Rete con la lancia in resta, preferisco

lo stile del lievito nella pasta. Che consiglio darei oggi a un operatore pastorale che desidera mettersi a servizio della comunicazione e della cultura nel Web? Non so nemmeno se oggi le riscriverei le indicazioni per la Web-pastorale. La Rete cambia velocemente e anch'io sono dovuto ripartire dall'"Abc". "A" come "amicizia" ovvero quel rapporto di fiducia autentico che può contagiare anche in rete. Sia per i conoscenti che per i contatti occasionali vale il legame che si è stabilito, la credibilità acquisita ma soprattutto la fiducia reciproca. 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. "B" come "blended", ovvero l'utilizzo misto sia della Rete, sia degli incontri in presenza. So di molti educatori parrocchiali o capi

scout, ad esempio, che si coordinano durante la settimana tramite Facebook o posta elettronica per incontrarsi di persona mettendo a fuoco le attività programmate. "C" come "chiarezza e costanza". La trasparenza delle proprie intenzioni e l'identità chiara aiutano subito a stabilire una relazione autentica, ma "C" sta anche per "costanza": 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.