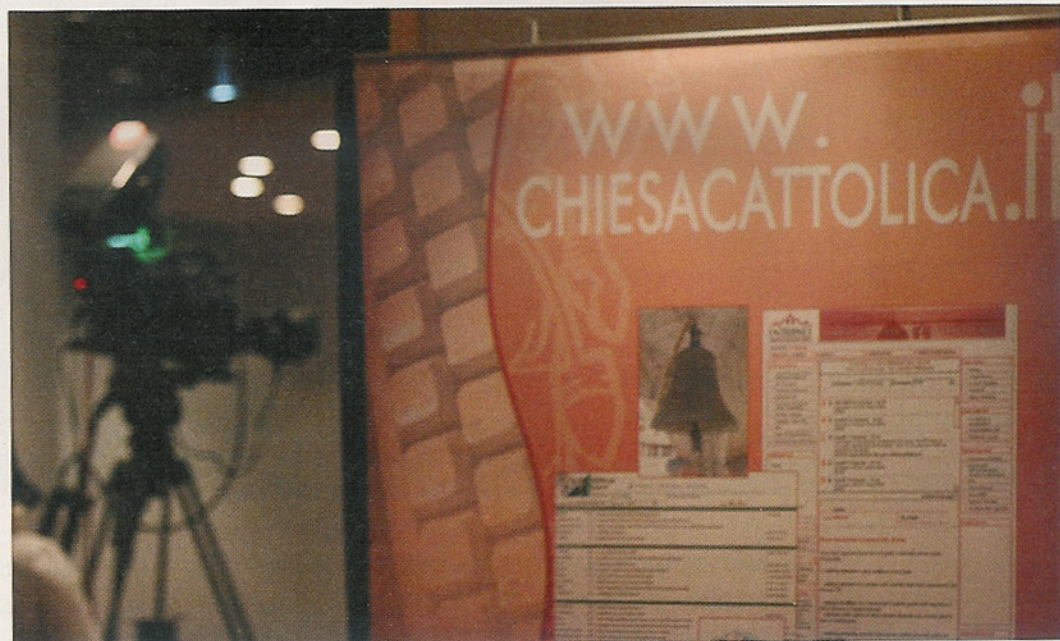


# La fede con il computer



di Vincenzo Grienti

**E**sserci o non esserci, questa è la questione. Una domanda alla quale più di duecento partecipanti al convegno nazionale del 19 e 20 gennaio 2009 su *Chiesa in rete 2.0* hanno cercato di rispondere in un momento storico in cui le nuove tecnologie stanno cambiando il loro *modus vivendi* per via dell'espansione dei social network, cioè delle "reti sociali" come *facebook*, *myspace*, *linkedin* e altri che modificano il rapporto tra la persona-utente e internet. Promosso dall'Ufficio nazionale per le comunicazioni sociali e dal Servizio informatico della Cei, il convegno ha riunito direttori, collaboratori, webmaster cattolici, responsabili di siti internet diocesani per approfondire le tematiche del web 2.0. Per 2.0 si intende una sigla che sta a indicare genericamente uno stato di evoluzione di internet rispetto alla condizione precedente di 1.0. Ciò modifica l'approccio della persona con il mondo virtuale. Se prima il navigatore andava *on line* per conoscere, sapere, informarsi ed entrare in relazione con gli altri tramite e-mail, chat e forum, oggi le applicazioni e i

software nuovi hanno cambiato un nuovo modo di concepire le relazioni umane proprio con la nascita dei *social network*. Tutto ciò senza non pochi rischi, ma anche con molte opportunità, prima tra tutte quella di annunciare il Vangelo attraverso i mezzi di comunicazioni sociale. Se da un lato, dunque, i rischi sono quelli di qualsiasi tecnologia: che può essere usata bene o male, dall'altro solo conoscendo a fondo le caratteristiche di questa evoluzione del web la si potrà utilizzare nel modo più opportuno e positivo, cogliendone tutte le opportunità. Prima tra tutte quella di porre di nuovo al centro dell'attenzione la persona, e le relazioni. La Chiesa con oltre 2mila anni di storia e internet con meno di venti anni di vita dalla sua diffusione popolare potrebbero sembrare due mondi distanti. Invece no: se guardiamo all'approccio che la comunità dei fedeli ha avuto con i mezzi di comunicazione sociale dal Concilio vaticano II ad oggi. Ci si potrebbe chiedere qual è la "logica del cristianesimo" nella cybercultura? La risposta, come ha detto don Domenico Pompili, direttore dell'Ufficio nazionale per le comunicazioni sociali della Cei, «potrebbe essere che il cristianesimo si è sem-

**Una rivoluzione. Vaticano e Chiesa italiana hanno dato fiducia a internet. Il messaggio di speranza del vangelo passa anche attraverso la tecnologia moderna**

pre incarnato e inserito nelle culture del suo tempo. Nell'era di internet, dunque, non possono mancare le condizioni affinché il servizio alle diocesi e alle parrocchie possa meglio svolgersi con la conoscenza e con l'uso corretto delle nuove tecnologie, che non introducono solo un metodo di lavoro, ma incidono sulla mentalità e sul costume delle persone». Un dato di fatto è certo: gli strumenti tecnologici sono maturi per permettere al web di diventare ciò che, come ha detto il suo "inventore" Tim Berners-

Lee è sempre stato: uno strumento di condivisione della conoscenza. Già dal 2002 due documenti pontifici *La Chiesa e Internet* e *Etica e Internet* hanno sottolineato la sensibilità a questi temi, così come i messaggi di Giovanni Paolo II e di Benedetto XVI fino all'ultimo e recente tema della 43ª Giornata mondiale delle comunicazioni sociali 2009, *Nuove tecnologie, nuove relazioni. Promuovere una cultura*

*di rispetto, di dialogo, di amicizia* che sarà celebrata il 24 maggio 2009 e disponibile nel sito internet [www.chiesacattolica.it/comunicazione](http://www.chiesacattolica.it/comunicazione) e [www.chiesainrete.org](http://www.chiesainrete.org). Un esempio della positività del messaggio ecclesiale su internet è la presenza di circa 15mila siti cattolici, come conferma [www.siticattolici.it](http://www.siticattolici.it). Il 16 per cento delle 26 mila parrocchie italiane ha un proprio sito, e 7 parrocchie su 10 hanno una connessione ad internet. Il dato emerge da un'indagine sulle parrocchie italiane su internet, condotta da Paolo Mancini, docente di Sociologia della comunicazione dell'Università di Perugia e da Rita Marchetti, dottoranda dello stesso ateneo, e commissionata dall'associazione Webcattolici ([www.webcattolici.it](http://www.webcattolici.it)). La ricerca ha coinvolto 1.338 parrocchie italiane: quasi l'86% di esse possiede un computer e nel 70% dei casi esiste una connessione ad internet; circa il 62% delle comunità parrocchiali ha un indirizzo di posta elettronica. ■

**«Il cristianesimo - spiega don Domenico Pompili - si è sempre incarnato e inserito nelle culture del suo tempo»**

## La Chiesa sbarca su internet Anche il Vaticano punta su Youtube

**S**uccesso di visite per il canale vaticano su "YouTube" (<http://it.youtube.com/vatican>). Solo nella prima settimana, dopo l'annuncio dell'accordo tra la Santa Sede e il sito più cliccato su internet, il direttore della sala stampa vaticana, padre Federico Lombardi, rispondendo ad alcune domande dei giornalisti circa una valutazione dei primi passi di questa iniziativa, ha affermato che «nel corso dei primi sei giorni dall'apertura del nuovo canale, le visualizzazioni complessive, nelle quattro lingue (italiano, inglese, spagnolo e tedesco) sono state oltre 750.000. Gli analisti di Google, da noi interpellati - ha detto Lombardi - affermano che il nostro canale è assolutamente allineato con i livelli di frequentazione degli altri che sono stati lanciati da ben più lungo tempo». Monsignor Paul Tighe, segretario del Pontificio consiglio delle comunicazioni sociali, inoltre, ha spiegato che «il legame tra il tema della Giornata mondiale delle comunicazioni sociali (*Nuove tecnologie, nuove relazioni. Promuovere una cultura di rispetto, di dialogo, di amicizia*) e l'esordio del Papa su YouTube è stato, ed è, uno degli elementi più significativi alla base dell'impegno del nostro dicastero. Abbiamo voluto sottolineare che non è solo importante accogliere e sostenere sul piano teorico lo sviluppo delle nuove tecnologie, ma offrire un segno concreto di una tale condivisione».

