

Chiesa e social network

Un “sì” condizionato

«Nel Tempo di Quaresima che iniziamo, rinnoviamo il nostro impegno di conversione dando più spazio a Dio». Così Benedetto XVI, ancora non dimissionario, sintetizza su Twitter i temi della sua penultima udienza generale. L'annuncio delle dimissioni del papa non influenza l'andamento ordinario delle attività della Santa Sede, e così i temi di primo piano saranno posti all'attenzione del futuro pontefice. Come quello dell'opportunità che il papa sia presente sui social network. Un contributo al dibattito tra favorevoli e contrari è offerto dal mensile dei Gesuiti *Popoli*, che ha analizzato il seguito di Benedetto XVI, contando 2 milioni e mezzo di *follower* e oltre 270 mila risposte ai tweet del papa. Sui contenuti delle risposte, circa 200 mila sono neutrali, mentre i commenti positivi (auguri, ringraziamenti, preghiere) superano di poco quelli negativi (soprattutto su pedofilia e beni ecclesiastici). Un effetto collaterale, quest'ultimo, previsto e accettato di fronte all'urgenza di assicurare la presenza della Chiesa anche nell'agorà digitale. Che quella delle reti digitali sia una dimensione “reale” il papa lo ha ribadito nel suo ultimo messaggio per la Giornata mondiale delle comunicazioni sociali, osservando che «l'ambiente digitale non è un mondo parallelo o puramente virtuale, ma è parte della realtà quotidiana di molte persone». I network sociali «danno forme nuove alle dinamiche della comunicazione che crea rapporti» e, se usati con «responsabilità e dedizione alla verità, possono rafforzare i legami di unità tra le persone e promuovere efficacemente l'armonia della famiglia umana». Per la Chiesa che approda su Twitter si tratta di promuovere una comunicazione non fine a sé stessa ma tesa a veicolare la Parola, in 140 caratteri. Proprio il Vangelo ben si presta alla sintesi dei tweet: «Questo è il mio comandamento: che vi amiate gli uni gli altri, come io vi ho amati» (Giovanni 15, 12, per 82 caratteri), o «Beati i miti, perché avranno in eredità la terra» (Matteo 5,3, per 48 caratteri). ■



VECCHI E NUOVI MEDIA

Nuove alleanze

I più giovani apprezzano ancora i libri di carta e sono attratti in particolare dal “bel libro”, quello con tante illustrazioni e una stampa curata. Lo rivela un'indagine del Censis che conferma che l'avvento dei media digitali non segna la fine di quelli tradizionali, ma piuttosto arricchisce l'universo dei mezzi di comunicazione. E c'è di più: spesso proprio l'utilizzo in sinergia di piattaforme diverse si rivela un'occasione di rilancio per i media tradizionali. Blogmeter ha studiato le trasmissioni televisive che hanno scelto la formula della Social Tv: un format di successo che permette di vedere i programmi attraverso il web e di interagire con lo studio, inviando messaggi sui profili Facebook o Twitter dei programmi stessi. Secondo Blogmeter, a beneficiare di questa interazione, in termini di ascolti, sono stati finora soprattutto i programmi di approfondimento politico, alcuni *reality talent show* e lo show di Benigni dedicato alla Costituzione italiana.

RETI DIGITALI

Il vademecum del Garante

Sensibilizzare all'uso consapevole e responsabile dei social network, promuovendo una cultura del rispetto per l'altro e della tutela della sfera personale: è l'impegno del Garante per la privacy, che ha dedicato al cyberbullismo la Giornata europea della protezione dei dati personali 2013, il 28 gennaio. Per l'occasione il Garante ha pubblicato sul proprio sito web un video con un vademecum pensato soprattutto per i giovani, dal titolo *Quando ti connetti, connetti anche la testa!*. Ecco alcuni dei consigli proposti: non accettare amicizie a caso; fare attenzione alle password; controllare le impostazioni privacy; proteggersi da malintenzionati e ladri d'identità; chiedersi se ciò che si vuole pubblicare può offendere qualcuno; ricordare che molto di ciò che pubblichiamo resta in rete fuori del nostro controllo.