

CHIESA E WEB 2.0 L'EVOLUZIONE DI INTERNET

A ROMA UN CONVEGNO NAZIONALE PROMOSSO DALL'UFFICIO PER LE COMUNICAZIONI SOCIALI E IL SERVIZIO INFORMATICO DELLA CEI

Youtube, Myspace, Wikipedia, Facebook e altri sistemi e applicazioni "on line" sono solo alcuni esempi che mettono in evidenza come nel web molte cose siano cambiate. Internet sta vivendo una nuova fase, quella che gli esperti di nuove tecnologie chiamano "Web 2.0". Una preziosa opportunità per l'annuncio del Vangelo e per il servizio alle diocesi e alle parrocchie.

Una locuzione, che nel linguaggio telematico viene utilizzata per indicare genericamente uno stato di evoluzione rispetto alla condizione precedente, è quella di *Web 2.0*, cioè l'insieme di tutte quelle applicazioni on line che permettono uno spiccato livello di interazione sito-utente (*forum, chat, sistemi quali Wikipedia, Youtube, Facebook, Myspace, Gmail ecc.*).

Il termine pone l'accento sulle differenze rispetto al cosiddetto *Web 1.0*, diffuso fino agli anni 90 e composto prevalentemente da siti web statici, senza alcuna possibilità di interazione con l'utente eccetto la normale navigazione tra le pagine, l'uso delle e-mail e l'uso dei motori di ricerca. Originariamente il web è stato concepito come modo per visualizzare documenti ipertestuali statici creati con l'uso del linguaggio *html*. Questo approccio può essere definito come *Web 1.0*.

In seguito, grazie all'integrazione con database e all'utilizzo di sistemi di gestione dei contenuti (CMS), Internet si è evoluto con siti dinamici come ad esempio i forum o i blog (contrazione della parola inglese *web log*). Questo web dinamico è stato da alcuni definito *Web 1.5*.

Una nuova piattaforma informatica

Al di là degli aspetti tecnici e tecnologici, la differenza tra il *Web 1.0* e il *Web 2.0* più che altro sta nell'approccio con il quale gli utenti si rivolgono al Web, che passa fondamentalmente dalla semplice consultazione alla possibilità di contribuire popolandolo e alimentando il Web con propri contenuti. In poche parole, se in una prima fase Internet è stato luogo virtuale da "colonizzare", oggi il Web rappresenta uno spazio in cui avvengono contatti, scambi di informazioni, relazioni umane attraverso un personal computer collegato al telefono tramite *Adsl*, acronimo di *Asymmetric Digital Subscriber Line*, letteralmente «linea digitale asim-

metrica per l'abbonato».

La definizione di "asimmetrica" è dovuta al fatto che la velocità non è identica in entrambe le direzioni, ma è molto più elevata in ricezione (dalla Rete verso l'utente) che in trasmissione (dall'utente verso la Rete): ciò permette una connessione a Internet molto veloce, con prestazioni

particolarmente elevate soprattutto nello scaricamento, il così detto *download*, di informazioni.

In questo quadro, che potrebbe sembrare complesso, ma in realtà è molto semplice rispetto al passato proprio per via della presenza di software semplici e intuitivi da utilizzare, il *Web 2.0* si pone come una nuova piattaforma che fornisce servizi di informazione e di comunicazione.

Alla fine degli anni 90 Internet rappresentava uno spazio innanzitutto da navigare e conoscere. Oggi è il luogo in cui la persona, con l'avvento dei *social network*, ha la possibilità di avere un ampio numero di contatti dando vita a relazioni umane.

Ci si potrebbe chiedere: quali pregi e quali difetti del nuovo modo di usare la Rete? «Pregi e difetti delle nuove relazioni sociali mediate da Internet si possono riassumere nella domanda: "È possibile fare comunità in Rete"? Almeno da una quindicina d'anni, e in particolare dal famoso libro di H. Rheingold, *Comunità virtuali* (tr. it. 1994), si discute di ciò, e le opportunità offerte dai *social network* hanno rilanciato la questione.

Rispondendo telegraficamente, il sociologo scorge una *correlazione inversa* tra la facilità di stabilire contatti e la forza del legame sociale: c'è una debolezza, intrinseca nella stessa facilità di entrare in un *social network*, che rende molto "leggere" e labili queste relazioni..., a meno che le persone non riescano a rafforzare i legami sociali on line con incontri *face-to-face* e quindi diano vita ad una vera e propria comunità sul proprio territorio, ovvero che i primi subentrino nel solco tracciato da incontri personali precedenti, li proseguano e

li rendano frequenti. Solo se c'è continuità tra "virtuale" e "reale" le nuove forme di socialità in Rete si consolidano e diventano significative per le persone e rilevanti per la società».¹

In Rete «disponiamo di spazio in cui archiviare i nostri documenti, in Rete troviamo gli applicativi per scrivere, comunicare, fare ricerche, in Rete si organizzano le nostre reti sociali».² Sono soprattutto queste "Reti sociali", molto comunemente definite *social network* che cambiano completamente il tipo di approccio tra la persona-utente e il Web. Il *social network* permette a milioni di persone di trovare nuovi spazi per comunicare.

Molto interessante, al riguardo, è quanto scrive Fabio Valenza, consulente editoriale di *Web Designer Magazine*, rivista che ha dedicato un approfondito ed esaustivo speciale sui *social network* nel numero di novembre 2008, che spiega come «diverse mode si sono succedute nel breve periodo. Prima il *file sharing*, poi è stata la volta dei portali che permettevano la condivisione di foto e video. In seguito è stato il turno dei blog. Ogni persona aveva il suo spazio, spesso però, dopo l'entusiasmo iniziale pochi hanno avuto la costanza di mantenere vivo e interessante il proprio spazio con nuovi *post*. Ora è il turno dei *social network*. Cosa hanno portato di nuovo rispetto a tutto ciò che è accaduto in precedenza nella Rete? Soprattutto la voglia di dare agli utenti uno spazio nel quale essere se stessi rinunciando all'apparire di fronte ad altri utenti sotto forma di *nick name* o *avatar* con alle spalle un'identità del tutto immaginaria – prosegue Valenza nell'editoriale di apertura della rivista –. Nei *social network*, infatti, c'è spazio solo per chi sceglie di mostrarsi per quello che è raccontando il proprio passato e presente e costruendo attorno a sé una comunità composta da amici vecchi e nuovi».

È il caso, per esempio, di *Facebook*, nato per ritrovare i compagni di classe con i quali si sono persi i contatti

lungo gli anni, diventando strumento che dà la possibilità di riallacciare legami antichi attraverso profili virtuali dove è possibile inserire immagini e dettagli informativi della persona che ha creato il profilo.

Myspace, invece, è lo spazio virtuale in cui milioni di persone-utenti hanno la possibilità di "condividere" pensieri e informazioni. Una vera e propria comunità virtuale di amici che uniti da interessi comuni si parlano attraverso video, foto, testi e altro.

Non solo "navigatori" ma produttori

Il *Web 2.0* si caratterizza anche per una tecnologia denominata Rss, cioè *Really Simple Syndication*. Gli Rss permettono agli utenti di ottenere aggiornamenti automatici non appena un sito cambia, anziché controllarlo ogni volta per avere le ultime informazioni. Basta semplicemente iscriversi al *feed Rss* del sito e, non appena il contenuto di tale sito cambia, viene automaticamente inviato al lettore Rss.

I servizi *Web 2.0* devono essere intuitivi, facili da usare e seguono le persone ovunque, grazie alla possibilità d'uso tramite telefoni palmari e *smartphone*. Questa caratteristica, insieme alla diffusione degli accessi ad *Internet wireless* pubblici, consente alle persone di essere sempre connesse e in relazione con i nuovi ambienti web. Per questo fenomeno di partecipazione, in cui le persone che accedono alla Rete non sono più navigatori, fruitori passivi, ma diventano, a pieno titolo, utenti produttori di contenuti, sono state coniate diverse etichette: si va dalla sintesi, felice ma commerciale, di *Web 2.0*, alle definizioni di *Internet sociale* o di *Rete collaborativa*.³

Queste denominazioni rappresentano solo l'angolo visuale dal quale si osserva un fenomeno ormai consolidato, che si concreta, in forme molto diverse, nella passione per i blog, nei contenuti pubblicati e condivisi su Youtube o Flickr, nei gruppi di Yahoo, fino - incredibile per noi latini - nel servizio di prestito tra privati *www.prosper.com*, lanciato con successo negli Stati Uniti, da poco sbarcato in Europa e lanciato anche nel nostro paese con *www.zopa.it*.⁴ Sì, in Rete c'è anche un servizio, Prosper appunto, con quasi 500 mila utenti attivi, che si prestano denaro - 100 milioni di dollari in meno di 2 anni -, affidandosi esclusivamente all'altrui reputazione "di Rete". Il sistema si limita a mettere in contatto le persone, a farle conoscere e comunicare, negozia automaticamente i tassi di interesse con un sistema di aste al ribasso e mantiene un profilo storico del comportamento degli utenti e della loro reputazione nella comunità.

«Il *Web 2.0* è il *network as a platform*. la Rete che diventa piattaforma per lo sviluppo del software - ha detto Tim O'Reilly, fondatore della O'Reilly Media, casa editrice Usa di rilevanza internazionale e tra le più autorevoli fonti di pubblicazioni dedicate all'industria dei computer e del web -. Un mutamento che cambia le regole del gioco ridefinendo chi vince, chi perde e il perché questo accade».

Nel *Web 2.0* «le aziende che hanno successo sono quelle che hanno capito come raccogliere attorno a sé un numero enorme e sempre crescente di utenti, offrendo loro servizi che migliorano in maniera direttamente proporzionale al numero di persone che li usa». È un circolo virtuoso: chi sviluppa il software crea servizi che, per funzionare, richiedono l'interazione e il contributo degli utenti, traendo da essi un flusso costante di informazioni. Queste ultime, a loro volta, vengono poi usate per migliorare il servizio e arricchire l'esperienza dell'utente. È questo, insomma, il segreto del *Web 2.0*: maggiore è il numero di persone coinvolte, migliore è il servizio che viene loro offerto.⁵ Al contrario dei media tradizionali, il *Web 2.0* «è un mezzo di trasmissione caldo, che coinvolge e spinge alla partecipazione. Un'informazione trasmessa da un *blogger* di fiducia, con il quale corrisponde ogni giorno, ha un impatto molto più forte di un telegiornale».⁶

I blog non sono tanti siti microscopici, bensì un «unico *medium* a Rete, tenuto magari acceso dalle chiacchiere spicciolate, ma nel quale anche i messaggi importanti passano velocemente, perché alla sua efficienza pensa ogni nodo che è contemporaneamente un produttore, un ricevitore e un trasmettitore di contenuti».⁷

Il cristianesimo nella cybercultura

È questo lo scenario - sempre in divenire - in cui si inserisce il convegno nazionale "Chiesa in Rete 2.0", promosso dall'Ufficio nazionale per le comunicazioni sociali e il Servizio informatico della Cei il 19 e 20 gennaio 2009. La chiesa - come spiegano il direttore dell'Ufficio comunicazioni sociali della Cei, don Domenico Pompili, e il responsabile del Servizio informatico della Cei - «è consapevole delle potenzialità, ma anche dei rischi di Internet. Davanti a questo ambiente virtuale ci si potrebbe chiedere: come comunicare in maniera efficace il Vangelo? Volendo azzardare una risposta, si potrebbe dire che occorre inserirsi con la logica del cristianesimo nella cybercultura. Il cristianesimo, infatti, si è sempre incarnato e inserito nelle culture del suo tempo. Nell'era di Internet, dun-

que, 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».

Il convegno, che vedrà la partecipazione del vescovo Mariano Crociata, segretario generale della Cei, vuole contribuire a collocare più saldamente le iniziative diocesane in questo contesto generale, evidenziando anche il contributo della Cei in termini di piattaforme comuni, strumenti, servizi e competenze».

Il convegno si proietta verso la 43ª Giornata mondiale delle comunicazioni sociali 2009 sul tema "Nuove tecnologie, nuove relazioni. Promuovere una cultura di rispetto, di dialogo, di amicizia", che sarà celebrata il 24 maggio 2009. «Più che un semplice tema, mi pare che il papa ci ponga di fronte a un vero e proprio programma di lavoro» ha avuto modo di

spiegare l'arcivescovo Claudio Maria Celli, presidente del Pontificio consiglio delle comunicazioni sociali, presentando il tema della Giornata in conferenza stampa. «Quello del papa è un compendio degli impegni e delle responsabilità che la comunicazione e gli uomini della comunicazione sono chiamati ad assumersi in prima persona in un tempo così fortemente segnato dallo sviluppo delle nuove tecnologie mediatiche che, di fatto, creano un nuovo ambiente, una nuova cultura».

Benedetto XVI chiede oggi agli operatori della comunicazione «quanto ha chiesto durante l'incontro con il mondo della cultura a Parigi, quello, cioè, di assumere un atteggiamento veramente filosofico - ha aggiunto Celli - guardare oltre le cose penultime e mettersi in ricerca di quelle ultime, vere».

È evidente, ha proseguito Celli, «un senso di fiducia del papa nei confronti delle possibilità dei media». Questi possono dare un grande aiuto nel favorire un clima di dialogo e di fiducia. Porre l'accento sul fatto che ai nuovi mezzi devono corrispondere nuove relazioni, significa toccare nel profondo il rapporto sul quale la comunicazione vive e si sviluppa. «L'aggiornamento degli strumenti non segna semplicemente un passo avanti in senso tecnico, ma crea sempre nuove condizioni e possibilità perché l'uomo utilizzi e investa queste risorse per il bene comune e le ponga alla base di una crescita culturale ampia e diffusa», ha sottolineato monsignor Celli.

Negli ultimi quindici anni, ossia da quando la Rete è approdata in Italia, la rivoluzione digitale ha posto Internet al centro del dibattito di intellettuali, filosofi, sociologi, mas-

smediologi ed esperti di ogni genere e grado di mezzi di comunicazione di massa. Se la televisione ha prodotto un cambiamento non indifferente, specialmente in Italia con la sua funzione di alfabetizzazione, l'avvento di Internet è stato una svolta epocale nell'universo dei mezzi di comunicazione sociale. Il mondo dei media è divenuto un ambiente in cui l'uomo d'oggi vive, interagisce; è come un "nuovo areopago", dove si esprimono pubblicamente i pensieri, dove si scambiano le idee, vengono fatte circolare le notizie e le informazioni d'ogni genere.⁸

Dunque, il cambiamento prodotto da Internet sottolinea un passaggio sociale e culturale dalla "società dell'informazione" alla "società della Rete", come è emerso nel maggio del 2002 dal convegno "Internet: nuovo forum per proclamare il Vangelo. La missione della chiesa nell'era di Internet", svoltosi presso l'università cattolica del Sacro Cuore di Milano. Un modo per dire che la «Rete» è la caratteristica del tempo moderno, cioè di una società "sempre connessa".

Non è un caso che, negli ultimi anni, il concetto più usato e abusato è quello di "essere in Rete", cioè di essere parte integrante di una struttura dinamica, complessa, fatta di nodi, di ipertesti, di pagine *html*, di *link*, di *siti Internet* e di *blog*. Insomma, il tanto decantato cyberspazio è questo: un mondo virtuale dentro al quale è possibile trovare tutto e il contrario di tutto. Un mondo che scompagina le categorie e i contesti comunicativi del passato. L'arrivo di Internet ha dato vita a un nuovo modo di comunicare in modo interattivo e non più in maniera unidirezionale così come ci avevano abituato i mass media convenzionali come la televisione, la radio e la stampa.

I documenti della chiesa

Nel 2000, nel 2001 e nel 2002 la chiesa italiana proseguì in maniera più approfondita gli sviluppi di Internet attraverso convegni, seminari e sussidi. Già nel '99, però, il convegno "Chiesa in Rete", promosso dall'Ufficio nazionale per le comunicazioni sociali e il Servizio informatico della Cei, testimoniava un interesse per le nuove tecnologie applicate alla comunicazione e alla trasmissione del Vangelo attraverso i nuovi mezzi della comunicazione sociale.

La 36ª Giornata mondiale delle comunicazioni sociali aveva come tema *Internet: un nuovo forum per proclamare il Vangelo*. «L'epoca delle gran-

di scoperte, il Rinascimento e l'invenzione della stampa, la rivoluzione industriale e la nascita del mondo moderno: anche questi sono stati momenti di transizione che hanno chiesto nuove forme di evangelizzazione – sottolineava Giovanni Paolo II nel suo messaggio per la Giornata mondiale delle comunicazioni sociali 2002 –. Ora, con la rivoluzione delle comunicazioni e dell'informazione in atto, la chiesa si trova senza dubbio di fronte a un'altra soglia decisiva (...).

Un passaggio, quello di Giovanni Paolo II, che puntava ad accendere i riflettori sul fenomeno Internet come un nuovo *forum*, nel senso attribuito a questo termine nell'antica Roma, cioè di uno spazio pubblico dove si conducevano politica e affari, dove si adempivano i doveri religiosi, dove si svolgeva gran parte della vita sociale della città e dove la natura umana si mostrava al suo meglio e al suo peggio.⁹

Al riguardo, un documento importante, quasi una pietra miliare nello sviluppo della riflessione sul rapporto chiesa e nuove tecnologie rimane senza dubbio *Chiesa e Internet* del Pontificio consiglio per le comunicazioni sociali (22 febbraio 2002). «L'interesse della chiesa per Internet è un aspetto particolare dell'attenzione che essa riserva da sempre ai mezzi di comunicazione sociale – si legge –. Considerandoli il risultato del processo storico scientifico per mezzo del quale l'umanità avanza sempre più nella scoperta delle risorse e dei valori racchiusi in tutto quanto il creato, la chiesa si è spesso dichiarata convinta del fatto che i mezzi di comunicazione sociale sono – come ha affermato il concilio Vaticano II – meravigliose invenzioni tecniche che, pur facendo già molto per soddisfare le necessità umane, possono fare ancora di più».

Al n. 2 dello stesso documento, poi, viene esplicitato: «Secondo la chiesa, la storia delle comunicazioni umane somiglia a un lungo viaggio che conduce «l'umanità dall'orgoglioso progetto di Babele, con la sua carica di confusione e di mutua incomprensione (cf. Gn 11,19), fino alla pentecoste e al dono delle lingue: la restaurazione della comunicazione si incentra su Gesù per l'azione dello Spirito Santo. Nella vita, nella morte e nella risurrezione di Cristo, la comunicazione fra gli uomini ha trovato il suo più alto ideale e supremo modello in Dio, il quale è diventato uomo e fratello».

È sempre del 22 febbraio 2002 la data dell'altro documento del Pontificio consiglio per le comunicazioni

sociali dal titolo *Etica e Internet* che esordisce così: «Lo sconvolgimento che si verifica oggi nella comunicazione presuppone, più che una semplice rivoluzione tecnologica, il rimaneggiamento completo di ciò attraverso cui l'umanità apprende il mondo che la circonda, e ne verifica ed esprime la percezione. La disponibilità costante di immagini e di idee, così come la loro rapida trasmissione, anche da un continente all'altro, hanno delle conseguenze, positive e negative insieme, sullo sviluppo psicologico, morale e sociale delle persone, sulla struttura e sul funzionamento delle società, sugli scambi fra una cultura e l'altra, sulla percezione e la trasmissione dei valori, sulle idee del mondo, sulle ideologie e le convinzioni religiose».

Davanti a questo quadro e prendendo in considerazione questi documenti, oggi, a distanza di sei anni, con l'avvento del *social networking* e in piena era di *Web 2.0*, occorre riflettere ancora di più sul fatto che Internet resta sempre una grande risorsa, ma che, come la vita reale, anche quella virtuale è fatta di pericoli e rischi. «Il fatto che mediante Internet le persone moltiplichino i loro contatti in modi finora impensabili, offre meravigliose possibilità alla diffusione del Vangelo. Ma è anche vero che i rapporti mediati elettronicamente non potranno mai prendere il posto del contatto umano diretto, richiesto da un'evangelizzazione autentica».¹⁰

¹ Grienti V., "Chiesa e Web 2.0", intervista a Stefano Martelli su www.chiesacattolica.it/comunicazione

² Rivoltella P., "Nuove tecnologie, nuove relazioni. Promuovere una cultura di rispetto, di dialogo, di amicizia" in *Osservatorio Comunicazione & Cultura* n. 10 del 2008.

³ Barile R., *Web 2.0, etichetta commerciale o rivoluzione telematica?* in www.chiesacattolica.it/chiesainRete

⁴ Spadaro L., *Il Web 2.0 o la Rete sociale. Tra fiducia nella persona e saggezza della folla* in www.chiesacattolica.it/chiesainRete

⁵ *La Rete diventa piattaforma* di Alesio Jacona, in *Nova* 24 del 30 ottobre 2008.

⁶ Giuliano da Empoli, *Obama. La politica nell'era di Facebook* (Marsilio).

⁷ De Biase L., *Economia della felicità* (Feltrinelli).

⁸ Cei, *Comunicazione e missione. Direttorio sulle comunicazioni sociali nella missione della chiesa*. Lev, Città del Vaticano 2004.

⁹ Messaggio del santo padre per la 36ª Giornata mondiale delle comunicazioni sociali.

¹⁰ *Ibidem*.

Vincenzo Grienti