

Prete «digitali», tempo di creatività

I limiti imposti dalla pandemia hanno spinto l'impegno dei sacerdoti attivi sui social verso nuovi linguaggi. Con l'accento sulla spiritualità

GUIDO MOCELLIN

Si sa che per ciò che riguarda il digitale, e segnatamente la Rete, le cose procedono molto – e talora troppo – in fretta. Oggi tanti di noi faticano a immaginare la propria vita quotidiana senza uno smartphone in tasca: relazioni personali e di lavoro, informazioni, servizi, intrattenimento... tutto passa da lì. E spesso anche la vita spirituale. Solo quattro anni fa, proprio su questa pagina, potevamo arrischiare a classificare in tre tipologie i modi della presenza in Rete dei sacerdoti, a seconda che lo spazio occupato nell'ambiente digitale fosse inteso come una stanza privata; come lo studio o la sacrestia, dove le conversazioni sono più libere perché più riservate; o come i luoghi in cui abitualmente il prete incontra la comunità (l'oratorio, l'aula di catechismo, la sala della comunità, il campo estivo e naturalmente il tempio, o perlomeno la cappella). Oggi è chiaramente quest'ultima tipologia a mostrare la maggiore vitalità e a meritare di essere raccontata: quella in cui i ministri di Dio si mettono sui social con l'intento di annunciare il Vangelo, testimoniare e continuare o ampliare l'azione pastorale. L'ultimo anno, il “tempo della pandemia”, ha reso l'accelerazione ancora più veloce. Ho descritto questo fenomeno nel mio contributo «La clausura e l'uscita. Fede, Chiesa e Rete durante la

pandemia» al volume *Pandemie mediali. Narrazioni, socializzazioni e contaminazioni del mediavirus* (a cura di V.De Luca e M.Spalletta, Aracne 2020). Al netto dello spazio occupato dai post puramente informativi e di servizio e da quelli fortemente polemici rispetto ai condizionamenti imposti dalla situazione alla vita liturgica e pastorale, i prete si sono segnalati per l'impegno ad accompagnare i cristiani in questa emergenza. Così, attraverso la Rete, non solo le Messe ma anche tante altre opportunità di nutrimento spirituale sono state offerte ugualmente a chi, per le restrizioni in atto, non vi avrebbe potuto partecipare, insieme alla riflessione sulla situazione e alla solidarietà ai più provati. La parola che meglio definisce questo impegno è “creatività”: in una situazione critica, nella quale però era anche maggiore lo spazio lasciato all'invenzione, il clero (e i religiosi e i laici) hanno saputo esplorare le possibilità offerte dalla Rete con un'intensità imprevedibile e impensabile in condizioni normali. Certamente esercitare tale creatività significa anche, per i sacerdoti che intraprendono questo percorso, porsi un problema di linguaggio. Ma in questo senso il moltiplicarsi delle piattaforme attraverso le quali partecipare alle reti sociali (quelle che ormai chiamiamo sbrigativamente “i social”) hanno agevolato il compito. Se dunque “in principio” erano i blog, e qualche anno do-

po si è trattato di scegliere solo tra Facebook e Twitter, con una chiara preferenza per il primo a motivo della fatica a rinchiudere certe comunicazioni in 140 caratteri, oggi vediamo sia una grande diversificazione delle presenze sia un'apprezzabile disponibilità nel cimentarsi con gli strumenti più innovativi. Mi pare che il canale YouTube – purché non ci si limiti a parlare nei video come si parlerebbe dietro a una scrivania o attorno a un tavolo – goda di una certa preferenza: se ben sceneggiati e ben montati, pochi minuti sono sufficienti a dire diverse cose e a farle intendere. E poi i video girano facilmente anche su Facebook, che rimane comunque, tra i social, una specie di boa se ci si rivolge a un'utenza adulta. Per le altre reti sociali siamo ancora agli esperimenti, tanto più apprezzabili quanto più ci si avventura in ambienti nei quali si fatica, a prima vista, persino a comprendere come comunicare, figurarsi cosa. In tutti i casi l'atteggiamento che paga, in termini di rapporto tra impegno e risultato, è quello – mi perdoni l'autore della *Lettera a Diogneto* – di abitare nei social ma non essere dei social, in particolare non considerando i like e in genere i consensi o le visualizzazioni come metro dell'impegno, ma scegliendo, come ripete spesso il collega Gigio Rancilio, il profilo più umile ma più evangelico di “seminatori digitali”.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

2994 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

Con interviste a: Manuel Belli, Paolo Padriani e Mauro Leonardi



DON MANUEL BELLI

«Così su YouTube incontro i distanti con i miei Scherzi»

LUCA BONZANNI

«Prima della pandemia, pensavamo che tra social e interiorità non ci fosse un nesso. Invece c'è, quando si crea il contesto giusto. E si creano così spazi di riflessione e di confronto, raggiungendo persone che altrimenti rimarrebbero distanti». Il vuoto che si colma attraverso la rete non è solo quello della distanza fisica: c'è anche un riflesso spirituale, profondo. Don Manuel Belli, 38enne sacerdote della diocesi di Bergamo, docente del Seminario vescovile Giovanni XXIII e collaboratore pastorale nella parrocchia di Madone, traccia una riflessione sulla scoperta di una strada pastorale nuova. Nella Chiesa che, costretta dal lockdown, ha esplorato i canali virtuali, don Belli ha scelto YouTube: dallo scorso autunno ha aperto un canale chiamato «Scherzi da prete» in punta d'ironia, capace di raccogliere settimana dopo settimana sempre più seguito. Temi profondi e toni leggeri s'intrecciano virtuosamente: nelle clip non si riflette solo sul Vangelo, ma anche su questioni di attualità, dai vaccini – per smascherare alcune fake news – a Sanremo. Sommato un video dopo l'altro, si è a decine di migliaia di visualizzazioni complessive.

I commenti via video al Vangelo nati a Bergamo nel secondo lockdown

rende comunque immuni: fare attività in presenza era diventato difficile, di nuovo. Da qui l'idea di creare un video a settimana con un piccolo commento al Vangelo, per discuterlo poi su Zoom». Un passo alla volta, la platea s'è allargata.

Anche con risvolti inaspettati:

«La prima cosa che mi ha stupito è che con quei video non raggiungevo solo i ragazzi della mia parrocchia ma anche persone distanti – rimarca don Belli –. Diversi hanno iniziato a scrivermi, raccontando anche storie sofferte: forse a casa, nello spazio più libero dove non ci si sente giudicati, con le forme giuste di relazione, anche chi non frequenta la Chiesa è disposto ad aprirsi e a mettersi in discussione».

Se l'orizzonte è quello di «servire la vita dove la vita accade», come indicato dal vescovo di Bergamo Francesco Beschi nella lettera pastorale dell'agosto 2020, l'esplorazione del Web permette di intercettare nuovi linguaggi e nuovi luoghi di vita, solo apparentemente virtuali: «All'inizio dell'emergenza, online si vivevano soprattutto le funzioni religiose. Mi sembra che ora stia avvenendo un secondo passaggio – ragiona don Belli –: provare a parlare anche quest'altra lingua, quella dei social, con tutte le sue potenzialità. Stiamo tutti aspettando il momento in cui la rete non sarà più necessaria per la liturgia, sperando di ritrovare il contatto umano, ma credo sarebbe un peccato fare totalmente marcia indietro: questi nuovi canali di comunicazione, certo non sostitutivi del reale, offrono una versatilità che da anni cercavamo».



DON PAOLO PADRINI

«Parola e preghiera: ClubHouse apre spazi comunitari»

PAOLO PADRINI

L'evoluzione degli spazi digitali che il "mercato" produce non deve determinare l'agenda dei nostri strumenti e vincolarne la scelta, ma è indice di come le grandi aziende tech percepiscono le esigenze dei loro potenziali clienti. Tutto questo deve sollecitare attenzione, studio e riflessione. Uno dei social che in questi mesi ha in qualche modo "rivoluzionato" gli spazi digitali è senza dubbio ClubHouse. Ora la sua notorietà sembra essere in fase calante, ma il fatto che aziende competitori – Facebook in primis – stiano sviluppando piattaforme analoghe mostra come ne siano state valutate le potenzialità. ClubHouse si configura come un social network costituito da "stanze" e gruppi di interesse (i Club) nei quali l'unico media ammesso è la parola. Da alcuni il suo avvento è stato descritto come un "ritorno della radiofonia" (come se si potesse considerare un media del passato...). È la percezione che l'utente ha nel momento in cui partecipa alle conversazioni, sia come semplice uditore, sia interagendo con gli altri.

Attualmente sto vivendo una bella esperienza di preghiera quotidiana: ogni giorno, alle 22, do appuntamento su ClubHouse a chiunque voglia recitare la preghiera di Compieta insieme.

Durante questo momento, che ho chiamato PrayHouse, condividiamo le nostre risonanze che nascono dalla recita dei salmi e dall'ascolto della Parola di Dio. È uno spazio veramente intenso.

Anche grazie a quello che sto sperimentando come sacerdote, vedo che le dinamiche comunicative di ClubHouse portano a due comportamenti molto significativi: il non apparire in video rende più semplice partecipare (anche solo ascoltando). Non occorre essere necessariamente presentabili,

Ogni sera alle 22 la recita meditata di Compieta nella «stanza» di PrayHouse

e soprattutto non si è spinti alla costruzione di "set video" artefatti per rendere la comunicazione più efficace (e spesso meno vera). Il non apparire in video non incentiva l'anonimato ma – paradossalmente – lo limita concentrando tutta la comunicazione (e l'investimento sulla sua verità) in una sorta di "supplemento di responsabilità" focalizzato sull'uso della sola parola. Il fatto poi che ClubHouse utilizzi solo la parola potenzia la qualità della comunicazione. Il social è popolato da ogni genere di contenuti, anche palesemente "leggeri": ma la parola come unico strumento offre un interessante elemento di valore, insieme a potenziali spazi sui quali non possiamo non riflettere, anche dal punto di vista pastorale. Pensiamo ad esempio a gruppi di ascolto della Parola di Dio, spazi di condivisione che potrebbero aprirsi anche alla preghiera comune. Una sorta di "cenacoli digitali"... L'utilizzo della sola parola è elemento che apre spazi densi di relazione. La parola spinge l'utente a una trasparenza e profondità nella comunicazione, che può diventare habitat naturale di possibili relazioni significative, anche online. Spetta a noi comprendere il valore di ciò che social media come ClubHouse (e scommettiamo che ne nasceranno altri) potranno offrirci: sempre con quello spirito "missionario" che deve portarci senza paura ad abitare gli spazi dove l'uomo vive e interagisce.



2994 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

DON MAURO LEONARDI

«Scampoli di verità in pochi secondi via TikTok»

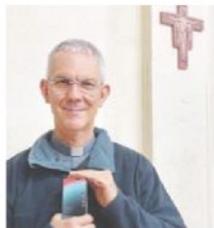
MAURO LEONARDI

L'orizzonte dei social, e di TikTok in particolare, è il nuovo terreno dell'evangelizzazione. Io, prete, chiamato come ogni battezzato a essere "contemplativo in mezzo al mondo", non posso non stare in queste realtà: non solo per "chiamare" per attrazione gente più o meno lontana ma anche per imparare il linguaggio dei giovani. Gesù parlava in parabole utilizzando il linguaggio della pesca e dell'agricoltura affinché potessero comprenderlo, così anch'io mi sono sentito chiamato a imparare e a parlare il linguaggio dei social. Ora ho 62 anni. Quando mi sono messo seriamente sui social ne avevo 53: è stato faticoso. Per certe cose ero vecchio ma ho detto - anche tu Gesù, che eri falegname, pur di arrivare a pescatori, contadini e pastori, hai fatto esempi tratti dal loro mestiere, non dal tuo.

Il vero messaggio che la mia presenza porta ai giovani su TikTok è che un prete torna a essere un interlocutore anche per loro. Quando nei commenti mi scrivono "cosa ci fa un prete su TikTok?" il vero senso di quella domanda è: cosa ci fa un prete nella mia vita? Per fare questo occorre contaminarsi. Fare le dirette YouTube mentre si celebra è una cosa buona ma non è "stare sui social". Stare sui social è avere interazioni con gli altri. La gente non ascolta le parole che diciamo, i video che facciamo, ma quel-

La sfida di sperimentare un linguaggio nuovo proponendo messaggi radicati nel quotidiano

lo che sentiamo. Il segreto quindi sta tutto nell'attenzione che mettiamo nell'ascoltare. Solo se ascolto e poi sento posso parlare,



cioè dire quello che sento, che, a quel punto, contiene anche chi aveva parlato per primo. Se un simile processo si sviluppa concreta-

mente e correttamente avviene che gli altri sentano a propria volta: e da quel momento il dialogo parte. Perché l'efficacia della parola sia che avvenga per video, per foto o per testo - è lì, nella comunione. La comunicazione è comunione. La sfida di TikTok è proporre piccoli scampoli delle verità cristiane radicandoli profondamente al nostro quotidiano e a quello dei trend più seguiti. Cercare con un linguaggio nuovo una prospettiva non giudicante, capace di mostrare che l'allegria cristiana non è maschera che nasconde un approccio moralistico ma uno stile reale di vita. Tutto ciò a costo di non essere capiti da taluni: il che non sarebbe una novità visto che, secondo il Vangelo, quando il messaggio di Cristo è proposto nella sua integrità, normalmente viene avvertito come scandalo e follia. "Ma pure su TikTok che ha le challenge?" Le challenge, le sfide, sono sempre esistite. Ricordiamo James Dean e *Gioventù bruciata*? È un film del 1955 e lì c'era la challenge di buttarsi dall'auto in corsa un istante prima che cadesse nel precipizio. E poi TikTok - lo spiego nel mio nuovo libro, *Il Vangelo secondo TikTok* - credo sia il più sicuro dei social. Vi siete chiesti perché le tredicenni romane che hanno bullizzato una disabile hanno usato Instagram e non TikTok? Perché l'app cinese avrebbe bloccato quei video. Però nessun giornale ha titolato contro Instagram. Chissà perché.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LETTURE

L'avventura di «tradurre» il Vangelo in lingua social

La chiave del nuovo libro di don Mauro Leonardi - firma familiare ai lettori di *Avvenire* - è nel sottotitolo: «Usare i social restando liberi». Se infatti «Il Vangelo secondo TikTok» (Ets-Edizioni Terra Santa, 168 pagine, 15 euro) parte dal racconto in prima persona dell'impresa di un prete che si cimenta con un linguaggio social a prima vista refrattario all'annuncio evangelico, la sostanza della coinvolgente narrazione di Leonardi è la sua vita sacerdotale sfidata dalla necessità di raggiungere tutti parlando la lingua parlata da chi si ritiene - a torto - irraggiungibile. Ma don Mauro - da sacerdote - sente il bisogno di raggiungere proprio quelli che rischiano di essere "tagliati fuori" dalla Chiesa per un problema di alfabeti diversi. E così ne studia la lingua e i codici, finendo per diventare per un numero impressionante di loro - su Facebook ha oltre 200mila follower - un interlocutore credibile forse proprio perché imprevedibile. Il libro, poi, è il vivace racconto della vita di un prete nell'era dei social. E merita di essere letto anche solo per questo. (F.O.)



«Passeggiate letterarie» in compagnia di don Alliata

Ascoltare don Paolo Alliata, parroco milanese di profonda sapienza biblica, è un'avventura che non lascia indifferente nessuno. Le sue conferenze sull'incrocio tra le nostre domande spirituali e le risposte disseminate nella letteratura di tutti i tempi - e in particolare nei classici - sono diventate un appuntamento imperdibile per tanti. Finché il Covid ha costretto pure lui dapprima a una fase di ritrovato (e rigenerante) silenzio e poi a nuove avventure sul Web

(include le video-fiabe della buonanotte per dare una mano ai genitori-parrocchiani sfiniti dal lockdown). Ora, come una buona notizia attesa, esce il suo nuovo libro «Un sentiero per la gioia. Passeggiate letterarie» (in Dialogo, 158 pagine, 18 euro) dove chi ne frequenta le riletture sempre creative ritrova una voce originale e cara, mentre quanti ancora non lo conoscono hanno l'occasione per un'esperienza letteraria e interiore appassionante.



PORTAPAROLA