**Titolo dell’esperienza: *“Mezzi di comunicazione per la trasmissione della fede”***

**Soggetto proponente: Ufficio Comunicazione Sociale**

**Diocesi: Diocesi di Sora - Aquino - Pontecorvo**

**Storia**

1. **Nuovo sito web:** La Diocesi di Sora Aquino Pontecorvo da più di dieci anni si fa presente nel mondo dei mass media con il suo sito istituzionale [www.diocesisora.it](http://www.diocesisora.it/). Questo sito con il passare del tempo si e reso inadeguato di fronte ad una cybercultura in continua evoluzione. Per questo motivo, il sito internet, viene completamente aggiornato e rinnovato nel mese di novembre 2013, per iniziativa del nuovo Vescovo S.E. Mons. Gerardo Antonazzo, che con coraggio e risolutezza, decide di dare un nuovo volto virtuale alla Diocesi. Con l’acquisto di un *template* che da un’impronta nuova al sito e permette una maggiore incisività sui suoi contenuti -rendendo più piacevole la navigazione da parte degli utenti- la diocesi cerca di sfruttare in modo più efficace le risorse che il Web mette a disposizione come canale e strumento di trasmissione della fede e come ponte che crea comunione fra tutti coloro che fanno parte del territorio della diocesi e con quelli che per diversi motivi si trovano fuori ma conservano un legame affettivo con essa.

Il sito diocesano viene oggi aggiornato quotidianamente interagendo in modalità CMS (*Content Managment System*) con i principali social network: Facebook e Twitter ed anche con il Canale YouTube. I dati del sito e dei social sono stati integrati con Google Analytics per l’analisi puntuale delle visite e del comportamento degli utenti.

1. **Ufficio stampa:** L’Ufficio è strutturato con una rete di comunicazione via e-mail, che copre il territorio delle sei Zone pastorali, con l’apporto di vari collaboratori fissi od occasionali. Il materiale pervenuto viene rielaborato dagli operatori che inseriscono articoli e immagini su un sistema front page, interagendo direttamente con l’ufficio redazionale del quotidiano Avvenire con sede a Milano. Le notizie sono pressoché di stampo diocesano, cattolico, con riversamenti culturali e sociali nel territorio.
2. **Radio e televisione:** La diocesi non possiede mezzi radiofonici e televisivi propri, ma collabora con le radio e canali televisivi presenti nel territorio. Questi mezzi di comunicazione partecipano e informano su gli eventi più significativi della vita della diocesi e sono un risorsa che ci permette di arrivare alle persone che con i nostri strumenti non è possibile arrivare.

**Campo di intervento**

L’ufficio comunicazione sociale gestisce con competenza i rapporti con i giornalisti e l’informazione religiosa nel territorio. Coordina in un piano comune i media ecclesiali presenti in diocesi, promuovendo ogni sinergia possibile con gli strumenti ecclesiali nazionali e regionali. Questa unità e stretta collaborazione rendono più efficace la presenza della Chiesa nel campo delle comunicazioni.

Il nuovo sito internet insieme ai social network collegati ad esso formano una rete virtuale che riesce a superare le barriere geografiche del territorio diocesano aiutando a farci sentire più prossimi gli uni agli altri. Cerchiamo di dare una visione a 360° di: “chi è, che fa, che offre, dove è e che pensa la Chiesa di Sora Aquino Pontecorvo. La nuova piattaforma web lascia un ampio spazio alle diverse realtà pastorali che formano parte della vita della diocesi, aiutando ad integrare e creare sinergie fra i diversi soggetti che animano la vita della Chiesa nel territorio.

**Equipe di lavoro:** I soggetti coinvolti nell’iniziativa sono presbiteri e laici, che volontariamente offrono il loro tempo. L’equipe del sito diocesano e l’Ufficio Comunicazione Sociale si integrano per generare il materiale che viene pubblicato sul web e su la carta stampata. Sono, anche collaboratori attivi i diversi uffici pastorali che generano notizie e sussidi che vengono pubblicati dall’ufficio. Il rapporto con gli altri mezzi di comunicazione presenti nel territorio è ottimo, esiste una grande collaborazione e condivisione di informazione e materiale multimediale.

**Destinatari:** I principali destinatari dei nostri servizi è la comunità diocesana: sacerdoti, diaconi, religiosi, operatori pastorali, laici e tutte le persone presenti nel territorio interessate alla vita della Chiesa. A Loro si offre un servizio “agile e dinamico”.

**Frutti sul territorio:** In questi ultimi mesi avvertiamo un crescente interesse della comunità diocesana che segue assiduamente gli aggiornamenti e tutto il materiali che si mette al servizio degli utenti. Il sito internet sta contribuendo, con i mezzi tecnici che gli sono propri, a rendere integrata e organica la vita e l’attività della diocesi per una Chiesa sempre più viva e partecipata. In questi primi 5 messi si sono prodotti: 338 articoli e 144 pagine. Hanno visitato il sito 20638 utenti, che hanno fatto 71035 visualizzazioni. Il pubblico mostra particolare interesse: per i sussidi degli uffici pastorali diocesani; per l’agenda e attività del Vescovo; per le pubblicazioni multimediali e per gli eventi diocesani.

Da quest’esperienza è nato un gruppo di lavoro per coordinare e seguire i progetti IT in ambito pastorale, e progettare nuove applicazioni in riposta a specifiche esigenze. In particolare cerca coinvolgere le varie realtà diocesane come ad es. la Pastorale Giovanile che ha creato profili Facebook e Twitter per proporre con il linguaggio tipico dei giovani le proprie iniziative.

Sono stati organizzati seminari e corsi di formazione per gli operatori pastorali con esperti in ambito nazionale di *Social e Web Communication*.

**Difficoltà e criticità incontrate:** Le difficoltà trovate nella gestione dei media si possono riassumere in tre grandi problemi: le risorse, la formazione nell’ambito della comunicazione e il difficile coinvolgimento degli operatori pastorali. La nostra è una diocesi con poche risorse economiche. Questo limite ci obbliga ad approfittare della creatività, l’ingegno e la disponibilità dei nostri volontari, per offrire un prodotto di qualità, secondo la misura delle nostre possibilità e con il minimo delle spese. La nostra società, che possiede tanti strumenti per la condivisione, ma che allo stesso tempo si presenta frammentata, la grande sfida, è credere che sia possibile superare le barriere del individualismo, dell’indifferenza, dell’isolamento e dell’auto-referenzialità, per lavorare in un progetto comune, che permetta una vera ed autentica condivisione. Fino ad oggi, non è stato semplice coinvolgere tutti gli stakeholder pastorali e creare la consapevolezza che più intelligenze insieme possono produrre risultati migliori.

**Eventuali Proposte**

- Cercare un coinvolgimento più ampio e profondo di tutta la comunità diocesana: uffici pastorali, aggregazioni laicali, gruppi parrocchiali, ecc;

- Aumentare il numero di collaboratori professionalmente e culturalmente preparati;

- Stabilire legami di collaborazione con altre istituzioni operanti nel territorio;

- Migliorare i contenuti in modo che tutte le informazioni e le comunicazioni riconducono all’evangelizzazione, che rappresenta e riassume l’identità ultima di tutte le attività ecclesiali;

- Utilizzare il sito per comunicare non solo verso la generica utenza Internet, ma anche “nella” Realtà ecclesiale: tra le parrocchie, i catechisti, i giovani dei gruppi parrocchiali, gli istituti religiosi, gli Istituti teologici e gli altri enti di formazione.

**Riflessioni conclusive e prospettive:** Siamo convinti della potenzialità delle nostre risorse comunicative per realizzare la missione che la Chiesa ha ricevuto, e quotidianamente riceve, da Gesù Cristo risorto: *«Andate in tutto il mondo e predicate il vangelo ad ogni creatura»* (*Mc 16, 15*). Dovremo necessariamente investire di più nella formazione attenta e curata degli operatori pastorali che oggi e domani faranno uso di questi mezzi di comunicazione, affinché possano usare per la Evangelizzazione tutte i mezzi che la tecnologia ci offre.