

La Strategia Ponte: Un modo per raggiungere milioni di persone

Quest'articolo è tratto dal sito www.gospelcom.net (in Inglese).
E' stato adattato da parte di www.MissionePerTe.it, www.evangelizzazione.net e www.evangelici.net ed usato con permesso.

E' importante capire che il Web è un mezzo che "tira" (ossia **attrae le persone in base ad un loro interesse**), a differenza della letteratura e della radio che sono proprio mezzi di "spinta" (perché trasmettono il loro messaggio a tutti i recipienti a dispetto dei loro interessi). Per parlare in generale, la gente va online per cercare informazione. Le pagine che hanno collegamenti con il soggetto della loro ricerca, li "tira" dentro.

La maggior parte delle persone non cercano materiale cristiano, quindi non lo troveranno mai, e se lo fanno, per caso, incrociando una pagina ovviamente cristiana su un motore di ricerca e mentre stanno cercando un argomento secolare, è difficile che selezionino il link. Se lo fanno, probabilmente non ci rimarranno a lungo. La maggioranza delle persone si trovano in una posizione relativamente bassa di comprensione spirituale nella [Scala di Engel](#).

In qualunque caso, **la stragrande maggioranza di siti evangelici sono stati scritti per credenti**, usando linguaggio "per iniziati", gergo, e assunzioni, e potrebbe essere molto difficile per loro relazionarsi a questo linguaggio anche se trovano pagine di questo tipo.

Ma cosa cerca la maggior parte della gente online? Le cose che gli interessano!

- Sport
- Salute
- Sesso e relazioni
- Consigli su problemi personali
- Hobbies
- Informazioni locali
- Idee per turismo
- Humor
- Film
- Musica
- Argomenti collegati alle notizie
- Gente famosa
- Oltre a un milione di altre cose

Scrivere quindi un'altra presentazione sul come essere salvato non raggiungerà molti di loro a meno che decidiamo di "pescare dall'altra parte della barca", usando...

La strategia Ponte: **"Sii quello che cercano"**

Scrivere pagine su argomenti di loro interesse (per esempio: lo sport o il cinema) o sui bisogni sentiti (per esempio: come affrontare la solitudine o una malattia), e noi possiamo avere come obiettivo qualunque gruppo di persone. Possiamo chiamare questo la "Strategia Ponte". Altri possono usare nomi diversi (per esempio "pagine calamita"), ma il significato è lo stesso – **si**



identificano con i reali interessi della gente.

Questo non significa che progettiamo pagine per imbrigliare che non trattano veramente del soggetto che dicono. Se scriviamo una pagina riguardo alla riparazione di macchine VW, o su come prendersi cura dei criceti, o di un cantante favorito, la pagina deve essere "veramente" riguardo a quest'argomento. Deve essere la migliore e la più informativa possibile, forse avendo molti link su altre pagine o argomenti. Le pagine Ponte devono essere scritte con integrità. Devono essere contestualizzate per i lettori.

Come costruire un "ponte"

Ci sono diversi modi in cui condurre le persone "attraverso il ponte" verso le pagine che spiegano il Vangelo. Possiamo anche chiamarlo "approccio a strati" – scartando un regalo avvolto in diversi fogli di carta.

1. La tua testimonianza

Indipendentemente dal tipo di sito che avete, mettete un link **"incontra il webmaster"** oppure **"la mia storia"**. Ecco una possibilità per condividere la tua testimonianza (ma **non chiamarla "testimonianza" – perché è una parola di gergo cristiano**). Introducete prima voi stessi, il luogo in cui vivete, cosa amate fare, ecc. Poi andate avanti spiegando come qualcosa che è accaduto a voi ha cambiato il vostro intero modo di vedere la vita, ecc.

Alla gente interessa la gente. Sui giornali si dirigono sempre prima verso le storie d'interesse umano. Anche brevi audio o video clips della persona possono aggiungere interesse alla pagina di testimonianza.

2. "Significato della vita" links

Su qualunque tipo di sito web, potete offrire un link come **"Qual è il significato della vita?"** oppure **"Trova la vera soddisfazione nella vita"**. Questi titoli non suonano troppo da predica e neanche cristiani, eppure mostrano un tipo di contenuto spirituale senza-minaccia. Così come per guidare ad una sensibile spiegazione del Vangelo, c'è anche l'opportunità di fornire risposte apologetiche sul genere FAQ (risposte alle domande più frequenti dei navigatori).

3. Significati delle parabole

Gesù ha usato le storie con un messaggio come mezzo principale di comunicazione evangelistica. E non sempre ha spiegato il significato – ha mandato la gente a pensare! Qualunque sia il soggetto del sito, è possibile scrivere una pagina che porti avanti una parabola che parte dall'argomento principale.

Per esempio, un sito che restaura macchine VW può includere una pagina che suggerisce come le macchine hanno bisogno di nuovi motori, anche noi abbiamo bisogno di qualcosa di nuovo nella nostra vita. Un sito che insegna a prendersi cura dei criceti può includere una pagina che spiega che come una mamma criceto si cura del suo piccolo allo stesso modo Dio si cura delle persone.

"La Mia Storia"



Introducete prima voi stessi, il luogo in cui vivete, cosa amate fare, ecc.

Poi andate avanti spiegando come qualcosa che è accaduto a voi ha cambiato il vostro intero modo di vedere la vita, ecc.

Ci può essere un approccio simile per quasi qualunque argomento. Film, libri e musica si prestano bene a questo tipo d'approccio. Spesso contengono significati che gli scrittori non avevano mai anticipato.

Una pagina "ponte" non dovrebbe "apparire" evangelica in termini del suo linguaggio o dei grafici. Più secolare è nella sua apparenza, meglio comunicherà con coloro che non hanno una storia cristiana. Come tutte le pagine, dovrebbe evitare il gergo. Può fare piccoli accenni al Cristianesimo, permettendo i collegamenti ad altre pagine che progressivamente offrono altro materiale sul Vangelo.

La [Scala di Engel](#) ci aiuta a comprendere come comunicare con la gente che ha pochissima conoscenza o entusiasmo per il Vangelo. Dobbiamo imparare a diventare architetti d'informazione.

L'equilibrio

E' importante stare attenti ad arrivare ad un giusto equilibrio. Molti siti evangelistici usano l'Approccio Ponte in un modo sensibile e saggio. Gli evangelisti sul web possono differire su quanto essere "diplomatici" nella pagina di entrata di un sito Ponte. Ma in generale c'è un grosso bisogno di utilizzare la Strategia Ponte in modi nuovi e creativi.

Base biblica

Gesù ci ha detto di **"andare e predicare il Vangelo"**, non di aspettare che la gente arrivi e lo senta nelle chiese.

*"E' assolutamente pericoloso che noi confiniamo le nostre prediche all'interno di muri. Il nostro Signore, è vero, ha predicato nelle sinagoghe, ma spesso ha parlato sulle montagne, o da una barca, o nel cortile di casa, e altro. Per Lui, **un'audience era tutto quello che Gli serviva**. Era un pescatore di anime vero, e non come quelli che si siedono a casa, e aspettano che il pesce arrivi da loro per farsi prendere".* – Charles Spurgeon

La Strategia Ponte è essenzialmente l'equivalente virtuale di questo ethos. Certamente deve essere usato senza alcun elemento di imbroglio o inganno.

La Strategia Ponte è un'identificazione con i bisogni sentiti e gli interessi comuni. Il ministero di Gesù è quasi sempre iniziato dalla posizione, appunto, dei "bisogni sentiti".

Nonostante il Vangelo non cambi mai, i nostri mezzi e le nostre strategie devono cambiare. Nonostante non possiamo paragonare le strategie necessarie al giorno d'oggi con quelle che hanno funzionato per Spurgeon 150 anni fa, vale la pena di notare che lui ha usato qualcosa di molto simile all'approccio Ponte. Per esempio, parlando di fronte a quella che oggi verrebbe chiamata la Colazione degli Imprenditori di Aberdeen (Businessman's Breakfast in Aberdeen), ha parlato sul "Successo nella Vita", prima in affari secolari e poi nella vita spirituale. Senza dubbio, tutti i suoi scritti sono pieni di illustrazioni secolari e di humor.



"Il nostro Signore...ha parlato sulle montagne, o da una barca, o nel cortile di casa, e altro. Per lui, un'audience era tutto quello che gli serviva".

- Charles Spurgeon

Esempi

Ci sono veramente pochi siti evangelistici in Italia che utilizzano la Strategia Ponte. Qua sotto se ne trovano alcuni, ma chi creerà il prossimo?

- **Narnia Italia** – www.NarniaItalia.net – un sito che "tira" la gente interessata ai film sulle Cronache di Narnia.
- **Ho Trovato** - www.hotrovato.it – un sito che offre risposte ai problemi matrimoniali, depressione, ecc.

Niente trucchi

L'approccio Ponte non deve, certamente, usare alcuna forma di tradimento o imbroglio, che in ogni caso sarebbe contro-produttivo. Possiamo certamente sorprendere i visitatori con un punto di vista insolito, intrigarli, ma bisogna farlo a tutti i costi con amore e integrità.

Non l'unica strada

Ci sono anche eccellenti siti evangelistici che non usano primariamente la Strategia Ponte, ma hanno altre strategie per guidare le persone verso di loro. E' anche una buon'idea per i credenti che hanno pagine Ponte di collegarsi con presentazioni basilari del Vangelo.