

Esperienza possibile

Progettare un intervento pastorale su Social Network

Elaborazione di un *esperienza pastorale* utilizzando come mezzo di comunicazione un Social Network. I punti di partenza sono:

Proposta di una griglia con qualche suggerimento e alcune esemplificazioni. Non si tratta di un schema rigido, ma di una traccia che può essere di aiuto al fine di definire i termini del progetto evitando di rimare sul vago.

1 - Denominazione dell'esperienza e sua descrizione sintetica

2 - A partire dai risultati del questionario e osservando la realtà in cui ti trovi ad operare, prova a definire l'**orizzonte culturale** nel quale si colloca l'esperienza

In particolare:

- il contesto sociale (*omogeneo o non omogeneo; urbano, sub-urbano, rete di contatti sul web, ...*)
- il contesto economico (*omogeneo o non omogeneo; ragazzi con notevoli possibilità economiche, con difficoltà,...*)
- il contesto culturale (*grado di scolarizzazione, presenza di stimoli culturali...*)
- il contesto ecclesiale (la diocesi, un eventuale piano pastorale diocesano; parrocchia, gruppo...).

3 - I soggetti coinvolti

- Chi sono i destinatari del progetto? (*descrivili in modo sintetico a partire dai dati emersi dal questionario*)
- Su quali collaboratori puoi contare? (*per questo progetto coinvolgerai altri animatori-catechisti-operatori pastorali? In quale misura? Con quale disponibilità di tempo e competenze?*)

4 - Obiettivi

Definire gli obiettivi è la parte più articolata ed impegnativa. Richiede, infatti, capacità di analisi e di discernimento ma anche confronto con la Parola di Dio. Le domande di fondo che l'operatore pastorale si pone sono: fin dove posso accompagnare i miei ragazzi? Quanto posso farli avvicinare alla buona notizia del Vangelo? Come posso essere fedele al dato della fede e, allo stesso tempo, alla realtà del vissuto dei ragazzi?

Occorre, quindi, definire:

- quali obiettivi generali intendi raggiungere con il progetto? (*è importante formulare obiettivi chiari, ben definiti e realizzabili*)
- quali obiettivi specifici?

(*Es. obiettivo generale: aiutare i destinatari a ritagliarsi, all'interno della giornata, almeno 10 minuti di preghiera. Obiettivi specifici: i destinatari sono invitati quotidianamente a postare o commentare almeno un pensiero o un'immagine in un apposito gruppo di Facebook; una volta la settimana ci si incontra per condividere le riflessioni; a turno ognuno dei destinatari sceglie una lettura biblica da proporre a tutto il gruppo, etc...*)

5 - Quali sono i contenuti dell'esperienza? (ad esempio: la preghiera cristiana; l'amicizia all'interno del gruppo; la globalizzazione e le sue conseguenze; la famiglia; il valore della vita; l'utilizzo consapevole e responsabile del web...)

6 - Definizione dei tempi

Definire serve a dare concretezza, a determinare (non a limitare) un campo e un'azione pastorale.

Il progetto si svolge dal ... al, con queste scadenze.....

7 - Strumenti e risorse

Nel contesto del nostro corso lo strumento riveste un'importanza determinante e per certi versi orienta anche la scelta degli itinerari da seguire. Se, ad esempio, si sceglie di svolgere l'esperienza su Facebook, è necessario verificare che tutti i partecipanti abbiano la reale possibilità di accedervi e le conoscenze necessarie per interagire. Occorre anche verificare che i contenuti siano realmente veicolabili attraverso lo strumento di cui l'animatore deve conoscere possibilità e limiti. Non si chiederà, ad esempio, di condividere in una bacheca pubblica riflessioni troppo personali e intime. Si eviterà di trattare dei massimi sistemi in chat, con grande dispersione di tempo e di energie, etc...

8 - Verifica

È utile definire fin dall'inizio una griglia minima di verifica con alcune domande.

Ad esempio:

1. È stato raggiunto l'obiettivo generale?
2. Quali le difficoltà incontrate?
3. Quali le "sorprese"?
4. Lo strumento scelto si è dimostrato adatto?
5. Sono stati rispettati i tempi?
6. C'è stata comunicazione tra gli operatori?
7. Quanto spazio è stato dato all'ascolto della Parola (docilità allo Spirito)?
8. Quali intuizioni per il futuro?

Sperimentazione

Attività facoltativa: potrebbe essere interessante sperimentare, durante un tempo particolare un mini-progetto con il gruppo che già si sta seguendo. Ad esempio seguendo il filo conduttore delle letture proposte dalla liturgia, oppure rilanciando una riflessione sull'utilizzo responsabile del web, oppure ancora accompagnando i ragazzi ad una lettura del vissuto dei giorni di festa.

COMUNICAZIONE INTENZIONALE

1. Quale è lo scopo di un programma (evento, corso, incontro ecc.)?

In altre parole perché si fa.

Lo scopo dell'incontro (deve essere chiaro ed esprimibile in una frase)

Si vuole *dimostrare*...

Si vuole *fornire informazioni*...

Si vuole *chiarire concetti*...

Si vuole *promuovere una idea*...

Si vuole *illustrare qualcosa*...

Si vuole *problematizzare una questione*...

2. A chi è diretto questo incontro?

(pubblico: ragazzi, giovani, adulti, insegnanti, ecc.)

3. Cosa voglio comunicare con questo incontro?

(da non confondere con lo scopo che riguarda la motivazione generale, questo aspetto riguarda cosa in questo incontro si vuol trasmettere come messaggio.

Se per esempio **lo scopo** di una serie di incontri è “**Mettere in relazione moda, personalità ed educazione**”

Ciò che voglio comunicare in questo incontro è “**mostrare come la moda sia un linguaggio che comunica personalità**”

Per questo organizzo una sequenza logica di contenuti che mi porti a capire questo concetto, non è detto che li usi tutti, questa è una fase di raccolta di tutte le idee che potrei mettere, poi nella fase di organizzazione dell'incontro scremerà in base al pubblico e alle strategie comunicative che voglio usare. Dovrò parlare del linguaggio del corpo (linguaggio non verbale organizzare esempi)

- Il vestito come linguaggio
- La moda come cantiere e organizzatore di immaginari
- Esempi di moda
- Ricerche sulla moda
- Testimonianze

4. Strategie comunicative

Quali modalità comunicative ritengo siano necessarie per comunicare quello che voglio comunicare. Per esempio privilegio la modalità di presentazione e poi alla fine lascio che si facciano domande? Oppure offro strumenti di analisi e poi faccio fare un lavoro personale o di gruppo? Ho la possibilità di permettermi di portare il pubblico ad una sfilata di alta moda e poi faccio l'incontro privilegiando l'analisi dell'esperienza? Ecc.

5. Organizzazione dei contenuti: Media (linguaggi) e contenuti vanno organizzati strategicamente all'interno del tempo dell'incontro in base alle strategie comunicative scelte.

Devo chiarire innanzitutto il medium o i media che uso (video; film; cartellone; dibattito; testo scritto; un misto di tutto questo?)

Ogni medium ha un suo specifico modo di comunicare, un suo linguaggio. Capirlo è vitale per saperlo usare al meglio il medium stesso.

6. Organizzazione del tempo

Ogni incontro ha una durata (1h - 1h/30' - 2h ecc.)

Si presuppone che avendo lo scopo e l'obiettivo comunicativo chiaro organizzi le varie parti dell'incontro in modo logico e sequenziale. Questo implica la ricerca delle fonti, la scelta dei linguaggi e poi la strutturazione del materiale nel tempo a mia disposizione.

- Cosa faccio durante questo tempo? (Con cosa inizio e cosa segue, e così via fino a riempire il tempo. Devo pensare anche un piano B se non funzionasse ciò che sto proponendo)
- Come organizzo i miei contenuti?
- Quando tempo dedico ad ogni medium?
- Quale tipo di narrazione scelgo?
- Prevedo tempi di lavoro in gruppo?
- Ho direttive chiare di lavoro?
- Quale è lo scopo del lavoro in gruppo?
- Cosa dovrebbero imparare da questa esperienza?

Può aiutare pensare a come è organizzato un buon giallo. Si parte sempre con una provocazione (nel giallo è una morte misteriosa, per noi sarà qualcosa che deve attirare l'attenzione). Si inizia così un percorso di narrazione che deve modulare momenti di intensità e curiosità a momenti di descrizione o dialogo e discussione. Poi verso la fine ci deve essere qualcosa che di nuovo deve lasciare il segno, ogni storia deve avere una conclusione.)

Ciò che può sembrare molto complicato è in realtà una attitudine che si impara facendo e poi sembrerà normale tenere presente tutti questi elementi.

7 Strumenti e tecnologia.

Verificare sempre: la tecnologia che usate, le luci, il suono, e qualsiasi altra attrezzatura o strumenti che userete (cartelloni, pennarelli, pittura, palle, strumenti, ecc.) La legge di Murphy è sempre in agguato. Non lasciate nulla al caso.

8. Ambiente

È strategico. Uno spazio può aiutare o inibire la comunicazione. In particolare assicuratevi che sia sufficientemente grande per ciò che dovete fare, evitate però che sia troppo grande. Sedie, illuminazione e pareti sono importanti da analizzare e verificare se servono al vostro scopo.

9. Costi

Nei nostri ambienti non ci si pensa quasi mai, ma sarebbe utile quantificare i costi che ogni incontro implica. Costo di produzione di un evento. Anche questo aiuta a fare scelte più mirate e calibrate. Pensate anche al costo professionale e non solo delle cose. Se coinvolgete persone, anche se sono volontari è sempre educativo immaginare quanto una produzione costerebbe.

10. Come verificare che ciò che è stato fatto ha funzionato

Se l'incontro è il primo di una serie, ci dovrebbero essere degli obiettivi intermedi che dovrebbero essere verificabili, per esempio la realizzazione di qualcosa a livello personale e/o di gruppo. Una specie di test personale o collettivo durante il quale si fa un bilancio. Oppure se l'obiettivo finale è l'assunzione di qualche impegno personale dovrebbe essere possibile verificarlo.

Non assolutizzare mai le metodologie (il sabato per l'uomo e non l'uomo per il sabato, anche se non si può fare a meno del sabato)

Tutti questi punti sono solo una guida, conoscerli è importante anche per saperli a volte ignorare, nel senso che molte volte nonostante tutta la buona volontà cose e ambienti non sono come li volevamo. Ricordiamo sempre che il primo medium di comunicazione siamo noi stessi e le persone che incontriamo sono altrettante fonti di comunicazione ricche di vita ed esperienza. A volte gli incontri più significativi nascono quasi per caso e conversando all'interno di un piccolo gruppo.