

# PARROCCHIA DI SORBANO DEL VESCOVO E DEL GIUDICE - LUCCA

- Ottobre 2005 -

Sono il parroco Don Fabio Bianchi.

Posso intervenire?

Avrei dentro di me una grossa, anche se “sopita speranza”, di poter dare, a quanti lo desiderano, la possibilità di sentirsi veramente utili, anche quando non si credono degli specialisti.

Se, Sì! - Per favore, provate, allora e con pazienza, a leggermi fino in fondo.

Permettetemi, allora, due parole, (*che saranno, poi, più di quattro*), per quanti vogliono trovare un metodo di studio, di ricerca e d'analisi, per arrivare, il più velocemente possibile e senza inutili perdite di tempo, a fissare e raggiungere concretamente “uno scopo” che, “vagamente”, però, lo volevamo fin dall'inizio.

**Non è solo un mio modo di vedere**, “non è solo roba mia”, ma frutto di “grossi” studiosi, di discepolato (*parola di moda!*) da parte mia, di concreti aiuti, avuti da chi ne sapeva di più e di reali esperienze, oramai, consolidate in tanti anni.

Questo metodo, purtroppo, mi ha dato spesso solo l'amarezza di “passare da disfattista”, quando nelle svariate riunioni, ne ho fatto sentire “semplicemente l'odore”.

**E' un metodo** “crudo”, che non ammette “tergiversazioni pressappochiste”, ma richiede uno sforzo di ferrea logica, invece di fare chiacchiere che, invece, molti, “tuttologhi del momento”, con estrema faciloneria, continuano a fare, sentenziando su tutto e mostrando, con orgoglio, la solita ricetta, senza mai avere l'umiltà e la costanza di cercare più a fondo negli argomenti in questione. Soprattutto, hanno imparato a “dribblare” la creatività di quanti non la pensano o la vedono alla stessa maniera, invece di dare a tutti la possibilità di dire la propria, anche se non è data da specialista.

**Particolarmente convinto, come sono, che ognuno di noi, con i suoi doni, avuti da Dio, dovrebbe avere sempre l'opportunità e la possibilità di offrirli e di darli agli altri, e questa opportunità gli dovrebbe essere lasciata sempre,** (*V. La Bibbia: - (prendo solo tre pensieri) - Dio ha pensato a me prima della creazione del mondo; poi ci ha immesso nel mondo “unici, irripetibili e liberi” per l'utilità comune; infine, “là dove due o tre sono riuniti nel suo nome” ecc., da dove si evince l'importanza di ciascuno*), **purtroppo, oggi, tutto questo, è riservato a pochi e, non sempre, ai meglio.**

## **Mi chiederete: perché mi sono deciso a farlo ora e non prima?**

Perché, quando partecipo, personalmente, “alle solite e infinite riunioni”, mi vedo obbligato ad assistere ad un continuo “*menar il can per l’aia*” e, peggio ancora, a rimandar la conclusione e le soluzioni, quasi sempre, a successive riunioni”, quando invece, con un po’ più di metodo nella conduzione, nella giusta comprensione degli interventi, si potrebbe arrivare subito alla conclusione.

Non solo ma, a volte, si rimanda la riunione perché non si è accettato quanto già, altrove si era deciso di fare accettare o di eseguire “*sic e simpliciter*”, mascherando la riunione con la “famosa democraticità”.

**Più volte ho fatto notare che, per evitare perdite di tempo, inutili rigiri di parole, contrapposizioni d’idee con successive delusioni e abbandoni vistosi del campo, c’è bisogno di un metodo che agevoli la discussione, soprattutto nello sviscerare i vari problemi. Un metodo, però, che sia alla portata di tutti i partecipanti e ne agevoli la rispettiva partecipazione; ma, soprattutto, contribuisca all’arricchimento dei contenuti conclusivi.**

Come potete vedere, insisto proprio su quest’aspetto, perché, oggi, ormai a tutti i livelli, per evitare inutili discussioni e contrapposizioni, purtroppo, si è giunti a preconfezionare le conclusioni e, soprattutto, le decisioni. Decisioni che, nelle solite riunioni, si trova poi il modo sottile di averne il consenso/assenso degli stessi partecipanti, ma con sempre più scarsa partecipazione di persone e di contenuti.

Tenendo invece presente come i proprietari e/o conduttori dei Mezzi di Comunicazione di Massa, i proprietari della Pubblicità e le multinazionali usano questi strumenti per arrivare dritti al loro scopo, che, il più delle volte, non è la crescita “intellettiva” delle masse, ma quella di catturarne l’Audience o la loro capacità di consumare i prodotti reclamizzati, ecc. ecc., tutt’altro, in definitiva, che aumentarne la cultura, la consapevolezza e di conseguenza, la personale responsabilità e “senza deleghe”.

## **Vorrei aggiungere un altro aspetto.**

**Se non mi ritenete, troppo presuntuoso**, con lo stesso Metodo e con esempi pratici constatabili anche da voi, desidererei aiutarvi a “cogliere le svariate finalità che hanno i vostri interlocutori e, soprattutto, a quale livello intendono “comunicare” con voi le ragioni dei loro intendimenti e **non** le “solenni” apparenze che servono loro come lucidi specchietti per ingenuie allodole. Disposte ad ascoltare.

Credo che possiate ben intuire, allora, come l’uso di questo Metodo, possa riuscire a farci conoscere che si serve di noi e chi ci rispetta nella nostra libertà.

**Con questi appunti, mi prefiggo, per5ciò, di dare una mano a chi non conosce queste tecniche perché se ne possa servire, prima di tutto per non rimanere preda di chi li usa** (aiutare, cioè, a “destrutturate” i vari messaggi con i quali ci vorrebbero pilotare), **identificandone con**

chiarezza gli scopi, reconditi o meno, per ben altri fini che non sia “la crescita integrale dell’uomo”, ma anche per usarli nella costruzione di un qualcosa di concreto che soddisfi la propria operatività, senza perdita di tempo al momento delle scelte da farsi, evitando anche ripetitive riunioni inconcludenti e, soprattutto, agevolando la capacità creativa e la “vera libertà” di ciascuno.

**Il metodo qui esposto, mi fu insegnato da P. Nazareno Taddei S. J.**

del Centro della Comunicazione e dello Spettacolo - (La Spezia) - negli anni settanta.

Desidero qui ringraziarlo pubblicamente, perché, in questi anni, mi ha dato la possibilità di aiutare nelle analisi dei problemi molte persone, compresi anche i miei superiori.

**Qui di seguito, perciò, proverò ad esporlo in tutti i suoi aspetti**

Tenuto presente che, prima di stendere graficamente un obiettivo, sarebbe quanto mai opportuno premettere una seria indagine, sia sul luogo, le persone, la cultura, le tradizioni e le varie risorse concrete, per arrivare a farlo realisticamente adeguato alle reali possibilità.

Tutta quest’operatività, serve per arrivare a stabilire, successivamente, una strategia adeguata per giungere allo scopo di quanto vogliamo ottenere con quel preciso obiettivo.

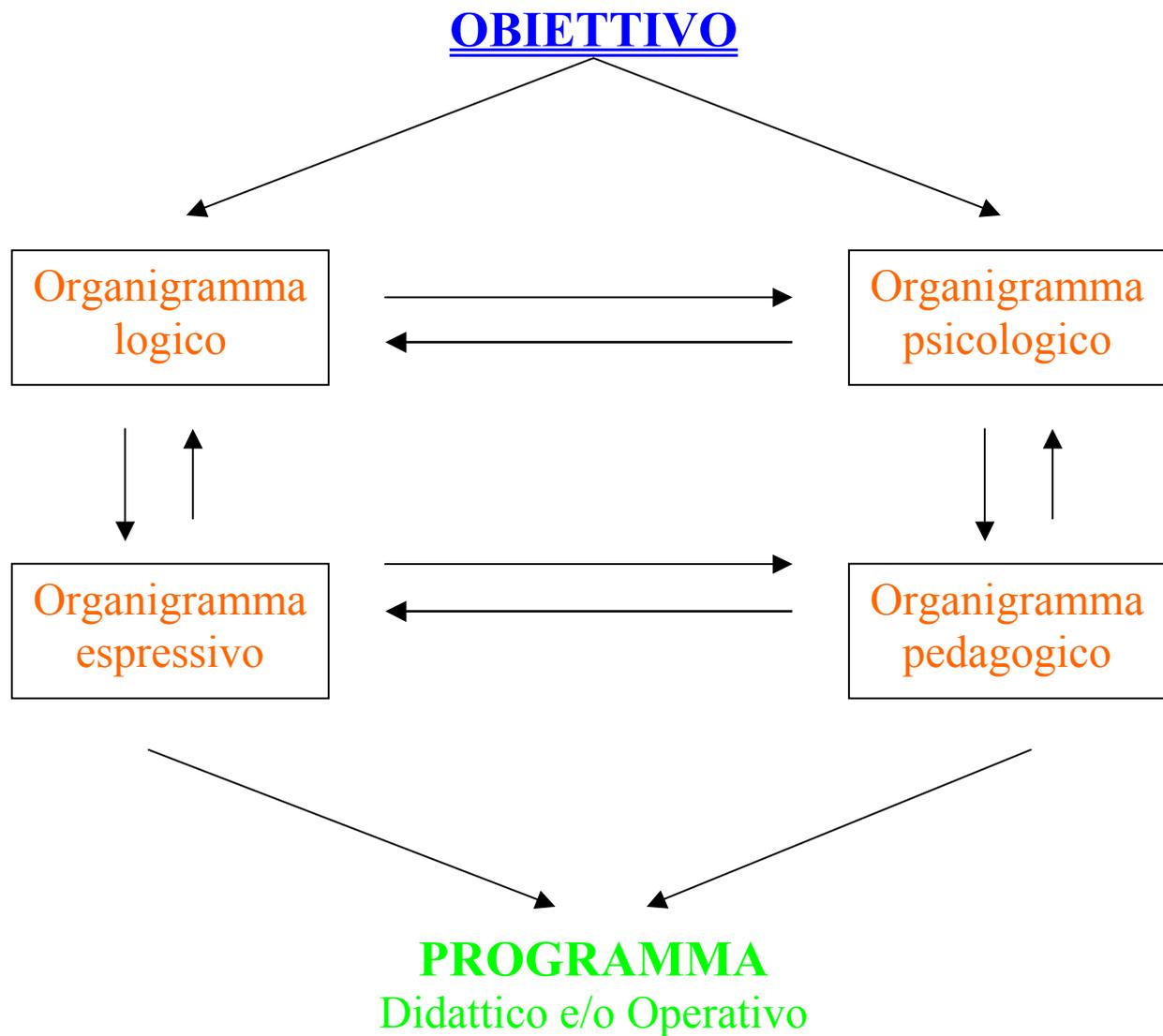
**Detto questo:**

**Premesso lo schema generale del Metodo e la sua interpretazione, passerò a fissare ogni punto, sopra espresso, con una breve definizione.**

Ognuno, infatti, che si prefigge di arrivare ad una meta o di perseguire uno scopo, si fa sempre un obiettivo, che, però, il più delle volte è e resta piuttosto generico.

Per farlo, invece, “preciso e sicuro”, sia nell’idea, nei mezzi e nella adeguata operatività, si richiede una formulazione precisa.

## SCHEMA GENERALE E SINTETICO DEL METODO



La spiegazione particolareggiata di questo: qui di seguito.

## Note esplicative per la comprensione l'uso corretto dello schema.

- 1 - Prima di stabilire e decidere un obiettivo,**  
è quanto mai opportuno fare un'indagine preliminare circa  
“il destinatario o i destinatari” che vogliamo raggiungere con quello”.
  
- 2 - Una volta stabilito l'obiettivo** (vedi sotto, pag. 6) **ed analizzato nei due aspetti:**  
**Organigramma Logico e Organigramma Psicologico,**  
le due frecce sotto l'obiettivo lo fanno notare,  
le altre due frecce fra di loro, stanno a significare che,  
fra i due organigrammi, Logico e Psicologico,  
i “vari livelli trattati” (nozione e soggetto,  
devono essere, corrispondere e restare alla pari,  
prima di procedere oltre.
  
- 3 - Se sarà necessario, per caso, fare per intero**  
**un esame** (per intenderci) **della “materia”,**  
**comprendente tutte le nozioni di quanto vogliamo**  
**dire, dare, insegnare ecc.**  
per far realizzare qualcosa al destinatario,  
bisognerà sempre confrontare (queste precise nozioni o insegnamenti pratici)  
le con le reali capacità d'intendere o di fare,  
dei nostri destinatari che ci seguono.
  
- 4 - Le frecce che sottostanno l'Organigramma Logico**  
vogliono significare che “la materia”, (ivi presa in esame),  
deve trovare un modo adeguato espressivo  
per veicolarlo ai destinatari e, (gli stessi i Destinatari),  
devono essere in grado di percepirla, di apprenderla.  
Quelle, invece, sotto l'Organigramma Psicologico  
vogliono significare che si deve trovare  
una metodologia, adeguata ai Destinatari,  
capace di veicolare “la materia” (che fa parte dell'Organigramma Logico)  
in maniera tale che possano recepirla ed apprenderla bene.  
**Le due frecce fra i due Organigrammi, invece,**  
significano che il modo espressivo e la metodologia  
devono andare di pari passo e ben adatte ai Destinatari.
  
- 5 - Le due frecce che convergono**  
**verso il Programma Didattico,**  
stanno a significare che da quel momento  
si può incominciare a formulare  
un preciso Programma,  
adatto a farci raggiungere lo scopo prefisso.

## L'OBIETTIVO

*L'OBIETTIVO è lo scopo che ci proponiamo di raggiungere con una determinata azione, una determinata attività ecc. o con una serie d'azioni o d'attività, siano esse di natura materiale, fisica e/o intellettuale e/o spirituale.*

Per avere, però, la sicurezza di raggiungere lo scopo prefisso è estremamente necessario che l'obiettivo sia ben formulato in tutte le sue parti.

Per formularlo bene si richiedono indispensabilmente

QUATTRO ELEMENTI fondamentali e:

- 1) - **Un'intenzione**
- 2) - **Un'idea centrale**
- 3) - **Un verbo** (nominale o verbale) **che specifichi dettagliatamente l'idea centrale**
- 4) - **Un'indicazione precisa circa i destinatari dell'obiettivo**

Vediamo ora di specificare i quattro punti, uno per uno.

## L'INTENZIONE

*L'INTENZIONE è una decisione concreta ed esplicita, dell'intelletto e della volontà, di comportarsi in una precisa maniera, piuttosto che in un'altra.*

Prima di formulare e fissare un obiettivo, dobbiamo preoccuparci di decidere chiaramente quale tipo d'intenzione intendiamo perseguire con quello, perché, fra i tanti possibili e svariati interventi che vogliamo realizzare, scegliamo proprio quell'intenzionalità e non un'altra.

### **Esempi:**

Voglio dire . . . . .  
Voglio far sapere . . . . .  
Voglio far capire . . . . .  
Voglio agire. . . . .  
Voglio insegnare . . . . .  
Voglio fare . . . . .  
Voglio conoscere . . . . .  
Voglio analizzare . . . . .  
Voglio realizzare . . . . . ecc. ecc

### **Da non dimenticare mai:**

**1) - Che l'intenzione, al momento di fissarne la formulazione precisa, deve tener conto delle effettive e concrete capacità dei destinatari cui si rivolge, per non correre rischi di andare fuori della loro "effettiva" capacità di comprensione.**

**2) - Da non sottovalutare la possibilità di vagliare prima, magari con un altro obiettivo, ove necessario, quali siano le reali capacità di comprensione dei destinatari, piuttosto che darle per scontate, come spesso oggi si fa "per far prima", dimenticando clamorosamente che "l'altro" davanti a me, non è "gli altri consimili", anche se le manifestazioni esterne si possono "quasi sovrapporre".**

**3) - La formulazione, poi, dell'intenzione, che potrà essere la più svariata, oltre che ad essere quanto mai precisa, "rigida" in ordine allo scopo che vogliamo raggiungere, dovrà essere fatta anche in maniera tale da "introdurre" bene la seconda parte dell'obiettivo che è "l'idea centrale".**

## L'IDEA CENTRALE

*L'idea centrale è il preciso “contenuto” di ciò che effettivamente vogliamo raggiungere con quella particolare intenzione, precedentemente formulata.*

### Attenzione bene!

Per formulare correttamente l'idea centrale, “questa” deve esprimere una sola idea per ogni obiettivo che vogliamo raggiungere.

### Da non dimenticare mai.

L'idea centrale, espressa nell'obiettivo,  
deve essere composta:

- 1) - da un soggetto
- 2) - da un predicato verbale o nominale e
- 3) - dovrà essere sempre collegata all'intenzione (espressa nella prima parte dell'obiettivo)  
da un “CHE”

Per essere particolarmente più precisi e dettagliati:

**IL SOGGETTO**  
dell'Idea Centrale dell'obiettivo

**sarà, dovrà essere o figurare**  
**IL VERO OGGETTO**

dello scopo che ci siamo prefissi di raggiungere  
nella formulazione dell'obiettivo

**Da notare ulteriormente:**

**Il soggetto ed il predicato** (nominale o verbale) possono comportare “anche” dei complementi di vario genere, purché quest'ultimi, “non introducano” altre idee, ma siano strettamente connesse e sviluppanti sia il soggetto che il predicato.

**Il predicato nominale, però, si userà** quando vogliamo trattare di cose di natura concettuale o dichiarativa.

## Proviamo a specificarlo con esempi concreti, riprendendo una formulazione dell'intenzione:

Voglio far sapere che  
**il battesimo**  
è  
**il sacramento**  
della iniziazione cristiana

(elemento/legame con l'intenzione e introduttivo dell'idea centrale)  
(soggetto dell'obiettivo e prima parte dell'idea centrale)  
(predicato nominale)  
(oggetto dell'obiettivo)  
(specificazione dell'oggetto)

Voglio fare, voglio agire,  
in maniera tale .....che  
i giovani  
di questa Zona pastorale  
**si riuniscano insieme**  
**per parlare**  
dei loro problemi

(intenzione)  
(elemento/legame con l'intenzione e introduttivo dell'idea centrale)  
(soggetto dell'obiettivo)  
(elemento specifico di questi giovani)  
(predicato verbale e oggetto di un primo obiettivo)  
(predicato verbale e oggetto di un secondo obiettivo)  
(specificazione del secondo obiettivo)

Nella Zona Suburbana II,  
voglio fare, voglio agire  
in maniera tale .....che  
**si possa realizzare**  
un Consiglio Pastorale Zonale,  
ma,  
fatto, realizzato, composto,  
in maniera tale che  
(questo Consiglio Pastorale Zonale),  
**diventi**  
**un aiuto concreto**  
per la pastorale delle parrocchie,  
**aiuto concreto che**  
**è ....., .... sarà**  
..... da decidere "quale vogliamo che sia")

(elemento di specificazione)  
(prima intenzione)  
(elemento/legame con l'intenzione e introduttivo dell'idea centrale)  
(predicato verbale - soggetto dell'obiettivo e)  
(prima parte dell'idea centrale)  
(seconda intenzione)  
(elemento/legame con l'intenzione, introduttivo dell'idea centrale)  
(predicato verbale e- soggetto dell'obiettivo - prima parte dell'idea centrale)  
(oggetto dell'obiettivo e seconda parte dell'idea centrale)  
(specificazione del secondo obiettivo)  
(terzo obiettivo)  
(predicato nominale) ecc.

### N. B.

L'intenzione e l'idea centrale, però, sono state veramente scelte liberamente da noi o sono state proposte o imposte da altri?

(Domanda da non prendersi come una maliziosa sottigliezza! Al giorno d'oggi, non è difficile trovarci in questa situazione di dipendenza! Qui si vede la passione nel cercare la soluzione è vera).

Nel qual caso, dovremmo allora onestamente scrivere:

**"Devo" ..... invece di "Voglio" .... !**

Potremmo prendere in esame anche altri obbiettivi; ma credo che i tre esempi, sopra riportati, possano bastare.

Vedremo, in seguito, l'importanza "dell'idea centrale e del verbo" quando dovremo misurare il tutto in relazione ai "destinatari".

**E' importante non sottovalutare mai il momento della scelta dell' "idea specifica",** che sarà definita ed evidenziata nel predicato nominale o nel predicato verbale, perché con questa si potrà coglierne immediatamente la portata, ma anche i limiti di quanto si vuole raggiungere, proprio con quella particolare intenzione.

**Inoltre, da non sottovalutare mai anche la tipologia specifica dei destinatari che ci troviamo davanti,** perché questo particolare uditorio, ci permetterà di esporre bene e "su misura" l'idea che vogliamo dire esprimere o la cosa che vogliamo fare, in maniera tale che arrivi dritta alla comprensione e/o all'operatività di questo uditorio.

## **N. B.**

**Prima di fissare un Obiettivo, però, conviene sempre premettere una piccola indagine sul territorio, le persone, la cultura, le tradizioni, ecc. ecc., per conoscere meglio la situazione nella quale vogliamo operare.**

**Qui di seguito, ne presenterò una fatta a suo tempo**

## ESEMPIO DI PRE - ANALISI DI UN'IDEA CENTRALE

Su questo tipo d'analisi, scusatemi se qui faccio ricorso ad un mio lavoro del passato.

L'ho ritrovato fra i miei vecchi appunti, ma senza data.

Credo, però, che abbia almeno ventiquattro anni.

### L'idea centrale era: - La Chiesa che è in Lucca -

(L'azione che doveva fare la Chiesa che è in Lucca, l'aveva scelta e decisa l'Arcivescovo Mons. Agresti: "*Deve pregare*". V. pag.17)

La trascrivo qui, tale e quale, come la pensai allora e senza cambiarci nulla.

Come potrete vedere, era un condensato d'alcuni aspetti particolari, emergenti in quel momento di rapida evoluzione. A distanza di molti anni, chi vorrà leggerla, potrà notarne anche le notevoli differenze e/o le lacune e/o approssimazioni. Oggi, infatti, pur con le stesse radicalità <sup>(radici)</sup> presenti, si dovrebbero cambiare, però, diverse prospettive.

### a) - Cos'è, o chi è la Chiesa che è in Lucca?

E' un insieme di persone, presenti sul territorio della Diocesi di Lucca, che hanno in Comune non solo il legame dei Sacramenti, a partire dal Battesimo, ma vari altri legami provenienti dalla religione cristiana, ed altri ancora derivanti da una particolare mentalità legata alla storia locale, alle tradizioni e all'ambiente.

### b) - Com'è la chiesa che è in Lucca?

E' formata da persone che, oltre ad avere in comune almeno il Battesimo, hanno anche una loro precisa e ben radicata identità/mentalità, religiosa/locale, caratterizzata da uno spiccato senso d'indipendenza ed attaccamento alle tradizioni locali e campanilistiche, oggi rimaste, soprattutto, nelle forme esteriori, come se quest'ultime fossero fonte di prestigio.

**Una identità** che nasce da situazioni storico/tradizionali/umano/sociali comuni, ma che si differenzia, nello stesso tempo, per Zone, se non addirittura, per paesi; tanto è vero che la Chiesa coincide quasi sempre con la parrocchia, e questa con il Paese.

**Una mentalità** che, di conseguenza, è stata e resta abbastanza critica e restia alle innovazioni, come se queste, automaticamente, determinassero una perdita della propria originale individualità. Una religiosità culturale, buona per pochi, mediocre in genere per la maggioranza, abbastanza esteriore, e, soprattutto, festaiola per tutti.

**Una cultura**, radicalmente agricola/paternalistico/autoritaria/moralistica più che teologica e molto sacrestana, determinata anche dallo stile del clero, il quale, sia

pure con punte illuminate, ha risentito certamente dell'ambiente nel quale è nato, istruito e vissuto.

### c) - Perché la Chiesa che è in Lucca è proprio così?

Per il proprio attaccamento al “suo originale passato. Infatti, fin dall'antichità, c'è sempre stata nel popolo una visione religiosa della vita. Lo stesso Cristianesimo fu presente fin dall'inizio, scoperto, forse, dall'intraprendenza ed il commercio dei maggiori fuori del territorio, o dalla venuta di zelanti missionari.

Cristianesimo, accettato, forse, anche perché confermava ed esaltava quello spiccato senso di libertà che derivava dall'essere stati quasi sempre indipendenti, “questo ha certamente contribuito, direttamente o indirettamente, a creare mentalità e nel costume ulteriori meriti per avere prestigio e privilegi, veri o presunti, personali e/o locali e per avere porzioni discutibili d'autonomia nei confronti di un'autentica concezione di libertà e/o di autorità.

Pur immersi nelle tradizioni comuni, i veri gruppi, emblematicamente, con la propria Chiesa ed il proprio Campanile, nello stesso tempo, si sono, però, caratterizzati in tre Zone ben delineate: la Val di Serchio e la Val di Lima abbastanza omogenee; la Piana di Lucca e le Colline circostanti, già meno omogenee; Versilia e dintorni adiacenti e collinari, ben differenti dalle altre due.

### N. B.

Chiaro che l'idea di cos'è la preghiera, del come viene fatta nella Diocesi, del come va fatta, dei vari modi e tempi di pregare, del come dovrebbe farsi ecc.; in definitiva: tutto quanto si riferisce a questa ecc., lo deve ben conoscere chi vuole impartire quest'insegnamento e, nell'esporglo, farlo “anche” in maniera convincente.

## CONCLUSIONE

Supponiamo che l'analisi della Chiesa, che era presente sul territorio di Lucca, fosse stata fatta “bene ed esauriente”, a questo punto saremmo stati in grado di poter scegliere il “predicato verbale o nominale” dell'idea centrale, sicuri che le nostre argomentazioni al riguardo sarebbero state accolte con favore o con reazione; ma, sicuramente, non avrebbero potuto lasciare indifferenti i destinatari, perché la stessa situazione, messa in discussione dalle nostre argomentazioni, l'avevano lì, anche sotto i loro occhi, e passibile, anche, di un loro medesimo giudizio, accondiscendente o meno.

L'Arcivescovo scelse il “deve pregare”, che analizzai come potete vedere.

Come poi venne “presentato il contenuto”, lo potete ancora leggere nella Lettera pastorale “UNA CHIESA CHE PREGA”, firmata: Pentecoste 1981

## I DESTINATARI

*I destinatari sono quelle persone alle quali intendiamo rivolgerci o intendiamo muoverci con la formulazione di quella precisa intenzione che abbiamo espresso all'inizio.*

### N. B.

Da tener presente, indispensabilmente, la reale condizione nella quale si trovano questi “destinatari”. E' vero, potrebbero possedere già le nozioni basilari su quanto sarà detto; ma potrebbero, addirittura, esserne privi delle stesse basi che sottostanno al contenuto dell'Idea Centrale che vogliamo comunicare.

Per precauzione e per rispetto della loro dignità,  
mai considerarli in quelle condizioni, come spesso accade, ritenute, troppo  
superficialmente, uguali e valide per tutti.

### Al riguardo, meglio porsi due domande:

1) - Qual è “la specifica intenzione” di quello che voglio fare, voglio dire, voglio realizzare ecc con questi “particolari destinatari”?

2) - Cosa voglio ottenere, con quella mia precisa intenzione formulata, da quei “particolari destinatari”?

Dal rispetto “rigido” di queste poche regole,  
dipenderà la sicura riuscita dell'obiettivo.

Precisati tutti e quattro i punti che formano l'obiettivo,  
si tratta ora di prenderlo dettagliatamente in esame.

## ANALISI METODOLOGICA DELL' OBIETTIVO NEI SUOI VARI ELEMENTI

Dopo aver formulato l'obiettivo in tutti i suoi aspetti, sopra descritti, questo obiettivo dovrà essere sottoposto ad un'analisi "particolarmente dettagliata" nelle sue "due parti", di cui è formato;

### 1) - Analisi dell'intenzione, cioè:

Cos'è, in cosa consiste quella "particolare intenzione" circa l'idea centrale espressa con quei particolari, rispetto ai destinatari?  
Perché, con quei particolari destinatari, ho scelto proprio quella particolare intenzione e non un'altra?

### 2) - In cosa consiste, specificamente/concretamente

"quell'Idea Centrale"? (cioè ancora)

Di quali e quanti elementi è formata quella precisa Idea Centrale, circa l'intenzione e quei particolari destinatari?

### In definitiva:

ogni parte dell'obiettivo dobbiamo sottoporla ad un triplice modo di farci le domande:

### COSA - COME - PERCHÉ

#### 1) - Chi è?

(se si tratta di una persona)

Cosa è; in cosa consiste?

(se si tratta di cose)

Qual è la cosa di cui mi occupo?

(se si tratta di cose)

#### 2) - Com'è, come si presenta, come si differenzia dagli altri?

Quali sono i suoi specifici particolari? ecc. ecc.

#### 3) - Perché c'è; perché è così; perché si presenta così?

quali sono le ragioni del suo esserci;

del suo apparire in quel modo;

del suo differenziarsi dagli altri? ecc. ecc.

## N. B.

Questo particolare modo di procedere, di accostare fra loro i contenuti, le emozioni, le suggestioni, i simboli, le immagini evocative, i vari riferimenti, ecc. ecc., oltre che permettere una seria, profonda e comprensiva comunicazione, ci permetterà nello stesso tempo, anche di ripercorrere il cammino a ritroso della comunicazione che ci viene fatta.

Non solo, ma anche di scoprirci quell'idea fondamentale, comprensiva della "qualità della stessa intenzione e della preparazione" di chi ci porge la sua comunicazione e, nel linguaggio espositivo, l'uso di parole astratte invece di parole concrete, la fumosità dei contenuti, il parlare con passione o meno su quanto si dice, il "debito rispetto" per il livello di cultura dei Destinatari (cui ci si adegua) ecc. ecc., o il tenere una lezione cattedratica o "asettica".

## Circa i tre aspetti SOPRA ESPRESSI:

cioè,

**COSA - COME - PERCHÉ'**

*dobbiamo intenderli in modo pratico e fattivo,  
non in senso filosofico,  
anche se questo, a secondo dei casi,  
non va escluso.*

Per non incorrere, però, nei vari difetti sopra esposti, qui di seguito, verrà esposto un esempio d'analisi dettagliata.

**- DELL'INTENZIONE**

**- DELL'IDEA CENTRALE e**

**- DEL RAPPORTO**  
**fra intenzione e idea centrale**

## ANALISI DELL'INTENZIONE

Poniamoci tre domande precise:

a) - Cos'è il “far capire” nella nostra intenzione?

Il far capire è l'azione con la quale si agisce in maniera tale che, il destinatario entri nello specifico contenutistico logico di quanto gli viene proposto.

b) - Com'è, come deve essere portato avanti questo modo di far capire?

Quest'azione deve essere fatta, si deve sviluppare in maniera tale che sia basilare, chiara, profonda e convincente, cioè (in maniera tale che), il destinatario, ne colga tutto il valore, la portata, la conseguenza ecc. ecc. (in maniera tale che, di conseguenza), se ne possa appropriare, (personalmente e responsabilmente) sì da farlo divenire sua convinzione.

N. B.

*Una convinzione è una certezza morale o intellettuale che uno si è fatto di una cosa, di un'idea ecc. che, di conseguenza, determina un comportamento adeguato.*

c) - Perché?

Perché, in definitiva, si vuole o si desidera che il “contenuto”, comunicato con lo sforzo di farlo capire, una volta compreso ed entrato a far parte delle convinzioni del destinatario, determini in lui un comportamento coerente e adeguato nel suo proprio stile di vivere quotidiano.

In conclusione:

è lo scopo che c'eravamo proposti di raggiungere.

Credo che, a questo punto sia utile aggiungervi alcune indicazioni di comportamento pratico, per non sperdersi nei vari meandri dei contenuti della materia.

### Il “cosa è”?

Si tratta di stabilire “l’identificazione particolare” di quanto, precisamente, si vuole dire o si vuole realizzare, evitando di usare un linguaggio ambiguo.

**Da non dimenticare e non sottovalutare mai che, oggi:**

**“con le stesse parole non si veicolano più gli stessi contenuti”**

Se, poi, cercare il “cosa è” potrebbe sembrare superfluo o inutile, qualora serva allo scopo, basta sostituirla con l’interrogativo:

**“ma, di questa cosa, in definitiva, “cosa si vuol dire precisamente?”**

Ci sono, poi, anche “vari modi” di “accaparrarsi l’uditorio”, ben studiati da chi “vuole accaparrarselo”, sia pure “benevolmente”.

Ne segnalo alcuni, ben studiati da competenti.

#### **- Il linguaggio:**

Un’idea alla volta, espressa con frasi brevi; senza perdere il filo e senza voler dire tutto in una volta, facendo a meno di voli “pindarici”

#### **- La voce:**

Il come viene emessa:

limpida; con tono pacato, ma non monotono;  
articolando bene le parole, senza marcarle e senza correre;

#### **- Lo sguardo:**

Attenzione dove si guarda o si tengono “fissi” gli occhi . . . . .

#### **- Il viso**

Sereno, e senza mai commentare con gesti della faccia;

#### **- I gesti:**

Normali, ma senza parlare più con questi che con le parole;

#### **- L’ascolto:**

Senza paura, interessato a capire bene, senza interrompere, poi rispondere; e, se necessario, chiedere prima e gentilmente, necessari chiarimenti.

Se ne conoscete altri, aggiungeteli pure.

Io stesso, purtroppo, pur conoscendo questi sopra elencati, me ne dimentico di farne uso, anche quando sarebbe veramente necessario.

Purtroppo, chi ci “addottora e imbonisce” particolarmente sugli aspetti “materiali/economici”, fanno uso abbondantemente anche delle comunicazioni clandestine.

## ANALISI DEL RAPPORTO FRA L'INTENZIONE E L'IDEA CENTRALE

In questa fase, l'analisi dovrà essere fatta in maniera tale da portare **l'Intenzione e l'Idea centrale verso L'UNITA'**. E questo per non perdersi nei meandri dei vari argomenti e dei vari aspetti che si possono trattare sulla stessa materia/contenuto.

Domandiamoci, perciò, riprendendo l'esempio di Mons. Arcivescovo Agresti circa la Preghiera:

**a) - Cos'è, quella particolare intenzione in funzione del . . . , in vista del . . . , cioè, dell'idea che voglio esprimere?**

L'intenzione di chi ha scelto questa e non un'altra, è quella di mettere in essere tutto l'impegno e le strategie possibili perché i destinatari colgano tutti gli elementi "fondamentali" della preghiera. (V. sopra, pag. 15, l'Idea Centrale del Vescovo Mons. Agresti)

**b) - Com'è, come si presenta quell'idea in funzione del . . . , in vista del . . . , cioè, dell'intenzione?**

**E' l'indispensabilità della preghiera,** (V. Vangelo ecc.), per cui, senza di quella il vivere quotidiano dell'uomo/cristiano, che si dice ed è anche un credente, "non è affatto completo" né come uomo, né, soprattutto come cristiano.

(Questa era l'idea/intenzione di Mons. Agresti, sulla quale fece, poi, una Lettera Pastorale alla Diocesi nella Pentecoste dell'anno 1981)

**c) – Il perché di questo rapporto, visto nella sua UNITA', dovrà emergere dall'insieme di queste due precedenti vedute.**

**L'UNITÀ DELL'IDEA,** dell'intenzione/idea centrale, infatti, si rivelerà, sinteticamente, in quest'unica frase:

**La preghiera, intesa come "lode e richiesta a Dio", è indispensabile per la vita della Chiesa che è presente in Lucca.**

**Terminata questa prima fase, la più importante, resta da passare in rassegna il contenuto dell'Idea Centrale scelta, nei vari elementi e nei suoi vari aspetti, e confrontati, "uno per uno", con le "reali capacità cognitive" dei destinatari, valutati sul momento e nelle possibilità reali di ulteriore apprendimento.**

Come altro esempio, qui di seguito, faccio vedere il confronto fra l'Idea Centrale e i Destinatari riguardo all'Obiettivo del Battesimo

Riprendiamo, perciò il primo obiettivo, sopra descritto:

**Voglio far capire che**

**il Battesimo  
è il Sacramento**

**dell'iniziazione cristiana.**

Rivediamolo, ancora, come già scritto,  
per poi passare, più sotto, ad analizzarne

**L'IDEA CENTRALE nei "due aspetti"**

**"LOGICO e PSICOLOGICO"**

**cioè,**

**a) - sotto l'aspetto che riguarda il Battesimo e**

**b) - sotto l'aspetto che riguarda i Destinatari**

Per non dimenticare:

**Voglio far sapere che**

(elemento/legame con l'intenzione e introduttivo dell'idea centrale)

**il battesimo  
è  
il sacramento**

(soggetto dell'obiettivo e prima parte dell'idea centrale)

(predicato nominale)

(oggetto dell'obiettivo)

**della iniziazione cristiana**

(specificazione dell'oggetto)

## ASPETTO LOGICO

Qui esaminerò prima di tutto il Battesimo e mi domanderò cos'è, in cosa consiste, come si fa ecc. ecc.

Il battesimo

Il significato della parola,

Il gesto che si compie,

Chi lo fa,

Dov'è stato fatto la prima volta,

Chi l'ha fatto,

Perché l'ha fatto

Serve a qualcosa farlo,

Serve molto riceverlo ecc. ecc.

Tutto dipende da cosa vogliamo far sapere e a quel livello lo vogliamo far conoscere; per quale motivo vogliamo andare oltre e ecc. ecc.

Si continua, poi, esaminando la parola:

Sacramento

Poi ancora con le parole successive:

L'iniziazione ecc. ecc.

## ASPETTO PSICOLOGICO

Qui, invece, mi domanderò se ad ogni passo, visto nell'organigr. logico, corrisponde un uguale livello di conoscenza del destinatario

I destinatari ne sanno nulla?

Lo conoscono?

E' stato mai visto fare?

Si conosce?

Lo sanno?

Lo conoscono

Ne conoscono i motivi?

Lo sanno?

Lo sanno ecc. ecc.

Man mano che i destinatari conoscono o non conoscono, mi debbo comportare di conseguenza se voglio raggiungere l'obiettivo.

Si continua il confronto fra la parola e la comprensione dei destinatari.

I destinatari, cosa sanno di questo?

Se i destinatari non lo sanno, prima di andare avanti, bisognerà tutto comunicarne il livello di conoscenza.

Cos'è, cosa ne sanno i destinatari?  
ecc. ecc.

**Queste analisi e questi interrogativi, sopra evidenziati, si passeranno ulteriormente in rassegna sotto altri due aspetti:**

**ORGANIGRAMMA LOGICO**  
**della materia**

**- ORGANIGRAMMA PSICOLOGICO**  
**dei Destinatari**

**Nel primo aspetto** si passeranno in rassegna e si analizzeranno tutti gli elementi, positivi e negativi, che compongono “**l’idea centrale**” in quei particolari aspetti che serviranno per raggiungere l’obiettivo

**Nel secondo aspetto** si passerà in rassegna e si analizzerà “**l’aspetto psicologico/intellettivo**” dei destinatari, guardandone i vari livelli conoscenza, d’adeguata comprensione, ecc. perché si possa passare tranquillamente ad un altro livello superiore e di ulteriore sviluppo.

Nella prossima pagina saranno date le rispettive definizioni e le precisazioni pratiche di questi due aspetti.

**Da non dimenticare:**

Il criterio che guiderà questa precisa ricerca, sarà sempre:

**COSA – COME – PERCHÉ**

Vedi anche sopra a pag. 10

## ORGANIGRAMMA LOGICO

*L'organigramma logico è quel particolare modo razionale di sistemare i vari contenuti intellettuale/materiali dell'idea centrale che è stata espressa nell'obiettivo.*

### In altre parole:

*E' l'operazione con la quale si cercano tutti i contenuti insiti nell'idea centrale; cioè, di tutti quegli elementi che compongono basilamente e strutturalmente il contenuto di quanto si vuol dire, si vuol organizzare o si vuole operare ecc., visti, però, sotto l'aspetto logico/razionale /piramidale, al cui vertice sta proprio "l'idea centrale dell'obiettivo", cioè, proprio quell'idea precisa che vogliamo dire, o quella meta che vogliamo raggiungere con quella precisa intenzione espressa.*

Con questa precisa azione, si tratterà di vedere in modo schematico tutti quegli elementi che formano i contenuti dell'Idea Centrale dell'Obiettivo, cioè:

- a) - Le nozioni
- b) - I concetti
- c) - Tutti quei fattori che caratterizzano la materia dell'obiettivo
- d) - E le relazioni fra i tre momenti: a - b - c

### Da non dimenticare "due" azioni importanti:

*Se desideriamo veramente che i destinatari comprendano bene quanto diciamo od operiamo, dobbiamo realizzare prima questi ulteriori passi.*

**1°** - *Man mano che si costruisce questa piramide logico/razionale, prima di passare da un elemento all'altro, potrebbe essere necessario che il contenuto di un elemento in esame, per essere più facilmente assimilato, debba essere ulteriormente corredato da altri piccoli nuclei di contenuti.*

**2°** - *Prima di realizzare questo "Organigramma Logico", però, va realizzato l'Organigramma Logico dell'Obiettivo.*

## ORGANIGRAMMA PEDAGOGICO

*E' il luogo dove si valuta e si decide l'azione con la quale si sceglie una delle tante metodologie pedagogiche, che sia la più adatta per far capire meglio ai Destinatari, quanto è stato deciso nell'Obiettivo.*

**Le metodologie pedagogiche, generalmente, si riducono a tre:**

- Metodologia Imitativa
- Metodologia Euristica
- Metodologia Creativa

**Sinteticamente, qualche delucidazione pratica,**

### **Metodologia Imitativa**

S'intende quel "modo ripetitivo" di offrire, di dire le cose, anche se in maniera diversa, ma insistentemente ripetitivo, fintantoché l'idea che vogliamo comunicare o la cosa che vogliamo insegnare a fare, non è entrata definitivamente nella memoria del Destinatario

### **Metodologia euristica** (Dal greco: scopro, ho trovato),

S'intende, quel modo di offrire al Destinatario "occasioni tali" da permettergli di "scoprire lui stesso" quanto gli serve ad imparare nozioni nuove o per andare ulteriormente avanti, sia nell'apprendimento come nei modi pratici di fare o di realizzare qualcosa.

### **Metodologia creativa**

S'intende quel particolare modo che offre al Destinatario il "punto d'arrivo", ma lascia, però, a lui stesso, la possibilità di scoprire e di tracciarsi il percorso adeguato, per arrivare là, dove, in anticipo, gli era già stata indicata la meta.

## ORGANIGRAMMA ESPRESSIVO

*E' il luogo dove si fa la scelta di uno dei tanti modi espressivi possibili per offrire, per esprimere, per dare ai Destinatari, una determinata comunicazione, nozione, istruzione, operatività, che è stata scelta nell'Obiettivo.*

### In definitiva:

*Qual è il modo migliore di esprimere il contenuto di quanto si vuol dire in maniera tale da farci ascoltare e “veramente” capire?*

### Una piccola nota esplicativa

#### Sull' “esprimere” e “capire”

Esprimere, da ex/premere, cioè,

- 1 - mettere fuori, buttare fuori, esternare in maniera tale da far vedere concretamente un “contenuto interno” del pensiero;
- 2 - capire, cioè, afferrando, prendendo tutto quanto viene detto;
- 3 - e comprendere, cioè, oltre l'afferrarlo prima di tutto, “anche” il farlo proprio, come possesso personale

Credo che, a questo punto, il conoscere bene l'indole, la cultura e le capacità intellettive, ecc. ecc., dei Destinatari, quanto sia necessario.

Tanto peggio darlo per scontato, come spesso si fa oggi,

### Un esempio pratico:

*con le vostre conoscenze, provate a “misurarvi” con il linguaggio “tecnico/tipico” dei dottori ed anche dei teologi!*

*Beati voi, se capite tutto in modo adeguato al loro esprimersi!*

Alla comunicazione verbale, potrebbe supplire il linguaggio dell'immagine, cui tutti guardano con maggior attenzione e piacere (specialmente i ragazzi); ma la differenza fra i due linguaggi è enorme! Non è possibile in poche parole.

**Potreste accedere** (e sarebbe quanto mai opportuno), **al**

**“Centro Internazionale della Comunicazione e dello Spettacolo – Via XX settembre - 19121 La Spezia Tel.0187 - 77 81 47 - E-mail: [ciscs@edav.it](mailto:ciscs@edav.it) -**

Lì, potrete trovare quanto serve per capirne qualcosa di più sull'immagine, il suo tipico linguaggio, qualcosa in più in merito “anche” a questa tecnica; ma,

**soprattutto, in merito alla mentalità di oggi, tipica figlia di questo nuovo linguaggio.**

Non so se, a questo punto, sono riuscito a soddisfare la vostra curiosità e la voglia di “apprendere”. - Spero di sì!

Per quanto mi riguarda, sono già più che soddisfatto se avete provato a leggermi fino in fondo.

Le ripetizioni che troverete, sono volute deliberatamente dal sottoscritto, proprio per “imprimere meglio” l’idea che cerco di comunicarvi.

Spero che mi scuserete, purtroppo, se troverete ancora errori d’ortografia, di grammatica e di sintassi; ho cercato tanto di non lasciarceli, ma non riesco più a vedercene.

A vostra disposizione, **qui sul “Forum”**, se lo riterrete necessario.

Grazie di cuore a quanti sono riusciti a leggermi senza mandarmi al diavolo.

**Il vostro Donfa** (come mi chiamano un po’ tutti.)

# SCHEMA GENERALE E SINTETICO DEL METODO

