

Schede per Diocesi

a cura de **LA NUVOLO NEL SACCO**

La Nuvola nel Sacco, *cooperativa sociale per l'animazione*, nasce a Brescia nel 1986 per iniziativa di un gruppo di animatori già impegnati in ambito sociale e scolastico. Ha scelto l'animazione come metodo di intervento e stile di azione, nella convinzione che questa possa giocare un ruolo fondamentale all'interno del variegato mondo della educazione e della formazione. Il team di educatori, animatori sociali, psicologi, formatori, esperti di marketing sociale mette la propria esperienza e professionalità a servizio di quanti desiderano progettare e realizzare servizi e strumenti educativi in ambito civile, sociale, ecclesiale e culturale.

Sito Internet: www.nuvolanel sacco.it



Tutti per tutti

*Formazione dell'èquipe
che utilizza le schede*

Schede per Diocesi

1

Ognuna delle schede seguenti propone la costituzione di un gruppo di lavoro composto da giovani provenienti dalle parrocchie, dalle aggregazioni laicali, e dagli ambienti in cui i progetti hanno luogo.

Ogni diocesi potrebbe dotarsi di una specifica èquipe, dedicata a portare avanti tutti i progetti legati alle attività di evangelizzazione del II anno dell'Agorà dei giovani italiani, sia quelli a livello diocesano, sia (come formazione ed assistenza) quelli a livello di gruppo e di parrocchia. Questo è il livello più impegnativo e ambizioso.

In alternativa, il gruppo può essere formato in relazione ad uno specifico progetto, avendo quindi compiti più ristretti rispetto a quanto detto sopra. In questo caso, i gruppi potranno essere più d'uno, se si attiva più di un progetto.

La scheda è pensata per la formazione e la preparazione di una èquipe diocesana, intesa nel senso più ampio. Tuttavia le indicazioni fornite valgono anche per il gruppo legato ad un singolo progetto. Le indicazioni generali fornite dalla scheda, vanno integrate con quella che ogni progetto prevede circa la composizione e le caratteristiche del gruppo di lavoro ivi previsto.

DESTINATARI

GIOVANI DISPONIBILI PER L'ANNUNCIO

Mettersi a disposizione con gratuità ed entusiasmo è già una forma di annuncio. La testimonianza di giovani che scelgono di utilizzare il proprio tempo e le proprie energie, mettendoli a disposizione di un progetto di evangelizzazione rivolto ad altri giovani, rappresenta già da sé un esempio di fede, convinzione e vitalità immediatamente contagiosi.

Non va trascurato infatti che, oggi più che mai, la forza di una proposta si misura anche nella capacità di trasmettersi, di diffondersi, di "mettersi in rete", di giocare dentro il contesto culturale. Costituire un'èquipe di giovani che, a livello diocesa-

no, si impegnano nell'annuncio del Vangelo, è già un segnale molto forte.

L'ÈQUIPE

Il primo passo è quello di costituire il gruppo di lavoro che, coordinato dal responsabile del Servizio diocesano per la pastorale giovanile, comprenda e coinvolga al suo interno le realtà e le persone che normalmente contribuiscono alla realizzazione della pastorale giovanile diocesana. Essi andranno di volta in volta integrati, per ogni singolo progetto, con giovani legati all'ambito nel quale si intende intervenire.

Le parrocchie possono inviare qualcuno dei giovani che normalmente collabora nell'attività parrocchiale; i movimenti e le associazioni possono essere coinvolti attraverso la presenza di alcuni loro rappresentanti (alcune aggregazioni laicali hanno particolare esperienza nel campo dell'evangelizzazione). Alcuni giovani preti, giovani suore, seminaristi ed esperti dovrebbero certamente fare parte del gruppo.

Fra i criteri da considerare nella composizione dell'èquipe è necessario tenere conto non solo dell'appartenenza o della provenienza, ma anche di alcune abilità e competenze personali che, nell'economia della vita e del lavoro del gruppo, potrebbero rivelarsi preziose, soprattutto in relazione alle realtà e ai mondi diversi con cui si vuole entrare in contatto nel progetto.

OBIETTIVI

ELABORAZIONE DI UN PROGETTO DI EVANGELIZZAZIONE ED ANNUNCIO

L'attività concreta dell'èquipe è orientata alla ideazione, stesura e realizzazione di un progetto di evangelizzazione ed annuncio verso i giovani della diocesi, con particolare attenzione ai più "lontani". Tale progetto prevede, naturalmente,

la concretizzazione delle attività proposte dalle schede seguenti, ma può anche comprendere la realizzazione di nuove idee e nuove proposte.

PUNTO DI RIFERIMENTO PER LE PARROCCHIE E LE ZONE PASTORALI

Ogni gruppo parrocchiale, ogni parrocchia, ogni zona pastorale che decida di fare proprie le proposte di *Agorà dei giovani italiani*, può vedere nell'èquipe diocesana un valido strumento di consulenza, aiuto e collaborazione. Altra funzione dell'èquipe, infatti, è quella di "punto di riferimento" per tutte le realtà che possono averne bisogno.

Si può immaginare che alcuni componenti del gruppo partecipino, nelle parrocchie, alle attività di avvio e di realizzazione delle iniziative proposte dalle schede per i gruppi o per le comunità parrocchiali, accompagnando gli educatori e gli animatori pastorali nella programmazione e nell'organizzazione delle proposte.

Il ruolo di "consulenza ed accompagnamento" può assumere particolare importanza anche durante le tappe di avvicinamento ai grandi eventi proposti dall'*Agorà dei giovani italiani*.

ESPERIENZA DI FORMAZIONE

L'esperienza di formazione che l'èquipe vive può diventare una sorta di "buona prassi", modello da valorizzare anche su altri livelli e per altre iniziative caratterizzate dalla tensione all'annuncio.

ATTIVITÀ

IL GRUPPO

È necessario che vengano promossi e curati alcuni importanti aspetti tipici della vita di gruppo. Chi sarà chiamato a condurre l'attività (presumibilmente il responsabile dell'ufficio di pastorale giovanile diocesano) dovrà porre molta attenzione ad alcune dimensioni fondamentali necessarie al buon funzionamento dell'èquipe: la dimensione di appartenenza al progetto da parte dei singoli, la suddivisione di ruoli e responsabilità, il buon funzionamento della comunicazione fra i componenti del gruppo e fra il gruppo stesso con l'esterno, la formazione.

LA SEDE

È bene prevedere una sede stabile che rappresenti la "casa" del gruppo, il luogo della creatività e del lavoro concreto, lo spazio di riferimento nel quale accogliere tutte le persone che via via verranno a contatto con l'intero progetto.

Visto l'impegnativo compito che l'èquipe dovrà svolgere è necessario che la sede sia attrezzata con tutti gli arredi e gli strumenti necessari: PC, internet, telefono, fotocopiatrice...

È possibile prevedere anche tutta la gamma degli strumenti di immagine coordinata utili alla identificazione ed alla vita quotidiana del progetto: il logo, la carta intestata, i depliantes, il sito internet, anche utilizzando il materiale di supporto offerto dal sito di *Agorà dei giovani*.

LA FORMAZIONE

Costituire un con persone provenienti da realtà, da esperienze, da percorsi di vita e di fede differenti e che si trovano insieme per la prima volta a condividere idee e progetti è, nello stesso tempo, una situazione molto ricca e stimolante, ma anche molto delicata da avviare e da condurre. È necessario creare un punto di partenza comune, promuovere la conoscenza reciproca, stimolare la nascita di relazioni, attivare la comunicazione, condividere gli obiettivi del lavoro, i valori di fondo, le motivazioni, i contenuti e lo stile. La prima attività concreta che l'èquipe è chiamata a intraprendere è quindi un intenso momento formativo iniziale.

È possibile prevedere, prima dell'estate (o comunque in un periodo precedente l'avvio dell'anno pastorale), uno stage formativo al quale tutti i futuri componenti dell'èquipe sono chiamati a partecipare. Potrebbe essere addirittura il primo momento d'incontro, l'atto ufficiale di costituzione del gruppo.

La formula residenziale, che preveda tre o quattro giornate di formazione e di vita comune, è certamente la più indicata, poiché favorisce sia la tranquillità e la concentrazione in ambito formativo, sia la conoscenza reciproca e la nascita di relazioni all'interno del gruppo.

Dal punto di vista dei contenuti, nell'ambito dell'attività formativa è necessario affrontare temi che possano fornire un quadro di riferimento comune

sull'ascolto, la testimonianza e l'annuncio al mondo giovanile. Una particolare sessione dello stage formativo va dedicata all'analisi del contesto sociale nel quale si andrà ad operare (il territorio diocesano) e dei destinatari delle proposte: i giovani nelle loro diverse realtà. Non vanno trascurate, infine, le competenze tecniche in ordine alla progettazione di itinerari, iniziative, eventi.

Nello specifico alcuni temi potrebbero essere:

- *l'Agorà dei giovani italiani*: l'ascolto, la dimensione interpersonale dell'annuncio, la dimensione culturale e sociale dell'evangelizzazione;

- *il primo annuncio*: l'evangelizzazione nella Scrittura e nel Magistero, con particolare riferimento ai documenti della CEI sulla comunicazione della fede (*Comunicare il Vangelo in un mondo che cambia*); sul rinnovamento missionario delle comunità cristiane (*Il volto missionario delle parrocchie*); sul primo annuncio (*Questa è la nostra fede*); sulla riscoperta della fede (*Iniziazione cristiana/3*).

- *le attività e gli strumenti di Agorà dei giovani italiani*: gli approfondimenti, le schede operative, gli itinerari di celebrazione;

- *i destinatari del progetto*: informazioni di carattere sociale, culturale e spirituale sui giovani del territorio e degli ambienti specifici sui quali si andrà ad intervenire;

- *la progettazione*: stendere ed attuare un progetto (obiettivi, metodo, valutazione, risorse...);

- *le buone prassi*: conoscenza e analisi di alcune esperienze di annuncio.

Dal punto di vista delle motivazioni e dello stile, la formazione deve prevedere intensi momenti di preghiera personale e comunitaria, nei quali maturare la coscienza della vocazione missionaria di ogni battezzato, assieme alla consapevolezza che il primo agente della missione è Dio stesso, mediante il suo Spirito.

Assai utile il ricorso alla *lectio divina*, che può esercitarsi sulle "icone" bibliche offerte da ogni scheda. Potrebbe servire anche la testimonianza di qualche persona che abbia fatto già esperienza di primo annuncio nel contesto di attività di evangelizzazione.

Al termine del corso di formazione, o in occasione di qualche incontro di preghiera dei giovani della diocesi, si potrebbe celebrare il "mandato missionario", conferito dal vescovo ai membri dell'équipe, per rafforzare la loro consapevolezza di essere inviati dalla Chiesa ed il riconoscimento da parte della Chiesa locale. Il *Benedizionale* offre un valido schema.

L'ÉQUIPE AL LAVORO

La formazione non è solo un momento di crescita ed apprendimento, ma la partenza vera e propria dell'attività dell'équipe. Da questo momento iniziano la progettazione, il contatto con le realtà che si intende coinvolgere, la comunicazione verso l'esterno della presenza di un'équipe diocesana, della sua identità, della sua funzione, della sua possibilità di essere risorsa per tutti.



Schede per Diocesi 2

*P*arole d'Autore *Annunciare nelle discoteche e nei locali notturni*

Annunciare in discoteca, nei locali, nei luoghi di aggregazione dei giovani è certamente una sfida, ma anche un'occasione di arricchimento per tutti i soggetti coinvolti. L'esperienza è pensata per i destinatari dell'annuncio e per il gruppo dei giovani coinvolti come "annunciatori", a cui viene chiesto di misurarsi con un "territorio", un ambiente che all'apparenza sembra inadeguato al compito dell'annuncio.

La proposta parte regalando un CD con canzoni e immagini che invitino ad "andare oltre": una proposta di incontro, condivisione e dialogo, che parli un linguaggio il più possibile "vicino" ai giovani, che i giovani usano, ascoltano e capiscono, ma che sappia anche creare occasioni di "incontro", di relazione, di annuncio.

A CHI ANNUNCIARE

A tutti coloro che si incontrano nel corso delle serate: i giovani che frequentano i locali, i giovani che ci lavorano, chi passa anche solo per pochi istanti.

COME ANNUNCIARE

Tramite l'incontro, la vicinanza, l'accoglienza dei giovani da parte di altri giovani che sanno dare ragione della propria fede. Un ascolto e una vicinanza empatici, un incontro che sappia capire e comprendere le paure e le speranze di cui è ricca l'età giovanile, che sappia rispondervi con pienezza ed entusiasmo.

ORGANIZZAZIONE

DURATA DELL'INIZIATIVA

Un'iniziativa di questo tipo richiede tempi piuttosto lunghi; il tempo della preparazione, dei contatti, della formazione del gruppo che gestirà

l'iniziativa si misura in mesi. Il percorso dovrebbe durare almeno 100 giorni, anche se la fase di realizzazione diretta ha tempi più brevi: un mese circa.

Per definire i tempi della proposta il gruppo di lavoro che si occuperà di gestire e realizzare il progetto dovrà essere attento ad incrociare il calendario delle varie iniziative proposte a livello diocesano con gli eventi e la programmazione dei bar e delle discoteche, per cogliere le serate dove è più semplice trovare degli spazi per l'attività proposta, senza rischiare di sovrapporsi ad iniziative ed eventi che possano soffocarla.

RISORSE UMANE

È prima di tutto necessario costituire un gruppo di lavoro che possa gestire tutti gli aspetti organizzativi e progettuali.

Il gruppo dovrebbe essere composto da alcuni giovani impegnati nell'équipe diocesana, nelle associazioni o nelle parrocchie, guidati da una o più persone del Servizio diocesano per la pastorale giovanile. In particolare sarà importante la presenza di qualcuno che possa fare da punto di riferimento sui temi della pastorale giovanile (un sacerdote o un laico che abbia esperienza e maturità adeguate) e che possa seguire la fase di costituzione, formazione e consolidamento del gruppo di base.

All'interno del gruppo sarà di grande aiuto la presenza di persone competenti anche dal punto di vista "tecnico" ed operativo: qualcuno che lavori per una agenzia che organizza eventi, chi ha già contatti con i gestori di locali, un disk-jockey, un musicista...

Oltre al gruppo di base, sarà necessario coinvolgere altri giovani, provenienti dalle parrocchie e da gruppi, movimenti o associazioni presenti in diocesi, che agiranno nelle fasi più operative del progetto.

LOGISTICA

L'aspetto più delicato della logistica è l'individuazione dei locali e dei luoghi di aggregazione che saranno lo scenario della fase operativa vera e propria, le mete delle proposte da realizzare. La scelta di questi ambienti potrà avvenire solo dopo un lavoro di contatto diretto con i titolari e i responsabili dei locali stessi e un sopralluogo per verificare la fattibilità delle iniziative.

RETE

Sarà importante coinvolgere e rendere partecipi del progetto tutte le realtà che, ad ogni livello, vengono a contatto con il mondo giovanile. Nella prima fase, quella più organizzativa, questo coinvolgimento potrà essere importante per individuare i locali e le modalità di approccio con ambienti che sono spesso ritenuti molto lontani dai luoghi nei quali si è solitamente portati a immaginare l'annuncio.

Il gruppo di base dovrà inoltre costituire una rete di collaborazioni con tutti i giovani che saranno disponibili a seguire le fasi più operative dell'iniziativa, facilitando la condivisione degli obiettivi e dello stile con cui si vuole entrare in relazione con i giovani.

CONTESTO

I locali, le discoteche, piano bar, pub, birrerie, i luoghi di aggregazione dei giovani... Ognuno di essi ha modalità e tempi di fruizione molto differenti. Così come i giovani hanno modalità diverse di "utilizzare" questi ambienti: chi arriva presto e si ferma fino a tardi, chi arriva a notte fonda e se ne va quasi a mattina chi, ancora, passa la maggior parte della serata sulla soglia, a chiacchierare nel parcheggio o sugli scalini.

Il contesto nel quale operare non è sicuramente di facile lettura, ma *ognuno di questi ambienti è accomunato dalla ricerca di un tempo e di uno spazio diverso* da quello che caratterizza le normali giornate. Uscire per passare una notte in discoteca o nei locali risponde al bisogno di prendersi spazio, di creare occasioni di incontro con gli amici e con persone nuove, di aprire parentesi all'interno della settimana lavorativa, di

lasciarsi per qualche ora alle spalle i problemi di ogni giorno per dedicare una serata solo a se stessi; bisogna che in alcuni casi possono portare a comportamenti eccessivi.

Non tutti i giovani però frequentano locali e discoteche solo per svago: tanti vi lavorano nel fine settimana per pagarsi gli studi o per aiutare in famiglia; altri ancora vi lavorano con continuità.

ATTIVITÀ

PRIMA

La prima fase è prettamente organizzativa. Dopo aver costituito l'equipe, sarà importante prendere per tempo i primi contatti con le varie realtà (discoteche, bar, locali) che possano appoggiare l'iniziativa, per vagliare le possibilità concrete a livello operativo, presentando una proposta realistica e chiara, che non vada a scontrarsi con la gestione del locale stesso. L'iniziativa non punta a creare una serata diversa all'interno dei locali, ma all'incontro nei modi e nei tempi con i quali i giovani frequentano tali ambienti.

Sarà importante però chiedere ospitalità e la possibilità di fruizione degli spazi che possano essere più funzionali al fine della buona riuscita dell'iniziativa, per favorire occasioni di incontro accoglienti e non invasive o fastidiose.

In questa fase andranno curati tutti gli aspetti tecnici, la realizzazione del materiale che sarà utilizzato nella fase operativa, l'affitto o il reperimento delle attrezzature necessarie, la creazione di eventuali gadget o divise, i permessi, i diritti SIAE.

Una fase molto importante e complessa del lavoro di preparazione dell'iniziativa è la realizzazione del CD che potrà essere regalato come "pretesto" per avviare il dialogo. La scelta dei brani musicali dovrà essere fatta in riferimento al "valore" dei testi da inserire, ma anche alla possibilità che i giovani li ascoltino e li comprendano.

La "missione" del gruppo. Successivamente l'attenzione sarà concentrata sulla formazione e la ricerca di sintonia tra coloro che verranno chiamati a far parte del gruppo di base. La proposta potrebbe essere quella di una serie di quattro

- cinque incontri, che possano aiutare i componenti del gruppo e gli altri giovani che vorremmo coinvolgere a conoscere i contesti nei quali attivare le proposte di annuncio ed il metodo che si intende utilizzare. È fondamentale che tutti conoscano, condividano e siano in grado di seguire il metodo scelto.

Questa fase non è da considerarsi solamente come momento propedeutico al resto dell'iniziativa, legata alla volontà e al bisogno di fare gruppo con coloro che condivideranno le esperienze; la riflessione è importante tanto quanto la successiva azione, per chiarire l'importanza, lo stile ed i contenuti del ruolo di annunciatori. L'annuncio è infatti legato al racconto della propria personale esperienza di incontro con Cristo, che si vuole narrare a qualcun altro, anche in un contesto che siamo soliti immaginare "inadeguato" all'annuncio.

Oltre che agli approfondimenti riportati in apertura, si può fare riferimento all'"icona" biblica di At 8, 30 sg. (Filippo che evangelizza per via l'eunuco) e al Cdg2 (*In Cristo nuove creature*, p. 201 sg.).

È importante che il gruppo si confronti anche sulle rappresentazioni che ognuno dei componenti ha del mondo della notte e dei locali, per evitare gli stereotipi e luoghi comuni che potrebbero generare atteggiamenti negativi nella fase di incontro con i giovani. La convinzione di fondo da cui parte questa proposta è che il Vangelo ha la forza per poter diventare significativo nella vita di ogni giovane con i propri sogni, le proprie domande, le proprie aspettative per il futuro.

Non è necessaria pubblicità: i locali e le discoteche sono sempre pieni. L'invito all'incontro viene fatto in loco con i giovani che di volta in volta si incontrano; "l'effetto sorpresa" è molto utile al raggiungimento dell'obiettivo. A questo proposito, la creazione di "divise" che possano rendere facilmente individuabili, di gadgets simpatici, di slogan accattivanti... può rappresentare una risorsa importante per rendere più attraente la proposta.

DURANTE

Caratteristica dell'intera iniziativa è il coraggio di scommettere sul Vangelo, fino a suscitare nel proprio interlocutore il desiderio di saperne di più, il desiderio di incontrare Gesù, a partire dal-

le occasioni di scambio e di dialogo tra i giovani. Non è immaginabile strutturare eccessivamente la proposta (ad es. proponendo un momento di preghiera all'interno del locale). Durante la serata si dovranno trovare alcuni momenti per spiegare brevemente la proposta, proponendo uno dei brani musicali contenuti nel CD. È importante che i giovani si sentano invitati e accolti, ma che allo stesso tempo siano liberi di scegliere se accettare o meno l'invito.

Sarà per questo importante curare con attenzione, in collaborazione con i gestori, la location più adatta per non essere troppo invasivi, ma allo stesso tempo facilmente visibili e raggiungibili da tutti. Si potrà allestire uno spazio all'interno della discoteca, ma anche subito fuori; si potrà definire una "space room", nella quale creare uno spazio accogliente e riposante dove poter accogliere i giovani che cerchino qualche attimo di respiro, con persone pronte all'accoglienza e al dialogo. Dove non fosse possibile creare uno spazio all'interno dei locali (in birreria ad es. non sarebbe il caso) si può chiedere l'autorizzazione per montare una tenda nel parcheggio, vicino all'entrata, e la "space room" potrebbe essere ricavata in un camper o in una roulotte.

Il confronto può iniziare dall'invito a considerare il testo che viene proposto (il CD che si dona contiene canzoni scelte ad hoc), o una fotografia simbolica, evocativa. Si potrebbero anche valorizzare i disegni del CdG1, ad esempio quelli delle pagine 170-177: il punto di partenza può essere l'invito a scegliere il disegno che attira di più l'attenzione...

È importante che si possa tornare più volte negli stessi locali, in modo da poter incontrare nuovamente le stesse persone; magari a un primo contatto non tutti hanno voglia di approfondire molto la discussione.

La presenza dei giovani del gruppo avrà la funzione di invitare ad altre iniziative più strutturate (l'incontro di preghiera e di festa conclusivo; le altre iniziative proposte nel sussidio...).

DOPO

Al termine dell'intero percorso è d'obbligo programmare un incontro di festa e di verifica dell'intera attività. Il gruppo di base che è stato creato può essere una risorsa importante, per altre iniziative o per riproporre lo stesso percor-

so (arricchito dall'esperienza fatta) per l'anno seguente.

Inoltre tutto il materiale raccolto tramite il "confessionale" (cf. schede del primo anno) potrebbe creare una banca dati importante da utilizzare in altre sedi (quanto sappiamo del rapporto dei giovani con la spiritualità?), così come l'esperienza fatta potrebbe diventare una risorsa per altre iniziative.

POST-IT

- È importante, per tutte le schede, ma per questa in modo particolare, non dare per scontata la fase dell'ascolto, descritta e approfondita nelle schede del primo anno.
- La formazione e la preparazione personale dei giovani che organizzano gli eventi dell' *Agorà dei*

giovani italiani è un elemento essenziale di ogni iniziativa; in questo caso, riflettendo sulla particolarità del contesto, è fondamentale prevedere un tempo per la fase di conoscenza reciproca e di approfondimento e formazione proprio in riferimento ai "territori" da incontrare: alcune serate, una giornata di ritiro, una "visita guidata" ad un locale o ad una discoteca.

- Iniziative un po' "fuori dalle righe" come questa, rischiano di iniziare con grande entusiasmo per poi appiattirsi gradualmente e perdere di slancio proprio nel momento centrale; è importante non dilatare troppo il periodo nel quale affrontare questo impegno, ma concentrarlo in poche settimane intensive.
- Al termine dell'intero percorso, dovrà essere programmata una giornata per "tirare le fila", confrontando le esperienze fatte e immaginando un'eventuale prosecuzione del percorso.



Schede per Diocesi

3

La classe non è acqua

*L'annuncio a scuola,
a partire dalla solidarietà*

In vista della Quaresima, si promuove un'attività concreta, finalizzata alla raccolta di denaro per adozioni a distanza; in contesto scolastico, l'attività acquista anche spessore intellettuale, formativo, di ricerca. Si potrebbe giungere anche all'organizzazione di un viaggio d'istruzione per essere più "vicini" alle persone che stiamo cercando di aiutare in un paese del Terzo Mondo. Un'azione di aiuto concreto diviene così un percorso che può durare un anno scolastico intero. L'attenzione ai poveri e il lavoro insieme potranno dare vita a relazioni e dialoghi significativi.

Obiettivo concreto è offrire un aiuto, compiere un gesto concreto di carità. I giovanissimi hanno bisogno di fare e di vedere risultati; l'annuncio passa attraverso la testimonianza dell'impegno profuso per questa iniziativa e le azioni di coinvolgimento e sensibilizzazione rivolte ai coetanei.

Nella scuola l'azione concreta può essere illuminata, interiorizzata, arricchita attraverso la ricerca e la raccolta di informazioni, lo sviluppo di pensieri, la conoscenza culturale. L'annuncio diventa così un invito a pensare, un'occasione per approfondire i valori della solidarietà, della giustizia, del bene comune, e a conoscere scelte di vita e soprattutto le ragioni attorno a cui sono costruite.

Il percorso intende quindi, nel contesto scolastico, proporre un'idea che non sia esclusivamente funzionale alla raccolta di denaro o di materiali, ma apra orizzonti mondiali, prospettive di riflessione e approfondimento, anche a partire da una informazione seria e approfondita, di carattere interdisciplinare e susciti la riflessione sulle motivazioni profonde che portano alla generosità verso gli altri.

A CHI ANNUNCIARE

Agli studenti delle scuole superiori; saranno però coinvolti anche i docenti, il personale tecnico-amministrativo e le famiglie.

COME ANNUNCIARE

Il *primo livello di annuncio* è la fase di ideazione e progettazione del percorso: occasione per avvicinare quanti (studenti e insegnanti) già condividono una scelta di fede, stimolandoli ad una presenza più significativa, nella riscoperta del loro ruolo di testimoni.

Il *secondo livello di annuncio* sarà il coinvolgimento di altri, anche più lontani dalla fede, ma sensibili alle sofferenze del mondo. Insieme sarà possibile tradurre l'intuizione originale, integrando i percorsi didattici previsti dal curriculum formativo della scuola.

Il *terzo livello di annuncio* è la presentazione e l'attuazione della proposta, sia a livello di classe che a dimensione d'istituto. Nella scuola esistono molte opportunità per veicolarla: il contatto personale, durante la ricreazione, per spiegare il "perché" dell'iniziativa; il giornale d'istituto; l'assemblea di classe/istituto; il collegio docenti; le lezioni di storia, geografia, economia, religione...

L'annuncio si manifesta infine nelle proposte e nei momenti di incontro programmati, oltre che nell'impegno concreto a raccogliere fondi/materiali. È legato al contatto diretto con chi ha proposto l'iniziativa, ma anche con testimoni autorevoli, che hanno visto da vicino la povertà e l'hanno letta con gli occhi della fede.

ORGANIZZAZIONE

DURATA DELL'INIZIATIVA

La raccolta di denaro o materiali per iniziative di solidarietà con il Terzo Mondo può concentrarsi negli ultimi due mesi dell'iniziativa. Il percorso didattico-formativo dovrebbe comprendere l'intero anno scolastico.

RISORSE UMANE

È necessario avere un gruppo promotore, meglio se composto da insegnanti e studenti insieme, coordinato dall'équipe diocesana. In alcuni istituti vi sono gruppi già organizzati di associazioni o movimenti che possono rivestire tale ruolo; in ogni caso, essi sono da coinvolgere. Secondo le norme vigenti, un gruppo di 20 allievi in un istituto superiore può accordarsi per proposte e iniziative nella scuola, formulando una richiesta scritta al Consiglio d'Istituto e al Dirigente scolastico; se con loro sono degli insegnanti, è possibile realizzare anche un percorso didattico. Possono essere promotori, insieme agli studenti, gli insegnanti di religione e tutti gli insegnanti sensibili all'argomento.¹

LOGISTICA

Molte scuole hanno una stanza per le attività studentesche o come sede del giornalino d'istituto: potrebbe essere il punto di partenza operativo dell'iniziativa.

Serve avere a disposizione un PC con tutti gli accessori, ma anche una bacheca per gli avvisi ed i luoghi dove raccogliere i materiali o il denaro. Attenzione dunque alle normative di sicurezza, al regolamento della scuola, alla possibilità di accesso a tali ambienti.

RETE

La rete interna è costituita dal gruppo promotore di studenti e insegnanti. Bisogna cercare la collaborazione del personale non docente per gli aspetti pratici (chiavi, disponibilità pomeridiana...). Anche il comitato genitori o l'Associazione Genitori sono certamente una risorsa importante e possono costituire un elemento di "pressione" sul Consiglio di Istituto in ordine all'approvazione dell'iniziativa.

Al fine di individuare il progetto cui destinare i fondi raccolti, si considerino il Centro Missionario diocesano, la Caritas, il Servizio di Volontariato

Internazionale, gli Istituti religiosi presenti in diocesi. È importante finalizzare la raccolta ad un obiettivo concreto, visibile e rendicontabile: l'adozione a distanza di bambini, la dotazione di strumenti per un'aula scolastica (banchi, sussidi...), la realizzazione di infrastrutture necessarie per vivere in un villaggio (un pozzo, un'infermeria...).

Per dare voce, si possono coinvolgere i media, gruppi locali di artisti, musicisti, altre associazioni disponibili a collaborare.

CONTESTO

La scuola è un luogo significativo di vita per i ragazzi, occasione di socialità, di incontro. Non mancano stimoli interessanti e proposte: pensiamo a quanto si è sviluppato, dopo la stagione dei "Progetti giovani" (anni '90) e con l'autonomia (L 59/1997 e DPR 275/1999): giornali studenteschi, gruppi teatrali, giornate della creatività, rassegne, gemellaggi, stage, progetti europei...

L'UNESCO², individuando i pilastri dell'educazione per i sistemi scolastici, definisce "l'imparare a vivere con gli altri" un obiettivo primario affinché scuola sia un "passaporto per la vita" per i giovani. L'Europa e la mondialità, il lavoro, la pace e la guerra, gli scenari dell'informazione e della globalizzazione, le attese per il futuro... sono temi che, in forme e modalità diversificate, oggi i ragazzi affrontano e approfondiscono grazie all'esperienza scolastica. Il percorso proposto può quindi inserirsi coerentemente negli obiettivi di educazione alla cittadinanza e alla partecipazione, oggi ineludibili.

Lo Statuto delle Studentesse e degli Studenti (DPR 24 giugno 1998, n. 249) definisce la scuola come "comunità di dialogo, di ricerca, di esperienza sociale", che opera per la formazione alla cittadinanza attiva e solidale.³

Gli spazi di dialogo con il territorio che l'autonomia offre sono da valorizzare: accordi, convenzioni, partnership, tirocini, crediti formativi... sono ottime occasioni di dialogo, nel rispetto reciproco e nell'attenzione al linguaggio e ai tempi propri delle istituzioni.

¹ Da molti anni l'educazione alla mondialità è un elemento qualificante l'esperienza scolastica; segnaliamo, ultima in ordine cronologico, la Direttiva del Ministro della P.I. del 16/10/2006 prot. 5843 "Cittadinanza democratica e legalità", che ha espliciti riferimenti ad una cittadinanza solidale, planetaria.

² Cfr UNESCO, *Nell'educazione un tesoro*, Armando, Roma 1997.

³ Cfr www.pubblica.istruzione.it/argomenti/studentionline/diritti_doveri/default.htm

ATTIVITÀ

PRIMA

La partenza del progetto. Poiché la scuola ha tempi propri di organizzazione e pianificazione, sarebbe opportuno muovere i primi passi alla fine dell'anno scolastico precedente l'attuazione dell'iniziativa, o, al limite, nel mese di settembre, non appena si avviano le attività scolastiche.

Si costituisce il gruppo promotore (i più adatti possono essere gli studenti di terza e quarta, non ancora con la testa negli esami, e sufficientemente a conoscenza delle dinamiche interne alla scuola), con la partecipazione anche di qualche insegnante (vedere il paragrafo "Risorse umane").

L'obiettivo è stabilire a chi destinare la raccolta di fondi o materiali, pensare ad eventi e azioni per sensibilizzare, suggerire connessioni con gli obiettivi formativi e didattici della scuola, darsi tempi precisi, tradurre le decisioni in un progetto scritto da sottoporre al Consiglio d'Istituto.

La "missione" del gruppo. Tenendo sempre presente che i primi destinatari dell'annuncio sono i promotori stessi, il gruppo potrebbe, almeno nei tempi "forti" (Avvento e Quaresima), ritrovarsi settimanalmente al mattino per un appuntamento di riflessione o preghiera, magari a tema missionario. Nel gruppo promotore è inoltre da rafforzare e sostenere la preparazione culturale e la motivazione; si potrebbe invitare un testimone missionario, laico o religioso del Centro Missionario (o di altra realtà che abbiamo coinvolto).

Per quanto riguarda i contenuti, oltre agli approfondimenti proposti in apertura, si può utilizzare l'"icona" biblica di Mc 14, 6 sg. (la donna di Betania che lava i piedi di Gesù, compiendo un'opera "bella" verso di lui) ed il CdG2 (*Economia e sviluppo dei popoli*, pp. 369-370; *Costruttori di giustizia nella carità*, pp. 382-386).

La divulgazione della proposta. È forse questa la fase che richiede attenzione maggiore; non si tratta semplicemente di presentare una delle tante iniziative di solidarietà, bensì di far trasparire il perché di questo progetto, e del conseguente impegno. Dopo aver parlato con il Comitato degli studenti, i Consigli di classe... si affiggeranno nella scuola delle locandine ben visibili, che descrivano l'obiettivo concreto ("vogliamo dare un pozzo ad

un villaggio che ha sete"... "tutti i ragazzi nel mondo hanno diritto alla scuola, anche quelli di...").

DURANTE

A seconda dell'ampiezza del coinvolgimento e delle forze a disposizione, si possono modulare azioni che coprano l'anno scolastico o solo un periodo particolare. La proposta minima deve certamente comprendere una raccolta di fondi, o meglio di materiali (quaderni, penne, libri, o generi alimentari a lunga conservazione - su questo saranno i referenti del progetto a dare indicazioni e suggerimenti), con la richiesta di un impegno concreto degli studenti (un campo di lavoro, un'esperienza di volontariato per raccogliere fondi).

È necessario che le attività concrete siano precedute da un incontro nel contesto dell'Assemblea di istituto, dove dedicare uno spazio per presentare la realtà per cui si chiede la collaborazione (utilizzare un filmato, un powerpoint od un testimone).

Il progetto può prevedere ulteriori iniziative:

- una tavola rotonda sui temi della povertà, della giustizia dello sviluppo;
- un concerto di solidarietà;
- una ricerca sul tema della povertà, dell'emarginazione e delle soluzioni possibili a tali problemi;
- un giorno ogni settimana, in Quaresima, per pranzare, in mensa, "come" i poveri (un pugno di riso e una patata);

Se si vuol collocare ancor più la proposta nella quotidianità della scuola, è importante cercare di "incidere" anche nei programmi scolastici, coinvolgendo gli insegnanti di geografia, storia, economia, diritto, religione e scienze. Sono molte le discipline che possono avere ad oggetto di studio i paesi poveri, i conflitti, o i meccanismi che generano gli squilibri.

Il progetto potrebbe prevedere, a conclusione, un viaggio (durante l'anno scolastico come viaggio d'istruzione, o all'inizio dell'estate se non fosse possibile prima) in cui un gruppo di studenti potrebbe recarsi nel luogo "adottato" a consegnare direttamente il denaro o i materiali raccolti.

DOPO

È necessaria una restituzione di informazioni a tutti, sia con un manifesto, sia con un incontro

pubblico: si deve rendicontare circa la quantità di denaro e materiali raccolti ed il loro utilizzo. È importante avere a disposizione anche una testimonianza diretta (una lettera, un filmato...) dall'associazione o dal missionario che sono stati aiutati. È inoltre necessario presentare una relazione scritta al Consiglio di Istituto e al Collegio Docenti, per la valutazione del percorso, con particolare attenzione alle "ricadute" didattiche. Potrebbe essere la premessa per una ripresa, l'anno seguente, dell'iniziativa.

Se si è riusciti ad organizzare il viaggio, si può fare una "festa" al rientro dei compagni che sono andati in missione: loro potranno raccontare ciò che hanno incontrato, mostrando immagini che sono più efficaci ed eloquenti di qualsiasi altro messaggio.

Il gruppo promotore non si deve disperdere: potrebbe diventare l'animatore di altri eventi missionari, o comunque di una sensibilità nella scuola. Se poi ha mantenuto la pratica della preghiera comune, sarà il motore per molti altri annunci.

POST-IT

- Per la raccolta di fondi o di materiali è fondamentale essere "trasparenti": dichiarare l'obiettivo che si vuole raggiungere e rendicontare in modo visibile e sempre aggiornato lo stato della situazione.
- Le esperienze e le dimensioni di una scuola superiore possono variare, gli indirizzi scolastici sono molteplici; di conseguenza, la proposta potrà adattarsi, ampliarsi o ridimensionarsi, secondo le necessità. In ogni caso non dovrà limitarsi alla sola raccolta di denaro.

- Bisogna rispettare le regole della scuola: se le attività si svolgono in orario scolastico, è necessario che vi siano apposite autorizzazioni. Si possono cercare anche collaborazioni con realtà, quali l'Ufficio Scolastico Provinciale, la Provincia, la Consulta Studentesca provinciale. Per le assemblee, bisogna ricordare che ogni classe ha diritto a due ore mensili di incontro, previa autorizzazione del Dirigente, su presentazione di uno specifico ordine del giorno. Gli studenti hanno diritto, inoltre, a quattro ore mensili di assemblea d'istituto, con la stessa procedura di richiesta.

- Nelle scuole, e anche presso alcuni Uffici Scolastici provinciali, sono già attivi progetti di educazione alla mondialità, alla cittadinanza, alla convivenza democratica. Potrebbero essere un valido apporto per la realizzazione del progetto.⁴

- Qualora si volesse organizzare il viaggio d'istruzione in un paese del Terzo Mondo, bisogna essere consapevoli dei passaggi burocratici, delle autorizzazioni e dei visti, delle assicurazioni e delle vaccinazioni necessarie.

- Adeguata documentazione, supportata da informazioni adatte al contesto scolastico, si può reperire presso associazioni e realtà attive a livello nazionale ed internazionale.⁵

- L'esperienza dell'annuncio, in questa attività rimane sullo sfondo, ma deve essere molto consapevole per coloro che la conducono: sarà importante favorire negli adolescenti le domande: "Perché facciamo questo?"; "Chi glielo fa fare ai missionari di dare la vita per i poveri?". Inoltre sarà importante che nell'attività concreta (la raccolta di fondi o di materiali, l'allestimento di eventuali mostre...) si intrattenga un dialogo che porti a chiedersi cosa centra Gesù in tutto questo.

⁴ Solo come esemplificazione, si segnala il "Progetto Balcani" (scambio fra scuole del Veneto e scuole dei Balcani) reperibile nel sito www.istruzioneveneto.it.

⁵ Tra i siti di realtà particolarmente significative in ordine all'educazione alla mondialità vi sono:

www.caritas.org (Caritas internazionale);

www.focsiv.org (organizzazioni di volontariato internazionale d'ispirazione cristiana);

www.santegidio.it (Comunità di Sant'Egidio);

www.savethechildren.it (adozioni a distanza).

Schede per Diocesi

4

Time Out

L'annuncio nel mondo dello sport

Una giornata dedicata agli sportivi. Ai giovani che praticano sport, ai loro allenatori, ma anche semplicemente a quanti trascorrono le domeniche accompagnando i teen-agers fra campi di calcio e palazzetti dello sport. Una giornata per incontrarsi, per celebrare la propria passione sportiva, ma soprattutto per annunciare a tutti che lo sport e l'attività sportiva possono diventare luogo di esperienza di fede e di incontro con il Signore della vita e che i campioni o le gare non possono essere degli "assoluti", degli idoli o la finalità dell'agire.

I grandi eventi sportivi, con i loro campioni, rischiano di venire trasformati in "divinità" a cui molti giovani si ispirano (gli ultras, ma anche quanti cercano nella carriera sportiva una ragione di senso per la propria vita). L'annuncio deve essere capace di far cogliere che lo sport è una bella esperienza, un momento importante di condivisione, di divertimento, di espressione delle proprie potenzialità, e che può diventare occasione anche per qualcosa di più profondo, di più grande.

A CHI ANNUNCIARE

A tutti gli sportivi che avranno voglia di condividere questa esperienza, con un'attenzione particolare ai giovani e ai giovanissimi, che trovano nello sport un'occasione di riscatto, un momento dove esprimere la loro voglia di "vita", ma che spesso faticano a trovare un senso più profondo a questa loro esperienza. L'annuncio sarà rivolto anche agli allenatori e a tutti coloro che vivono lo sport come un'occasione educativa e di "volontariato" e che possono così riflettere sul senso del loro impegnarsi.

COME ANNUNCIARE

I diversi momenti che caratterizzeranno l'evento dovranno lasciar trasparire lo "stile" con cui si pratica l'attività sportiva e le motivazioni del pro-

getto: un momento di preghiera, una proposta di riflessione, una testimonianza, alcuni piccoli gesti a margine di altre attività, anche di tipo più squisitamente sportivo.

La modalità di annuncio per eccellenza resta però la testimonianza diretta: il gruppo di quanti promuovono e organizzano la giornata deve far trasparire nei gesti, negli atteggiamenti, nello stile, il "perché" della loro presenza e del loro impegno.

ORGANIZZAZIONE

DURATA DELL'INIZIATIVA

La proposta è di realizzare una "giornata" da dedicare agli sportivi: essa può durare alcune ore, un pomeriggio o un giorno intero; può essere preceduta da una serata introduttiva, o da un breve percorso realizzato nelle settimane antecedenti. Uno degli elementi essenziali della proposta è la scelta del giorno in cui realizzare l'evento. Si può sfruttare un momento "forte" dell'anno liturgico, cogliendo l'occasione del Natale o della Pasqua ("Il Natale dello sportivo" o "La Pasqua dello sportivo"), ma anche utilizzare un appuntamento già presente nel calendario sportivo: la Giornata nazionale dello sportivo (promossa ogni anno dal CONI, che potrebbe essere organizzata e gestita con uno stile "diverso"), l'inizio o il termine dei campionati, la premiazione di un concorso sportivo, la concomitanza con un evento sportivo di grande risonanza.

RISORSE UMANE

Il team che si occuperà di organizzare e gestire l'iniziativa, dovrà essere composto da persone dell'équipe diocesana e dell'Ufficio Diocesano della pastorale del tempo libero e dello sport; dovrà inoltre prevedere la presenza dei rappresentanti delle associazioni sportive di ispirazione cattolica ed anche raccogliere un gruppo di giovani

allenatori o di semplici sportivi, magari scegliendo fra quanti già nelle loro realtà hanno promosso e organizzato occasioni di incontro o momenti formativi. Un'attenzione particolare sarà dedicata a coinvolgere anche persone che praticano sport meno "diffusi", ma che potranno portare un loro contributo e che daranno occasione per contattare altri giovani.

Prima di passare all'azione, il gruppo dovrà necessariamente seguire un percorso di formazione, nel quale lavorare sulle proprie motivazioni interiori, sui contenuti e sullo stile dell'annuncio che si intende offrire ai giovani sportivi. Oltre agli approfondimenti contenuti nella prima parte del sussidio, si può far riferimento all'icona biblica della vita e dei tralci (*Gv 15, 1-17*) ed ai sussidi dell'Ufficio nazionale per la pastorale del tempo libero turismo e sport:

UFFICIO NAZIONALE PER LA PASTORALE DEL TEMPO LIBERO, TURISMO E SPORT, *Parrocchia e pastorale del turismo, dello sport, del pellegrinaggio*, Roma 2003.

UFFICIO NAZIONALE PER LA PASTORALE DEL TEMPO LIBERO, TURISMO E SPORT, Sussidio pastorale *Progetto culturale e pastorale del tempo libero, turismo e sport*, Roma 1999.

UFFICIO NAZIONALE PER LA PASTORALE DEL TEMPO LIBERO, TURISMO E SPORT, Sussidio pastorale *Tempo libero, turismo e sport*, Roma 1993.

LOGISTICA

Il luogo per la giornata dello sportivo non potrà essere scelto a caso: deve "sapere" di sport (una palestra, uno stadio, una pista di atletica...), ma dovrà anche essere funzionale agli eventi che si intendono proporre. Una testimonianza, la celebrazione della S. Messa e l'incontro con un personaggio famoso richiedono spazi e luoghi appropriati. Un ambiente polifunzionale come un centro sportivo potrebbe permettere di organizzare alcune attività in contemporanea (con i destinatari divisi per età o per interessi) e poi di riunire tutti in un unico ambiente per un momento comune.

Alcuni ambienti sono molto affascinanti (lo stadio, ad esempio, evoca passione e aggregazione), ma forse poco funzionali. La scelta dovrà essere fatta anche in riferimento al numero di presenti che si prevede di avere (uno stadio pieno a metà è

"mezzo vuoto") e al periodo dell'anno in cui sarà collocato l'evento.

RETE

Il progetto esige che venga costruita una rete di collaborazioni con quanti già operano abitualmente in ambito sportivo. Il primo riferimento è certamente l'Ufficio diocesano per la pastorale del tempo libero, turismo e sport. Inoltre è fondamentale la collaborazione con le associazioni e i gruppi che promuovono attività sportive, a cominciare dalle associazioni di ispirazione cristiana.

CONTESTO

È lo sport, inteso non come spettacolo da guardare in Tv o allo stadio, ma come esperienza da vivere in prima persona, che assume per ciascuno un particolare valore. La pratica sportiva è molto importante per tanti adolescenti e giovani, che vi dedicano una consistente parte del loro tempo libero: è un momento "di vita" nel grigiore delle giornate lavorative o scolastiche, un'occasione di riscatto in cui poter esprimere le proprie abilità, un momento di socialità per coltivare amicizie. Spesso però la "voglia di vita" da cui scaturisce la pratica sportiva si scontra con ambienti e situazioni dove lo sport perde i propri valori per diventare pretesto di rivendicazioni, occasione di scontro e non di incontro. L'obiettivo dell'iniziativa è quello di rilanciare i valori propri dello sport, e di andare oltre, per...

...vivere lo sport e starci da "testimoni fedeli e consapevoli" del Risorto... impresa che assume i contorni della provocazione, se non dell'assurdo, ma che parte dalla convinzione che è possibile essere cristiani nello sport. E a tutti i livelli agonistici, sia quelli più "leggeri" e ludici dei nostri campi oratoriani o associativi, sia quelli più "pesanti" e professionali dei nostri stadi delle serie maggiori. La Parola non soffre di "confini", recando in sé una potenza penetrante e persuasiva oltre le ragionevolezza umane. L'esperienza ci dice che è sintomaticamente nella debolezza che si aprono le vie dell'annuncio e dell'accoglienza ispirate dalla Parola che salva.
(Mons. Carlo Mazza)

ATTIVITÀ

PRIMA

Un evento a carattere diocesano chiede di essere calendarizzato e definito con molto anticipo, tanto più se gli interlocutori sono le realtà e le persone del mondo dello sport, che hanno calendari molto fitti (campionati, meeting, tornei...), su tutto l'arco dell'anno. Il primo compito del gruppo, una volta costituitosi, sarà quello di definire la data dell'evento, il momento opportuno in cui proporre la giornata.

Se si sceglie di legare l'appuntamento ad un momento particolare dell'anno liturgico, i tempi di programmazione e pubblicizzazione della proposta saranno già vincolati. Scegliendo invece di collocare la giornata in una data diversa, sarà fondamentale chiedersi e condividere i motivi del giorno scelto.

La fase successiva del lavoro sarà quella di stendere una bozza di programma, da cui partire per definire il luogo adeguato e l'elenco delle persone da coinvolgere. L'attenzione dovrà essere posta in modo particolare ai destinatari: ovvero i giovani sportivi (è più facile immaginare proposte per i bambini o per le famiglie, ma in questo caso essi non sono obiettivo prioritario). È utile considerare anche le differenze fra adolescenti e giovani. Si potrebbe addirittura decidere di realizzare due proposte su misura per ciascuna fascia d'età, in giorni o luoghi diversi.

Parallelamente al percorso di programmazione e alla predisposizione di ogni momento della giornata, il gruppo dovrà dedicarsi alla pubblicizzazione dell'iniziativa, cercando di utilizzare i canali comunicativi più vicini a chi pratica attività sportiva: i notiziari delle associazioni, la pagina sportiva di un quotidiano locale, il sito web che il lunedì mattina pubblica i risultati dei campionati dilettantistici. Oltre a ciò, si può mettere in programma un lavoro di contatto diretto, presso le palestre e gli impianti sportivi. È l'occasione per "vedere in faccia" le persone ed iniziare a costruire la relazione interpersonale che è fondamentale per l'annuncio.

Il lavoro di contatto potrà consentire di allargare il gruppo dei collaboratori. Per gestire un grande appuntamento, il gruppo di base dovrà progressivamente allargarsi, coinvolgendo altri giovani che siano disponibili a seguire gli aspetti logistici e ad essere presenti come volontari durante lo svolgimento della giornata.

DURANTE

L'evento può svolgersi in luoghi e con durate diversi: una piazza in cui dove si alternano gare sportive e si celebra poi la S. Messa; un percorso fra le vie della città, dove di tanto in tanto ci si ferma ad ascoltare una testimonianza, una lettura, una riflessione; una palestra, nella quale si assiste ad una partita e poi si ascolta la testimonianza degli atleti. Si può anche immaginare un grande centro sportivo, dove si alternano gare di diverse discipline, anche in contemporanea, con la presenza di proposte di tipo formativo e informativo: una giornata che inizia e si conclude con un momento comune, di celebrazione e di condivisione.

Fra le molteplici possibilità a disposizione, alcuni momenti non possono essere comunque trascurati, perché sono quelli che danno "spessore" alla manifestazione:

- la presenza di testimoni privilegiati: non deve essere per forza un personaggio famoso; può andar bene anche l'allenatore "della porta accanto", che sappia però annunciare il suo modo speciale di vivere e pensare lo sport;
- l'incontro con il vescovo: durante la celebrazione eucaristica o in un momento di preghiera comune; all'inizio della giornata, per ricevere il "mandato", oppure al termine, per condividere il lavoro svolto insieme;
- la proposta di "evento" sportivo, un momento dove si vive lo sport e ci si incontra per giocare insieme.

DOPO

La giornata dello sportivo deve avere un seguito, diventando l'occasione per costruire una relazione da coltivare nel tempo, attraverso una consuetudine di incontri, di occasioni nelle quali ritrovarsi, di momenti dedicati a guardare al di là della partita. I giovani che praticano attività sportiva hanno il vantaggio di essere facilmente individuabili e raggiungibili: agli allenamenti, alle gare, ai "ritiri" delle squadre. Nelle settimane e nei mesi seguenti si possono invitare ad altre proposte (ad esempio "nord sud ovest est"), organizzare presso le sedi delle diverse società sportive altri momenti di testimonianza e di incontro, oppure proporre agli allenatori un percorso di formazione, che li aiuti a prendere consapevolezza del loro ruolo educativo e di testimonianza.

POST-IT

- Che cosa significa annunciare il Vangelo nel mondo dello sport? L'esperienza propone diverse modalità: la testimonianza di fede dei campioni; il sostegno educativo perché si possano vivere nella pratica sportiva i valori cristiani; l'annuncio evangelico rivolto dalla comunità cristiana ad atleti e sportivi normalmente indifferenti alla fede.
- "Sportivi" non vuol dire solo "calciatori"; il mondo dello sport è molto più ampio: pallavolo, pallacanestro, ciclismo... ma anche discipline meno conosciute, come scherma, nuoto, tiro con l'arco, atletica, arti marziali, rugby, canoa... Ogni territorio ha le proprie tradizioni sportive. Prima di iniziare il progetto è importante fare un censimento di tutte le realtà presenti e delle persone disponibili a collaborare.
- Le varie discipline sportive coinvolgono giovani di età e sesso diversi. Diversificare la tipologia degli interlocutori e dei collaboratori permetterà anche di interessare giovani di tutte le età (soprattutto le giovanissime, che hanno un legame con l'attività sportiva più labile rispetto a quello dei coetanei).

- Lo sport vive di campioni e personaggi di grande popolarità. Soprattutto per i più giovani, la testimonianza di uno sportivo famoso (anche semplicemente a livello locale) può essere l'occasione per interrogarsi sui temi fondamentali della propria esistenza, la "finestra" da cui guardare al di là dei miti (il successo, il denaro, la fama, ...) che il mondo dello sport abitualmente offre.
- La manifestazione può svolgersi in un luogo ben definito, ma anche in uno spazio aperto: la giornata dello sportivo può diventare una camminata, una marcia non competitiva (attraverso luoghi simbolici), che poi si concluda in cattedrale, in un santuario o in un parco.
- Lo sport è oggetto anche delle attenzioni e delle preoccupazioni degli amministratori locali e di molte associazioni di volontariato, che vi riconoscono un'occasione educativa di notevole spessore. È importante valutare le possibilità di collaborazione con queste realtà, che non condividono il compito di annunciare la Parola, ma che potrebbero essere incoraggiate e sostenute nella loro attenzione educativa verso i giovani.



Schede per Diocesi

5

Cassa di risonanza

L'annuncio nei centri commerciali

La proposta è quella di utilizzare il centro commerciale come cassa di risonanza, amplificatore dei messaggi, luogo di offerta di occasioni di riflessione, per far nascere il desiderio di approfondire, per comunicare messaggi di fede, per informare su eventi diocesani/parrocchiali per giovani, per lanciare un invito, per dare vita a una relazione, per diffondere e dare voce ai contenuti elaborati nelle altre attività del cammino dell'*Agorà dei giovani italiani* (sia a livello diocesano che parrocchiale).

L'attività prevede l'allestimento di un "punto di annuncio" o meglio di una "cassa" di risonanza: uno stand presso cui fermarsi, un corridoio da attraversare, una tenda... all'interno o all'esterno del centro commerciale.

A CHI ANNUNCIARE

Ai giovani frequentatori del centro commerciale (ma anche ai clienti, al personale e a tutti coloro che hanno a che fare con questa realtà).

COME ANNUNCIARE

In un centro commerciale, l'annuncio, per essere ascoltato, deve assumere la forma dello "spot": breve, ma forte ed efficace, adottando un linguaggio chiaro, immediato, sintetico, pregnante ed emozionante, al fine di imprimersi nel poco tempo disponibile per comunicare con gli avventori. Sia che venga trasmessa un'informazione, sia che venga rivolto un invito, sia che si "racconti" un'esperienza, è necessario non trascurare questo principio basilare, pena il non essere incisivi. L'intento, in sostanza, è di catalizzare pensieri ed emozioni dei giovani su valori, scelte di vita, esperienze e proposte forti, facendo sì che essi ne rimangano positivamente colpiti. Una comunicazione che faccia riflettere e costruisca occasioni di ulteriore incontro, per iniziare un cammino in relazione con altri. Il messaggio può essere offer-

to direttamente (tramite il contatto faccia a faccia) e/o indirettamente (attraverso video, CD, volantini, manifesti, biglietti scritti a mano, giornalini, fotografie, testimonianze, musica, arte...), nelle forme più svariate e nei linguaggi più diversi.

È necessario, in primo luogo, selezionare accuratamente i contenuti e fare in modo che il gruppo organizzatore si confronti circa il tipo, il contenuto e la forma di messaggio, anche prendendo spunto dal lavoro di ascolto (scheda "Ciack si gira") effettuato nell'anno precedente, il quale dovrebbe aiutare a focalizzare le domande di senso presenti nel mondo giovanile.

Deve essere questa un'occasione per avvicinare, invitare, indirizzare, stimolare, informare, sia quanti si sentono "vicini" e già condividono una scelta di fede, sia quanti si sentono un po' "lontani", sia quelli che si definiscono "lontani".

Il senso di questa azione è dire che Gesù "c'entra con la tua vita"; dire che ci sono persone "come te" che hanno scommesso, stanno cercando o hanno trovato un senso; dire che nel mondo "accade il bene" e che anche noi ne possiamo essere i protagonisti; dire, infine, che questa ricerca va compiuta insieme ad altri. *Nel cercare risposte alle nostre numerose domande, spesso pensiamo di doverci muovere da soli... I due giovani del Vangelo cercano insieme e insieme vengono introdotti all'incontro con Gesù. (CdG2, p. 24)*

ORGANIZZAZIONE

DURATA DELL'INIZIATIVA

I periodi generalmente più indicati sembrano essere quelli dell'Avvento e della Quaresima; sarà comunque necessario sincronizzarsi con i gruppi che realizzano le altre iniziative, se le si vuole pubblicizzare e rendere note.

I tempi sono stabiliti a seconda degli obiettivi, dei tipi di messaggio, della funzione del "punto di annuncio / cassa di risonanza". L'iniziativa può durare qualche giorno o anche qualche settimana.

na, ma certamente deve ripetersi durante l'anno, per essere davvero incisiva, e possibilmente ripresentarsi ogni volta sotto lo stesso logo o comunque con lo stesso "look". Una settimana o un week-end lungo (dal giovedì al sabato) possono essere un periodo adeguato e sufficiente di presenza; meglio ancora se si è presenti durante i periodi promozionali (3x2, saldi...) e se si riesce ad ottenere uno spazio informativo sui fogli pubblicitari diffusi dal centro commerciale per queste occasioni.

L'attuazione può avvenire da dicembre in poi, ma la fase di preparazione e di organizzazione dovrà iniziare verso la fine dell'estate, sia per programmare il lavoro, sia per prendere gli opportuni accordi con i responsabili dei centri commerciali, che in genere ospitano anche altre iniziative no-profit. Per evitare sovrapposizioni e/o per garantirsi gli spazi adeguati è quindi importante muoversi per tempo.

RISORSE UMANE

È necessario creare un gruppo di lavoro, una piccola équipe di riferimento a cui si affiancano i gruppi dei volontari che gestiscono direttamente l'attività presso il centro commerciale. Molto dipende dalle dimensioni e dal numero di centri commerciali contattati.

Il gruppo base comprende alcune persone dell'équipe diocesana, i giovani di qualche parrocchia (meglio se quelle vicine ai centri commerciali) e alcuni membri di associazioni e movimenti che hanno scelto di collaborare al progetto. È importante prevedere la presenza di un sacerdote. Non dimenticarsi, infine, di cooptare qualche giovane esperto di video, grafica, musica, informatica...

Il gruppo di lavoro avrà cura di coinvolgere tutte altre persone, che potranno collaborare nelle fasi operative o portare la loro testimonianza. Utile, per esempio (ed anche interessante, poiché spesso si tratta di giovani) il coinvolgimento del personale del centro commerciale.

LOGISTICA

È centrale la realizzazione fisica della "cassa di risonanza / punto di annuncio"; bisogna arrivare a stabilire quali materiali servono, come si co-

struisce, le regole e le tecniche di funzionamento, quante persone sono necessarie ogni giorno. Lo spazio potrà essere più o meno strutturato, secondo il tipo di comunicazione. Se, ad esempio, si distribuiscono dépliant, avvisi, inviti, CD, giornalini e materiali in genere... la struttura potrà essere leggera (tipo *totem*); diverso invece sarà uno *stand* nel quale fruire un video-messaggio o una breve testimonianza. Si potrebbe pensare anche ad una serie di panchine nel corridoio centrale, verso le quali attrarre con messaggi-spot e presso le quali contattare chi si siede. Altra possibilità è quella di installare uno *scaffale dell'annuncio*, da utilizzare come punto di attrazione/esposizione. Una possibilità di grande impegno è dotarsi di un *chiosco* (tipo edicola circolare) permanente, che rimanga installato per tutto l'anno di attività. È preferibile, in ogni caso, scegliere una collocazione in prossimità degli ingressi.

Per il coinvolgimento delle persone si può chiedere che alle casse vengano distribuiti "*buoni gratis per un minuto di ascolto*"; in alternativa, i buoni potranno essere distribuiti agli ingressi. Nel periodo di svolgimento dell'iniziativa, si può proporre una particolare stampa sulle buste del centro commerciale, oppure distribuire volantini nel parcheggio, oppure apporre sui carrelli un invito a "*passare alla Cassa di risonanza*", a "*riscuotere gratis un minuto di annuncio*", a "*regalarsi un minuto di ascolto*".

La visibilità è fondamentale, quindi è necessario studiare bene l'immagine dal punto di vista grafico (colori, slogan, totem, stampe...).

La struttura deve essere facilmente richiudibile nelle ore di non funzionamento, o asportabili qualora non sia installata stabilmente. Lo stesso dica si del materiale, che andrebbe riposto quando lo stand non è in funzione.

RETE

Conditio sine qua non per la realizzazione del progetto è la collaborazione dei responsabili del centro commerciale. In alternativa, l'iniziativa potrebbe cercare il sostegno delle associazioni dei commercianti e svolgersi nelle piazze e nelle vie della città. In questo caso, sarà necessario contattare il Comune per le dovute autorizzazioni, e l'Assessorato alla cultura per un'eventuale cooperazione.

Per quanto riguarda i contenuti dei messaggi di annuncio è possibile che associazioni, gruppi, parrocchie abbiano materiali ed esperienze utili e forse già predisposti per essere comunicati e/o distribuiti; anche sui siti internet si possono reperire materiali di sensibilizzazione.

CONTESTO

Il centro commerciale raccoglie molti giovani, senza particolari distinzioni. Esso è uno dei classici "non-luoghi": una volta entrati, si diventa tutti indifferente clienti-avventori-consumatori e si viene immersi in un ruolo ed in una dinamica spersonalizzanti. Non ci si aspetta un contatto "vero" e si accettano passivamente le regole imposte dal contesto indipendentemente dal loro significato: *obbligo di cauzione per il carrello; prendi quello che vuoi, anche più di quanto ti serve, soprattutto se costa meno; cambia idea quando ti pare; non rimettere in ordine, tanto ci sono gli inservienti; chiedi pure indicazioni e consigli al personale; fai per bene la fila alla cassa; quando hai pagato la responsabilità della merce diventa tua; la guardia ti può controllare; esci e riponi il carrello; se sei insoddisfatto entro sette giorni restituisci...*

Il contatto umano è "toccata e fuga": difficilmente si entra in relazione con gli altri se non quando ci si incrocia col carrello o davanti ad uno scaffale o alla cassa, e comunque piuttosto distrattamente e spesso con diffidenza. A differenza dei luoghi turistici, il centro commerciale è un luogo usa-e-getta: si ricordano gli acquisti fatti soltanto se gli oggetti sono di qualche importanza.

Il linguaggio del centro commerciale è veloce ed efficace, i suoi messaggi sono grandi, colorati e immediati, perché chi entra ha già un proprio obiettivo e attrarne l'attenzione è determinante.

Il tempo per il centro commerciale spesso è "budgettato": strettissimo oppure virtualmente infinito; ciascuno lo vive a modo proprio, con stress o rilassato.

ATTIVITÀ

PRIMA

La partenza del progetto. Possono essere tre le modalità di utilizzo della "cassa di risonanza":

1) divulgare materiale e informare circa le iniziative diocesane per l'Agorà dei giovani;

2) diffondere messaggi di annuncio o pubblicizzare le "buone prassi" attraverso materiale già predisposto e pronto all'uso;

3) costruire e comunicare messaggi ad hoc, i cui contenuti vengono decisi ed elaborati dal gruppo di lavoro.

Tali azioni non sono esclusive, anche se ciascuna di esse comporta differenti modalità di preparazione e di attuazione.

Il primo passo da fare è prendere contatto con i responsabili dei centri commerciali o dei luoghi scelti per attuare l'iniziativa, così da avere certezza circa la disponibilità degli spazi da utilizzare.

Già dall'estate si dovrà prendere contatto con le persone e le realtà da coinvolgere nell'iniziativa. È importante convocare entro il mese di settembre un primo incontro con i referenti individuati e i giovani disponibili a collaborare. Il gruppo dovrà darsi una scaletta di lavoro, una periodicità di incontro che diventa consuetudine e permette a tutti di avere la percezione del percorso che si sta costruendo insieme.

Entro fine novembre (se si vuole sfruttare il periodo natalizio) si deve aver già ipotizzato il programma della proposta ed individuato i possibili temi, le forme di comunicazione dei messaggi...

Il periodo immediatamente successivo sarà dedicato a rendere operative le decisioni prese.

La "missione" del gruppo. Il gruppo di lavoro dovrà "lavorare" anche su stesso e sui giovani che riuscirà a coinvolgere come collaboratori. Se infatti l'annuncio accade nella relazione interpersonale, è fondamentale che i giovani "annunciatori" possano crescere nella competenza relazionale e consapevolezza del loro compito, attraverso la proposta di appositi incontri di preparazione. In essi, è importante che il gruppo si interroghi non solo sulle modalità, ma soprattutto sul contenuto dell'annuncio ed il protagonismo dello Spirito. L'équipe deve predisporre la strategia complessiva per il tipo di comunicazione: definire il "protocollo" di approccio, come avvicinare le persone, cosa dire...

Oltre agli approfondimenti contenuti nella prima parte del sussidio, può essere utile riferirsi al *CdG2 (Quel giorno si fermarono presso di lui, pp. 23-26; Parlava loro in parabole, pp. 61-64)* e all'icona biblica dell'annuncio del Regno mediante parabole

(Mt 13). Il linguaggio di quelle narrazioni evangeliche è intriso della realtà quotidiana vissuta dalle persone; è pieno di immagini, emozioni, situazioni e personaggi in cui gli ascoltatori potevano con facilità identificarsi e con i quali confrontare il proprio vissuto, lasciandolo illuminare dalla novità dell'annuncio. Gesù sa destare la curiosità e il desiderio della gente; interpella la loro ricerca di senso; offre una prospettiva di salvezza, chiamando le persone a mettersi in gioco.

La divulgazione della proposta. Si dovranno studiare con cura anche le modalità di diffusione dell'iniziativa, così come indicato nel precedente paragrafo "logistica". Se possibile, sarebbe bene che il progetto venga reclamizzato tramite le radio o i quotidiani locali, e che successivamente appaia nei notiziari degli stessi mezzi di informazione.

DURANTE

In base alle tre suesposte modalità di utilizzo della "cassa di risonanza", bisogna considerare alcuni aspetti dell'iniziativa.

Efficacia. In generale, perché una comunicazione possa dirsi efficace, chi riceve il messaggio dovrebbe potersi identificare con chi lo sta comunicando; la modalità di comunicazione non può quindi prescindere dall'individuazione dei destinatari.

Contenuti e strumenti. Se il contenuto della comunicazione riguarda le iniziative diocesane, la divulgazione potrà assumere il carattere sia di invito alla partecipazione, sia di diffusione del materiale prodotto dagli altri progetti. In entrambi i casi, occorre essere sincronizzati con gli altri gruppi di lavoro.

Detto ciò, se si punta alla diffusione pubblicitaria delle iniziative diocesane, si ponga attenzione a che l'approccio non risulti anonimo: non si tratta di un semplice volantinaggio, ma di un contatto personale per invitare i giovani ad un'occasione importante per sé e per gli altri. Deve trasparire quanto sia bello entrare in contatto con un'esperienza che fa bene.

Se invece si punta alla divulgazione dei messaggi prodotti da altre iniziative, si metta in conto un lavoro di revisione e adattamento, per renderli idonei al contesto particolare del centro commerciale. Se il messaggio viene "confezionato" sotto forma

di spot (testuale, grafico, iconico, video, musicale, ecc.), bisogna dotarsi dei relativi supporti tecnologici. Se si opta per un messaggio di tipo diretto (faccia a faccia), sarà buona cosa coinvolgere i giovani che hanno originariamente prodotto quel contenuto, affinché l'annuncio sia anche testimonianza e condivisione di un percorso vissuto.

Elaborare e diffondere ex novo un messaggio di annuncio può avvenire in qualsiasi momento dell'anno, anche se sono preferibili i periodi forti dell'Avvento e della Quaresima. Il gruppo di lavoro deve selezionare i contenuti dei messaggi, stabilendo quindi con quali linguaggi comunicarli e con quali supporti diffonderli.

Mantenere aperto il canale. L'incontro con i giovani può essere anche l'occasione per raccogliere recapiti per futuri collegamenti via sms o email; si può anche consegnare un volantino che riporti alcune attività giovanili e fornisca contatti telefonici o web, per rimanere informati delle iniziative future e stabilire nuove relazioni.

Lo stile. Uno degli aspetti da curare in modo speciale è lo "stile" di accoglienza e di vicinanza: l'annuncio chiede ai giovani di essere accoglienti e coinvolgenti, attenti a quanti si avvicinano e rispondono alla proposta; allo stesso tempo esige un'attenzione particolare ad evitare l'invasione tipica di chi confonde l'annuncio con il proselitismo. Obiettivo è incontrare e comunicare, non "raccogliere adepti" per la causa, per quanto buona essa sia.

Va tenuto presente che il primo annuncio è la testimonianza personale. La presenza di giovani che evidenziano un comportamento anticonformista rispetto ai "soliti" clienti diventa un messaggio molto efficace.

Tutti gli spazi e le occasioni proposte si dovranno caratterizzare per far capire a colpo d'occhio che siamo all'interno di un progetto comune. Un pannello dovrà spiegare chi e perché ha organizzato l'iniziativa.

DOPO

L'équipe che ha realizzato l'iniziativa è una risorsa da non perdere. Si può decidere che inizi subito a pensare ad una proposta per l'Avvento dell'anno successivo, o che inventi qualche altra modalità per essere presente in modo nuovo sulle strade e

sulle piazze.

Per i giovani destinatari dell'annuncio, è necessario aprire alcune prospettive di continuità. Si può trattare di un invito a partecipare a gruppi o associazioni già presenti sul loro territorio di appartenenza, o la proposta di "riavvicinarsi" alle proprie parrocchie di origine. Può succedere che, durante gli incontri di contatto, si sia lasciato uno spazio (una locandina, o un minuto di chiacchiere) per raccontare loro di altre possibilità: un gruppo di volontariato, un'associazione diocesana, un'equipe di lavoro che sta pensando a qualche altra proposta, o semplicemente un luogo di incontro che qualche parrocchia ha da poco attivato.

POST-IT

- La presenza della "Cassa" deve essere visibile (non si deve far fatica a trovarla), efficace (il messaggio deve essere facilmente recepito e compreso), accattivante (chi lo riceve deve potersi identificare), attraente e piacevole.

- È necessario fare in modo che i giovani possano comprendere ciò che viene proposto, scelgano di aderire, abbiano materiale che resti a loro.

- L'annunciatore deve sentirsi libero: non bisogna insistere; se si trova ascolto si prosegue, altrimenti ci si rivolge ad altri.

- Sinteticità: le frasi di approccio, di spiegazione e di conclusione devono essere brevissime e ben preparate.

- Intelligenza: per non perdere di vista quelli che hanno scelto di partecipare basta un timbro sulla mano o un piccolo foglio informativo.

- Astuzia: procurarsi una specie di "claque", un folto (ma non troppo) gruppo di avventori, che appaiano visibilmente contenti di sostare alla "Cassa di risonanza", che prendano il materiale e lo leggano con ostentata attenzione.

- Proporzioni: le energie necessarie cambiano secondo le dimensioni del centro commerciale e degli orari scelti (ore e giorni di punta).

- Attenzione: l'iniziativa non deve trasformarsi in una farsa; non si vendono prodotti, ma si sta offrendo un momento di attenzione alla persona.



Vengo anch'io

L'annuncio in Università

Schede per Diocesi 6

Una proposta "particolare" dedicata ad un tempo "particolare". La Quaresima diventa occasione per proporre all'interno dell'Università occasioni di ascolto, riflessioni, testimonianze di fede, momenti di preghiera e celebrazioni.

In Università, per gli studenti universitari, ma non solo per loro. Per gli studenti, ma anche con gli studenti. Una proposta da costruire insieme: agli studenti, ai gruppi, alle associazioni e ai movimenti già presenti in università, all'Ufficio diocesano per la pastorale universitaria; perché l'annuncio non è solo la "proposta", ma anche il percorso fatto insieme per elaborarla.

In Università l'annuncio può essere un invito a pensare, ma anche un'occasione per andare a fondo di alcuni valori di riferimento, di alcune scelte di vita e di fede e del "punto di riferimento" attorno a cui sono costruite.

A CHI ANNUNCIARE

Agli studenti universitari, dalle matricole ai "veterani" (senza dimenticare i docenti, il personale amministrativo e tutti quelli che, anche solo per poche ore al giorno, hanno a che fare con il mondo dell'università).

COME ANNUNCIARE

Il primo livello è la fase di ideazione e preparazione della "Quaresima di Evangelizzazione": è un'occasione per avvicinare quanti già condividono una scelta di fede e stimolarli ad una presenza più significativa, nella riscoperta del loro ruolo battesimale di testimoni del Vangelo.

Il secondo livello è la presentazione e la comunicazione dell'iniziativa. Occasioni e spazi dove cominciare ad incontrare le persone, a comunicare loro che ci si avvicina ad un tempo "speciale". Occasioni per un primo contatto, per un invito, per spiegare il "perché" di questa proposta, per cominciare a dire agli altri che Gesù è colui che dà

significato e senso allo studio e alla vita.

Il terzo livello si concretizza nelle proposte e nei momenti di incontro programmati per la Quaresima. È un annuncio affidato alla relazione dei giovani con i membri dell'équipe che ha proposto l'iniziativa, ma anche a momenti di preghiera, alla testimonianza e all'incontro con alcune persone che per la loro esperienza sanno far trasparire e raccontare più di altre come Gesù abbia cambiato la loro vita.

ORGANIZZAZIONE

DURATA DELL'INIZIATIVA

I tempi sono dettati dal calendario liturgico. Le proposte e i momenti di incontro saranno programmati durante tutto il periodo Quaresimale, all'interno del quale si potranno individuare giornate o orari "speciali" per creare un percorso, e dare continuità alla proposta.

La fase di preparazione e l'organizzazione della Quaresima di Evangelizzazione dovrà però iniziare molto prima. Prima di Natale andranno definite le questioni più squisitamente operative (prenotazione degli spazi, coinvolgimento dei testimoni); dopo le vacanze ci si può dedicare alla presentazione della proposta. Il primo passo è però la costituzione del gruppo di lavoro ed il coinvolgimento di tutti gli studenti che potranno collaborare al progetto. Per evitare sovrapposizioni con altre iniziative e per dare la possibilità a tutti di collaborare, il progetto dovrà essere presentato già all'inizio dell'anno accademico, in un incontro-proposta con i referenti delle diverse realtà presenti in università e potenzialmente coinvolgibili.

RISORSE UMANE

È necessario creare un gruppo di lavoro: una piccola équipe di riferimento a cui si affianchi un gruppo anche abbastanza numeroso di universita-

ri. Molto dipende dalle dimensioni dell'università e dalle facoltà che si vogliono coinvolgere nell'iniziativa. Si può immaginare un gruppo base con alcune persone dell'èquipe diocesana, in "tandem" con il sacerdote e i laici incaricati della pastorale universitaria o dell'animazione della cappella universitaria. In questo gruppo è importante prevedere la presenza dei referenti di tutte le realtà associative e dei movimenti già presenti in università, oltre naturalmente ad un piccolo gruppo di studenti disponibili a collaborare. Sarebbe bello, però, coinvolgere anche altri "giovani" non studenti: un docente, un impiegato... Non solo perché l'annuncio sarà comunque rivolto a tutte le persone presenti in università, ma anche perché nella fase organizzativa la presenza di punti di vista ed esperienze diverse potrà facilitare il lavoro e permettere di risolvere anche i problemi logistici in apparenza più complessi.

Il gruppo di lavoro avrà poi cura di coinvolgere tutte le altre persone che potranno collaborare nelle fasi organizzative o che potranno portare la loro testimonianza.

LOGISTICA

Si dovranno individuare gli spazi dove realizzare i diversi appuntamenti: la cappella universitaria, un'aula, un angolo di corridoio, un chiostro, uno spazio all'aperto (nelle regioni d'Italia dove il clima è più mite), un salone per conferenze (soprattutto se si pensa all'intervento di qualche "grande" personaggio)...

RETE

Annunciare Gesù non può essere una prerogativa di pochi. La proposta della Quaresima Missionaria deve diventare un'occasione di incontro e collaborazione dei cristiani presenti in università. L'annuncio sta in ciò che si dice, ma anche nell'afflato di comunione che traspare nell'agire. La rete ecclesiale dovrà perciò coinvolgere assistenti spirituali, gruppi, associazioni, movimenti...

È anche eloquente lo stile di rispetto, cooperazione e dialogo con chi ha il compito di gestire e "far funzionare" la struttura (Rettore, direttori, docenti, personale...) e con le altre componenti della comunità universitaria.

CONTESTO

L'Università è un momento determinante per la vita dei giovani, che all'inizio e alla fine del percorso di studi si trovano ad affrontare alcuni cambiamenti nella propria vita. È un ambiente che permette livelli di coinvolgimento e di presenza molto diversi: gli studenti lavoratori vivono l'università solo per brevi momenti, in occasione degli esami; chi si dedica allo studio a tempo pieno vive l'università come una sorta di seconda casa, in cui trascorre quasi tutta la giornata; i fuori-sede sperimentano una situazione di fatica, ma anche di grande autonomia personale; chi vive in un pensionato fa esperienza, più o meno intensa, di comunità. Le relazioni interpersonali e i rapporti di amicizia sono spesso molto profondi e i legami che si creano proseguono in spazi e momenti che vanno al di là dei locali universitari.

L'università racchiude tanti spazi di diverso carattere: le aule dedicate alle lezioni, le sale studio o la biblioteca, i corridoi con gli studenti in fila in attesa di un colloquio o di un esame, i bar e le aree relax... Nei diversi spazi cambia anche la disponibilità di tempo e di attenzione. Ogni ambiente, comunque, ha nel suo DNA la vocazione di favorire l'incontro, il confronto e il dialogo.

Pur nei maggiori vincoli imposti dalla riforma universitaria, il tempo dello studio è per molti versi autogestito, la frequenza alle lezioni è in alcuni casi facoltativa, la scansione dell'orario lascia spesso momenti di attesa fra i diversi appuntamenti. Rispetto ad altre situazioni esistenziali, la condizione di studente universitario consente di dedicare tempo ad interessi ulteriori rispetto alla propria occupazione principale.

ATTIVITÀ

PRIMA

La partenza del progetto. Poco dopo l'inizio dell'anno accademico si dovrà prendere contatto con le persone e le realtà da coinvolgere nell'iniziativa (soprattutto con l'Ufficio diocesano per la pastorale universitaria). Al massimo entro il mese di novembre si dovrà convocare un primo incontro con i referenti individuati ed alcuni giovani studenti disponibili a collaborare.

Prima di tale incontro è necessario un colloquio

con il Rettore dell'università, per avere una disponibilità di massima relativamente all'utilizzo degli spazi e alla possibilità di divulgare l'iniziativa in università.

Il gruppo di lavoro dovrà darsi una scaletta di lavoro, una periodicità di incontro che diventa consuetudine e permette a tutti di avere la percezione del percorso che si sta costruendo insieme.

Entro fine dicembre si deve aver ipotizzato il programma della proposta, individuato e contattato i possibili testimoni da coinvolgere.

Il periodo successivo alle vacanze di Natale sarà dedicato a rendere operative le decisioni prese, ad organizzare concretamente le proposte, a contattare le persone da coinvolgere a predisporre tutti i materiali informativi necessari.

La "missione" del gruppo. Il gruppo dovrà "lavorare" anche su stesso e sui giovani che riuscirà a coinvolgere come collaboratori. L'annuncio accade nella relazione interpersonale tra i giovani che promuovono l'iniziativa e gli "altri", attraverso gli inviti, l'accoglienza, l'animazione... È fondamentale che i giovani "annunciatori" abbiano la consapevolezza del loro ruolo, da acquisire attraverso alcuni incontri di preparazione fatti su misura per loro. Per ciò che riguarda i contenuti, si può utilizzare, oltre agli approfondimenti proposti nel sussidio, anche l'icona biblica della predicazione di Paolo ad Atene (At 17, 16-34).

La divulgazione della proposta. Si dovranno studiare con cura anche le modalità di contatto ed invito degli studenti: una locandina appesa in bacheca forse è un po' poco... Meglio un invito da consegnare personalmente, magari nominale; una e-mail; un messaggio sul telefonino; la presentazione della proposta in aula prima dell'inizio delle lezioni...

La presentazione dell'iniziativa e la comunicazione delle date dei primi appuntamenti dovrà essere fatta per tempo (considerando anche le "distrazioni" del carnevale): se si vuol proporre un momento di preghiera per il mercoledì delle ceneri non si può certo aspettare l'inizio della Quaresima per comunicarlo agli studenti!

DURANTE

Il calendario della Quaresima missionaria sarà caratterizzato da diverse tipologie di appuntamenti:

- momenti di preghiera: durante la giornata, o settimanali, da vivere nella cappella dell'università, ma non solo;
- celebrazioni legate ad alcuni momenti "speciali": l'inizio della Quaresima, un venerdì, l'ultimo giorno di lezione prima della Pasqua;
- momenti di incontro a piccoli gruppi, per condividere una riflessione sulle notizie che appaiono in prima pagina sui quotidiani, per una proposta di approfondimento su di un tema d'attualità;
- rassegna stampa di articoli selezionati e commentati, da distribuire all'ingresso delle aule o nell'atrio dell'ingresso;
- tavole rotonde e testimonianze: con la presenza di persone "speciali", che attraverso il racconto della loro vita, del loro lavoro, delle loro scelte sappiano far trasparire in modo entusiasta il punto di riferimento che li guida.

Ogni iniziativa avrà bisogno di uno spazio appropriato. In termini di dimensioni, ma anche di visibilità e di comodità. Un breve momento di preghiera mattutina insieme, ad esempio, dovrà essere proposto in un luogo adiacente le aule delle lezioni, in modo da facilitare la partecipazione. Alcuni luoghi possono essere "inventati" per l'occasione: ad esempio si può installare una tenda da campo all'ingresso dell'università, in cortile o nell'atrio dell'aula magna.

Ad ogni tipo di proposta corrisponderà probabilmente una "tipologia" di destinatari. I momenti di preghiera potranno coinvolgere i più "vicini", le tavole rotonde, tanto più se propongono un confronto con personaggi significativi, saranno un primo ponte di collegamento con chi è più lontano. L'importante è che ogni attività richiami e "tiri" le altre.

I temi e le testimonianze possono essere cercate anche su misura per le facoltà coinvolte. Offrire testimonianze o incontri con persone che hanno orientato la propria vita a Cristo lavorando in ambiti vicini al percorso di studi dei giovani universitari può conferire maggiore concretezza alla proposta.

Uno degli aspetti da curare in modo speciale è lo "stile" di accoglienza e di vicinanza. L'annuncio esige di essere disponibili e coinvolgenti, attenti a quanti si avvicinano e partecipano alle proposte;

allo stesso tempo chiede un'attenzione particolare ad evitare l'invasione di chi confonde l'annuncio con il proselitismo. Obiettivo è incontrare e comunicare, non "raccogliere iscritti" per la causa, per quanto buona essa sia.

Tutti gli spazi e le occasioni proposte si dovranno caratterizzare visivamente, per far capire a colpo d'occhio che esiste un progetto comune. Un pannello dovrà spiegare chi e perché ha organizzato questa "cosa"; tutti gli spazi dovranno essere sempre presidiati da alcuni studenti, in modo discreto ma accogliente.

DOPO

L'équipe che ha programmato e coordinato l'iniziativa è una risorsa da non perdere. Si può decidere che inizi subito a pensare ad una proposta per l'Avvento dell'anno successivo, o che si inventi qualche altra modalità per essere presenti in modo nuovo tra i corridoi dell'università.

Per i giovani destinatari dell'annuncio è necessario aprire alcune prospettive, per proseguire il loro cammino di ricerca. Li si può invitare a partecipare agli incontri di gruppi o associazioni già presenti in università; si può loro proporre di "riavvicinarsi" alle proprie parrocchie di origine. È comunque importante, durante gli incontri e i momenti comuni, riservare uno spazio (una locandina o un minuto di chiacchiere) per raccontare loro queste ed altre possibilità: un gruppo di volontariato, un'associazione diocesana, un'équipe di lavoro che sta pensando ad altri progetti, o semplicemente un luogo di incontro e preghiera attivi in qualche parrocchia o casa religiosa della città.

POST-IT

- L'ampiezza delle università cambia da città e città. Il numero di proposte e di "eventi" e la dimensione dell'iniziativa dovranno essere tali da garantire visibilità e raggiungere tutti, senza essere ingombranti.

La vita in università ha i propri tempi, il progetto pure: si devono tenere presenti le date di inizio e fine Quaresima, ma anche il calendario scolastico e la presenza di altre iniziative (eventi, convegni, sessioni di discussione tesi, appelli d'esame) in modo da collocare le proposte al "centro" della vita universitaria.

- Non tutte le università sono uguali: rispetto alla proposta di una "Quaresima Missionaria", operare in una Università statale, o in una privata, magari di ispirazione cattolica, cambia radicalmente le opportunità a disposizione. Sarà cura del gruppo degli organizzatori misurare le possibilità offerte dai diversi contesti e saperle sfruttare al massimo. Consapevoli che in alcune realtà il "poco" è già molto.

- L'università è per vocazione il luogo dove si studia e si organizzano momenti di confronto o conferenze. Le proposte di incontro con testimoni privilegiati devono distinguersi, caratterizzandosi per uno stile nuovo, che non si confonda con un seminario o una conferenza per la formazione permanente. Si dovrà comunque aver cura del buon livello intellettuale di tutte le proposte.

- La Quaresima è orientata al cambiamento, alla conversione. È importante evitare che i più "lontani" possano percepire in questo un atteggiamento "giudicante", piuttosto che un rispettoso invito ad un cambiamento che mira alla pienezza di vita.

S - Concerto

L'annuncio nei luoghi informali

Schede per Diocesi

7

"S-concerto" è una proposta per i giovani, preparata insieme ai giovani, pensata nel loro linguaggio, nel vasto ambito della musica, dell'arte e della cultura. La parola "S-concerto" si riferisce al tipo di occasioni informali in cui si intende incontrare i giovani: concerti, spettacoli teatrali, cinema. Il termine rimanda però anche a due aspetti peculiari dell'annuncio: "sconcerto", infatti, può essere inteso come il positivo stupore di chi apre la porta del proprio cuore al messaggio di Cristo Risorto; dall'altra parte, è il turbamento di chi, pur non accogliendo il messaggio evangelico, ne rimane inquieto. In lui seme della Parola viene ugualmente gettato, nella speranza che porti frutto.

La condizione dell'annuncio in questi contesti è una relazione interpersonale caratterizzata dalla testimonianza, dall'accoglienza e dall'ascolto dell'altro. Si inizia con un invito, per poi passare all'incontro, al confronto, al coinvolgimento e all'adesione a proposte concrete e significative.

La scelta dell'annuncio evangelico in contesti informali è sicuramente impegnativa, motivata dalla volontà di affrontare la crescente complessità del mondo giovanile, iniziando proprio dall'incontro con i giovani nei loro specifici ambiti di vita. Esistono obiettive difficoltà, ma allo stesso tempo si deve essere consapevoli che la musica, l'arte e la letteratura sono linguaggi che ben si prestano a momenti di riflessione, di confronto e di dialogo con i giovani. Si può, dunque, accostandosi ai giovani con rispetto e senza troppa invadenza, mettersi accanto a loro e "sostare sul portone della loro coscienza".

A CHI ANNUNCIARE

A tutti i giovani (ma non solo) che transitano e sostano fuori dai palazzetti, dai cinema e dai teatri, in occasione di concerti e spettacoli, soprattutto se si tratta di artisti o produzioni significative in quanto a temi affrontati.

COME ANNUNCIARE

Il primo livello è la fase di ideazione e preparazione della proposta. Il gruppo di base seleziona le tematiche da affrontare, tenendo conto anche del calendario degli appuntamenti artistici presenti sul territorio della diocesi. Sarà importante a questo proposito raccogliere testi di canzoni, brani letterari, frasi significative, spunti di riflessione, anche provocatori, accanto ai quali si accostino chiari riferimenti alla parola del Vangelo.

Sarebbe di grande aiuto, nell'ottica di un collegamento con quanti aderiranno alla proposta di riflessione e visto il carattere episodico degli eventi, creare un sito internet di riferimento, nel quale far convergere tutte le opinioni raccolte, le considerazioni, le osservazioni, i frutti del lavoro di annuncio.

Il secondo livello è la presentazione e la pubblicazione dell'iniziativa, che potrebbe essere divulgata tramite i media locali (televisione, radio, giornali, web), ma anche scuole, biblioteche, negozi di musica, biglietterie, ecc. preparando così il terreno per una migliore risposta e, allo stesso tempo, rendendo visibile su larga scala lo spirito ed i motivi del progetto.

Il terzo livello si realizza nei momenti di incontro con i giovani. È un annuncio legato al contatto diretto con chi si reca ad eventi artistici e alla presenza di uno spazio, in cui i giovani possano essere accolti cordialmente e avere l'opportunità di riflettere e aprire il cuore alla Parola.

Il quarto livello consiste nel tentativo di dare continuità alle relazioni. Attraverso il sito internet, si offrono spazi di ulteriore approfondimento e di dialogo: nel forum si proseguono i discorsi lasciati in sospeso e si raccolgono impressioni rispetto all'evento vissuto e agli spunti presentati dal gruppo base; attraverso una mailing-list si propongono ai giovani ulteriori occasioni di crescita, invitandoli a momenti significativi di pastorale giovanile (magari con la prospettiva di diventare essi stessi "annunciatori" nel progetto).

ORGANIZZAZIONE

DURATA DELL'INIZIATIVA

L'iniziativa completa dovrebbe durare un intero anno, per creare un minimo di consuetudine e diventare un punto di riferimento per i giovani. Ciò non toglie che anche più semplici esperienze di annuncio, sullo stile di questa, possano essere portate avanti per periodi più brevi.

RISORSE UMANE

È necessario creare un'equipe di riferimento, composta da giovani appartenenti all'equipe diocesana e da persone (giovani, sacerdoti, religiosi, esperti...) che siano sensibili alle realtà artistico-musicali e che abbiano dimestichezza con i linguaggi che esse impiegano. È molto utile la presenza di un sacerdote, per ciò che riguarda l'analisi dei contenuti delle produzioni artistiche e la loro possibile vicinanza al messaggio evangelico. Il gruppo di lavoro avrà cura di coinvolgere tutte quelle persone che potranno collaborare nelle fasi organizzative o dare il loro contributo tecnico nella realizzazione e nell'utilizzo degli strumenti richiesti.

LOGISTICA

Per quanto riguarda la collocazione negli spazi esterni, a margine degli eventi artistici, è auspicabile la disponibilità di uno stand (anche piccolo) da utilizzare come punto di riferimento per quanti decideranno di vivere un breve momento di riflessione riguardo ai temi di volta in volta trattati. Per rendere più attraente la proposta, senza per questo "svenderla", si potrebbe inoltre pensare a gadget da regalare (penne, segnalibri, magliette...) con impresso il nome dell'iniziativa ed eventualmente l'indirizzo del sito.

RETE

Oltre alle diverse realtà ecclesiali impegnate in ambito culturale-informativo (radio o giornale diocesano, gruppi che promuovono iniziative culturali, musei diocesani, compagnie teatrali o musicali...), potranno utilmente essere coinvol-

te anche le realtà che organizzano sul territorio eventi musicali e spettacoli. È infatti fondamentale conoscere per tempo i diversi eventi che saranno proposti, la programmazione cinematografica, le anteprime... per poter essere "sul posto" in tempi utili, e per poter selezionare con cura gli eventi che meglio rispondono alle caratteristiche del progetto.

CONTESTO

Come già accennato in precedenza, il contesto che si crea a margine di eventi artistico-musicali, è fortemente informale e non-strutturato: le persone sono di passaggio, a volte di fretta, o nel migliore dei casi "in attesa" dell'apertura dei cancelli o dell'inizio degli spettacoli; anche l'uscita è una situazione caratteristica.

In contesti del genere, è certamente difficile aprire spazi di dialogo significativi con persone che si potrebbero anche non rivedere mai più; proprio per questo è fondamentale l'atteggiamento di chi fa la proposta e il modo in cui essa viene presentata.

ATTIVITÀ

PRIMA

La partenza del progetto. Il gruppo base dovrà darsi prima di tutto una scaletta di lavoro e definire una cadenza periodica di incontro, in modo da dare un senso di insieme e di continuità al percorso che si sta realizzando.

L'equipe, seguita da un sacerdote, definirà, in base al calendario degli appuntamenti artistico-musicali presenti sul territorio della diocesi, quelli a cui intende essere presente; selezionerà quindi le tematiche che si vogliono affrontare.

Tutto il materiale raccolto, testi di canzoni, brani letterari, frasi significative, spunti di riflessione... verrà associato a riferimenti evangelici, elaborando i "messaggi" che costituiranno materia di annuncio.

La "missione" del gruppo. Un gruppo che si occupa di annuncio deve lavorare su se stesso. Nessuno, infatti, può portare ad altri ciò che non ha: il Vangelo deve quindi essere il fulcro centrale da cui partono tutte le decisioni rispetto alla mis-

sione stessa del gruppo. Questo può essere fatto per mezzo di incontri specifici di preparazione, di discussione, di riflessione e di preghiera.

Oltre agli approfondimenti riportati in apertura di sussidio, per la formazione si può fare riferimento ad alcuni capitoli del CdG (*Il Regno è in mezzo a voi*, p. 71; *Beati voi*, p. 84) e all'icona biblica del "tesoro nascosto" (Mt 13, 44).

La gioia del Vangelo è come la gioia di chi, avendo trovato il tesoro, impazzisce di felicità, va in giro, vende tutti i suoi beni, magari li svende, pur di comprare il campo che lo contiene. La gente lo ritiene matto, pensa che forse è ricattato da qualcuno e ha bisogno di soldi, che forse ha perduto tutto in una casa da gioco. Ma quell'uomo sa benissimo dove vuole arrivare e non gli importa niente di ciò che dicono di lui. Le parole e i giudizi degli altri non lo toccano, perché sa che il tesoro trovato vale più di tutto il resto. (Card. Carlo Maria Martini)

Il cristiano ha ricevuto una notizia di una tale bellezza da non riuscire a tenerla per sé: una notizia talmente densa di speranza e di amore, da sentire il bisogno profondo di rendere partecipi altri della propria gioia.

DURANTE

È la fase dell'annuncio vero e proprio, che prevede il contatto diretto con chi si reca agli eventi scelti. Il tipo di approccio deve necessariamente tenere conto della complessità del contesto, della situazione e della tipologia stessa delle manifestazioni, a volte anche molto differenti tra loro (un concerto rock, la presentazione di un libro, l'anteprima di un film...).

Bisogna allestire uno stand-base, che dia l'idea di uno spazio di riflessione, di un vero e proprio "luogo", all'interno di uno spazio che è invece vissuto abitualmente come un "luogo di passaggio o di sosta" o - peggio ancora - come un "non-luogo". Le persone incaricate dell'annuncio dovrebbero essere identificate chiaramente da un segno che le renda riconoscibili a prima vista; anche lo stand dovrebbe essere allestito in modo tale da renderlo visibile e da far cogliere le finalità della proposta. L'insegna dello stand potrebbe recitare qualcosa del tipo "c'è post@ per Te".

I giovani del gruppo base ed i loro collaboratori si dividono in chi sta all'interno dello stand e chi

sta fuori. Questi ultimi svolgono il ruolo di "catalizzatori" rispetto allo spazio di riflessione, invitando le persone che passano (in modo rispettoso) a ricevere un piccolo dono "s-concertante", magari bevendo un tè (caldo d'inverno e fresco d'estate). Chi sta all'interno dello stand ha invece il ruolo di offrire alle persone (oltre al tè) una breve riflessione, presentando il materiale preparato appositamente dal gruppo base, in relazione all'evento. Il materiale deve contenere un breve rimando da uno spunto riguardante la manifestazione artistica (un brano, una situazione di un film, una frase ad effetto...) al messaggio evangelico. La persona può quindi lasciare le sue impressioni, scrivendo un bigliettino da lasciare in una cesta, pescando da un'altra cesta una frase del Vangelo. A chi vuole rimanere in contatto, si può chiedere di lasciare un proprio recapito email.

Oltre (o in alternativa) a questo, nello stand si potrebbe offrire un piccolo spazio di preghiera a tema, un quaderno in cui ognuno può lasciare una riflessione (anche non inerente al tema della serata)..

Uno degli aspetti da curare in modo particolare è lo "stile" con cui si accoglie e ci si mette in ascolto. L'annuncio chiede infatti entusiasmo, testimonianza e gioia ma, al tempo stesso, attenzione a non scadere nell'invadenza di chi vuole tesserare quanti più "soci" al proprio club.

DOPO

La rete dei contatti realizzata potrebbe anche consentire l'attivazione di nuove proposte, con iniziative in campo artistico-musicale: organizzazione di cineforum a tema, concerti... preparati appositamente con tutti coloro che hanno aderito all'iniziativa.

Attraverso la realizzazione di un sito internet, si potrebbe tentare di dare continuità alle relazioni instaurate durante gli eventi. Si possono creare spazi di approfondimento, gestire un Forum (con mediatore) in cui vengano continuati i discorsi lasciati in sospeso, si raccolgano impressioni rispetto all'evento vissuto e in cui vengano fatte nuove proposte.

POST-IT

- I diversi eventi artistici richiamano un pubblico molto differenziato, sia per quanto riguarda l'età per che la possibilità di creare occasioni di annuncio. La scelta degli eventi dovrà essere curata in modo particolare, per incontrare il numero maggiore possibile di giovani, ma anche per pre-

disporre materiali e spunti di riflessione il più possibile "a misura" di chi si andrà ad incontrare.

- Anche se si utilizzano spazi esterni ai luoghi dei concerti o alle proiezioni cinematografiche, è fondamentale un accordo con i promotori dell'evento e la richiesta di tutti i permessi necessari (occupazione suolo pubblico...).



Nord sud ovest est

L'annuncio... "sporadico", informale

Schede per Diocesi 8

La "Festa delle capanne" o "Sukkot" (capanne), ricorrenza ebraica che costituisce il quadro d'ambiente di ben tre capitoli (7-9) del Vangelo di Giovanni, ha ispirato il nome di questo evento. Come la Pasqua ricordava l'uscita dall'Egitto, e la Pentecoste il dono della legge, la Festa delle capanne, doveva, nella fede, costituire il memoriale del tempo della marcia nel deserto, nella provvisorietà, ma sotto la protezione di Dio. La celebrazione durava un'intera settimana: si costruivano capanne di frasche o tende, abitandole per sette giorni, come "sacramento" di partecipazione all'esperienza del deserto fatta dai padri. In processione, poi, con rami di mirto e di salice intrecciati strettamente con le foglie di palma, tenuti nella mano destra, e nella mano sinistra l'*ethrog* (limone o cedro), segno del raccolto abbondante, entravano nel tempio al suono dello *shofar* (corno d'ariete suonato dai leviti); passando per la piscina di Siloe, attingevano acqua, che poi il sacerdote avrebbe versato dall'altare verso il popolo e idealmente ai quattro lati del monte di Sion, *il nord, il sud, l'ovest e l'est*. La festa era caratterizzata anche dalle luminarie: quattro lampioni ad olio, nel cortile delle donne, illuminavano tutto il tempio.

L'idea è di un grande evento (che può essere anche il momento conclusivo delle diverse proposte presentate nelle schede precedenti) che si articolerà su diversi giorni: volendo mantenere i riferimenti alla tradizione ebraica, durerà una settimana, da sabato a sabato. In quell'occasione si allestirà una grande tendopoli nella piazza centrale della città, che diventerà il luogo, il contesto, di una grande esperienza di incontro, di annuncio e di festa.

Si annuncia ai giovani che l'incontro personale con Cristo illumina di luce nuova la vita, incammina sulla buona strada ed impegna ad essere suoi testimoni. Il nuovo modo, che da Lui viene, di guardare al mondo e alle persone, fa penetrare più profondamente nel mistero della fede, che non è solo un insieme di enunciati teorici da accogliere e ratificare con l'intelligenza, ma un'esperienza da assimilare, una verità da vivere, il sale e la luce

di tutta la realtà (cf. *Veritatis splendor*, 88). A trecentosessanta gradi: a nord, a sud, a ovest e est. Appunto.

A CHI ANNUNCIARE

I destinatari dell'iniziativa sono i giovani incontrati (o appositamente invitati) nel corso delle iniziative messe in atto durante l'anno nei diversi ambiti della realtà giovanile. Ci saranno anche quelli che passano per caso e quelli che vivono già dei legami con la realtà ecclesiale. Tutti saranno coinvolti nelle diverse esperienze che verranno presentate nelle tende.

COME ANNUNCIARE

Lo stile è quello della narrazione e della testimonianza, attraverso il racconto delle iniziative e attraverso le immagini e le parole delle mostre, ovvero le tracce che restano dopo gli incontri. In questo modo il momento dell'annuncio è consegnato alla relazione tra le persone: avviene in un contesto nel quale si parla e si ascolta, tramite la forza evocativa delle parole e delle immagini. Ognuno può portarsi via qualcosa, attraverso la riflessione e la meditazione.

ORGANIZZAZIONE

DURATA E ARTICOLAZIONE DELL'INIZIATIVA

L'evento può articolarsi su un'intera settimana, da sabato a sabato: potrebbe essere collocato all'inizio dell'estate, come momento conclusivo dell'itinerario compiuto nel corso dell'anno.

Allestita la tendopoli (16 grandi tende, disposte in modo regolare, a delimitare un grande spazio centrale), si costruisce il programma: calendario degli incontri (collocati verso la sera), orari di apertura delle tende, una veglia notturna.

Ogni giorno si svolgono due incontri, in tende diverse: esse restano poi illuminate per tutte le notti seguenti ed aperte tutti i giorni successivi. In ciascuna di esse è collocata una mostra di immagini e testi. La prima sera saranno illuminate solo due tende (che resteranno aperte nella giornata successiva); la seconda sera saranno quattro, la terza sei... fino alla fine di "Sukkot", quando tutte le tende saranno illuminate e rischiareranno la piazza. Si potrà prevedere che – terminate le otto sere - ci sia un'intera giornata con tutte le tende aperte ed una festa conclusiva.

RISORSE UMANE

L'evento ha carattere "istituzionale": vedrà coinvolta l'équipe diocesana ed il Servizio per la pastorale giovanile. È evidente che si richiede una grande disponibilità di persone, sia per l'allestimento, sia per la sorveglianza (anche di notte), sia per l'accoglienza, quando le tende sono aperte alla visita. Potrebbe essere opportuno costruire un rapporto di collaborazione con le strutture della Protezione civile.

Le tende potrebbero anche essere affidate a varie realtà associative o istituzionali, collegate alle tematiche o ai testimoni dei diversi incontri.

LOGISTICA

Dal punto di vista logistico, l'allestimento di una tendopoli richiede particolare attenzione ai problemi legati alla sicurezza ed all'impiantistica, anche se, per alcuni aspetti, le soluzioni artigianali potrebbero risultare più suggestive (per esempio illuminare la piazza con torce).

All'ingresso della tendopoli dovrà essere indicato cosa sta succedendo, attraverso grandi mappe che illustrino la geografia ed i tempi dell'evento.

RETE

Il livello di coinvolgimento di diverse realtà che interessano il mondo giovanile è da mettere in relazione ai temi delle tende, ciascuna delle quali ha necessità di testimoni, di animatori per guidare gli incontri, di segni (per immagini e parole). È chiaro che la struttura dell'evento può consentire di at-

tivare diversi legami, di carattere istituzionale ed associativo: intorno al tema della carità, ad esempio, si potranno coinvolgere realtà del no profit e del volontariato; intorno al tema della vocazione si potranno interessare il CDV, i seminaristi o le ragazze in formazione negli Istituti religiosi...

CONTESTO

La piazza verrà ad illuminarsi progressivamente. Volendo insistere su questo "messaggio visivo" si potrà realizzare, nella parte centrale, un tracciato a croce costruito "a tappe" con tappeto d'erba: una sorta di viali ortogonali che dividono in quarti la tendopoli, come segno dell'azione "vivificante" della Parola (richiamando il rito della benedizione con l'acqua verso i quattro punti cardinali che chiudeva il cerimoniale ebraico).

Va comunque considerato che la piazza sarà frequentata da diverse persone che dovranno avere la possibilità di capire cosa sta succedendo, attraverso una opportuna segnaletica ed una adeguata (e discreta) ambientazione musicale.

ATTIVITÀ

PRIMA

La partenza del progetto. Immaginato (anche) come conclusione dell'intero percorso annuale, l'evento richiede che l'impostazione generale sia definita molti mesi prima, in modo che le diverse opportunità di contatto che si andranno a creare nelle varie iniziative possano essere orientate, fin dall'inizio, alla settimana finale. Anche il notevole impegno logistico e l'impatto sulla realtà cittadina richiedono di attivarsi per tempo, per una serie di questioni amministrative ed istituzionali.

Se si intende coinvolgere diverse realtà associative o movimenti ecclesiali attorno ai temi ed alle proposte che prenderanno vita nelle tende, sarà necessario prevedere alcuni incontri di coordinamento, in modo che l'evento sia costruito insieme e non risulti semplicemente una fiera, in cui ogni spazio è indipendente e manca un filo conduttore che tiene insieme il tutto.

La "missione" del gruppo. Compito del gruppo che verrà così a costituirsi sarà quello di mettere

a fuoco:

- lo *stile* delle testimonianze;
 - le *modalità* che permetteranno a questi momenti di diventare luoghi di incontro e di annuncio e di garantire l'unitarietà dell'evento;
 - i *segni comuni* e gli *aspetti organizzativi* condivisi, la preparazione delle veglie e della festa finale, la disposizione delle mostre nelle tende.
- Per la formazione del gruppo e l'elaborazione dei messaggi, i capitoli 7-9 del Vangelo di Giovanni offrono una splendida serie di tematiche:
- origine divina della persona, della missione e della dottrina di Gesù;
 - lo scontro tra la luce della fede e le tenebre dell'incredulità (Gesù, luce del mondo);
 - la vita nuova e piena donata da Cristo (Gesù, acqua viva);
 - la possibilità di trovare risposte alle domande dell'uomo (il memoriale del deserto assume un nuovo significato: la capanna e la tenda sono segni della precarietà e della ricerca; l'incontro con Gesù porta a compimento questo cammino).

La divulgazione della proposta. L'invito arriverà direttamente ai giovani che saranno stati coinvolti nelle varie iniziative realizzate nel corso dell'anno. Una volta messo a punto il programma, andrà costruita un'adeguata campagna di informazione. Sarebbe opportuno centrare la comunicazione sull'immagine delle tende, per "visualizzare" la particolarità dell'evento:

- diffondere volantini e manifesti con la mappa delle tende;
- utilizzare alcune tende (piccole e semplici) per distribuire i materiali di invito, alcuni giorni prima, in diversi punti della città.

DURANTE

Ogni sera (verso le 21,30) vengono proposti due *incontri-testimonianza*, in contemporanea, in tende diverse. Una prima riflessione va fatta sui criteri con i quali scegliere e collocare questi incontri. Probabilmente il criterio più "esplicito" è quello di individuare delle persone che vivono una quotidiana testimonianza di Gesù "luce del mondo" in diversi ambiti e contesti sociali. Una sera potrebbe essere dedicata al mondo della cultura e della scuola, una a quello del lavoro, altre ai mass media, all'arte, alla musica, allo sviluppo, all'ambiente, al volontariato, alla politica... Un al-

tro criterio "generatore" potrebbe essere quello di articolare le testimonianze attorno agli aspetti fondanti di una matura esperienza di fede: la preghiera, l'ascolto della Parola, l'esercizio della carità, l'annuncio e la catechesi...

La testimonianza deve svolgersi in un reale clima di incontro: l'obiettivo è di aggregare alcune decine di persone per ogni evento e per ogni tenda, con la possibilità di dialogare con il testimone o di fare qualcosa insieme (vedere insieme un film o un documentario, pregare insieme o fare un'esperienza di lectio divina...).

Qualora risultasse insufficiente lo spazio interno alle due tende, si può installare un maxi schermo esterno (non nella piazza centrale), che consenta a più persone di partecipare.

Al termine dei due incontri, si lascia la luce accesa nelle tende per tutta la notte e si lavora all'allestimento di una piccola mostra (alcuni poster, preparati precedentemente e definiti con i testimoni e alcune delle frasi significative della testimonianza) che resterà poi a disposizione nella tenda, come segno dell'esperienza vissuta.

A seguire, nella piazza centrale, in uno stesso orario per tutte le sere, viene celebrata una veglia di preghiera, che potrebbe avere come riferimento biblico i capitoli già citati del Vangelo di Giovanni e come riferimento simbolico il tema della luce (o dell'acqua).

Al termine della settimana, quando tutte le tende saranno illuminate e conterranno i segni delle testimonianze della fede via via raccolti negli incontri, si potrà prevedere un momento di festa (perché non attingere anche al repertorio delle musiche tradizionali ebraiche?).

DOPO

"Levate le tende" resterà il materiale delle mostre, che potrebbe (se era stato opportunamente preparato) diventare un'ulteriore esposizione, destinata a "girare" nelle parrocchie e, attraverso il coinvolgimento delle comunità locali, raggiungere magari anche luoghi "lontani" dalle tradizionali strutture pastorali.

Il materiale si potrebbe raccogliere in un fascicolo e in una serie di manifesti, soprattutto se – oltre alle immagini ed alle parole dei testimoni – era stata prevista la possibilità di scrivere messaggi e pensieri per coloro partecipavano agli incontri o visitavano le mostre.

POST-IT

- Le tende (e quindi anche la mappa di cui parlavamo) potrebbero essere identificate da un simbolo, che magari diventi visibile - in silhouette - solo di sera, quando le tende sono illuminate dall'interno. È importante che le tende siano abbastanza grandi e possibilmente uguali, in modo che l'impatto visivo suggerisca una situazione ordinata e seria, sebbene provvisoria, e non dia l'idea di un accampamento improvvisato.

- Nel corso degli incontri ed anche quando le tende vengono aperte durante il giorno per la visita alle mostre, è opportuno prevedere delle modalità per raccogliere i pensieri e le riflessioni dei

giovani che vengono coinvolti nelle iniziative: dei post-it da mettere su un pannello, delle cartoline o dei cartoncini da imbucare in appositi contenitori...

- Negli incontri-testimonianza si può tentare di andare oltre le consuete modalità di comunicazione: se per esempio si dedica una sera al tema "arte e spiritualità", si possono invitare due artisti che, raccontando qualcosa della loro fede, portano anche con sé alcune delle loro opere o mettono in cantiere, in diretta, un loro lavoro artistico. In questo modo l'incontro assume la forma dell'happening e può anche risultare più efficace e certamente più "attraente" dal punto di vista comunicativo.

