

# *Il pensiero del parroco*

## **OMELIA E ATTENZIONE**

È scontato dire che le omelie nelle nostre chiese avranno sempre più bisogno di misurarsi con la capacità di attenzione di chi le ascolta, però è sempre bene riflettere sulla sfida che questa ci pone oggi.

La "capacità di attenzione" è la quantità di concentrazione su qualcosa senza distrarci.

Recenti studi sui mezzi di comunicazione di massa, i cosiddetti *mass media*, hanno dimostrato che le nuove canzoni, come i moderni annunci pubblicitari, sono sempre più veloci a causa dell'aumento della distrazione degli ascoltatori.

Le aperture strumentali che introducono le canzoni moderne si sono molto ristrette e anche il tempo di durata delle stesse sta diminuendo. Il tempo dedicato alla musica di apertura, prima che partano le parole, cioè, è passato dai 25 secondi di trenta anni fa agli odierni 5 secondi.

Gli artisti hanno capito che se non inizia al più presto la parte vocale l'ascoltatore non sarà catturato e cambierà canale.

Dati provenienti da ricerche condotte negli Stati Uniti (*Ohio State University*) dicono che un ascoltatore su quattro passa da una canzone all'altra dopo appena cinque secondi.

Viene dimostrato, ancora, che molti utenti saltano gran parte dei film solo dopo pochi minuti di visione.

Gli psicologi che hanno curato la ricerca affermano che per giudicare una persona, oggi, bastano sette secondi, quando la incontriamo la prima volta.

Per i sacerdoti, quindi, l'attenzione all'omelia si vince o si perde nelle primissime frasi pronunciate.

Uno studio condotto qualche anno fa in Inghilterra asseriva che un giovane sposta la sua attenzione sul cellulare o sullo *smartphone* o sul *tablet* ben 21 volte nell'arco di un'ora, cioè un'occhiata ogni 3 minuti circa. Il desiderio di sentirsi costantemente collegati compromette l'attenzione.

Ormai è abbastanza comune vedere persone sui banchi o seduti davanti all'altare della Madonna delle Grazie, nella nostra chiesa, con il cellulare in funzione.

Non ce la si fa ad aspettare di uscire dalla chiesa senza connettersi in qualche modo.

I video più cliccati su *Youtube*, sempre secondo lo stesso studio inglese, sono quelli di durata inferiore ai cinque minuti.

Viene dato per scontato oggi che si possano eseguire più azioni contemporaneamente, però se è vero che si può cucinare, ascoltare il telegiornale e inviare *e-mail* contemporaneamente senza grosse difficoltà, ricordiamo che è quasi impossibile seguire con profitto una lezione in classe, o una omelia, con lo *smartphone* in funzione.

Molti degli alunni di oggi preferiscono rimanere *online* che leggere un libro e i messaggi che si leggono *online* sono di preferenza i più corti.

Pensiamo quindi alla grande sfida che viene posta al sacerdote che presiede la messa.

Per partire con il piede giusto e concentrare su pochi pensieri il messaggio che intendono trasmettere, i sacerdoti avranno sempre più bisogno di un lungo tempo di preparazione e possedere buone strategie di comunicazione.

*Don Gabriele*