

IL "PROGETTO COMUNICAZIONE"

Una modalità di approccio ai gruppi di adolescenti

Siamo una società di Faenza che dal 1987 opera nel campo della ricerca sociale ed economica e della progettazione di interventi nel sociale.

Una delle nostre attività ormai consolidate nel tempo riguarda la progettazione e la realizzazione del **Progetto Comunicazione** nelle scuole medie inferiori, che dal 1997 riusciamo a proporre annualmente insieme ai Servizi Sociali Associati dei Comuni del Distretto di Faenza grazie ai suoi contributi e quelli provenienti da fondi regionali o nazionali, e la disponibilità delle scuole man mano coinvolte.

La finalità di tali percorsi è la promozione della cultura giovanile che passa attraverso la comunicazione tra pari. Uno dei punti forti è il mix operato tra tecniche delle dinamiche di gruppo e tecniche di comunicazione dei mass-media: l'intervento in aula di tecnici ed esperti locali in materia di videoproduzione, radiofonia, fotografia, costruzione siti web (utilizzati a seconda dei tempi e delle disponibilità finanziarie) è finalizzato alla produzione di spot comunicativi ideati e rappresentati dagli studenti tramite cui trattare temi di proprio interesse e che far risaltare il loro rapporto con i coetanei, con gli adulti, con il mondo che li circonda.

Tra i prodotti realizzati (spot televisivi, spot radiofonici, fotoromanzi, pagine web, ecc.), alcuni sono stati selezionati e mandati in onda sulla radio locale RCB, sul programma tv 'ScreenSaver', e hanno partecipato a concorsi locali.

Consideriamo tali progetti un modello ormai consolidato di approccio ai gruppi di adolescenti finalizzato alla creazione di occasioni di promozione dell'agio e della creatività giovanile, poiché, tramite la comunicazione tra pari, favorisce la relazione dei ragazzi e della scuola con i sistemi culturali di riferimento,.

Intervenire nelle classi delle scuole medie consente un ampio raggiungimento dei pre-adolescenti e la metodologia già sperimentata permette di raccogliere, attraverso i prodotti comunicativi realizzati e gli strumenti utilizzati nel percorso, dati e informazioni utili alla conoscenza costante e quindi ad un monitoraggio delle realtà e dei bisogni espressi dalla fascia giovanile (12-13 anni).

Partendo da quello che è il punto di vista dei ragazzi e lasciando loro la libertà di approfondire liberamente tematiche a loro vicine o sentite, il Progetto Comunicazione si rivela uno strumento idoneo per il monitoraggio e la riflessione sui bisogni generali degli adolescenti e specifici della realtà relazionale in cui i ragazzi si trovano a vivere, e consente di far emergere le situazioni di disagio relazionale che si possono verificare in modo più o meno nascosto tra le mura scolastiche: sempre più frequentemente infatti i ragazzi colgono l'occasione per trattare temi relativi al disagio giovanile (droghe, violenza, bullismo, ecc.).

La metodologia del laboratorio è coinvolgente e consente di dare coscienza ai giovani delle difficoltà comunicative, delle incomprensioni, delle condivisioni di esperienze e di riflettere sulle idee differenti all'interno gruppo.

Materialmente sono i tecnici ad utilizzare il media, ma sono i ragazzi che, sulla base della "sceneggiatura" da loro stessi creata, provvedono a recitare (nel caso di video e radio), posare

(per la foto), scrivere (un articolo o una pagina web), inventare situazioni, scegliere o creare immagini adatte a veicolare il messaggio!

Nel processo di costruzione di questi prodotti comunicativi i ragazzi possono osservare ed osservarsi, vedere con "gli occhi dell'altro", ascoltare e parlare di sé, negoziare, prendere decisioni, scegliere, accettare ed essere accettati, rifiutare ed essere rifiutati.

Questo approccio intende la prevenzione come valorizzazione dell'agio e quindi mira ad incentivare gli atteggiamenti attivi e creativi dei giovani e le loro competenze sociali.

L'intervento è infatti contemporaneamente:

- attivo, legato cioè al fare, allo sperimentare e manipolare la realtà insieme;
- simbolico, legato al mondo delle immagini e delle rappresentazioni, perché ogni prodotto è frutto della connessione di differenti percezioni;
- cognitivo e creativo, perché capace di coinvolgere i pensieri e il mondo in cui vengono costruiti, di generare apprendimenti a partire dall'elaborazione dell'azione o delle emozioni che attraversano l'esperienza della relazione;
- comunicativo, in quanto utilizza linguaggi differenti in grado di stimolare la persona nella sua totalità;
- preventivo, per aumentare migliorare le conoscenze dei giovani e soprattutto stimolare momenti di agio per affrontare il disagio.
- interdisciplinare: utilizzo di strumenti e saperi afferenti a discipline diverse

Dalle esperienze derivate dallo svolgimento dei Progetti Comunicazione emerge che il prodotto (video, radio, foto, web) realizzato dai ragazzi diventa un *medium*, uno strumento che facilita la riflessione sui processi, le dinamiche del gruppo, le scelte fatte: lavorando attivamente, individualmente e in gruppo, alla costruzione di un prodotto finale, emergono con evidenza le modalità con cui i ragazzi affrontano le difficoltà incontrate per riconoscere, pensare e comunicare le loro emozioni e si confrontano su questo.

Per tale motivo, l'approccio utilizzato è finalizzato a:

- mettere in gioco abilità percettive e relazionali per rafforzare la conoscenza, il rispetto e l'ascolto di sé e dell'altro,
- realizzare lavori in cui si incentiva la motivazione, il coinvolgimento, l'impegno e la responsabilità dei ragazzi e delle ragazze;
- stimolare il lavoro di gruppo e la collaborazione reciproca tra i pari e con gli adulti per permettere di esprimere le loro potenzialità creative.

Le esperienze passate hanno consentito di avviare una sempre più stretta collaborazione tra gli operatori del progetto e gli insegnanti delle scuole coinvolte, i quali, valutando positivamente la ricaduta del progetto nella scuola, si sono resi disponibili ad operare attivamente con gli operatori nella programmazione e nella conduzione delle attività, e alcuni di loro si sono adoperati per istituire volontariamente un "comitato", che si impegna concretamente a promuovere il Percorso Comunicazione.

Un riscontro positivo deriva infatti dalle valutazioni che scaturiscono dal confronto con gli insegnanti e con i genitori in focus group organizzati appositamente per visionare i prodotti e riflettere insieme sulle tematiche che i ragazzi affrontano negli spot da loro stessi creati.