

Penso Giovane

Pagina a cura dell'Agenda provinciale
Servizi Informagiovani Lecco

Alla scoperta del mondo dei giovani
attraverso la reclame

Giovani e pubblicità, schiavi o ribelli?

Possiamo sfatare un mito? I giovani non sono così succubi della pubblicità come si crede. O forse no? Ci aiuta a capirlo il progetto "Interconnessioni visibili", promosso dall'Agenda Provinciale Servizio Informagiovani in collaborazione con una serie di enti non profit del territorio. Un dato è certo: i giovani non sono poi così "manovrabili" dai messaggi pubblicitari, si lasciano affascinare da ciò che decidono di affascinarli. Lo dice una ricerca promossa presso l'Istituto Fumagalli (ex Pessina, ora intitolato a Graziella Fumagalli, medico, uccisa in Somalia nel 1995) di Casatenovo e che abbiamo deciso di comunicare all'inizio di quest'anno scolastico affinché l'esperienza possa essere messa a disposizione di tutti. Gli studenti hanno lavorato con insegnanti ed educatori, una modalità di lavoro originale, e il risultato è stato un'esperienza, davvero unica, a giudicare dalle parole di due di loro che abbiamo intervistato. Vi invitiamo a scoprire questo spaccato del mondo giovanile. Alla prossima.

Ricercando...

Cosa ci dice la ricerca sull'influenza della pubblicità sui giovani, effettuata lo scorso anno scolastico all'Istituto Fumagalli di Casatenovo? In estrema sintesi: le ragazze sono affascinate dalla pubblicità e dai suoi slogan, i "maschietti" meno. Assolutamente affidabile appare un prodotto se viene pubblicizzato da un personaggio famoso, il cosiddetto "testimonial". I ragazzi apprezzano i messaggi pubblicitari che prendono vita sulla carta stampata. È comunque la pubblicità televisiva a sollevare l'attenzione: le risposte parlano di giovani tanto esperti da essere quasi stupefatti di vedere i messaggi stravaganti. Consapevoli della finzione, *firmano* con il linguaggio pubblicitario, pronti a dimenticare i fronzoli per concentrarsi sull'oggetto o sul prodotto che si sta reclamizzando.

L'insegnante / Cecilia Galaffu

Scuola, laboratorio per creare cittadini consapevoli

Pubblicità senza veli al Fumagalli di Casatenovo

Lavorare insieme - studenti, docenti ed educatori - si deve, si può. Su un tema difficile, ma affascinante, come è la prevenzione e l'educazione ai consumi. Almeno così è stato all'Istituto Fumagalli di Casatenovo, dove è stata attuato il progetto "Interconnessioni visibili", promosso dall'Agenda provinciale Servizi Informagiovani, in collaborazione con altri enti e cooperative del territorio. D'accordo, si tratta di un progetto dello scorso anno scolastico, ma proprio oggi che la scuola è ricominciata, possiamo recuperare l'esperienza. Ci aiuta in questo Cecilia Galaffu, insegnante di Lettere, lo scorso anno all'Istituto G. Fumagalli di Casatenovo, oggi impegnata all'ITC Viganò di Merate

Fiducia nel metodo educativo

Quali sono le motivazioni che vi hanno spinto ad aderire al progetto "interconnessioni visibili" proposto dall'Agenda provinciale Servizi Informagiovani? "Abbiamo avuto fiducia nel metodo che ci è stato proposto. Privilegiare il protagonismo dei ragazzi è una solida base su cui costruire momenti educativi originali e autentici. Insegnare Lettere, ma sono anche responsabile del Servizio agli Studenti: il mio ruolo mi spinge a cercare delle opportunità per i giovani con cui lavoro". Un approccio davvero innovativo: "Sì. Due anni di partecipazione al progetto hanno dimostrato che il legame tra scuola e territorio può essere rafforzato dal lavoro di equipe: studenti, docenti ed educatori hanno costruito insieme un percorso preventivo inedito che ha rafforzato la consapevolezza dei ragazzi rispetto ai consumi e il prestigio dell'Istituto sul territorio. Il protagonismo degli studenti in un contesto di progettazione che coinvolge diverse realtà educative favorisce nei giovani il riconoscimento di orizzonti più ampi rispetto al vissuto scolastico quotidiano. In questo modo gli studenti ridiscutono la propria appartenenza, scoprendo nuove prospettive".

Ci descrive un po' più in dettaglio di che cosa si è occupata all'interno del progetto "Interconnessioni visibili"? "Ho partecipato al percorso della classe quarta dell'indirizzo per Tecnici

dei Servizi Sociali. Un gruppo di 21 studenti tra i 17 e 20 anni con una forte prevalenza di "quote rosa". Questa caratteristica non ha compromesso l'eterogeneità e i partecipanti si sono distinti per l'entusiasmo con cui hanno promosso le discussioni. La prevenzione? È stato il motore della nostra partecipazione al progetto".

La concretezza innanzitutto

Cosa avete fatto in concreto? "Abbiamo promosso la consapevolezza nei confronti del linguaggio pubblicitario. In particolare abbiamo approfondito il tema dell'uso dell'immaginario del corpo umano negli spazi promozionali dei *mass-media*. Gli studenti hanno creato due modelli di intervista: uno dedicato al tema del consumo in senso ampio e l'altro mirato all'analisi di uno specifico messaggio pubblicitario. Le interviste sono state utilizzate su un campione di ragazzi tra i 16 e 24 anni, esterno alla scuola, accentuando quindi il ruolo di "ricercatore" da parte degli studenti".

Quali risultati sono stati raggiunti? "Il confronto tra i partecipanti ha rafforzato una già accurata conoscenza degli espedienti comunicativi della pubblicità. I risultati delle interviste, ma soprattutto le discussioni nel gruppo di ricerca parlano di giovani sempre più attenti ai consumi e alla propria capacità di veicolare. Il consumo appare come uno strumento flessibile. Questo è il risultato nell'ottica della prevenzione. Non dobbiamo però trascurare ciò che ha promosso la continuità del lavoro durante l'anno, cioè l'immediato coinvolgimento dei ragazzi nel metodo: sono stati ricercatori-attivi in un sistema capace di farli riflettere su se stessi". Quali cambiamenti avete indotto? "Giovani e insegnanti hanno avuto l'opportunità di confrontarsi con il Servizio Tossicodipendenza dell'Asl e con educatori extra-scolastici. Riconoscere interlocutori esterni alla scuola ha rafforzato il legame dell'Istituto con il territorio, favorendo la partecipazione dei ragazzi alla vita educativa. Dunque un percorso di crescita che si rafforza negli anni e che meriterebbe un consolidamento nel tempo".

I giovani / Sabine Comito e Martino Pennati

Pubblicità? Sì, ma a nostro uso e consumo

Parlano i giovani "ricercatori" dell'Istituto Fumagalli di Casatenovo

Sono giovani, brillanti e comunicativi. Sono Martino Pennati di Olgiate Molgora e Sabine Comito di Carate Brianza, studenti di 19 anni dell'Istituto Fumagalli di Casatenovo. "Ex Pessina - ci tiene a sottolineare Martino - altrimenti non siamo riconoscibili". Il tono dell'incontro con loro è decisamente vivace. I ragazzi rivendicano con forza la propria presenza in questa pagina. Sabine incalza "abbiamo scelto il giornale perché è un mezzo per far parlare la nostra ricerca oltre le mura della classe, per raggiungere il territorio". Sabine e Martino sono stati protagonisti del progetto "Interconnessioni Visibili" promosso dall'Agenda Provinciale Servizi Informagiovani. Insieme ad altri 19 compagni di classe hanno costruito una ricerca sul rapporto tra i giovani e il consumo di pubblicità. Ora sono al quinto anno, a un passo dal diploma in Operatori dei Servizi Sociali: "Essere giovane e avere la libertà di scegliere di approfondire un tema che mi appartiene è stata una grande occasione, spiega Sabine, ormai al suo secondo anno di esperienza nel progetto. Lei è particolarmente appassionata al tema dell'adolescenza e dice con orgoglio: "L'espressività è l'aspetto più affascinante del nostro percorso", ribadito subito anche da Martino, rappresentante d'Istituto molto attento ai bisogni dei propri coetanei.

specifico messaggio", spiega Sabine. "Il punto di svolta è stato capire che esiste un luogo comune diffuso sulla pubblicità. Tutti gli intervistati dichiarano di percepire in modo negativo i messaggi promozionali, ma allo stesso tempo emerge che conoscono molto bene i dettagli del linguaggio comunicativo. Sono attenti ad esempio al ruolo dei testimonial e all'uso dei colori nelle campagne pubblicitarie". Affrontare il tema della persuasività attraverso le interviste ha permesso ai giovani di fare una scoperta: "Non si può accettare a priori la negatività della pubblicità perché la nostra ricerca dimostra che il rapporto non è affatto scontato", spiega Martino, che prosegue affermando "i giovani intervistati conoscono bene lo stretto legame tra palinsesti televisivi e pubblicità; questo dimostra che esiste una consapevolezza, una complicità tra messaggio e spettatori".

Pregiudizio? È meglio conoscenza

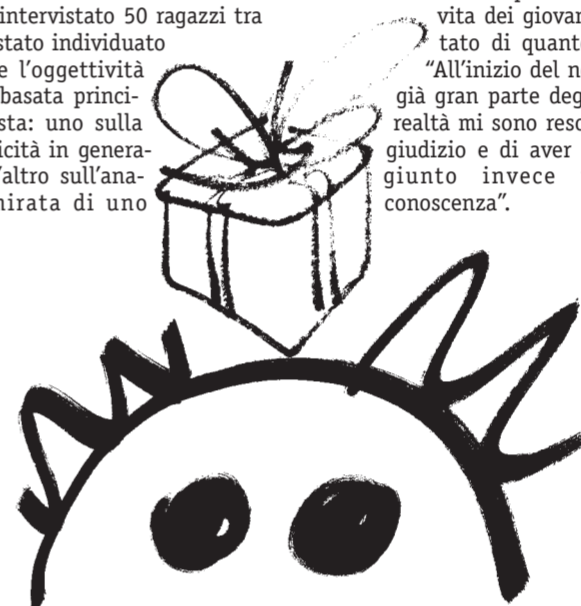
Sabine e Martino raccontano poi di come la discussione in classe sia giunta a un punto condiviso da tutto il gruppo: "Il condizionamento da parte dei messaggi non va sottovalutato, ma è necessario mantenere un atteggiamento distaccato per poter usufruire a proprio gradimento della pubblicità". Il linguaggio della comunicazione pubblicitaria è una parte integrante nella vita dei giovani, ma occupa un ruolo meno scontato di quanto gli stessi ricercatori pensassero: "All'inizio del nostro percorso credevamo di conoscere già gran parte degli esiti futuri", spiega Martino, "in realtà mi sono reso conto di essere partito da un pregiudizio e di aver raggiunto invece una conoscenza".

La ricerca

Il gruppo di giovani "ricercatori" ha intervistato 50 ragazzi tra i 17 e 25 anni. Metà del campione è stato individuato all'esterno della scuola, per favorire l'oggettività dei risultati: "La nostra ricerca si è basata principalmente su due modelli di intervista: uno sulla pubblicità in generale e l'altro sull'analisi mirata di uno



Sabine Comito



Martino Pennati

Gli educatori / Carlo Gaiati e Annalisa Pozzi

Pubblicità, giovani bersagli sì, ma... mobili

I giovani si specchiano nella pubblicità. Osservano i propri desideri, condividono sentimenti e imparano a scegliere. Lo raccontano Carlo Gaiati e Annalisa Pozzi, educatori della cooperativa sociale La Linea dell'Arco di Lecco, riflettendo a posteriori su un anno di lavoro, lo scorso 2005/2006, nel progetto "Interconnessioni Visibili", promosso dall'Agenda Provinciale Servizi Informagiovani.

Pensare criticamente il messaggio pubblicitario

Gaiati è stato impegnato con la classe quarta per Tecnici dei Servizi Sociali dell'Istituto Fumagalli di Casatenovo. "L'obiettivo del nostro lavoro era lo sviluppo del pensiero critico sul tema del consumo. D'accordo con gli studenti, abbiamo discusso del consumo di pubblicità. Siamo partiti dallo studio dell'utilizzo strumentale del corpo umano nei messaggi promozionali". Il gruppo era composto da giovani tra i 17 e 20 anni, 21 tra ragazzi e ragazze.

I ragazzi hanno sviluppato delle interviste e hanno scoperto di avere un atteggiamento strumentale verso il linguaggio pubblicitario. "I giovani conoscono bene gli espedienti della pubblicità e ne fanno un uso legato ai propri bisogni" - sottolinea Gaiati - "Le discussioni e le interviste raccontano l'esistenza di un rapporto di complicità tra giovani e *mass-media*. Per i ragazzi non è un mistero l'essere bersaglio dei messaggi promozionali. Questa consapevolezza crea un gioco di sguardi tra pubblicità e destinatari che i ragazzi usano, distinguendo chiaramente realtà e finzione".

E il consumo di televisione?

A Gaiati fa eco Annalisa Pozzi che ha lavorato con i giovani dell'Istituto Bertacchi di Lecco, impegnati in una ricerca sul consumo di televisione: "Nella pubblicità come nelle fiction, i giovani riconoscono un'esperienza sentimentale. Osservano luo-

ghi talvolta vicini e altre volte lontani dalle proprie possibilità. Questa complicità è regolata da una forte consapevolezza del funzionamento del linguaggio televisivo". Emerge in questo modo un'aspetto più chiaro del rapporto tra giovani e *mass-media*. Pubblicità e televisione diventano un'opportunità per scoprire e scoprirsi in un dialogo a più voci. "Il punto di vista dei ragazzi toglie importanza alla domanda sull'esistenza di un eccessivo condizionamento della pubblicità" - riprende Gaiati - "perché i giovani usano la televisione come stimolo, rifugio o vetrina in base alle proprie aspettative. Questa scoperta ha rappresentato un passo avanti per gli educatori e per i giovani coinvolti nella ricerca. Ha favorito la trattazione del tema della consapevolezza al consumo. I ragazzi sono attenti ai messaggi che promuovono la tecnologia, i prodotti musicali, l'abbigliamento e gli accessori per lo sport. Gli stili delle promozioni contribuiscono a creare un senso di appartenenza. In questo meccanismo gioca un ruolo fondamentale la consapevolezza dei giovani, cioè la capacità di esprimere una forma di libertà".



Annalisa Pozzi



Carlo Gaiati

Agenda provinciale Servizi Informagiovani

presso Centro Sociale in Via dell'Eremo, 28 - 23900 Lecco
Tel. 0341 493790 - Fax 0341 250452
www.comune.lecco.it - Email: agenzia.informagiovani@comune.lecco.it

L'Informagiovani è un servizio pubblico di informazione, orientamento e consulenza sui principali temi di interesse della vita giovanile: lavoro, scuola, formazione professionale e università, vita sociale e partecipazione, volontariato, servizio civile, salute, diritti, Europa, vacanze, tempo libero, iniziative culturali. L'Agenda provinciale coordina i servizi Informagiovani del territorio lecchese, presenti a Barzio, Bellano, Calolziocorte, Casatenovo, Cisano B.sco, Colico, Lecco, Mandello del Lario, Merate, Olginate.

Orario di servizio:
Lunedì, martedì e giovedì: 8.30 - 18; mercoledì: 8.30 - 16; venerdì: 8.30 - 14.



La pagina è stata realizzata da
Sviluppo Non Profit

Associazione per lo Sviluppo dell'Imprenditoria Non Profit
Via dell'Eremo, 28/a - 23900 Lecco
Tel. e fax 0341499917
www.sviluppononprofit.it - Email svi.non.pro@libero.it

concorsi pubblici

Agli sportelli del servizio Informagiovani della Città e del territorio, sono disponibili i seguenti concorsi:

LECCO

● Provincia: selezione pubblica, per esami, per l'assunzione a tempo indeterminato, di n. 1 istruttore tecnico - cat. C1 - settore viabilità e protezione civile. Requisiti: diploma di geometra (è ammessa la laurea in ingegneria); patente auto di tipo B.

Fonte: diretta.
Informazioni: tel. 0341 295324; Internet: www.provincia.lecco.it
Scadenza: 27 settembre 2006.

● Provincia: selezione pubblica, per esami, per l'assunzione a

tempo indeterminato, di n. 1 istruttore tecnico (perito elettrotecnico) - cat. C1 - settore patrimonio e demanio. Requisiti: diploma ITIS di perito elettronico, o perito IPSIA di tecnico delle industrie elettriche; possesso della patente auto di tipo B.

Fonte: diretta.
Informazioni: tel. 0341 295324; Internet: www.provincia.lecco.it
Scadenza: 29 settembre 2006.

BERGAMO

● Provincia: selezione pubblica, per titoli ed esami, per la copertura di n. 1 di collaboratore professionale - cat. B3 presso il settore 5 "istruzione, formazione, lavoro e attività produttive". Requisiti: diploma di qualifica professionale (o comunque di

titolo di studio superiore) unitamente a servizio continuativo di almeno 12 mesi prestato, con rapporto di lavoro subordinato, presso enti locali nel campo del lavoro.

Fonte: G.U. n. 68 del 08-09-2006.
Informazioni: tel. 035 387103 - 104 - 105 - 106; Internet: www.provincia.bergamo.it
Scadenza bando: 9 ottobre 2006.

CALOLZIOCORTE

● Comune: procedura di mobilità esterna volontaria per il personale di ruolo appartenente alle Amministrazioni Pubbliche, per la copertura di n. 1 posto nella categoria C di istruttore tecnico. Requisiti: dipendenti di ruolo delle Pubbliche Amministrazioni

inquadrate nelle categorie C e profili professionali di istruttore tecnico.

Fonte: diretta.
Informazioni: tel. 0341 639111.
Scadenza bando: 6 ottobre 2006.

NEWS

● Servizio civile: nuove opportunità per i giovani e gli enti. Nuovo bandi per circa 9000 volontari, la circolare sui progetti ... un nuovo direttore generale dell'UNSC

● Sulla Gazzetta Ufficiale (n. 202 - supplemento ordinario n. 189 del 31/08/2006) è stato pubblicato il Decreto del Ministero della Solidarietà Sociale che approva il prontuario per la pre-

sentazione dei progetti di servizio civile e i criteri per la selezione e l'approvazione degli stessi. Il termine di scadenza per la presentazione di nuovi progetti all'Ufficio Nazionale per il Servizio Civile (UNSC) o alle Regioni è il 31 ottobre 2006.

● Inoltre è stato emesso un bando straordinario per la selezione di 972 giovani volontari da impiegare in progetti di servizio civile in Italia e all'estero è stato pubblicato sulla G.U. n. 70 del 15 settembre 2006 - 4ª serie speciale - concorsi ed esami. La data di scadenza di questo bando (entro cui devono arrivare le candidature agli Enti) è il 16 ottobre 2006 - ore 14. Nella nostra provincia è disponibile 1 posto a Lecco presso il Patronato INAS (Istituto Nazionale Assistenza Sociale - CISL, via

Besonda Superiore 11) per il progetto "Tutela dei diritti sociali". Il volontario sarà impiegato per un anno (30 ore settimanali) nel fornire informazione, assistenza e tutela alle fasce deboli della popolazione (disabili, anziani, pensionati, famiglie in condizioni di povertà e marginalità).

● Infine, è stato nominato il nuovo Direttore Generale dell'Ufficio Nazionale per il Servizio Civile, che nella cerimonia ufficiale di insediamento ha annunciato l'intenzione di promuovere una maggiore qualificazione del servizio civile e una convention nazionale nel mese di dicembre.

e-mail
redlecco@laprovincia.it

Altre informazioni su lavoro, scuola, formazione professionale, università, volontariato, servizio civile, vacanze, turismo, tempo libero ed Europa sono disponibili presso gli INFORMAGIOVANI della provincia di Lecco (Informagiovani della Riviera - sedi di Bellano e Colico, Informagiovani Casatenovo, Centro Informagiovani Lecco, Punto Giovani Mandello del Lario, Informagiovani del Meratese, Punto Informagiovani Olginate, Punto Giovani Comunità Montana Valle San Martino - sedi di Calolziocorte e Cisano Bergamasco, Informagiovani della Valsassina a Barzio).

Fonte: Agenzia provinciale Servizi Informagiovani - Via dell'Eremo 28 - Lecco