

## **ADOLESCENTI E ADULTI PROTAGONISTI DEL TERRITORIO VALORI, ATTIVITÀ, E VALUTAZIONE DEGLI INCONTRI**

*di Giuseppe Gaballo*

*Ricercatore Università del Salento  
Dip. Storia Società e Studi sull'Uomo*

### ***Allegato al documento di proposta partecipata***

**Progetto Gallery: un osservatorio partecipante**

Avviso pubblico **Puglia Partecipa** – scadenza gennaio 2019

Legge Regionale sulla partecipazione N. 28 del 13 luglio 2017

**Area tematica: territorio e ambiente** (Sostenibilità ambientale, energia e rifiuti; territorio, bellezza e paesaggio; pianificazione urbanistica; cura di spazi e beni collettivi)

**Soggetto proponente:** Coppula Tisa

**Associazioni partner:** Città Fertile, Meditineri Tricase Salento, Magna Grecia Mare, Casa delle Agricolture Tullia e Gino, Salento Bici Tour, Comitato SOS 275, Diritti a Sud, Due Lune Teatro Tenda, Cooperativa Terrarossa, Clean Up Tricase

**Partner istituzionali:** Provincia di Lecce, Città di Tricase, Università del Salento Dipartimento di Storia Società e Studi sull'Uomo

**Associazioni ospiti:** Karadrà, Tina Lambrini Casa Comi, Swim Liberi di nuotare, Salento Km0, MTB Tricase, Oikos Sostenibile, LUA Parco Paduli, ALIBI Artisti LIBeri Indipendenti, Salento Verticale, Map for walking

**Altre collaborazioni:** Zoom Culture, Rete dei Parchi letterari, Soc. Coop. Casa delle Agricolture, Velo Service Lecce, FIAB Lecce Cicloamici, Abitare i paduli, Parco Regionale Naturale Costa Otranto – S.M. di Leuca e Bosco di Tricase, Italia che cambia

**Istituti scolastici coinvolti:** Liceo Scientifico e Classico G. Stampacchia – Tricase, Istituto Tecnico settore tecnologico e Liceo Scientifico opzione scienze applicate E. Mattei - Maglie

## ADOLESCENTI E ADULTI PROTAGONISTI DEL TERRITORIO VALORI, ATTIVITÀ, E VALUTAZIONE DEGLI INCONTRI di Giuseppe Gaballo

### 1. PREMESSE METODOLOGICHE. LE VARIABILI: CONTENUTI E FINALITÀ.

In questo capitolo del report si presentano i risultati dei questionari somministrati agli adulti e agli studenti di due Istituti secondari di II grado convenuti agli incontri organizzati dalle associazioni partner del progetto “Gallery”.

Sono stati somministrati tre tipi di questionari, due dei quali sovrapponibili eccetto per qualche variabile relativa solo al campione degli studenti o a quello per gli adulti. Il terzo questionario è stato somministrato soltanto agli studenti dell’Istituto di Maglie presenti a tutti gli incontri: a loro è stata chiesta solo una valutazione su tutti gli eventi.

Gli indicatori di valutazione considerati riguardano dimensioni fondamentali della bontà di un incontro con finalità partecipative. Innanzitutto, sono state inserite le dimensioni fisiche dello spazio e del tempo, ossia l’adeguatezza degli spazi per accogliere comodamente i partecipanti e il tempo dedicato al tema dell’incontro. Nel primo caso, si ritiene opportuno che i presenti possano trovarsi a proprio agio, perché diversamente potrebbe venir meno lo stimolo alla partecipazione. Nel secondo caso, invece, si coglie indirettamente un’informazione: quanta importanza è stata data al tema da parte dei partecipanti, che giudicano sulla base della durata dell’incontro. Questa informazione sarà poi messa in relazione con una domanda più chiara e diretta, ossia il livello d’interesse personale. A queste due variabili se ne collega un’altra, che coglie al contempo sia la conoscenza dell’importanza sociale del tema sia quella personale, ossia “importanza del tema per la collettività”. Infine, una valutazione a parte merita l’organizzazione/gestione dell’incontro, che più di tutte le variabili – insieme alla dimensione della chiarezza espositiva – determina la riuscita della comunicazione e, di conseguenza, della partecipazione, infine, potrebbe stimolare l’esigenza di un possibile approfondimento.

Con i due questionari rivolti ad adulti e agli studenti si sono voluto rilevare alcune caratteristiche importanti dei partecipanti agli incontri. Innanzitutto, occorre partire dalla rilevazione del genere: infatti, come in vari ambiti sociali in Italia la partecipazione pubblica è ancora troppo maschile, per cui il lavoro da svolgere sul territorio dovrebbe anche puntare a una inclusione delle varie categorie sociali cosiddette svantaggiate. Su questa stessa direzione si è voluto rilevare l’età: si pensi al fatto che oltre alle donne i più giovani sono spesso assenti dai processi partecipativi a eventi e decisioni di carattere pubblico, soprattutto nei comuni di provincia e nel sud Italia. Questa riflessione non deve porre dei muri tra le categorie più forti, uomini e adulti, e le altre, ma consentire un incontro fertile e proficuo, evitando conflitti di genere e intergenerazionale, come invece è accaduto a causa di politiche (e di una comunicazione politica) errate.

Un’altra variabile significativa è la situazione lavorativa: dei genitori nel caso dei ragazzi e personale riguardo agli adulti; si cerca così di individuare categorie di soggetti differenti in base allo status socio-culturale ed economico rispettivamente della famiglia di origine e personale. È bene comprendere il target di riferimento da cui le associazioni partner possono trarre risorse culturali, idee, *know how* ed energie per intraprendere un percorso di lobbying su e per il territorio. Il comune di residenza serve per capire la risonanza avuta dalla pubblicizzazione degli incontri e di conseguenza l’ampiezza territoriale della risposta. La domanda passa subito alle associazioni organizzatrici: sono soddisfatte per la varietà dei comuni da cui sono giunti i partecipanti?

Un insieme di variabili permette di approfondire la “caratura sociale” dei partecipanti agli incontri relativamente al loro grado di coinvolgimento e di impegno in attività variamente organizzate per la valorizzazione e promozione del territorio. È stato chiesto i tipi di esperienze di volontariato o meno, quante associazioni conoscono e come valutano le attività che eventualmente in paese coinvolgono i più giovani, gli spazi sociali di partecipazione messi a disposizione per tutti coloro che intendono

esprimere il proprio impegno nella comunità. Infine, è stato rilevato un giudizio di speranza su quanto le associazioni in genere possano migliorare la situazione territoriale. Con questa parte di questionario ci cerca di raccogliere informazioni sulla *network capability* dei convenuti e indirettamente sul loro desiderio-speranza di agire per cambiare in meglio le situazioni.

A tutti è stato anche chiesto quali sono stati i canali comunicativi con cui sono venuti a conoscenza di importanti notizie relative al proprio territorio e quanto i maggiori agenti socializzatori di adulti (nel proprio comune) e ragazzi (a scuola) affrontano le tematiche cruciali.

Ebbene, è emerso un quadro abbastanza confortante, da cui insomma partire per costruire quella che nell'immediato è la meta più importante del progetto "Gallery": fare rete e costituire una *lobby*.

## 2. VARIABILI DI SFONDO

Agli incontri rivolti solo ai ragazzi degli Istituti secondari di II grado hanno partecipato due istituti: l'Istituto Tecnico settore tecnologico, nonché Liceo scientifico "E. Mattei" di Maglie, e il Liceo "Stampacchia" di Tricase. Sebbene la presenza del primo sia inferiore nella compilazione dei questionari tuttavia, gli studenti hanno seguito tutti e dieci gli incontri perché il responsabile dell'Istituto vuole continuare a collaborare con le associazioni del progetto "Gallery". Di per sé questo costituisce un'ottima notizia per le finalità del medesimo progetto.

<b>Tav. 1. Istituto coinvolto</b>	v.a.	%
Mattei (Maglie)	43	20,7
Stampacchia (Tricase)	165	79,3
	208	100,0

Osservando la variabile di genere si nota subito un contrasto netto: se le ragazze rappresentano la maggioranza perché sono quelle più numerose nei licei, i valori si capovolgono nettamente a favore degli uomini una volta che si esce dalla scuola dell'obbligo. Ancora una volta si constata che le donne, sebbene maggiormente presenti ora rispetto a pochi anni fa, rappresentano anche nel nostro caso il genere meno presente nel dibattito pubblico con una differenza percentuale di 20 punti.

**Tav. 2. Sesso**

<b>Ragazzi</b>	v.a.	%	<b>Adulti</b>	v.a.	%
Maschi	91	44,0	Maschi	100	60,2
Femmine	116	56,0	Femmine	66	39,8
	207	100,0		166	100,0

Riguardo all'età, nel caso dei ragazzi la variabilità di questa caratteristica dipende certamente da scelte eterodirette, ossia da differenti criteri scolastici di opportunità. Nel caso degli adulti si può invece notare l'interesse per un target tendenzialmente poco giovane (media età quasi 50enni); osservando ancora la tabella relativa agli adulti, vediamo confermato il risultato anche dalla mediana, che ci indica come la metà del campione sia di età superiore ai 46 anni, sebbene con una grande variabilità (scarto tipo), che segnala la presenza di differenti fasce d'età che vanno dai ventenni fino agli over 65.

**Tav. 3. Età**

Ragazzi	v.a.		%	Adulti	v.a.		%
	15	24	12,4	Media			49,0
	16	133	68,9	Mediana			46,0
	17	34	17,6	Moda			38
	18	2	1,0	Scarto tipo			13,5
	193		100,0	Min. ↔ Max			20 ↔ 81
				Risp. valide			144

Occorre fare alcune precisazioni, visto che l'età è una delle caratteristiche da monitorare quando si fa un resoconto delle forze in campo. Innanzitutto, la grande variabilità per età del campione è un fattore positivo, perché convergono differenti prospettive, energie e conoscenze. Tuttavia, i ventenni costituiscono solo il 2,8%. Se consideriamo la fascia giovanile, ossia gli under 36, essi rappresentano solo un quinto dei partecipanti (19,4%), quindi un numero appena sufficiente per un ambito sociale che dovrebbe invece vedere una loro maggiore presenza. In prospettiva, se si vuol puntare a un futuro solido delle attività associative e di rete, occorrerebbe ovviamente investire risorse più cospicue per coinvolgere i ragazzi. Questo però dovrà fare i conti con i dati demografici poco confortanti, che ci indicano un grave esodo – forse irreversibile – delle giovani generazioni verso il nord Italia e i paesi esteri.

Un ottimo risultato è osservabile nelle tabelle relative al comune di provenienza: se ogni partecipante diverrà un nodo attivo della rete, potrebbe diventare uno “strumento di contagio” delle numerose attività associative presso la sua cerchia di conoscenze e la sua comunità.

**Tav. 4. Comune in cui vive**

Ragazzi			Adulti		
	v.a.	%		v.a.	%
Tricase	62	30,1	Tricase	44	27,2
Corsano	15	7,3	Nardò	17	10,5
Alessano	13	6,3	Lecce	14	8,6
Tiggiano	9	4,4	Specchia	8	4,9
Salve, Specchia	8	3,9	Corsano	7	4,3
Castrignano del C., Gagliano del C., Miggiano	7	3,4	Tiggiano	7	4,3
Andrano, Botrugno, Montesano	6	2,9	Andrano	6	3,7
Castrignano dei Greci	5	2,5	Leverano, Miggiano	4	2,5
Collepasso, Corigliano, Corsi, Maglie, Presicce	4	1,9	Acquarica, Alessano, Casarano, Cutrofiano, Galatone, Ugento	3	1,9
Morciano	3	1,5	Alliste, Aradeo, Maglie, Matino, Nociglia, San Foca	2	1,2
Acquarica, Giurdignano, Sternatia, Scorrano, Spongano, Palmariggi, Surano, Diso	2	1,0	Arnesano, Barcellona, Corsi, Calimera, Collepasso, Diso, Corigliano, Galatina, Zollino, Matera, Melendugno, Salve,	1	0,6
Barbarano, Casamassima, Castiglione, Cocumola, Patù, Minervino, San Cassiano, Sanarica	1	0,5	Muro Lecc., Novoli, Racale, Presicce, San Donato, Tuglie, Soletto, Taurisano, Lucugnano		
	206	100,0		162	100

A parte ovviamente i ragazzi, che provengono naturalmente da comuni piuttosto vicini a Tricase o comunque del sud Salento, tra gli adulti si osserva una significativa presenza di cittadini provenienti

da Lecce (8,6%) e Nardò (10,5%); pochi altri, ma comunque è sempre un buon risultato – provengono da Leverano, Maglie, Galatina, Novoli, S. Donato di Lecce. È coperto un ampio territorio provinciale. Le ultime variabili socio-anagrafiche riguardano lo status sociale, parzialmente rilevato mediante la professione dei genitori per i ragazzi e personale per gli adulti.

Come si noterà dalla tabella relativa ai ragazzi, la situazione lavorativa dei genitori si attesta tendenzialmente intorno alla fascia media/medio-alta (si vedano i numeri in grassetto). Se a questo risultato si aggiunge il fatto che i ragazzi stanno frequentando un Liceo di ottimo livello, possiamo capire che il coinvolgimento futuro di questo giovanissimo gruppo di partecipanti può ritenersi una grande vittoria in termini di sostenibilità delle attività associative singole e in rete.

Padre (n. 185)	Tav. 5A. Attuale situazione lavorativa di	Madre (n. 196)
%		%
3,2	Non lavora, né studia, né cerca lavoro	2,6
0,5	In cerca di lavoro/Casalingo/a	<b>32,7</b>
-	Studia/studia e cerca lavoro	1,5
14,6	Contadino/Operaio semplice (anche cameriere, commessa, magazziniere, ecc.)	7,7
<b>27,0</b>	Operaio specializzato/Artigiano/Esercente commerc./Militare (max sergente)	10,7
<b>33,0</b>	Piccolo imprenditore, Impiegato/Sottufficiale/Poliziotto (anche locale)	<b>21,4</b>
18,9	Funzionario/Dirigente/Imprenditore < 250 occupati/Insegnante/Ufficiale	<b>21,9</b>
2,7	Docente universitario/Ricercatore/Manager/Imprenditore > 250 occupati	1,5
100,0		100,0

Per quanto riguarda invece gli adulti, la situazione è piuttosto varia: si ha un tendenziale equilibrio tra le varie categorie di risposta, ma tutto sommato c'è un forte presenza di soggetti con un alto livello nello status occupazionale. Tuttavia, la ricchezza proviene dal fatto che significative percentuali sono rappresentate da contadini e operai: queste professionalità sono molto importanti in termini di intervento materiale sul territorio, in quanto posseggono un *know how* necessario che altri non possono garantire. Si pensi solo a quanta conoscenza sul campo abbiano acquistato i contadini, che consente loro e agli altri di venir fuori da tanti piccoli problemi nel rapporto complesso e spesso imprevedibile con la terra e i suoi prodotti.

**Tav. 5B. Attuale situazione lavorativa dell'intervistato**

	v.a.	%
Non lavora/studia/cerca lavoro	3	1,9
In cerca di lavoro/Casalingo/a	10	6,4
Studia/Studia e cerca lavoro	6	3,8
Pensionato/a	18	11,5
Contadino/Operaio semplice (anche cameriere, commessa, magazziniere...)	23	14,6
Operaio specializzato/Artigiano/Esercente commerc./Militare...)	17	10,8
Impiegato/Sottufficiale/Agente di polizia (anche locale)	34	21,7
Funzionario/Dirigente/Imprenditore con meno di 250 occupati/Insegnante/Ufficiale	30	19,1
Docente universitario/Ricercatore/Manager/Imprenditore con oltre 250 occupati	16	10,2
	157	100,0



### 3. LIVELLO DI IMPEGNO SOCIALE

In questo paragrafo affrontiamo il livello di coinvolgimento/partecipazione dei due campioni di partecipanti nelle attività e negli eventi associativi che migliorano la qualità di vita di un territorio. Confrontando ragazzi e adulti sulla base dei punteggi percentuali ottenuti dalle risposte, si possono osservare notevoli differenze grazie alla classifica costruita secondo un ordine decrescente.

Innanzitutto, per i ragazzi è chiara la natura dell'impegno: leggendo i primi tre tipi di realtà associative, essi sono coinvolti – spesso sulla spinta dei genitori e ciò per varie ragioni – a occupare il tempo libero fuori da casa con attività ricreative anche di tipo religioso e comunque in contesti sicuri pre-organizzati e controllati da adulti. Confortante invece il fatto che almeno la metà dei ragazzi – pur in contesti in cui gli adulti hanno sempre la prevalenza – sia attiva in esperienze che riguardano i loro diritti e impongono un'organizzazione dal basso, ossia senza l'intervento necessario di un adulto. Positivo anche il fatto che più di un quarto sia impegnato in attività associative di promozione del territorio o/e di tutela ambientale e un quinto in attività di volontariato e di promozione del territorio probabilmente anche a favore di categorie svantaggiate.

**Tav. 6. Partecipazione ad attività di impegno sociale**

<b>Ragazzi</b>	<b>%</b>	<b>Adulti</b>	<b>%</b>
Associazioni ricreative	74,1	Volont. sociale/promoz. del territorio	65,7
Organizzazioni religiose	57,3	Tutela di ambiente e territorio	55,6
Gruppi sportivi	54,9	Associazioni per il tempo libero	54,4
Organizzazioni studentesche	52,4	Cooperative sociali	26,6
Tutela di ambiente e territorio	28,5	Organizzazioni per i diritti umani	25,4
Volont. sociale/promoz. territorio	19,9	Gruppi sportivi	18,9
Cooperative sociali	19,5	Partiti	18,9
Collettivi autogestiti	13,7	Collettivi autogestiti	14,2
Pro-loco	10,3	Pro loco	13,6
Associazioni animaliste	7,3	Organizzazioni religiose	13,6
Organizzazioni per i diritti umani	5,8	Associazioni animaliste	9,5
Partiti politici	1,5	Organizzazioni studentesche	8,3

Altre informazioni incoraggianti provengono dalla lettura della tabella relativa agli adulti: circa due terzi (65,7%) e più della metà (55,6%) di loro sono impegnati in attività equivalenti a quelle del progetto “Gallery”, perciò soggetti molto utili per la costituzione futura di una rete stabile di organizzazioni impiegate a vario titolo sul territorio salentino. Valori molto più bassi (di almeno la metà rispetto alle prime tre forme di attività associative) per tutti gli altri ambiti di impegno sul territorio, ma che comunque raggiungono la significatività e fanno ben sperare in un ritorno in termini di ricchezza conoscitiva ed esperienziale.

Altrettanto buone sono le informazioni provenienti dalle risposte al numero di associazioni conosciute (tavole sottostanti). La media raggiunta dagli adulti è comunque molto alta, visto che per “conoscenza” abbiamo voluto intendere (e far sapere che si intendesse) non il semplice sentito dire, ma il fatto che si alludesse a qualche forma di coinvolgimento. Tra i ragazzi moltissimi hanno affermato di non conoscere alcuna associazione, tuttavia la metà dichiara di conoscerne almeno 3.

**Tav. 7. Quante associazioni conosce**

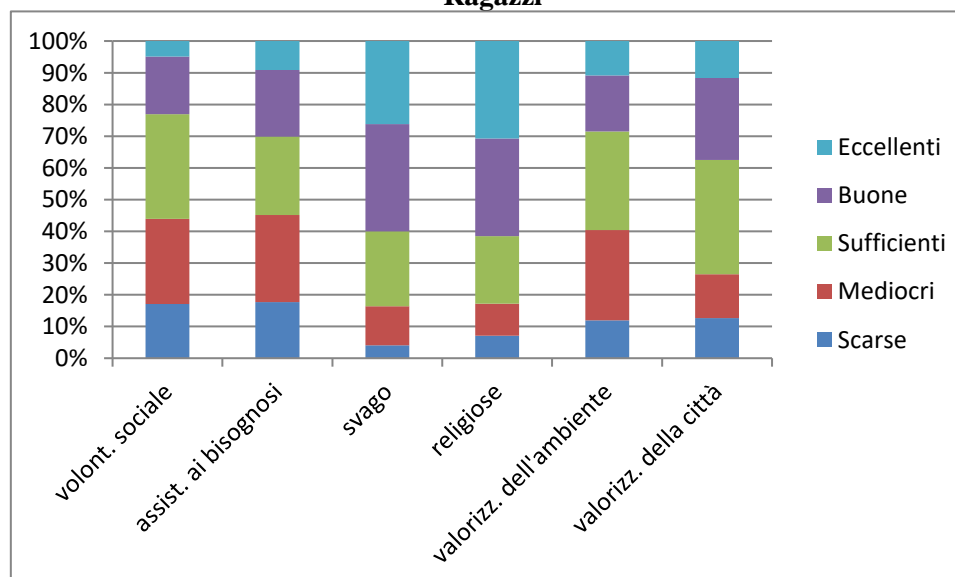
Ragazzi	Media	3,8	Adulti	Media	13,0
	Mediana	3,0		Mediana	10,0
	Moda	3		Moda	10
	Scarto tipo	2,9		Scarto tipo	11,5
	Min. ↔ Max	0 ↔ 15		Min. ↔ Max	0 ↔ 50
	Risp. valide	199		Risp. valide	155

Occorre sottolineare il discorso sulla conoscenza delle associazioni da parte dei soggetti coinvolti, perché essi devono essere considerati anche come nodi di reti che l'associazione "Coppulatisa" può raggiungere e a cui può aggregarsi per ampliare il proprio raggio d'azione assieme alle associazioni partner. L'errore che spesso si commette quando si fa lavoro di partenariato è interagire con associazioni o cittadini considerandoli singolarmente come risorsa unica, invece di vederli anche come ponti che consentono di raggiungere altri "mondi" territoriali e culturali altrettanto interessanti e significativi.

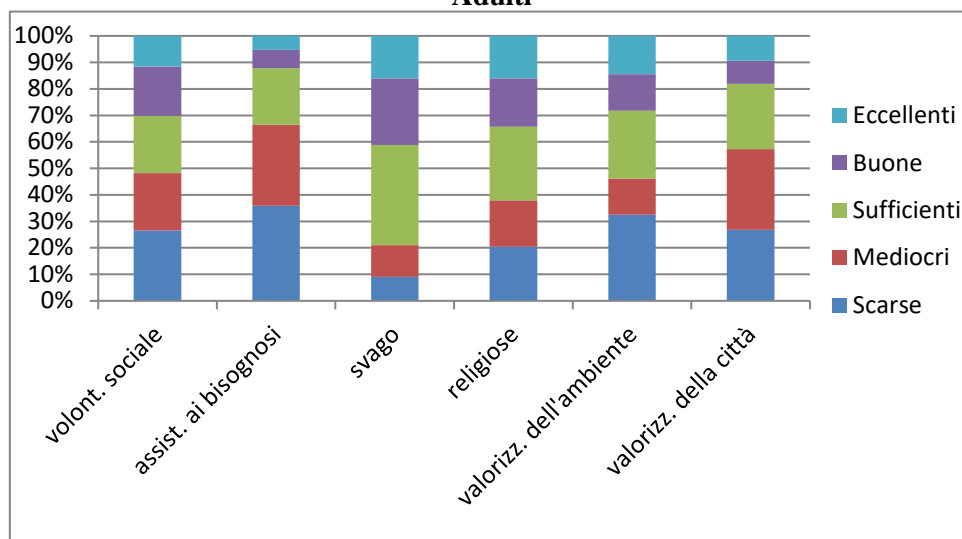
Un discorso parallelo riguarda la presenza di attività associative importanti per i giovani nei comuni di appartenenza degli intervistati. Ragazzi e adulti sono messi a confronto con i due grafici successivi, che mostrano un marcato, maggior atteggiamento critico da parte degli adulti, molto poco soddisfatti di quanto si stia facendo per i ragazzi.

Come si nota, la valutazione data dai più piccoli (primo grafico) ricalca sostanzialmente il loro coinvolgimento nelle attività associative su indicate, per cui emerge fisiologicamente un loro giudizio positivo nelle realtà maggiormente riguardanti il loro tempo libero: svago (sport compreso) e parrocchia. In sintesi, non è cambiato nulla per loro rispetto ai loro pari di 40 o 50 anni fa.

**Graf. 1 e 2. Come valuta le attività che si svolgono nel comune di appartenenza e coinvolgono i giovani**  
**Ragazzi**



### Adulti



Anche tra gli adulti si ripete lo stesso giudizio, ma con un atteggiamento ancor più negativo: si salvano in parte le attività legate a svago e quelle religiose, ma sono scarse o mediocre tutte le altre, soprattutto quelle rivolte a categorie svantaggiate e alla valorizzazione della propria città. Il quadro offerto dal giudizio degli adulti ricalca abbastanza fedelmente e in negativo la situazione associativa e la qualità-quantità delle attività pubblico-private in Italia capaci di coinvolgere le giovani generazioni.

Sulla base di questi presupposti abbiamo voluto somministrare due variabili (poche, ma che danno una prima idea da approfondire nel prosieguo del progetto) con cui rilevare due atteggiamenti complementari: da una parte, la personale speranza nella forza migliorativa delle associazioni sul territorio; con la seconda variabile, invece, la traduzione in termini di azione del loro concetto di “bene comune”.

**Tav. 8. Quanto le associazioni possono migliorare la qualità di vita in un comune**

Ragazzi <sup>1</sup>	v.a.	%	% Cumulata	Adulti	v.a.	%	% cumulata
Per nulla	2	1,0	1,0	Per nulla	1	0,6	0,6
Poco	6	3,0	4,0	Poco	1	0,6	1,2
In parte	37	18,3	22,3	In parte	16	9,6	10,8
Abbastanza	73	36,1	58,4	Abbastanza	39	23,4	34,1
Molto	54	26,7	85,1	Molto	110	65,9	100,0
	202	100,0			167	100,0	

Riguardo alla speranza che le associazioni possano migliorare la qualità di vita in un paese, il giudizio tra ragazzi e adulti si capovolge: questi ultimi si mostrano molto più ottimisti dei primi, tanto che ben due terzi afferma che le associazioni possono migliorare molto lo status quo di un territorio. Probabilmente questo diverso atteggiamento è dovuto a due fattori e lancia comunque un messaggio piuttosto positivo a chi propone una rete associativa provinciale: il primo fattore riguarda la maggiore esperienza degli adulti in ambito associativo; il secondo, necessario fattore, è relativo alla positività dei risultati ottenuti nonostante le tante sconfitte e le parziali vittorie. Insomma, occorre far leva come al solito sugli adulti, affinché si responsabilizzino e divengano mentori dei ragazzi, infondendo in

<sup>1</sup> 30 ragazzi (il 14,9%) affermano di non avere un'opinione in merito.



loro buone prassi, *know how*, energia e speranza, perché le generazioni possano succedersi nelle attività e proseguire con una catena di successi.

Il risultato della variabile successiva rispecchia l'atteggiamento mostrato nella precedente: rispetto alla metà dei ragazzi, per due terzi gli adulti vedono il bene comune attivamente come progetto. Anche questa risposta da parte dei due campioni di intervistati è tutto sommato molto positiva: la maggior parte dei due campioni ha chiaro in mente un concetto di bene comune decisamente attivo, come qualcosa di cui appropriarsi, valorizzare e restituire migliorato alla comunità.

**Tav. 9. Quale opzione sceglie nel concettualizzare il termine "bene comune"**

	%		%
Ragazzi	13,5	Un bene pubblico che deve essere gestito dalle istituzioni	6,1
	35,5	Un bene comunale cui possono accedere tutti	27,6
	51,0	Un bene su cui poter avanzare progetti per valorizzarlo	66,3
	100,0		100,0
Adulti			

Nel prossimo paragrafo sono raccolte le variabili con cui si rileva indirettamente un giudizio di massima su quelli che sono gli strumenti, gli spazi e gli attori pubblici principali della comunicazione di eventi e di attività per la valorizzazione del territorio.

Anche su questi punti occorrerà lavorare bene per cercare di consolidare canali comunicativi e argomenti necessari per rafforzare il legame di rete.

#### 4. IMPEGNO SOCIALE: CANALI COMUNICATIVI E AGENTI DI SOCIALIZZAZIONE

Anche riguardo ai canali comunicativi abbiamo proposto un confronto: si tratta di capire in che modo ragazzi e adulti vengono a essere informati e se ci sono differenze.

Mentre internet mette i due campioni d'accordo, dato che entrambi conferiscono a esso il secondo posto della classifica, anche il passaparola costituisce il solito canale privilegiato: infatti, sebbene raggiunga il primo posto per gli adulti e il terzo per i ragazzi, tuttavia ottiene lo stesso punteggio percentuale per tutti e due i campioni. C'è da aggiungere che Internet tramite i social network costituisce una piazza aggiuntiva per il pettegolezzo: questo può attivarsi fortemente nel mondo virtuale o andare avanti con il più naturale e antico approccio del *face-to-face*.

È positivo che la scuola emerga nei due terzi del campione dei ragazzi quale canale comunicativo efficace, mentre gli incontri pubblici e i quotidiani locali permangono ancora quali roccaforte di un senso civico, che esige un cittadino che vuol informarsi su quanto accade nel suo territorio.

**Tav. 10. Viene a conoscenza di attività di valorizzazione dei beni tramite:**

	%		%
Ragazzi	81,2	Manifesti	77,5
	81,2	Internet	75,7
	77,4	Passaparola	63,9
	66,3	La scuola	61,5
	61,7	Volantini	60,4
	46,6	Quotidiani locali	23,2
	41,5	Incontro pubblico	17,8
	33,8	Consiglio comunale	9,5
Adulti			

Tuttavia, il senso civico di un cittadino deve essere stimolato anche da spazi adeguati, che non siano solo quelli dell'agorà virtuale costituita da internet, in genere, e dai social network, nello specifico.

Questi possono fare da stimolo iniziale, ma è nell'esercizio dell'incontro-confronto-scontro personale, faccia a faccia, che si sono evolute le capacità comunicative e argomentative anche come ars retorica della democrazia e della politica partecipata, in generale.

Come vedono invece la situazione nei loro comuni relativamente all'adeguatezza di spazi di confronto/partecipazione? Il giudizio da parte di tutti è stato abbastanza negativo; un po' meno quello dei ragazzi, forse per la presenza di spazi sociali offerti da scuola e parrocchia. Comunque per entrambi i campioni solo uno su quattro afferma di trovare spazi adeguati per esercitare attivamente la partecipazione democratica. Si segnala la presenza di spazi non usati o inadeguati, che potrebbero diventare obiettivo di tanti progetti per la loro valorizzazione. È bene infatti pensare a riqualificare i luoghi dell'incontro, perché storicamente essi sono stati fondamentali per attivare cambiamenti e miglorie.

**Tav. 11. Presenza di spazi nel comune per partecipare ai temi riguardanti la valorizzazione del territorio**

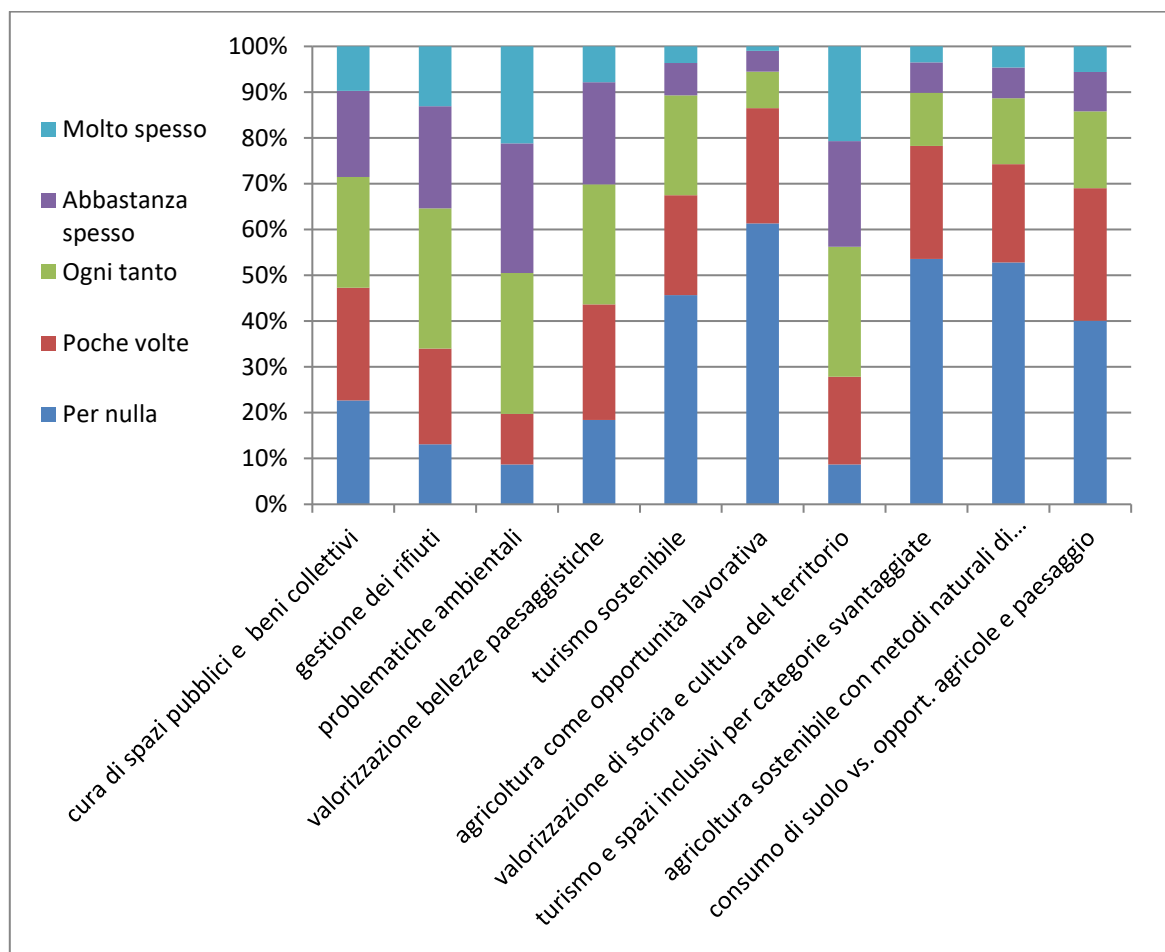
	%	% cumulata		% cumulata	%
<b>Ragazzi</b>	31,9	31,9	No	49,7	49,7
	29,4	61,3	Sì, ma non è usato	60,9	11,2
	13,2	74,5	Sì, ma è inadeguato	73,3	12,4
	25,5	100,0	Sì, permette una certa frequenza	100,0	26,7
	100,0			100,0	
<b>Adulti</b>					

Tra i luoghi importanti per esercitare la partecipazione democratica la scuola e il Comune rappresentano i cardini.

Si è chiesto con quale frequenza in questi due spazi, che costituiscono anche agenti di socializzazione, si affrontano le tematiche ritenute importanti per il progetto "Gallery".

Leggendo il grafico delle risposte date dai ragazzi, notiamo in generale che questi temi vengono trattati tendenzialmente molto poco. Sono trattate un po' più le tematiche classiche della tutela ambientale e quella della storia e della cultura del territorio. I temi meno affrontati sono quelli attinenti l'agricoltura e il suolo e le categorie svantaggiate, che sempre più emergono alla cronaca in negativo, perché sempre più spesso vittime di bullismo, di violenza verbale e umiliazioni psicologiche e di violenza *tout court*. Infine, secondo le risposte dei ragazzi del campione, ancora la scuola dimentica la sua funzione di educatrice civica in quanto poco considera il tema della gestione dei beni pubblici, che invece costituisce un punto nevralgico per esercitare la partecipazione e l'interesse per la *res publica*. Ovviamente si potrà verificare quanto affermato dai ragazzi e ciò per due motivi: nel caso in cui fosse confermato questo risultato, occorrerà coinvolgere maggiormente le istituzioni scolastiche per far crescere cittadini responsabili; in caso contrario, occorrerebbe invece modificare la didattica e le strategie pedagogiche di coinvolgimento dei ragazzi, perché magari poco interessati alle tematiche affrontate e perciò dimentichi di essere stati coinvolti.

**Graf. 3. Con che frequenza a scuola discutono di:**

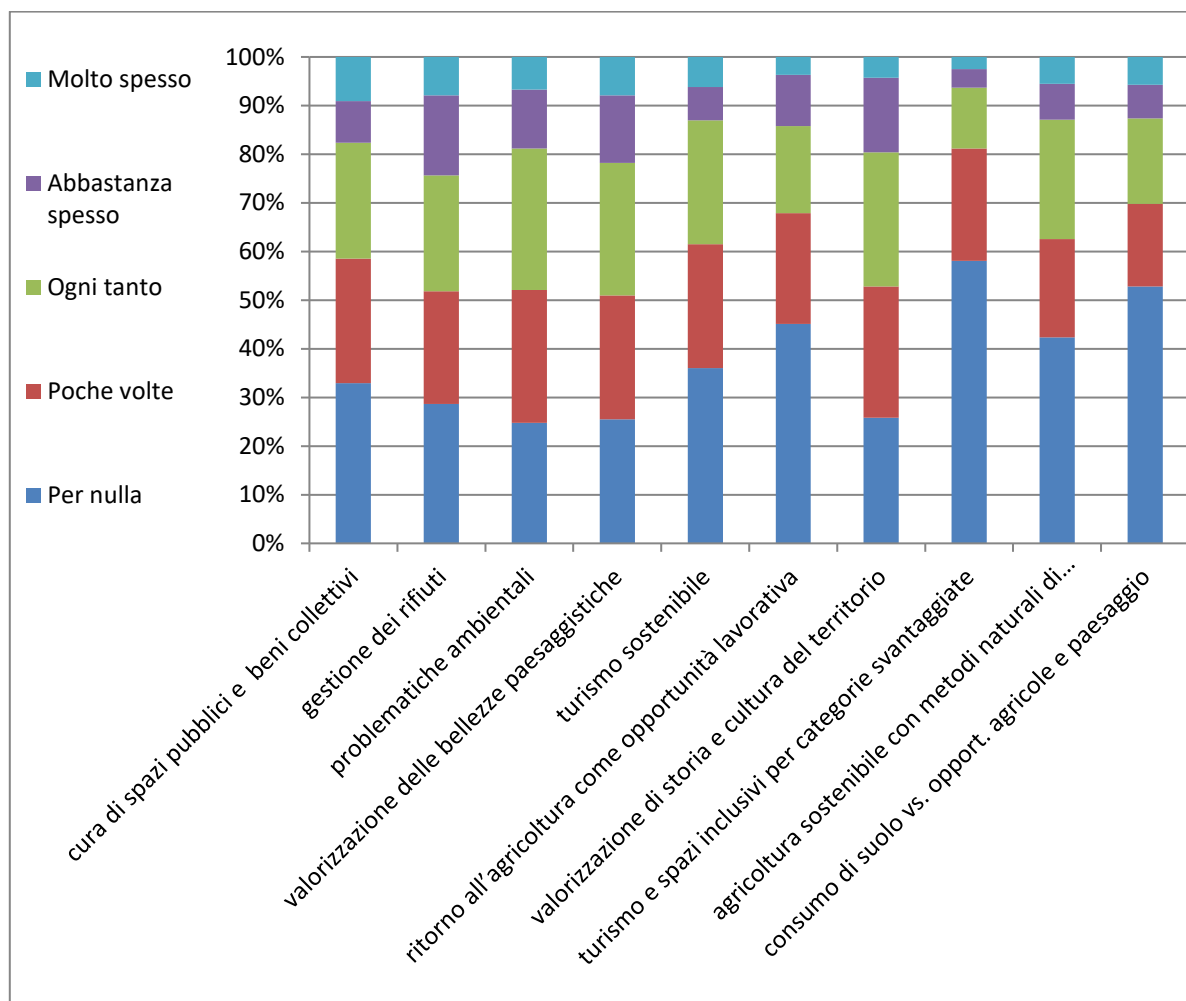


Ancor più negativo il risultato proveniente dalle risposte degli adulti, che comunque colpisce le stesse tematiche emerse dalle risposte dei ragazzi: agricoltura e categorie svantaggiate.

Questo fa comprendere che molto c'è da lavorare sia nella costruzione di occasioni di incontro, ma soprattutto nella strutturazione di percorsi concreti, sostenibili, forti che possano veramente coinvolgere la popolazione su argomenti che devono tornare a essere il volano economico, culturale e valoriale della nostra provincia: agricoltura, inclusione/accoglienza, destagionalizzazione del turismo.

Inoltre, la lotta al consumo di suolo e all'appropriazione prepotente di organizzazioni che saccheggiano il territorio divengono o dovrebbero diventare obiettivi strategici immediati, perché molto si sta perdendo su questi due ambiti di sviluppo locale. La battaglia è certamente dura perché le popolazioni locali, divise, debbono affrontare soggetti di caratura internazionale che dispongono di mezzi molto convincenti per mettere al palo qualsiasi forma di resistenza. Per questi motivi la parola rete deve smettere di essere artificio retorico per trasformarsi in sistema concreto d'azione, che però non deve commettere l'errore di chiudersi nel solito provincialismo culturale e sociale.

**Graf. 4. Con che frequenza nel proprio comune si discute di:**



Infine, i campioni sono stati sottoposti a una prova di presa di coscienza critica: come ci si giudica rispetto ai temi importanti sull'intervento nel territorio? Il confronto tra generazioni è seguito da una valutazione degli incontri attraverso i 6 indicatori indicati in premessa.

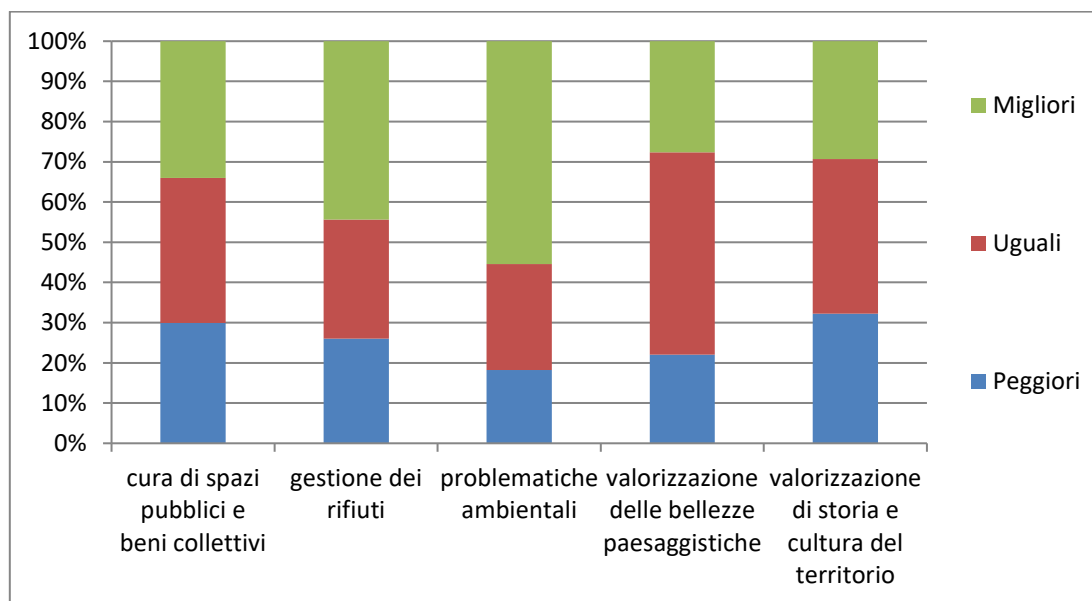
## 5. VALUTARSI E VALUTARE.

L'autocritica è una capacità che si è quasi del tutto persa assieme alla possibilità della lettura, dell'ozio creativo, insomma di spazi del tempo libero che permettono di riflettere con calma e prendere profondamente consapevolezza di sé e degli altri. Questa capacità è un pilastro della democrazia, perché riconoscere pregi e difetti propri è fondamento della capacità di ascolto e di interlocuzione. Tutti elementi necessari alla partecipazione democratica e alla possibilità di far gruppo. Infatti, è da trent'anni ormai che si assiste a programmi di vario tipo – politici e di intrattenimento – dove impera l'offesa, il litigio, l'umiliazione dell'altro, senza che si propongano idee, valori e prospettive su cui confrontarsi, dando luogo a un continuo scontro tribale culturalmente e antropologicamente regressivo.

### 5.1. IO E GLI ALTRI

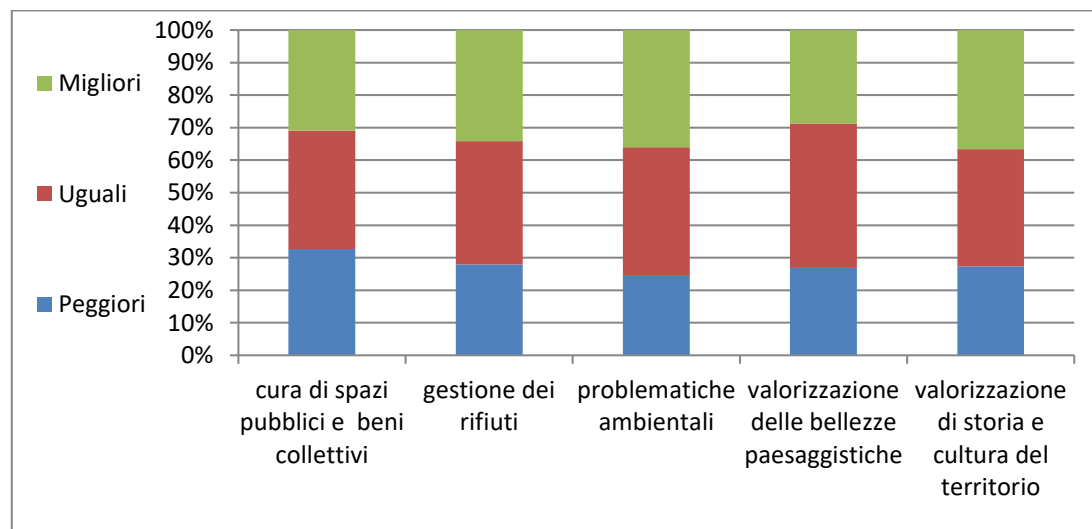
I ragazzi si vedono migliori rispetto alle tematiche ambientali: rispetto per l'ambiente e corretta gestione dei rifiuti sono infatti temi spesso affrontati nelle scuole e capita di vedere per strada, in piazza o in altro luogo pubblico qualche minorenne rimproverare il proprio genitore su questi aspetti.

**Graf. 5. Come vede la sua generazione rispetto agli adulti riguardo a:**



Gli adulti sembrano dichiarare una maggiore autocritica, considerandosi con un senso civico inferiore rispetto ai minorenni: non raggiungono neanche la quota di 1 su 3 coloro che sono convinti del contrario, ossia quello di ritenersi migliori; il 33% infatti si raggiunge solo per le problematiche ambientali e la valorizzazione della storia e della cultura del territorio.

**Graf. 6. Come vede la sua generazione rispetto ai teen agers riguardo a:**

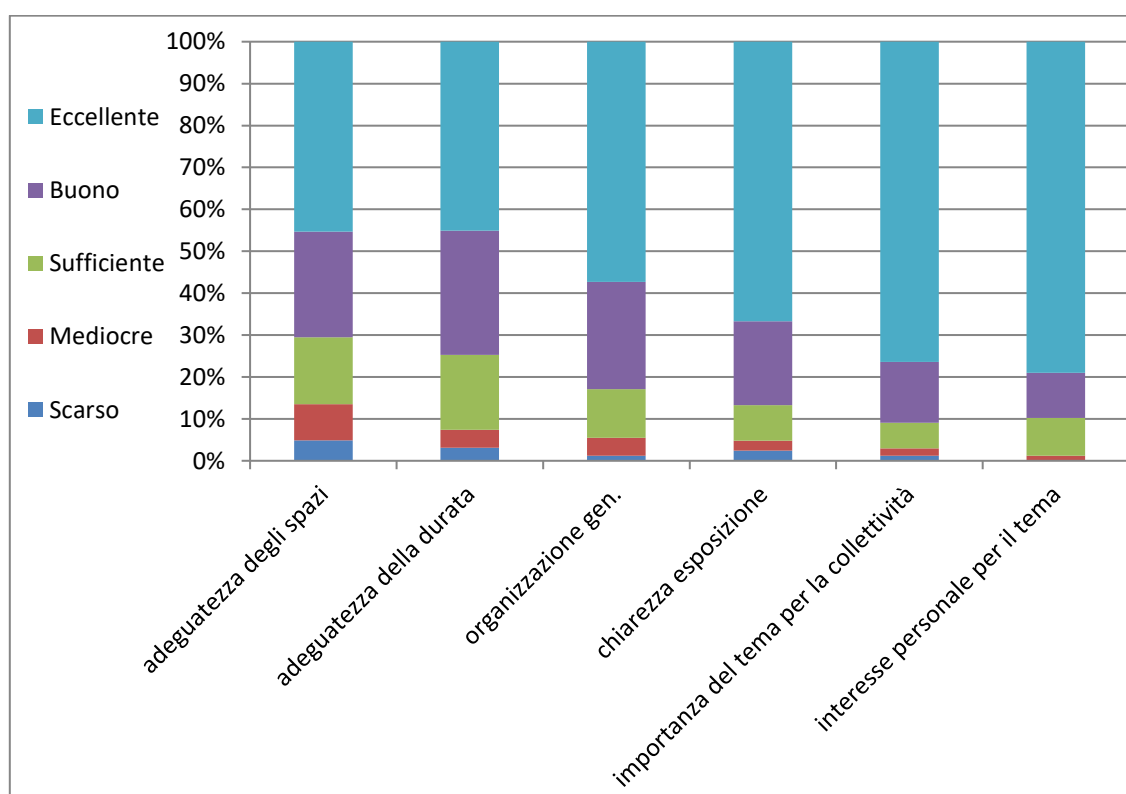
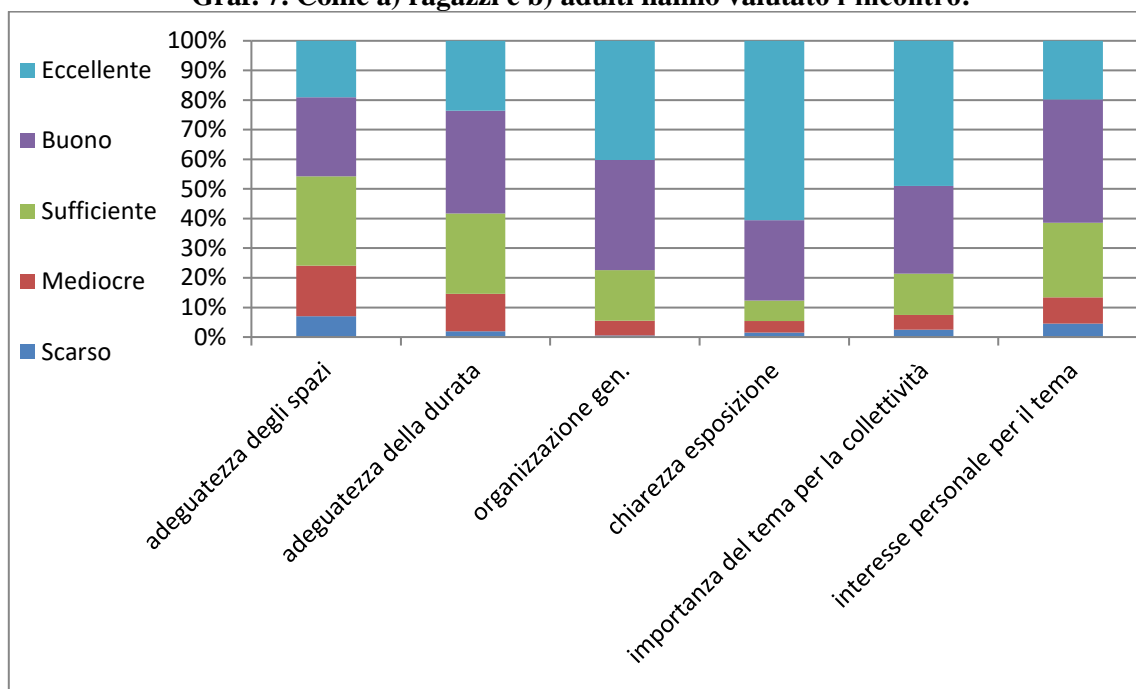


## 5.2. VALUTAZIONE DEGLI INCONTRI

Come si può dai due grafici il giudizio è tutto sommato positivo, soprattutto concorde per quanto riguarda la chiarezza espositiva da parte degli intervenuti. Questo indicatore è importante perché qualifica la qualità della comunicazione, pilastro di qualsiasi forma di relazione interpersonale. I ragazzi sono stati molto più critici per sull'adeguatezza degli spazi e un po' sulla durata, ma soprattutto non hanno mostrato tutti interesse per i temi affrontati. Quest'ultimo risultato è in linea con le risposte da cui è emerso il fatto che a scuola tali tematiche non sono state affrontate.



**Graf. 7. Come a) ragazzi e b) adulti hanno valutato l'incontro:**



Molto più soddisfatti sono stati gli adulti che hanno premiato tutti gli incontri, sebbene abbiano espresso una critica importante alla cura dello spazio-tempo: ciò sta a indicare una grande tensione alla partecipazione e perciò una forte esigenza di trovare spazi e tempi adeguati per approfondire le esperienze e i problemi sollevati durante gli incontri. In altre parole, la critica negativa da parte di circa il 50% del campione adulto è in realtà un risultato positivo in prospettiva di una collaborazione futura.

## 6. BREVI CONCLUSIONI

L'esperienza di somministrazione di un questionario è stata piuttosto positiva. Ci sono state diverse domande a cui molti non hanno risposto, circa in media il 4%, talvolta anche di più; ma se si pensa che la compilazione di questo inconsueto strumento di "relazione" è stata fatta dopo due e più ore di incontro, si può capire come i partecipanti avessero poca voglia e fossero stanchi e desiderosi di tornare alle proprie ordinarie faccende.

Sono state raccolte informazioni molto interessanti sulla propensione dei partecipanti a farsi coinvolgere nel progetto di una rete che ha una *mission* molto importante e impegnativa: fare lobby. Impegnativa perché il nostro tessuto sociale è piuttosto lacerato da resistenze alla cooperazione, dovuta a una cultura narcisistica da "primadonna", da un certo snobismo nel trattare con "certe" categorie e da interessi personali e "politici" in reciproco conflitto.

Inoltre, la raccolta di varie informazioni anche in modalità sistematica come quella di una inchiesta/sondaggio su centinaia di attori sociali è sempre un ottimo inizio per elaborare un atteggiamento più professionale e organizzato, due peculiarità che sempre sfuggono nel mondo del volontariato. Ad esempio, qualcuno nel questionario e durante gli incontri esprime l'esigenza dell'intervento da parte dell'Università e molti hanno dichiarato di aver ben accolto l'inserimento dell'Università locale; tuttavia, occorre anche comprendere che i ricercatori dovrebbero essere coinvolti sin dall'inizio e non chiamati per mettere un timbro che dia lustro al progetto come accade di notare in esperienze di tipo politico. Sia politici sia associazioni quasi sempre sottovalutano l'apporto della conoscenza scientifica, credendo di poter far da sé, in quanto la conoscenza del comportamento umano è ritenuta ordinaria e alla portata di tutti. Ci si inchina di fronte a fisici, ingegneri e biologi, mentre si snobba chi è impegnato a comprendere e spiegare il comportamento di fenomeni ben più complessi e imprevedibili, quali quelli umani e sociali, nello specifico.

Detto ciò, è da ribadire l'importanza fondamentale di un database o un archivio: organizzare e – cosa ancor più complicata – ben analizzare le informazioni è il punto di partenza solido se si vuole apportare un significativo quanto durevole cambiamento sociale.

Questo tipo di azione sistematica è strategico nella lotta all'ottenimento delle risorse e quindi al miglioramento dello status quo.