

SCUOLA e DIDATTICA

Problemi e orientamenti per la scuola secondaria di primo grado

10
GIUGNO
2016



Poste Italiane S.p.A. - Sped. in A.P. - D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/04 n. 46) art. 1, comma 1 - DCB Brescia
Editrice La Scuola - 25121 Brescia - Spedizione in abbonamento postale (art. 1, comma 1 - DCB Brescia)

ESPLORARE I MODI DI STUDIARE: UN'INDAGINE FORMATRICE

PREDISPORRE UN CURRICOLO NELLA SCUOLA DELL'AUTONOMIA
MODELLI PER L'INSEGNAMENTO DELLA GRAMMATICA DELL'ITALIANO

TEATRO E SCUOLA
DIDATTICA DELLE SCIENZE 2.0

EDITRICE
LA SCUOLA

Promuovere la cittadinanza attiva e il volontariato a scuola: sì, ma come?

Maria Paola **Mostarda**

La scuola è impegnata nella promozione della cittadinanza attiva e del volontariato¹, e questo non è in discussione². Sono invece aperte ben altre questioni: che cosa si intende, in fondo, per cittadinanza? Come farlo in modo attivo rinunciando a progetti pensati “sulla testa dei ragazzi”? Che cosa chiedono gli studenti oggi? Il tema interessa a tanti insegnanti, cittadini impegnati nel volontariato, centri per il volontariato³, dirigenti, educatori. E, magari non lo dicono, ma appassiona anche moltissimi giovani.

L'Osservatorio sul Volontariato di Università Cattolica collabora da anni con l'Avis provinciale di Brescia che investe sulla promozione nelle scuole con tenacia e grande sensibilità. Insieme hanno promosso diversi progetti che hanno indotto a riflettere su diversi aspetti: uno tra questi riguarda l'approccio, il “come”, di cui si condividono alcune riflessioni.

E se provassimo ad assumere un'altra prospettiva?

La promozione è insita nel fare volontariato: chi è motivato verso una causa che ha scelto, infatti, ne dà testimonianza a parole e nei fatti. D'altro canto, servono scelte educative e didattiche appropriate: come suggerisce M. Pollo – “senza un adeguato progetto educativo nessuna associazione può sperare di essere uno dei soggetti promotori della trasformazione del mondo e non solo uno dei passivi recettori di modelli di persona e di vita elaborati dalla cultura dominante”⁴. Preliminarmente a ogni progetto di promozione della cittadinanza attiva, serve riflettere sulle ragioni e sulle finalità che si vogliono perseguire.

In questa sede si vuole provare ad assumere una diversa prospettiva, centrata sui giovani e sul valore che il volontariato può svolgere per loro, in sé e per sé. Si guarda alla solidarietà per come si manifesta “a occhio nudo” e non per il suo significato profondo; si prova ad ascoltare i sensi, prima ancora delle parole; ad annusare l'aria che un giovane potrebbe respirare nelle associazioni e si dà voce alle sensazioni che può avvertire avventurandosi in queste esperienze. Per un istante si lascia sullo sfondo il valore del volontariato



(e la retorica che talvolta lo accompagna) per focalizzare l'attenzione sul “qui e ora” di una qualunque esperienza di cittadinanza attiva per verificare se tale sguardo può suggerire indicazioni utili per gli interventi promozionali.

1 R. Viganò (a cura di), *Ministero della Pubblica Istruzione, Scuola e volontariato. Terzo rapporto di scenario*, 2006, paper.

2 M. Pollo, “Il volontariato come luogo per la formazione dei giovani”, in L. Pati (a cura di), *La giovinezza. Un nuovo stadio per l'educazione*, La Scuola, Brescia 2000, pp. 203-227; G. Elia, “Giovani e volontariato”, in A. Chionna, G. Elia, L. Santelli Beccegato (a cura di), *I giovani e l'educazione: saggi di pedagogia*, Guerini, Milano 2012, pp. 175-195; D. Marzana, *Volontari si diventa. Conoscere e promuovere l'impegno volontari nel volontariato e nella politica dei giovani italiani*, Vita e Pensiero, Milano 2011; M.P. Mostarda, “Sperimentare la bellezza di fare volontariato”, in A. Traverso (a cura di), *La didattica che fa bene*, Vita e Pensiero, Milano 2015, pp. 243-260; A. Porcarelli, *Lineamenti di pedagogia sociale*, Armando Editore, Roma 2009; L. Corradini, A. Porcarelli, *Nella nostra società. Cittadinanza e Costituzione*, SEI, Mediabook, Torino 2012; L. Corradini, *La Costituzione nella scuola. Ragioni e proposte*, Erickson, Trento 2014.

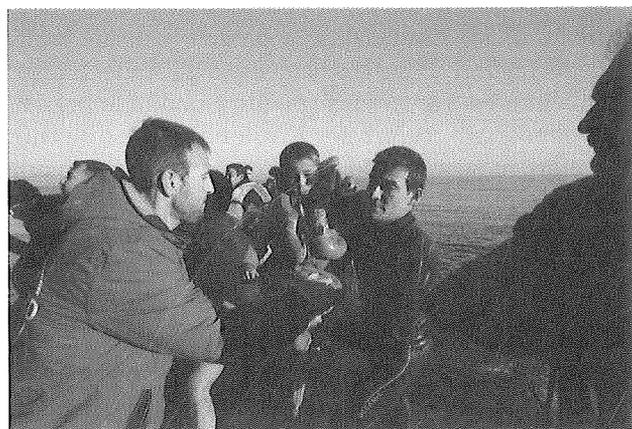
3 CSVnet, *Catalogo 2012. Le buone prassi dei CSV per la promozione del volontariato e del bene comune*, 2012, manuscripto.

4 M. Pollo, *Manuale di pedagogia sociale*, Franco Angeli, Milano 2004, p. 339.

5 D. Marzana, *Volontari si diventa*, cit., p. 138.

Vivere una esperienza di volontariato può rivelarsi speciale per i giovani per i seguenti motivi:

- *il volontariato porta in luoghi speciali*: i volontari partono per il sud del mondo o entrano in quartieri della loro città da cui non erano mai passati e così scoprono geografie nuove;
- *fa cose speciali*: il volontario accudisce persone anziane o malate, prepara il pranzo per un'intera scuola, trasforma una catapecchia in un luogo accogliente, gestisce con prontezza situazioni di emergenza. Insegna come farlo, se necessario, e lo fa avvalendosi di modi interessanti;
- *fa incontrare persone speciali*: fa conoscere volontari di tutte le età, personaggi tenaci, pieni di energia; fa accostare a visi che difficilmente si potrebbero ammirare; fa ascoltare voci che raramente si raccontano; avvicina alle emozioni di persone che, con le loro vite faticose, regalano incontri magici;
- *crea un clima speciale*: anche nel volontariato non mancano fatiche e tensioni, ma non sono le solite. Sono straordinarie, nel senso etimologico del termine e, come tali, si affrontano con uno spirito diverso;
- *ha un sogno*: ogni associazione ha un obiettivo da raggiungere, ogni gruppo ha una sua *mission*, ogni sezione ha delle precise priorità. E i volontari condividono e costruiscono questo sogno, e agiscono in quella direzione;
- *è concreto*: fare volontariato significa fare, porsi obiettivi e scegliere attività attraverso cui raggiungerli. E anche le associazioni di promozione o culturali, non si esimono dal fare;
- *porta nella storia*: il volontario spegne il televisore e parte per una emergenza; spegne la radio e ascolta la versione dei fatti dai testimoni diretti; chiude il blog e va in piazza. Entra nelle vicende attuali, vere, reali;
- *fa gruppo*: piccoli e grandi gruppi, a volte familiari, a volte più strutturati. Raramente i volontari agiscono da soli;
- *mobilita tutte le dimensioni del sé*: ogni volontario gioca tutto se stesso: stare e andare, fare e sognare, provare e imparare, impegnarsi in prima persona e stare con altri, riflettere e agire, emozionarsi ed essere razionale. L'esperienza di volontariato è davvero in grado di attivare tutte le parti del sé;
- *fa sentire grandi*: oltre a dare soddisfazione, i volontari fanno cose speciali, hanno voce, si assumono un ruolo, talvolta indossano una divisa: non sono lì a giocare, hanno un impegno specifico. Per il solo fatto di essere volontari, i giovani sanno di avere una responsabilità precisa e questo aumenta il proprio senso di autoefficacia².



In estrema sintesi, per almeno i suddetti motivi, fare volontariato non è solo un gesto di solidarietà verso qualcuno che ha bisogno: è anche un'esperienza assolutamente indimenticabile e arricchente per chiunque la compie. E per la promozione del volontariato ai giovani, appare importante investire su questi aspetti affinché la proposta risulti attraente (oltre che formativa).



Alcune strategie

Se le considerazioni sovraesposte sono ragionevoli, la promozione della cittadinanza attiva può rivedere il proprio *modus operandi* e riflettere su alcune strategie diverse. Vediamone alcune.

1. *Dal dovere al piacere.* Accanto ai valori morali, etici, civili, religiosi, le esperienze di volontariato sono estremamente positive per i soggetti che le svolgono⁶. I volontari donano tempo ed energie a progetti di utilità sociale e, al tempo stesso, ricevono benefici in termini di soddisfazione, relazioni, apprezzamento, riconoscimento sociale, aumento di competenze; le ricerche e la cultura odierna non sviscolano tali dimensioni che alimentano l'intelligenza emotiva. Gli eventi di promozione possono puntare sui benefici e sugli aspetti appetibili per attirare i giovani che non si erano accostati prima al volontariato.

2. *Da istruire a sensibilizzare.* Il sapere – da solo – non mobilita a impegnarsi nelle buone cause di cui ogni soggetto è a conoscenza. Si ipotizza che il giovane (come probabilmente ogni persona) si attivi quando viene “toccato” emozionalmente, quando è stupito, scioccato, incuriosito, addolorato o arrabbiato. Allora, proprio allora, avverte l'esigenza o mobilita l'energia per fare qualcosa, per offrire il suo contributo, per giocare in prima persona. La promozione è chiamata non tanto a informare, quanto a toccare la sensibilità. I canali dell'ascoltare, leggere, guardare sono molto utilizzati dagli enti educativi; provare, incuriosire, sperimentare, invece, possono regalare emozioni nuove.

3. *Dal presentare all'attivare.* Invece di presupporre che i giovani non conoscano il volontariato (o una delle numerose associazioni), la promozione è chiamata a valorizzare i desideri e i sogni che essi vorrebbero realizzare, a metterli alla prova, a rispondere alle loro curiosità, ad ascoltare le immagini e le esperienze di cui sono a conoscenza. La promozione può partire raccogliendo tali rappresentazioni, dalle immagini che i media hanno impresso nella mente dei giovani, dalle percezioni e dai giudizi che i soggetti hanno elaborato su ciò, arricchendoli o ristrutturandoli grazie al confronto reciproco. Così facendo, la promozione valorizza ciò che è presente nei soggetti, lo esplicita e ne fa un oggetto di dialogo.

4. *Da un tempo lungo a un tempo breve.* La promozione incontra spesso resistenze relative al poco tempo disponibile dei soggetti: “Mi piacerebbe, ma non ho proprio tempo”, si sentono rispondere frequentemente i formatori. Nella prospettiva suggerita, le associazioni accettano la sfida di fare micro-proposte: attività brevi, intense, fattibili anche per chi ha poco tempo, che diano la percezione che non serve molto tempo

e, anzi, basta poco tempo per fare grandi cose: “Vieni sabato mattina a preparare la mensa, dai”. E poi, si crei l'aggancio con un'altra proposta e un altro invito: uno alla volta, uno dopo l'altro, per un tempo che ci si augura possa diventare lungo, ma che si costruisce passo dopo passo.

5. *Dall'associazione al servizio finale.* In alcuni casi le associazioni, mosse dalla necessità di cercare nuove adesioni, concentrano la promozione sulla descrizione della propria organizzazione: dove si trova, quando è stata fondata, i suoi promotori, la storia, le sedi; talvolta si spingono anche a dimostrare una certa superiorità rispetto ad altre realtà simili (e, in questa prospettiva, concorrenti). Ma i volontari – e a maggior ragione i nuovi – non sono affascinati dagli aspetti organizzativi e forse non gradiscono riscontrare, nella solidarietà, certe logiche competitive che permeano la società. Ci sembra preferibile che la promozione si concentri sul *core business* del volontariato: che cosa fa? (“Prepariamo un pasto caldo ogni sera”); perché? (“Vogliamo portare l'acqua a un villaggio”), per chi? (senza fissa dimora, minori non accompagnati); ti va di provare? (“Vuoi venire una sera a cucinare con noi?”). L'associazione di volontariato è solo un mezzo, dopotutto.

6. *Dal virtuale al reale.* Con la consapevolezza dei mezzi informatici a disposizione dei giovani per viaggiare in rete, dei media per veicolare immagini e suoni da tutto il mondo, la promozione è chiamata a utilizzare altri canali, attivando soprattutto quelli più diversi



⁶ Il 97% dei volontari valuta positivamente l'attività di volontariato in cui è impegnato. Da CENSIS, 44° Rapporto Annuale; ISTAT, Il valore economico e sociale del lavoro volontariato, 2014 in <http://www.istat.it/it/archivio/139440>

dal virtuale: non leggere, dunque, ma annusare; non ascoltare ma assaggiare; non scrivere ma prendere per mano; non ragionare ma fare; non “chiedere l’amici-zia” ma guardarsi negli occhi; non “fare finta di” ma fare davvero. Risvegliare i sensi più trascurati anche dalla didattica tradizionale consente di vivere esperienze sorprendenti.

7. *Dal dépliant a un invito personale.* I formatori – sempre nella nostra ipotesi – non dovrebbero fermarsi a fornire indicazioni per l’accesso: ogni individuo, infatti, sa cercare l’indirizzo di un’associazione e non farebbe fatica a cercare la sezione più vicina a casa per diventare donatore del sangue nel momento in cui avesse maturato tale scelta. La promozione non si deve limitare a fornire un indirizzo: deve creare il contatto con ogni persona interessata; anzi, di più: un contatto personale, un invito proprio “per lui, per lei”, una stretta di mano che saluta con un “arrivederci”. Ogni associazione può continuare a realizzare i consueti dépliant ma – soprattutto – deve saper invitare ogni



ragazzo alla prossima riunione con i volontari, a una festa a cui sarebbe prezioso un aiuto in più.

8. *Dal proselitismo all’abitare gli spazi.* Anche la promozione va liberata dalla frenesia dell’efficientismo (“Se i giovani non aderiscono al nostro invito, non ha senso fare promozione” sembrano pensare alcuni). In realtà, non possiamo sapere che effetto provoca il nostro invito nel cuore di una persona: è solo se quest’ultima ritelefonata che la promozione può dirsi soddisfatta? Come possiamo sapere in che modo ogni individuo rielabora una proposta? È possibile stimare i tempi di riflessione di ciascuno e prevedere a quali porte deciderà di bussare? La promozione lancia dei messaggi, ricorda che esiste anche il mondo del volontariato, getta un seme nella coscienza di ciascuno. Ha senso – in questa prospettiva – abitare le scuole, le piazze vere e virtuali, ogni luogo e non-luogo per testimoniare ai giovani (e a tutti i cittadini) che il volontariato c’è, serve e si regge sulla disponibilità gratuita di tanti uomini e donne.

9. *Da pretendere a rispettare ogni risposta.* Gli eventi di promozione si possono dire soddisfatti se raccolgono adesioni e sollecitano interesse, è ovvio. C’è modo e modo per farlo, soprattutto nel volontariato. La solidarietà si attiva per invitare ma non deve apparire pretenziosa; chiede, ma rispetta anche i dinieghi; fa proposte ma ascolta anche chi ha opinioni del tutto opposte (ospitare/mandare via; curare/non curare ecc.). I volontari – anch’essi liberi per definizione – sono chiamati a dimostrare un grande rispetto per ciascuno e per ogni sua scelta, anche quella di non volere fare volontariato o di volerlo fare presso altre associazioni. Progettare e organizzare eventi di promozione della cittadinanza attiva di volontariato è interessante e può essere affrontata da diverse prospettive. Quella proposta in queste pagine fa leva sui giovani: non resta che sottoporla a verifica.