



Youth Empowerment through co-creative Activity development

**Linee guida per identificare il
contesto e rafforzare le
connessioni sociali**

2024



Co-funded by
the European Union

Informazioni sul documento

Nome del progetto:	Youth Empowerment through co-creative Activity development
Acronimo del progetto:	YEA
Programma:	KA220-YOU –Partnenariati per la cooperazione nel settore gioventù
Numero di progetto:	
Data di inizio:	01.06.2023
Data di fine:	31.05.2025
Work Package:	WP2
WP di riferimento:	WP3 & WP4
Organizzazione responsabile:	
Livello di disseminazione:	
Nome del documento:	MR 2.1 Line guida per identificare il contesto e rafforzare le connessioni sociali
Tipo	
Numero Deliverable	

Linee Guida

Per implementare i risultati dell'analisi del contesto come parte del processo di supporto alla comunità e di costruzione di ponti e connessioni sociali.

Incoraggiare la partecipazione e il senso di comunità in un contesto o gruppo specifici richiede una conoscenza ed una comprensione profonda dei punti di forza e delle sfide all'interno del contesto locale in cui si intende intervenire. A tale scopo, si rivela efficace la valorizzazione delle competenze e dell'esperienza del personale che lavora e collabora con persone giovani (ad esempio, Consulte Giovanili, Comune, organizzazioni giovanili, di accoglienza e associazioni locali), sia in fase di implementazione, ma soprattutto nella fase preparatoria e di raccolta dati e bisogni.

Queste linee guida si costruiscono sulle prospettive sia delle persone giovani sia del personale socioeducativo, sulle competenze ed esperienze in merito al tema della partecipazione territoriale, e sono state raccolte ricorrendo a metodi di ricerca azione partecipativa, adattati al contesto delle comunità locali. Infatti, adottare questi metodi di ricerca partecipativa, adattati al contesto delle comunità, significa rafforzare la capacità decisionale e creativa delle persone giovani, principali beneficiarie del progetto YEA. In tal senso, le linee guida costituiscono una raccolta di buone pratiche e strategie identificate come potenzialmente positive per garantire un impatto sostenibile sulla comunità locale, attraverso la costruzione di reti e collaborazioni tra attori e attrici locali che rafforzino il livello della partecipazione giovanile a livello territoriale.

Le presenti linee guida si collocano all'interno del progetto YEA (Youth Empowerment through co-creative Activity development), che mira a costruire e/o a connessioni e ponti sociali, rafforzare la partecipazione giovanile e guidare il senso di comunità delle persone giovani attraverso processi di co-creazione di attività di tempo libero. Inoltre, il progetto YEA mira ad accompagnare il personale socioeducativo e le organizzazioni che lavorano a contatto con persone giovani nei processi di promozione della partecipazione e del benessere. Negli esempi presentati all'interno di questo documento di linee guida, le persone

beneficiarie sono da un lato i giovani e le giovani e dall'altro il personale socioeducativo a contatto con persone giovani. Tuttavia, è opportuno precisare che queste linee guida possono essere adattate a diversi contesti e tipi di persone beneficiarie.

COSA?

Perché queste linee guida?

Queste linee guida sono state pensate tenendo a mente una serie di progetti e processi finalizzati a rafforzare il senso di comunità e di partecipazione all'interno di contesti specifici. Questa guida descrive il processo di raccolta di dati sul contesto delle persone beneficiarie nella fase di sviluppo, nella quale sono stati adottati dei metodi di ricerca di azione partecipativa a livello comunitario. Questa scelta ha assicurato il coinvolgimento attivo delle persone beneficiarie nel progetto fin dalla fase iniziale.

In queste linee guida, si è scelto di ricorrere a due tipologie di metodi. Da un lato, per raccogliere i bisogni delle persone giovani sono state coinvolte le stesse persone, attraverso Photovoice; dall'altro lato, il personale socioeducativo nelle organizzazioni e i rappresentanti e rappresentanti di istituzioni o consulte giovanili hanno compilato dei questionari, basati sull'analisi del RUMORE. Photovoice è uno strumento che mira ad identificare dei bisogni, valorizzando il coinvolgimento della comunità locale e sulla conoscenza territoriale. Secondo la tecnica del Photovoice, le persone scattano foto delle loro vite e di ciò che è importante per loro, andando a definire e ad orientare i temi del dibattito, punti di riflessione e di valutazione. Inoltre, con questa metodologia le persone delineano il contesto e apportano significato ai soggetti che hanno fotografato, che diventano spunti ed input per le discussioni. (Wang & Burris, 1997.)

Photovoice si rivela efficace soprattutto quando lo scopo è quello di raccogliere esperienze e dati personali da un punto di vista strettamente individuale. Nel caso invece di personale socioeducativo che opera nelle istituzioni, nelle organizzazioni giovanili o nei centri di accoglienza, lo strumento del questionario online si è dimostrata un'opzione più efficiente per raccogliere dati e bisogni, vista la disponibilità limitata di risorse e tempo da dedicare al progetto.

Queste linee guida forniscono indicazioni su come costruire questionari e come formulare domande, basate sui principi dell'analisi del RUMORE.

L'analisi del RUMORE, che rappresenta i bisogni, le opportunità, aree di possibile miglioramento, i punti di forza e di debolezza e le eccezioni, funziona come uno strumento di pianificazione strategica, offrendo una valida alternativa alla tradizionale analisi SWOT (Punti di forza e punti di debolezza, opportunità e minacce). Questo tipo di metodologia promuove un approfondimento attento dei progetti e delle iniziative, attraverso la combinazione di diverse prospettive utili alla formulazione di una strategia che non si focalizza sulle sfide, ma che offre uno spazio anche per nuove opportunità. Di conseguenza, la scelta di integrare l'analisi del RUMORE nel questionario si rivela strategica per la raccolta di dati sul contesto e per condurre una valutazione di bisogni da un lato, e per la fase di pianificazione delle successive fasi del progetto.

In generale, le metodologie per raccogliere le storie digitali delle persone giovani da un lato e i questionari compilati dal personale socioeducativo delle organizzazioni territoriali mira ad offrire ai giovani e alle giovani una piattaforma per valutazione lo stato dell'arte del loro coinvolgimento e inclusione all'interno della comunità locale di riferimento. L'intero processo non è da intendersi come un'azione statica e standard di raccolta dati, ma come uno scambio ed un intreccio dinamico di esperienze, emozioni, percezioni, idee e sfide personali. Questi input danno forma e direzione alle successive fasi del progetto.

PERCHE'?

Perché ricorrere alla fotografia come strumento di raccolta dati?

Per incoraggiare lo sviluppo e la partecipazione delle comunità locali in una specifica area geografica o in uno specifico gruppo di persone, è necessario comprendere appieno i punti di forza e le sfide del contesto locale. Inoltre, saper valorizzare le conoscenze e competenze specialistiche del personale socioeducativo e delle istituzioni può garantire risultati più efficaci nella fase di creazione di soluzioni innovative che mirano a rafforzare il senso di comunità e la

partecipazione. Di conseguenza, è consigliabile raccogliere informazioni dai target group di riferimento, ricorrendo a varie tecniche di raccolta dati.

Ricorrere a metodologie di ricerca di azione partecipativa incoraggia il potere decisionale e assertivo delle persone beneficiarie e rappresenta uno spazio a loro dedicare per dare voce ai bisogni e agli interessi specifici, specialmente in questa prima fase di creazione.

La tecnica del Photovoice si distingue da altri metodi di raccolta dati in cui spesso le tematiche chiave identificate dai ricercatori e dalle ricercatrici non è in linea con i bisogni e le valutazioni reali che la comunità locale ritiene importante. In altre parole, per valutare i bisogni della comunità locale la metodologia Photovoice evita di fare assunzioni o di fare previsioni su possibili dati raccolti, per focalizzarsi su ciò che ha valore per le stesse persone beneficiarie e le informazioni prendono forma in base a ciò che è importante per loro (Wang & Burris, 1997.)

Combinando l'analisi dei bisogni con il coinvolgimento della comunità, questa metodologia supera i ruoli convenzionali, incoraggiando le singole persone a dar voce alle loro esigenze e alla cura del loro benessere. Photovoice offre alle single persone uno spazio per esprimere preoccupazioni, sfide, mettere in luce e dar priorità ad alcune tematiche, e per discutere di possibili soluzioni, rafforzando così l'azione sociale e l'organizzazione della comunità. (Wang & Burris, 1997.)

L'uso di foto all'interno della metodologia del Photovoice è funzionale e strategico per restituire significati ed emozioni. Inoltre, le foto offrono una via più accessibile per la condivisione di informazioni, rendendole potenzialmente adatte a gruppi diversi. In generale, condividere immagini e discussioni, ad esempio, non richiedono una conoscenza avanzata della lingua, nel caso in cui le persone beneficiarie non la padroneggiassero. Inoltre, la metodologia del Photovoice può fungere da catalizzatore per far incontrare persone giovani che vivono nello stesso contesto locale, favorendo in questo modo un'esperienza collettiva di raccolta di foto che riflettono il loro senso di comunità nella città o nella realtà presso cui risiedono. Le foto offrono alle persone partecipanti la possibilità di distaccarsi dai ritmi della quotidianità, rallentare e prendere consapevolezza dell'ambiente circostante. Guidate dalle stesse persone giovani, le discussioni sulle immagini guidano i partecipanti e le partecipanti diventare più consapevoli

delle dinamiche e delle attuali sfide della comunità in cui vivono, del loro senso di comunità, e li o le incoraggiano a riflettere e ad identificare potenziali aree di miglioramento da un punto di vista della qualità di vita. Inoltre, le stesse discussioni mirano ad esplorare le opportunità e le risorse disponibili per inserirsi in questo processo di creazione e offrire il proprio contributo.

COME?

Come ricorrere ai metodi di ricerca di azione partecipativa?

Nella fase di sviluppo del progetto, il processo per coinvolgere le persone beneficiarie e per raccogliere informazioni sul contesto si struttura in diverse fasi:

1 Pianificazione e considerazioni etiche

- **Preparazione di questionari ed interviste:** Creare una bozza di questionario e contesto dell'intervista, e provvedere a tradurre il materiale se necessario (ad esempio, nel caso di progetti internazionali).
- **Considerazioni etiche:** Consultarsi con i comitati etici locali per questioni etiche. Ciò comprende compilare una documentazione con i dati delle persone partecipanti, i relativi fogli di consenso e infine preparare degli accordi sui diritti di autore.
- **Fissare date:** Considerare possibili ritardi, difficoltà nel trovare corrispondenza tra i propri impegni e quelli degli stakeholders che si intendono coinvolgere. E' importante anche considerare altri fattori che potrebbero avere ripercussioni sulle previsioni temporali della collaborazione. Ad esempio, nel caso in cui vengano coinvolte persone giovani, è necessario che le decisioni in tema di finanziamento delle associazioni vengano prese tenendo a mente le vacanze scolastiche.

Nella prima fase, si procede con la creazione di un questionario e una bozza di possibili domande da sottoporre al comitato etico locale. E' inoltre necessario preparare i moduli con le informazioni delle persone partecipanti, i documenti di consenso per le stesse, ma anche gli accordi sui diritti di autore relativi all'adozione della metodologia Photovoice. Viene poi fatta una pianificazione in cui è importante tenere in conto gli orari delle parti interessate e ulteriori fattori che possano influenzare le tempistiche della collaborazione, come ad esempio le vacanze scolastiche e le decisioni di finanziamento delle ONG.

2 Mappatura degli Stakeholders

- **Tenere a mente il contesto e i bisogni del progetto:**
Che tipo di attori e attrici è necessario coinvolgere nel progetto per raccogliere i dati utili per garantire una efficace implementazione?
- **Diversità degli stakeholder:** Assicurare diversità e completezza tra gli stakeholder e le persone beneficiarie del progetto, da un punto di vista locale, regionale e nazionale.
- **Considerare le differenze di contesto:** nei progetti internazionali, tenere a mente le possibili differenze che possono esistere tra i paesi partner coinvolti. Ad esempio, l'articolazione e la divisione delle organizzazioni possono variare in base al paese a cui si fa riferimento.

E' fondamentale inoltre tenere a mente i bisogni specifici delle persone beneficiarie e allinearsi a questi. Tra i diversi bisogni da considerare vi sono l'età, il livello linguistico, le vulnerabilità sociali ed economiche all'interno della comunità e infine le disponibilità di tempo delle organizzazioni.

Il contesto del progetto e i requisiti specifici devono essere necessariamente esaminati per poter identificare collaboratori e collaboratrici ad hoc, che garantiscano una raccolta dati e un'implementazione del progetto efficaci. E' decisivo in tal senso assicurare una rappresentazione variegata tra gli stakeholder e le persone beneficiarie a livello locale, regionale e nazionale, se necessario.

Per i progetti internazionali, è importante ammettere e gestire le differenze di contesto nel quale si intendono implementare le attività, tentando di adattarle il più possibile alle peculiarità socioculturali e al diverso funzionamento e articolazione delle organizzazioni. I possibili bisogni specifici delle persone beneficiarie, come ad esempio l'età, il livello linguistico e le vulnerabilità sociali devono essere tenute a mente e gestite, così come le risorse finanziarie e la disponibilità di tempo che le organizzazioni possono garantire.

3 Stabilire contatti

- **Contatti iniziali:** Email e incontri preliminari online
- **Preparare volantini:**
 - Informativo: materiale di presentazione del progetto

- Pratico: Una descrizione del tipo e del livello di partecipazione richiesti all'interno del progetto.
- **Avvio della raccolta dati:** Questionari per operatori e operatrici che operano sul campo.

Email e incontri online possono rivelarsi metodi efficaci per stabilire un primo contatto e per avviare una discussione con le potenziali persone beneficiarie e con le organizzazioni. Per presentare il progetto, è necessario illustrare il contesto in cui si inserisce il progetto e gli obiettivi che si intendono raggiungere. Inoltre, sarebbe consigliabile offrire un volantino illustrativo per descrivere che tipo di partecipazione è richiesta dai collaboratori e dalle collaboratrici. Potrebbe essere inoltre necessario creare dei volantini ad hoc, accessibili a livello linguistico e formale e distribuirlo alle persone giovani.

Una volta concluso l'incontro online, è consigliabile inviare una mail riepilogativa per confermare e rafforzare la collaborazione instaurata. La mail riepilogativa dovrebbe contenere gli accordi a cui si è arrivati, gli impegni assunti e le informazioni chiave del progetto. Inoltre, si potrebbero allegare i materiali informative presentati durante l'incontro online. Sempre nel contesto della mail riepilogativa, la raccolta dati può anche iniziare attraverso l'invio di un link al questionario, nel caso in cui ci stessimo rivolgendo ad operatori e ad operatrici.

4 Collaborazione

- **Visite di persona:**
 - Costruzione della fiducia e approfondimento della cooperazione
 - Rafforzamento dell'impegno delle organizzazioni al Progetto
- **Avvio del processo di raccolta dati:** tecnica del Photovoice per persone giovani.

Incontrare le persone con cui si intendono stabilire collaborazioni o proporre attività può rivelarsi molto efficace, così da poter stabilire un contatto e un terreno comune da cui iniziare. Costruire la fiducia è un passo chiave per coinvolgere le persone giovani e assicurarne la partecipazione nel corso del progetto. Nell'ambito di questi incontri, il progetto è presentato nei suoi obiettivi, attività e tempistiche in un linguaggio che sia accessibile e chiaro.

In questa fase, la raccolta dati inizia con le persone giovani, che si avvicineranno alla metodologia del Photovoice, che verrà loro spiegata nelle sue fasi. Verrà chiesto alle persone giovani se sono disposte a partecipare e quelle interessate riceveranno istruzioni dettagliate sulla procedura. Di conseguenza, le persone giovani interessate compileranno dei documenti di consenso ed eventuali accordi sui diritti di autore. E' importante fissare un incontro di restituzione delle foto scattate dalle persone giovani, in base alle loro disponibilità. Nell'incontro successivo, seguiranno le discussioni sulle foto scattate, basate su domande create come possibili linee guida su cui orientare la conversazione.

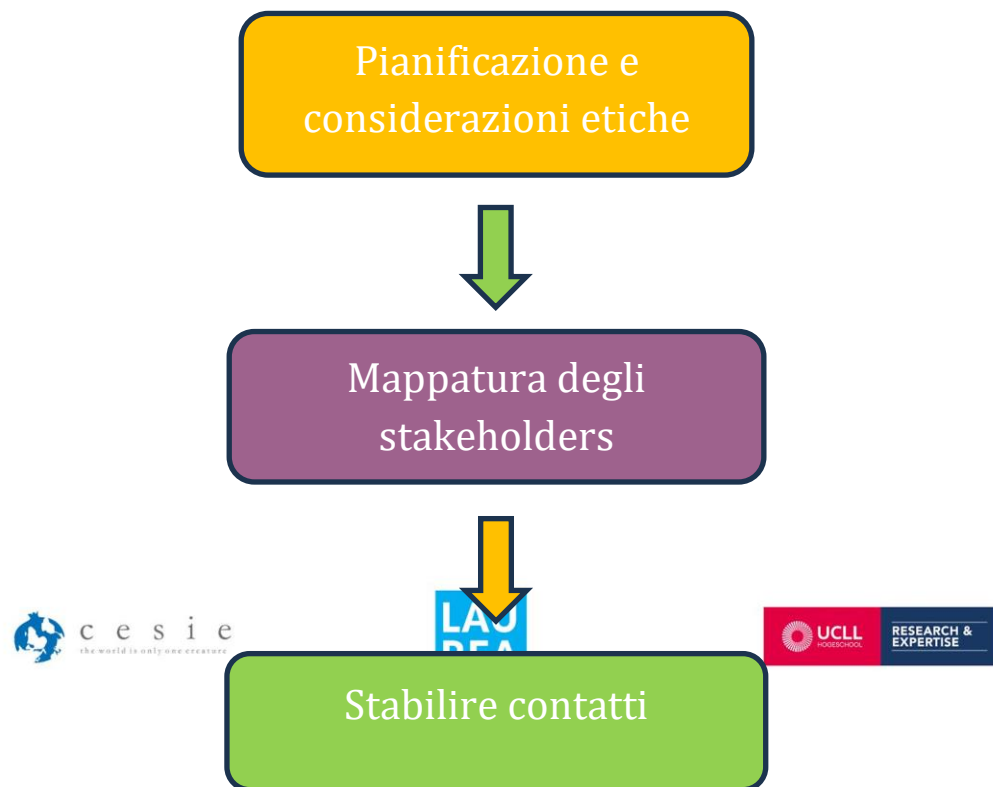
5 Co-Creazione e workshop

- **Workshop su come costruire Connessioni Sociali**
 - Definisci il tuo gruppo: un workshop che ha lo scopo di costruire ponti tra le persone all'interno di uno stesso gruppo target
 - Un'unica voce: un workshop che ha lo scopo di stabilire connessioni tra i diversi target group
- **Workshops di co-creazione**

A seguito dell'analisi sul contesto e dei dati raccolti, entriamo nel cuore del processo di co-creazione attraverso i workshop. Questi ultimi si articolano in base al materiale raccolto dagli operatori e dalle operatrici sul campo e sulle foto/bisogni messi insieme dalle persone giovani con la metodologia del Photovoice e i questionari. Nei workshop, lo scopo è quello di stabilire ponti e connessioni tra ogni target group. In primo luogo, l'attenzione si concentra sulla costruzione di ponti tra le persone all'interno di uno stesso target group. Infatti, queste si ritroveranno a riflettere insieme da un lato sui risultati delle storie digitali (attraverso la metodologia del Photovoice) e dall'altro sugli spunti di discussione offerti dall'analisi del RUMORE. Il punto di partenza per stabilire connessioni all'interno delle persone di uno stesso target group è dato proprio dalla combinazione di tutti questi input condivisi, e su come attraverso l'analisi di questi si possa instaurare un rapporto di collaborazione. Attraverso questi workshop, le persone partecipanti metteranno insieme nuovi spunti di riflessione dagli altri target group, per poi discutere su come potenzialmente potrebbero stabilire dei ponti per collaborare con gli altri.

In secondo luogo, il workshop “Un’unica voce” mira invece ad offrire uno spazio comune che accolga tutti i target group, che si sono incontrati in separata sede nel precedente workshop. In questo spazio, tutti i target group si incontrano e, in una modalità interattiva, condividono spunti di riflessione, storie digitali ed esperienze personali e professionali. Lo scopo di quest’ultimo workshop è quello di stabilire ponti e possibili collaborazioni tra persone giovani e operatori e operatrici che lavorano sul campo.

In seguito a queste tipologie di workshop, le persone partecipanti raggiungono una consapevolezza più profonda rispetto ai bisogni, ai punti di vista e alle risorse di ogni stakeholder. I target group si ritrovano quindi a cooperare a stretto contatto per poi arrivare a pianificare delle attività concrete e a prendere impegni gli uni con gli altri. A tale scopo, interagiscono in modo che i punti di forza di un target sia complementare a quelli dell’altro, attraverso un processo di co-creazione. La partecipazione attiva di ogni persona partecipante, e in particolar modo le persone giovani viene valorizzata e tenuta in considerazione durante il processo, e in tal senso i giovani e le giovani diventano co-responsabili delle attività.



Bibliografia:

Wang, C., & Burris, M. A. (1997). Photovoice: Concept, methodology, and use for participatory needs assessment. *Health education & behavior*, 24(3), 369-387.

