

## SCHEDA RELAZIONE DEL PROGETTO

### Premio COMUNICAZIONE SOCIALE Prima edizione

DATI IDENTIFICATIVI PER L'ISCRIZIONE	
<i>Titolo del progetto</i>	Videobox "CameraFè"
<i>Ente proponente</i>	AUSL Ferrara
<i>Settore/Ufficio proponente</i>	Sert Ferrara
<i>Indirizzo (Via, Cap, Città, Provincia)</i>	Via Francesco del Cossa 18 44100 Ferrara

  

**RELAZIONE DI PROGETTO**

**TITOLO DEL PROGETTO DI COMUNICAZIONE**  
Videobox "CameraFè"

**TEMPI**  
Data di avvio: *Dicembre 2007* - Data di conclusione: *Dicembre 2008*

**ANALISI PRELIMINARI DEI BISOGNI DI COMUNICAZIONE**  
Gli operatori di strada del Ser.T hanno effettuato un'indagine all'interno dei principali contesti formali ed informali di aggregazione giovanile della città di Ferrara che ha evidenziato l'esigenza del target contattato di trovare spazi e opportunità per poter esprimere liberamente il proprio punto di vista, le proprie esperienze, i propri sogni attraverso l'utilizzo di strumenti comunicativi alternativi, innovativi ed efficaci.

**MOTIVAZIONI GENERALI**  
Il progetto nasce dalla necessità di indagare alcuni aspetti del panorama giovanile e di coglierne le sfaccettature in un setting informale in grado di facilitare l'espressione di vissuti personali.

**OBIETTIVI GENERALI**  
Avvicinare i target groups e coinvolgerli in un percorso di elaborazione degli stili di vita

**OBIETTIVO SPECIFICO**

- Creare un prodotto video che sia di stimolo all'ideazione di nuove progettualità in cui i giovani siano promotori e non solo destinatari degli interventi.
- Offrire un'opportunità ai giovani del territorio di poter esprimere le proprie considerazioni, i punti di vista, le sensazioni su specifiche tematiche quali: droghe,

nesso, relazioni interpersonali, rapporto genitori-figli, divertimento, stili di vita.

- Ottenere informazioni dirette e non filtrate, utili agli operatori per monitorare le evoluzioni e i mutamenti degli stili di vita delle giovani generazioni.

### **DESTINATARI TARGET**

Adolescenti e giovani adulti incontrati nei luoghi di aggregazione della città di Ferrara e Provincia.

### **STRATEGIE INDIVIDUATE**

Progettazione e realizzazione di un video box congruente con il linguaggio del target capace di impattare e coinvolgere emotivamente e razionalmente i destinatari, al fine di avviare una riflessione sui contenuti emersi.

### **SCELTA DEI CONTENUTI**

L'esperienza diretta di contatto quotidiano con le diverse realtà giovanili del territorio ferrarese ha portato gli operatori a riflettere sulla necessità di approfondire particolari contenuti che in molti casi sembrano non trovare spazi o modi per poter essere espressi ed elaborati. Tematiche come l'utilizzo ricreativo delle sostanze, le possibili visioni di un futuro sempre più incerto e imprevedibile, la difficoltà di riconoscere e dare significato alle esperienze e ai sentimenti segnano in modo indelebile i racconti di vita dei giovani.

### **AZIONI E TEMPI**

Dicembre 2007	Ideazione e progettazione sulla base dell'analisi del bisogno
Gennaio 2008	Costruzione della rete
Febbraio -Settembre 2008	Realizzazione del videobox (video-interviste)
Ottobre- Novembre 2008	Produzione del video in formato digitale
Dicembre 2008	Valutazione

### **STRUMENTI E MEZZI**

Aggancio dei giovani direttamente nei luoghi di vita attraverso le tecniche già utilizzate nei più comuni interventi di strada e bassa soglia: centralità della relazione, approccio non giudicante, volontarietà degli accessi, rispetto della privacy.

### **COSTRUZIONE E DESCRIZIONE DEL PROGETTO**

*Metodologia di lavoro*

È stato allestito un camper con all'interno la strumentazione necessaria per la registrazione del video e all'esterno materiale informativo e promozionale del progetto. L'accesso al video box era volontario con il rispetto delle seguenti indicazioni:

- entrare nel camper da solo o con al massimo tre amici
- estrarre una o più domande dal contenitore
- firmare la liberatoria per l'autorizzazione all'utilizzo delle immagini
- sedersi sul divano e rispondere liberamente alle domande
- scendere dal camper, farsi fare una foto dagli operatori, e usarla per riempire la sagoma del volto fuori dal camper
- ritirare il gadget in omaggio

I ragazzi che volontariamente avevano accesso al video box registravano la propria testimonianza in assenza degli operatori così da limitare possibili condizionamenti esterni.

Le domande aperte sono state strutturate sui seguenti temi : alcol, droga, sesso, amicizia, amore, valori, miti, confronti generazionali, sogni, stili di vita, divertimento, tempo libero, rapporto genitori figli, trasgressione e comportamenti a rischio. (vedi l'elenco completo delle domande in allegato)

#### *Materiali predisposti*

Camper

Videocamera, cavalletto microfono, luci

Materiale informativo sul progetto

Gadget

Moduli di autorizzazione del trattamento dei dati personali

Polaroid

#### *Aspetti innovativi da segnalare*

- Partendo dal presupposto che le nuove generazioni fondano sempre più spesso i loro rapporti interpersonali e si relazionano con l'altro attraverso l'utilizzo di strumenti di comunicazione quali sms, mms, internet, immagini, si è cercato di costruire un progetto che tenesse in considerazione questo aspetto orientando tutto il lavoro alla realizzazione di un prodotto multimediale.
- L'utilizzo di un camper non come semplice mezzo di trasporto ma come spazio concreto facilitatore di relazioni e comunicazione

**RISULTATI E VALUTAZIONE***Risultati attesi*

Coinvolgimento nel progetto di almeno 200 giovani  
Acquisizione di informazioni significative rispetto ai temi proposti nel video box  
Realizzazione di un video della lunghezza di almeno 30 minuti  
Approvazione dell'iniziativa da parte del target di riferimento

*Strumenti e metodologie di valutazione di out-put e di out-come*

N° di partecipanti al video box  
Qualità dei contenuti delle dichiarazioni rilasciate  
Varietà dei temi trattati nel video box  
Livello di soddisfazione dichiarato dagli utenti del progetto

**RISORSE***Costo complessivo del progetto*

Costi Operatori impegnati nel progetto	4.000 euro
Costo Produzione video	400 euro
Costo attrezzature	3.000 euro
Totale	7.400 euro

*Fonti di finanziamento*

Finanziamento regionale Emilia Romagna

*Risorse umane interne all'Ente impegnate:*

3 operatori

*- professione*

Operatori di strada, psicologi

*- formazione prevista a supporto del progetto*

Corso per l'utilizzo di strumenti audiovisivi

*Risorse professionali e tecnologiche esterne all'Ente:*

- fornitori di prestazioni professionali

Daniele Donà esperto di tecniche audiovisive

- fornitori di prestazioni tecnologiche

Centro audiovisivi Vigor - Comune di Ferrara

**CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE***Positività e criticità*

Positività:

- elevata partecipazione al video box (più di 200 persone)
- grande curiosità suscitata dal progetto
- costruzione della rete efficiente con le parti coinvolte
- attenzione dei media locali al progetto

Criticità:

- in casi isolati si è riscontrata una difficoltà a gestire il grande afflusso di persone
- inadeguatezza di alcuni spazi nei quali è stato allestito il video box
- problemi di isolamento acustico in alcuni contesti

*Successive fasi del progetto previste*

- Pubblicazione del video su youtube
- Utilizzo del video per interventi educativi nelle scuole, nei centri giovanili, e nei luoghi di aggregazione spontanea.
- Promozione del video nei media locali
- Costruzione di nuove progettualità coinvolgendo in modo diretto i partecipanti al video box nelle fasi di ideazione e realizzazione

.

