

# **EDUCARE CON LO STILE DELL' ANIMAZIONE**

© GIULIANO VETTORATO

## EDUCARE CON LO STILE DELL' ANIMAZIONE

vuol dire collaborare significativamente ai processi di:

- personalizzazione,
- di coscientizzazione,
- di responsabilizzazione,
- insomma contribuire alla maturazione e alla crescita del ragazzo.

I suoi cardini sono:

- la persona,
- la libertà,
- la coscienza,
- la creatività,
- la partecipazione,
- la responsabilità.

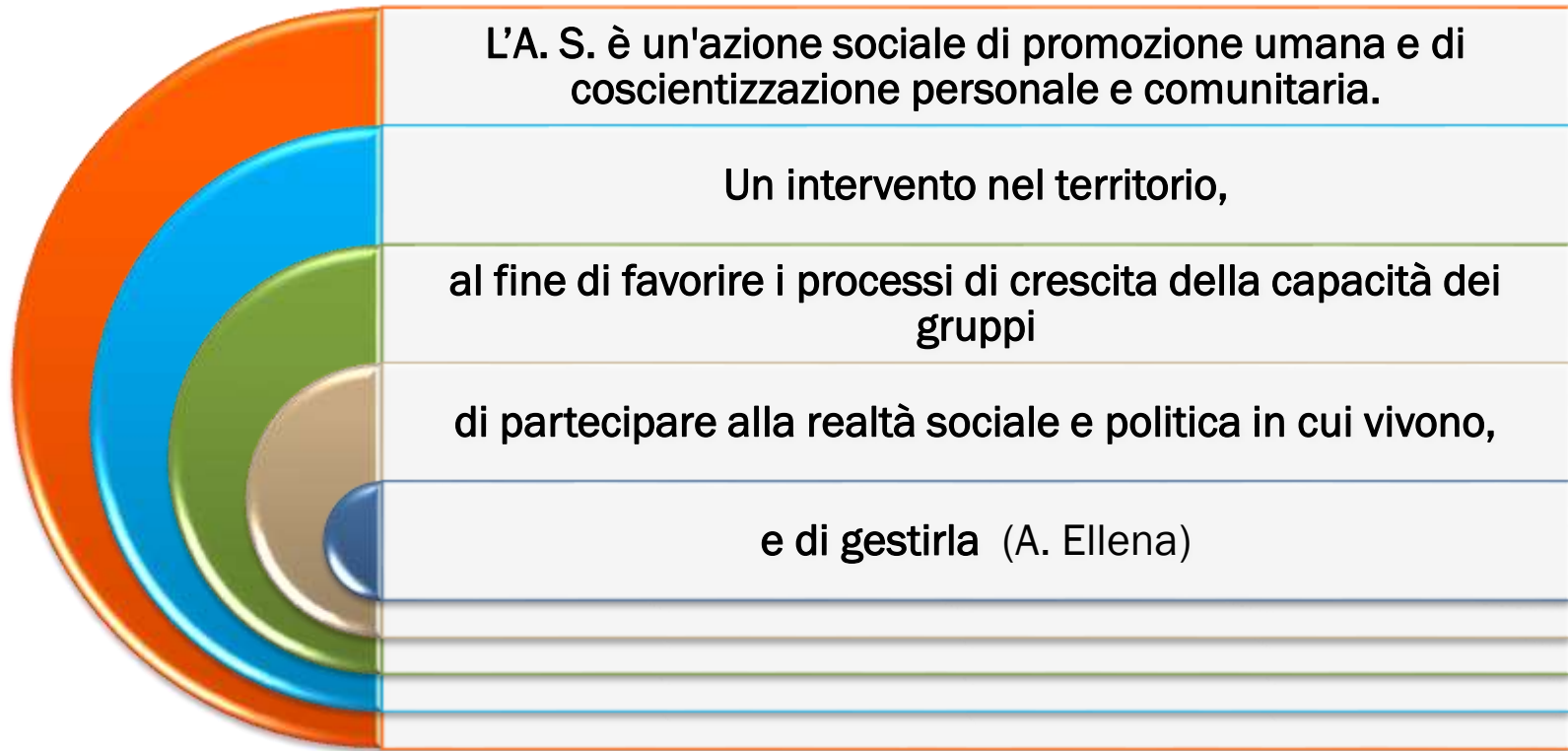
# COMPITO DELL' ANIMAZIONE (EDUCAZIONE)

Il metodo dell' ANIMAZIONE assume il compito di rendere cosciente l'adolescente del mistero che porta dentro e di abilitarlo a rispondere creativamente.

E' un metodo di comunicazione esperienziale "con la persona al centro".

E' impegno a dare forma e ordine ai processi di crescita, facendo gli adolescenti soggetti protagonisti attivi, critici e operativi dei processi personali e relazionali in cui sono coinvolti.

# DEFINIZIONE DI ANIMAZIONE SOCIALE



# 1. LA DIMENSIONE EDUCATIVA

---

L'a. s., pur non volendosi confondere con altri stili di a. più marcatamente educativi, può avere una notevole valenza educativa.

---

*Le funzioni* dell'a. s., finalizzata al cambiamento attraverso la partecipazione, sono essenzialmente due:

---

a) la *presa di coscienza*, che riguarda realtà quali le potenzialità inesprese, rimosse o represses delle persone singole, dei gruppi e delle comunità; i dinamismi interni del nostro «agire»; le mentalità diffuse, sommerse, latenti; le situazioni problematiche; il divario ricorrente tra «reale» ed «ideale».

---

b) il *potenziamento del tessuto connettivo sociale*

# PER REALIZZARE IL PUNTO (A)

Occorrono interventi

- organici,
- ben finalizzati,
- ispirati ad una prevalente preoccupazione preventiva,
- specie in alcune aree:
  - partecipazione,
  - espressività e creatività,
  - emarginazione, devianza.

Tutto ciò al fine di *creare una nuova cultura*

nel rapporto pubblico-privato, professionale-volontario;

nel relazionarsi e collaborare con persone e con gruppi di diversa estrazione, formazione, ispirazione, ma operanti su obiettivi comuni;

nella concezione del tempo libero, con finalità non solo ludiche ma anche di impegno sociale

# PER REALIZZARE IL PUNTO (B)/1

È NECESSARIO ATTUARE:

a) iniziative di socializzazione,

- gruppi e lavoro di gruppo,
- scambi turistici,
- itinerari ecologici,
- convegni e seminari,
- feste popolari,
- mostre itineranti,
- animazione dei ragazzi nei condomini,
- raccolte finalizzate di oggetti;

b) stimolando la «gente»

- a risolvere in proprio i problemi quotidiani,
- a superare le diffidenze verso il pubblico,
- a sostenere dall'esterno le comunità di accoglienza,
- ad essere presenti nelle situazioni di emergenza;

c) lacerando l'incomunicabilità tra le generazioni,

- tra gli operatori e la «gente»,
- tra i turisti e i locali;

d) con il reperimento in gruppo delle risorse disponibili ed il loro funzionale raccordo con i bisogni locali;

# PER REALIZZARE IL PUNTO (B)/2

- e) con la realizzazione di microstrutture pilota agili, che rispondano con successive approssimazioni all'inventario incrociato di bisogni, aspettative, interessi, carenze, rapporti;
- f) con alcuni punti istituzionali di riferimento: famiglia, scuola, lavoro, tempo libero, associazionismo, ecc.,  
facilitando in questo modo il coordinamento e la destinazione razionale delle risorse;
- h) con la creazione di microstrutture di servizio (per esempio un ufficio stampa) per le attività di più gruppi (specie di giovani) operanti sullo stesso territorio con obiettivi analoghi;

- k) con tecniche collaudate di organizzazione e di programmazione, finalizzate all'individuazione di concreti criteri di efficienza ai fini di una periodica verifica degli interventi promossi e realizzati;
- j) con la valorizzazione dei giovani come protagonisti della propria «condizione giovanile», dell'interazione scuola-associazione-territorio in ordine ad un uso alternativo, ossia impegnato, del tempo libero;
- l) favorendo, soprattutto nei giovani, la riacquisizione personale ed in gruppo del senso di identità, del gusto del vivere, del senso di appartenenza, attraverso l'esercizio della collaborazione, della cooperazione e del lavoro.



## 2. LA FORMAZIONE DEGLI ANIMATORI

La dimensione educativa dell'a. s. nei termini indicati appare ancora più evidente se verificiamo *i punti di riferimento di una linea formativa* che consenta il passaggio dalla realtà concreta e feriale dell'a. al suo profilo ideale attraverso la «formazione degli animatori».

Ciò richiede un modello di personalità interiormente unificata, aperta all'universalità dei valori, capace di infondere speranza e di far maturare prospettive aiutando a leggere la realtà e a cogliere possibilità di azione a prima vista «inedite».

Per far questo è necessario saper integrare i ruoli professionali tecnici in un agire funzionale alle persone e alle necessità dei gruppi e delle comunità.

In questa prospettiva è evidente la priorità data alle «competenze umane», rispetto alle abilità tecniche e ai mezzi a disposizione (che pure hanno la loro importanza «strumentale»).

### 3. LA PROSPETTIVA CULTURALE

Alla base di questo modo di intendere l'a. e l'animatore sta una concezione ampia di cultura che tiene conto sia della cultura alta che di quella popolare.

Un concetto di cultura intesa come pratica sociale, come processo globale, come memoria collettiva di popolo, nelle sue molteplici differenziazioni interne (tradizionalmente piuttosto emarginate dalla cultura ufficiale).

Ma insieme si pensa ad una cultura che è attenta alle pratiche sociali legate al cinema, alla televisione, alla radio, alla stampa, allo sport, alla musica, alle mode, ecc.; ad una cultura sensibile agli interrogativi che si vivono nelle concrete situazioni di vita e nei diversi contesti geo-sociali.

Più specificamente si ha presente una cultura-educazione allargata alla strada (animazione di strada), al quartiere, alla città; per ripartire da quello che i ragazzi e le ragazze, le persone adulte e gli anziani hanno da dire sia pure nei loro specifici linguaggi, nelle loro conversazioni quotidiane segnate dalla comunicazione di massa, ma anche nelle loro svariate espressioni di bisogni, memorie, desideri, aspirazioni effimere e profonde.