



DONACTION
PROGETTO DI SENSIBILIZZAZIONE ALLA DONAZIONE DI ORGANI, SANGUE, TESSUTI
REGIONE MARCHE
ADISCO, ADMO, AIDO, AIRP, ANED, ANTR, AVIS, LIFC MARCHE (Ass.ne Capofila)
a. s. 2017/2018

Pubblico e obiettivi

L'obiettivo della campagna è quello di informare e sensibilizzare i giovani della regione Marche sul tema della donazione e della solidarietà sociale, attivando una funzione riflessiva e educativa su questo delicato argomento.

In particolare, il pubblico di riferimento individuato è costituito dagli studenti delle classi 3[^], 4[^] e 5[^] delle scuole medie superiori della regione Marche, in quanto questi soggetti hanno un'età che permette di iniziare a costruire una riflessione articolata sul tema della donazione e nella consapevolezza che socializzare le nuove generazioni al tema della donazione significa anche impostare un'azione di sensibilizzazione culturale.

L'obiettivo del progetto è quello di far acquisire loro una maggiore consapevolezza sull'argomento al fine di poter decidere autonomamente se divenire a loro volta donatori.

Dalle ricerche svolte e dall'esperienza ottenuta sul campo, si è potuto constatare come questo particolare pubblico presenti generalmente una scarsa conoscenza e una mancanza di curiosità rispetto all'argomento.

Il tema non è facile da trattare perché coinvolge diversi e delicati aspetti dell'etica e della vita dei singoli, soprattutto se indirizzato verso un pubblico composto da ragazze e ragazzi dai 16 ai 18 anni di età.

Per fare in modo che il messaggio abbia maggiori possibilità di essere recepito e compreso, la strategia che verrà adottata favorirà il coinvolgimento degli studenti nella costruzione dei contenuti, attraverso un percorso che possiamo definire ludico-formativo.

L'idea è di entrare in contatto con questo pubblico utilizzando metodi e strategie che possano interessarlo, informarlo e farlo partecipare attivamente alla creazione di significato attorno al tema della donazione.

Enti e associazioni partecipanti

Il progetto è promosso dalla Regione Marche in collaborazione con le associazioni di volontariato regionali relative alla donazione: ADISCO, ADMO, AIDO, AIRP, ANED, ANTR, AVIS, Lega Italiana Fibrosi Cistica Marche, organizzazioni che già svolgono attività sul territorio rispetto alla sensibilizzazione sull'argomento e hanno curato il Progetto negli aa.ss. 2012/2015.

Il contest

L'intervento consiste principalmente in un concorso a premi che si svolge su internet, da realizzarsi nel periodo compreso tra Febbraio 2018 e Aprile 2018.

Il contest chiederà agli studenti di esprimere la propria sensibilità e creatività riflettendo sul tema del dono e della solidarietà sociale.

Il contest avrà una durata di circa 3 mesi.

L'utilizzo di più piattaforme comunicazionali virtuali servirà come spazio per aggregare e comunicare a un pubblico mobile e difficilmente raggiungibile i contenuti informativi e solidaristici della donazione.

Il concorso avrà come base il sito www.donactioncontest.it, collegato ad altre pagine social dedicate al contest su Facebook, YouTube e Instagram e alle piattaforme online delle associazioni di volontariato partecipanti.

Uno staff di persone si occuperà di pubblicizzare e sponsorizzare il concorso in rete, in modo da creare e alimentare il passa parola prima e durante il concorso, seguire giornalmente l'andamento del contest e fornire assistenza di front-office.

Per alimentare la visibilità del progetto saranno avviate pratiche attività di social media management che mirano ad aumentare il traffico all'interno del sito e massimizzare le visualizzazioni delle pagine dedicate sui social network.

A questo fine ci si avvarrà anche di campagne social e della creazione di due video per diffondere il messaggio su web. Gli stessi video saranno utilizzati anche dai volontari come supporto di comunicazione durante gli incontri nelle scuole.

Gli studenti, in maniera singola o divisi per piccoli gruppi di lavoro (max 3 partecipanti per gruppo), saranno coinvolti in un contest di creatività a sfondo sociale. Sarà chiesto loro di mettere in campo la propria riflessività e creatività e condividerla online, attivando in questo modo pratiche di peer communication.

In questo contesto, grazie al monitoraggio effettuato durante le scorse edizioni si è notato come l'impegno sviluppato abbia dato luogo a nuove connessioni logiche e processi di ricerca di informazione autogestiti.

Le fasi di ideazione e realizzazione che si vogliono attivare negli studenti per la produzione degli elaborati si articolano attraverso:

- fase di selezione, che richiede di effettuare un'analisi di sfondo attraverso una raccolta di dati.
- fase di progettazione, che comprende l'elaborazione dei dati reperiti e la conseguente formulazione di ipotesi operative.
- fase di realizzazione, che consiste nella scelta e nella composizione delle simbologie, e nella redazione di relazioni conclusive.

Come si svolge

Il contest propone agli studenti di ideare e elaborare contenuti riguardanti il delicato tema della donazione, sollecitando al tempo stesso i partecipanti a comunicare questi ai loro coetanei.

Questo meccanismo avverrà principalmente grazie all'utilizzo dello strumento di valutazione che prende in considerazione il "giudizio del pubblico" espresso in "like" di Facebook o al numero di visualizzazioni raggiunte. Il numero dei like o di visualizzazioni ottenute da ogni elaborato è inserito tra i criteri di valutazione da parte della giuria, che i partecipanti dovranno tenere in considerazione motivati dalla possibilità di vincere i premi in palio.

Partecipando al contest, gli studenti saranno portatori di tematiche sociali, talvolta sconosciute nel loro essere e non prese in considerazione dai loro coetanei, che verranno informati tramite le reti sociali dei partecipanti e dalle piattaforme comunicazionali del concorso. Queste modalità di azione desiderano sviluppare un processo di comunicazione tra pari, in cui sono gli stessi studenti a comunicare ai loro coetanei l'importanza della donazione attraverso le piattaforme di condivisione messe a disposizione dal contest.

Le categorie di partecipazione

L'argomento della "donazione" è il tema della campagna, una pratica che accomuna istituzioni sanitarie come forma di aiuto e associazioni di volontariato come simbolo di solidarietà. In questo senso si chiederà agli studenti di esprimere la propria sensibilità e creatività riflettendo sul tema della donazione e sulla figura del donatore. Per fare questo, il passaggio fondamentale è che gli studenti incontrino di persona i donatori o raccolgano informazioni relative alla donazione.

Gli studenti hanno la possibilità di iscriversi al concorso partecipando a due diverse categorie, in modo tale da aprire il contest alle diverse inclinazioni e competenze dei ragazzi:

Video intervista

(Partecipazione di gruppo, max 3 pers.)

Gli studenti, per partecipare a questa categoria dovranno cercare, incontrare e interagire con volontari, riceventi o donatori, interpretandone la storia e le motivazioni attraverso una videointervista. L'incontro tra donatori e studenti sarà agevolato dal sito internet (www.donationcontest.it), che nella sezione "donatori" permette di entrare in contatto con donatori e volontari che metteranno a disposizione il loro tempo divenendo parte integrante del progetto. Gli studenti potranno anche scegliere di rapportarsi con persone più vicine alla loro quotidianità come compagni di classe, amici o familiari che abbiano storie da raccontare inerenti al tema.

Questa categoria chiede agli studenti di intervistare chiunque abbia avuto a che fare con la donazione riportandone la testimonianza. Si chiede quindi agli studenti di girare una videointervista a chi ha avuto esperienza della donazione, come ad esempio: un donatore, un trapiantato, un operatore del settore etc.

Durata massima del video: 3 minuti (il minutaggio al momento è indicativo).

I filmati possono essere effettuati attraverso qualsiasi strumento in grado di produrre un video. I video pervenuti saranno caricati, e rimarranno sempre visibili sul canale YouTube del contest.

In questo caso si vogliono mettere al centro il tema della donazione, la sua pratica e la persona che la mette in atto. Questa scelta è dettata principalmente dalla volontà di riposizionare la figura del donatore e del volontario nell'immaginario degli studenti.

Durante questo processo, l'importanza dell'argomento viene trattata facendo fare agli studenti esperienza sulla donazione, attraverso il racconto diretto. Le testimonianze potranno così essere viste, condivise e votate sulle piattaforme del contest.

Creatività

(partecipazione singola)

Gli studenti hanno la possibilità di esprimere la propria creatività per sviluppare la loro idea rispetto alla donazione. In questo caso è possibile utilizzare qualsiasi forma di espressione per interpretare il concetto: fotografia, illustrazione, collage etc.

I partecipanti sono lasciati liberi di esprimere la propria creatività su un formato A4, sia esso di supporto analogico o digitale.

Valutazione

Una giuria di esperti valuterà gli elaborati associando un valore numerico a una serie di indicatori, da concordare, che possono essere ad esempio:

- creatività e originalità dell'opera
- emozioni che l'opera suscita
- giudizio del pubblico, espresso in like su Facebook o visualizzazioni ottenute.

Divulgazione degli elaborati a mezzo stampa

E' prevista anche una selezione periodica degli elaborati sulla base dei like o delle visualizzazioni ricevute, che sarà premiata con la pubblicazione su una testata giornalistica regionale, in modo da alimentare la visibilità del concorso e aumentare la gratificazione dei partecipanti e dei loro famigliari.

Attraverso i quotidiani locali è possibile raggiungere un pubblico di riferimento secondario, ma altrettanto importante: quello degli adulti in generale e delle famiglie.

Dalle ricerche svolte si è arrivati alla conclusione che sia necessaria un'azione congiunta sulle famiglie degli studenti. Si è infatti rilevato come spesso sia la famiglia a svolgere un ruolo oppositivo nei confronti della donazione. Le motivazioni possono essere molteplici e spesso correlate fra loro. Il tema perturbante della morte, la non accettazione a livello culturale della pratica oblativa, la mancanza di informazione che spesso sfocia nella diffidenza creano una barriera rispetto all'attività di sensibilizzazione messa in atto sugli studenti. Ad ogni modo, abbiamo potuto constatare negli anni come il ruolo degli studenti che riportano in famiglia quanto appreso all'interno della Scuola durante la partecipazione del contest, abbia quantomeno aperto un dibattito sull'argomento.

Premi

I premi svolgono un ruolo molto importante in quanto vengono utilizzati in questo contesto per attrarre gli studenti a interessarsi dell'argomento.

I premi previsti possono essere di gruppo o singoli, sempre di valore educativo.

Per i premi di gruppo è ipotizzabile un premio da spendere su Apple, iTunes, Feltrinelli, un buono per una gita scolastica etc.

Per il premio singolo si può pensare di prevedere un premio tecnologico con il fine educativo di alimentare le competenze: un computer, una macchina fotografica etc.

È possibile prevedere tre premi per ogni categoria di partecipazione, proclamando quindi un primo, un secondo e un terzo classificato.

Si prevedono quindi sei premi, due per i primi classificati, due per i secondi e due per i terzi classificati.

Premio alla scuola

Verranno premiate la prima e la seconda Scuola classificata, sulla base della somma dei voti assegnati dalla giuria alle diverse opere pervenute dal medesimo istituto.

Il premio per le scuole più meritevoli ha lo scopo di favorire l'ingresso del contest all'interno delle scuole, coinvolgendo e interessando maggiormente dirigenti e insegnanti. Il premio è relativo all'acquisto di attrezzatura scolastica.

Per alimentare una sana competizione tra le scuole partecipanti è stato inserito all'interno del sito uno schema che illustra e riporta periodicamente l'avanzamento dei diversi istituti in base alla quantità di lavori pervenuti al contest. Sarà possibile vedere questa applicazione, cliccando sul pulsante "SCUOLE IN CONCORSO" su www.donationcontest.it.

Gli incontri nelle scuole

È importante sottolineare che il progetto assume particolare rilevanza all'interno della Scuola, nella consapevolezza che questa è una delle principali agenzie educative, particolarmente rilevante per la formazione dei giovani, e in grado di dare ulteriore legittimità al contest. Il coinvolgimento degli istituti scolastici è perciò previsto nel progetto.

La campagna ha infatti una sua vita anche fuori dalla rete, rappresentata principalmente dagli incontri che si terranno all'interno delle scuole e dagli insegnanti che promuoveranno l'iniziativa.

In questo contesto, diventa fondamentale la partecipazione attiva dei volontari delle diverse Associazioni di volontariato a livello regionale che promuoveranno il tema della donazione e il contest all'interno della Scuola.

Gli incontri avviati con gli studenti saranno utili per poter parlare delle tante sfumature della donazione e contemporaneamente comunicare il concorso.

Andrea Mengucci

Presidente

LIFC Marche Onlus



Vincenzo Massetti
Coordinatore Donation

