

ventuno

ESS per la scuola

2015
02

Consumo



Intervista con il Professore emerito Klaus Hurrelmann | Università di Bielefeld (D)

La Generazione Y e i suoi consumatori competenti

Il Professore Klaus Hurrelmann ha avuto un'enorme influenza sulla ricerca in campo educativo e sociale in Germania. In questa intervista a "ventuno" incoraggia le scuole a promuovere le competenze dei giovani in materia di consumi con progetti concreti e mirati.

Prima d'ora, i giovani non avevano mai potuto godere di una così ampia gamma di possibili scelte per quanto riguarda i diversi ambiti della loro vita. Essi appartengono alla Generazione Y – che comprende i giovani tra i 15 e i 30 anni di età – una generazione di nativi digitali con una buona formazione, la cui realtà si differenzia in modo sostanziale da quella delle generazioni che l'hanno preceduta. Si caratterizza dal fatto che organizzano la loro vita in base ai propri bisogni e sono scettici nei confronti delle strutture gerarchiche. Il 60/70 % dei giovani fa parte di questa Generazione del Millennio e considera le offerte in base all'utilità che queste hanno per loro. Nella loro quotidianità sono pragmatici e si basano sulla realtà, ponendo l'accento sulla partecipazione e il diritto di co-decisione.

Signor Hurrelmann, nel suo nuovo libro "Die heimlichen Revolutionäre. Wie die Generation Y unsere Welt verändert" (I rivoluzionari clandestini. Come la Generazione Y sta cambiando il nostro mondo) lei dà un'immagine positiva dei 15-30enni. Come è il mondo dopo questa "rivoluzione clandestina"?

Per quanto riguarda la famiglia, esistono delle forme più variate rispetto a quelle tradizionali, ma nei confronti dei figli, c'è comun-

que un atteggiamento di totale disponibilità, proprio come in passato. Sul piano lavorativo, le gerarchie diventano meno rigide. I giovani pretendono di influire direttamente sul mondo del lavoro, di lasciare il segno e di realizzare i loro progetti in modo autonomo. Alla stessa maniera gestiscono il loro tempo libero, usando nella maggior parte dei casi in modo disinvolto e mirato i diversi mezzi elettronici. In ambito politico invece, la Generazione del Millennio è ancora alla ricerca di qualcosa. Non sono contenti delle attuali forme di influenza nei rapporti sociali e per loro la partecipazione è fondamentale anche in questo campo.

E nella scuola?

Il ruolo del docente è destinato a cambiare: non sarà più una figura dirigente e autoritaria, ma sarà visto più come una specie di allenatore che lascerà maggiore libertà per le attività individuali e indipendenti.

Quali sono i valori di questi giovani adulti?

La crisi economica mondiale del 2007/08 ha avuto delle ripercussioni materiali anche per la Generazione Y. Ciò spiega il ritorno alla diligenza, all'ordine, alla disciplina e alla precisione. È una generazione che guarda molto ai propri interessi e bisogni personali. Spesso le persone più anziane vedono questi giovani come ego-centrici e troppo concentrati solo su loro stessi. Questo non è falso, ma è la loro strategia di sopravvivenza basata in modo pragmatico sulla realtà in cui vivono. (continua a pagina 3)



4-5



10-11

Indice

4-10 Piste per l'insegnamento

- 4-5 Pubblicità
- 6-7 Alimentazione
- 8-9 Nuovi media
- 10-11 Denaro

12-13 Materiali didattici sul tema

14 Materiali didattici attuali

15 Attualità

Nutrire il pianeta: un'occasione di riflessione
Acqua virtuale

16 A colpo d'occhio

Alla ricerca di orizzonti comuni

éducation21

Piazza Noretto 3
6500 Bellinzona
T 091 785 00 21
info_it@education21.ch
www.education21.ch

Orari d'apertura éducation21

Tutti i mercoledì pomeriggio,
dalle ore 14.00 alle ore 17.00,
fuori orario solo su appuntamento.

éducation21 si riserva il diritto di
modificare i prezzi.

Sistema bibliotecario

Per il prestito dei materiali si
consulti il catalogo scolastico del
sistema bibliotecario cantonale.
www.sbt.ti.ch > Scolastico

Servizi di documentazione e attività culturali del CERDD a Bellinzona

Viale Stefano Franscini 32
Stabile Torretta | 6500 Bellinzona
T 091 814 63 16
biblioteca-cdbe@ti.ch

a Breganzona

Via Vergio 8 | 6932 Breganzona
T 091 815 60 21
decs-cdc.massagno@ti.ch

Nei due centri di risorse didattiche e
digitali (CERDD) si trovano in prestito
buona parte dei materiali didattici del
nostro catalogo.

Collegamento diretto sulla pagina
education21.ch/it/education21/sedi

Tutto l'assortimento online

www.education21.ch > Shop



Ridefinire il nostro benessere?

Dall'avvento della società dei consumi, sul finire della 2a guerra mondiale, il PIL mondiale ha continuato a crescere generando un aumento globale di beni e servizi sia prodotti sia consumati. Ci si chiede tuttavia se questo indicatore, unicamente basato sullo sviluppo economico di una nazione, rifletta la reale qualità di vita dei suoi abitanti. Poiché – paradossalmente – lungi dal rappresentare un benessere per tutti, questa crescita (corroborata da una pubblicità onnipotente e da modelli di vita ultra consumistici) pare essere la causa di numerose frustrazioni. Per non parlare dell'aumento delle disparità sociali e dei problemi dati all'ambiente. Non sarebbe dunque ora di ridefinire il nostro benessere?

L'indice di sviluppo umano (ISU o HDI, dall'inglese Human Development Index) propone ad esempio un'alternativa interessante, combinando il potere d'acquisto con la speranza di vita e il livello d'istruzione. Ampliando la riflessione, il regno del Bhutan, ha instaurato l'indicatore di felicità interna lorda (FIL), includendovi nozioni quali il buon governo, l'utilizzo sostenibile delle risorse e il mantenimento della propria cultura. Pertanto il 12 luglio del 2012, l'Assemblea generale della Nazioni Unite ha per sua iniziativa proclamato il 20 marzo quale «Giornata internazionale della felicità». Ban Ki-Moon ha dichiarato per l'occasione che «Il mondo ha bisogno di un nuovo paradigma economico che riconosca la parità tra i tre pilastri dello sviluppo sostenibile. I benessere sociali, economici ed ambientali sono indissolubili e insieme definiscono il benessere mondiale lordo». Sull'esempio del Bhutan, diversi movimenti – altermondialisti, decrescita, semplicità volontaria (downshifting) – stanno facendo conoscere al grande pubblico la loro visione di benessere. Ma che idea di benessere hanno i giovani d'oggi?

Nati in un'epoca caratterizzata da internet e dalla disoccupazione, i giovani sono confrontati prima con le difficoltà finanziarie, ma sono meglio informati sulle grandi sfide globali. Vengono spesso ritratti come maggiormente sensibili di fronte alle disparità, più interessati alla loro alimentazione, più parchi e più creativi. In questo numero di "ventuno", desideriamo offrire dei suggerimenti ai docenti affinché stimolino i giovani a porsi delle domande riguardanti le loro scelte, sulle conseguenze spesso negative di quest'ultime per loro stessi (dipendenze, indebitamento), per gli altri (condizioni lavorative degli operai, sfruttamento minorile) e per l'ambiente (produzione di rifiuti, consumo energetico). Infine, desideriamo incoraggiare gli insegnanti a stimolare il potenziale creativo dei giovani d'oggi, affinché possano ripensare il loro modo di vivere tenendo conto non solamente degli altri, ma anche del fatto che le risorse naturali del nostro pianeta non sono infinite.

Delphine Conus Bilat | Redazione ventuno



La Generazione Y si impegna anche per uno sviluppo sostenibile?

Prendiamo l'esempio di Stephanie, una studentessa di Aquisgrana. Lei e i suoi compagni di scuola si arrabbiano perché il noleggio di biciclette da parte delle ferrovie germaniche viene interrotto durante il periodo invernale, dato che si parte dal presupposto che nessuno vada in bicicletta in inverno. Ma la stagione si rivela più mite del solito e per questa ragione i ragazzi creano un loro servizio di noleggio bici elettriche. Questo è organizzato in maniera moderna con una gestione elettronica effettuata tramite smartphone. Gli studenti mostrano così un impegno sociale e delle competenze imprenditoriali di rilevanza politico-ambientale.

Nel suo libro, scrive "La Generazione Y è precoce per quanto riguarda i media, i consumi e il tempo libero, ma tarda ad entrare nel mondo del lavoro e a creare una famiglia". Significa che questa generazione è competente in materia di consumi?

Sì, è così nella maggioranza dei casi. Il loro comportamento per quanto concerne gli acquisti è spesso determinato dai loro bisogni personali. Di che qualità è un prodotto? Quanto è pratico? In che modo posso renderlo il più individuale possibile? Grazie a questo tipo di atteggiamento, gli articoli di marca perdono importanza.

E per quanto riguarda i consumi, pongono delle domande anche a livello di risorse ed equità sociale?

Le nuove generazioni hanno sempre dato importanza all'ambiente. Sui social network si parla di condizioni di produzione eque e sostenibili. Ma dal punto di vista pratico, i giovani vanno spesso a fare spese nei negozi dietro casa in cui la merce costa poco... Pertanto se le merci prodotte in modo rispettoso dell'ambiente avessero anche dei prezzi abbordabili, questa generazione le acquisterebbe sicuramente.

Cosa devono imparare i bambini e gli adolescenti per poter diventare consumatori competenti?

Il consumo è una parte fondamentale delle giovani generazioni per poter comprendere il loro sviluppo, per esempio riguardo all'identità di genere. Con il mio modo di vestire mostro a me e agli altri come sono: sono un uomo così, sono una donna così. Per questo devo essere vestito in un modo ben preciso e corrispondente a quanto

voglio segnalare. Questo vale anche per i cosmetici, le pettinature, le scarpe e perfino gli accessori come ad esempio gli smartphone, i quali saranno scelti in base alle caratteristiche del gruppo d'appartenenza. Senza questi simboli d'identità non può esistere nulla di tutto ciò. Si può dunque imparare a consumare, consumando. È fondamentale fare luce sugli aspetti principali della pubblicità e sulle fonti che abbiamo a disposizione per informarci sui prodotti più disparati. Ma tutto questo non porta a granché se al tempo stesso non si fanno degli esercizi pratici. Quindi: produrre noi stessi delle merci, fare della pubblicità, raccogliere le proprie esperienze. Come vengono prodotti i beni di consumo? Come posso pubblicizzarli? Come posso crearmi una clientela? Tutto ciò è fondamentale per diventare dei consumatori davvero competenti in materia di acquisti.

Che contributo può dare la scuola a tutto questo?

La scuola può creare un'azienda scolastica. Gli allievi potrebbero per esempio occuparsi della caffetteria della scuola, gestendola con i docenti e i gerenti di un caffè locale. Far funzionare questa piccola impresa, porterà le prime esperienze di contabilità durante la lezione di matematica. La pubblicità può essere il tema della lezione di italiano: su quali meccanismi si basa la pubblicità per attirare i consumatori e quale modalità di "seduzione" pubblicitaria scegliamo per la nostra caffetteria? Nella lezione di biologia possiamo affrontare alcuni fatti legati all'alimentazione e in geografia possiamo fare delle ricerche sull'origine delle merci. Un progetto del genere va ben oltre l'insegnamento usuale poiché si basa su una comprensione totalmente diversa del lavoro pedagogico.

Professore all'Università di Bielefeld dal 1979, Klaus Hurrelmann è ricercatore in campo sociale e formativo, specializzato sulle tematiche legate a famiglia, infanzia, adolescenza e scuola, come pure nella ricerca in ambito sanitario e della prevenzione. In Germania ha scritto e pubblicato numerosi libri. È a capo del team degli ultimi studi Shell sulla gioventù e degli World Vision Kinderstudien.



Uno spirito critico nei confronti della pubblicità

Scelgo io!

I genitori lo sanno molto bene: sono i ragazzi a suggerire loro cosa acquistare quotidianamente. Coscienti di questo fenomeno, le varie aziende si concentrano quindi proprio sui giovani e lo fanno tramite internet, tv o direttamente nei supermercati. Come far fronte a questa offensiva? Quale ruolo può avere la scuola? Intervista con Barbara Pfenniger della Federazione romanda dei consumatori (FRC).

Le campagne pubblicitarie che mirano a bambini e adolescenti sono doppiamente paganti poiché, come ci conferma Barbara Pfenniger “I giovani, una volta divenuti adulti, tengono a mente le marche che hanno scoperto da piccoli”. Come sviluppare dunque dei criteri di scelta indipendenti di fronte a questa vera e propria offensiva pubblicitaria? Cominciamo col decifrarne i meccanismi.

Le emozioni, motori delle nostre scelte

Piacere, amicizia, avventura, felicità di chi abbiamo accanto, eccetera. La pubblicità mette in scena, spesso in modo ironico e allegro, personaggi felici e atmosfere idilliache. “Si desidera ritrovare le emozioni positive associate ad un determinato prodotto” – precisa la nostra interlocutrice. E indipendentemente dall’età cui si mira, il modo di procedere è sempre lo stesso: dimostrare che possedere, bere o mangiare qualcosa di particolare, permette di sentirsi vivi, rende simpatici e degni di stima agli occhi degli altri. Ma sono solo queste emozioni piacevoli a dirigere le nostre scelte?

L’ambiente gioca un ruolo determinante

In materia di consumi, i genitori giocano un ruolo fondamentale: dare l’esempio, guidare, fissare dei limiti e al tempo stesso spingere i bambini a identificare i propri bisogni sviluppando il loro spirito critico. Un ruolo spesso difficile, visto che la pubblicità è onnipresente e la pressione da parte dei compagni è oltremodo forte. “La pubblicità circola anche tra i bambini, i personaggi entrano a far parte della loro storia e vita quotidiana” sottolinea Barbara Pfenniger. Diventa allora necessario – per essere parte integrante del gruppo – possedere quello che hanno anche gli altri. Una pressione che si cristallizza essenzialmente al centro dell’ambiente scolastico, dove i docenti possono intervenire dando un sostegno complementare ai genitori. Gli insegnanti possono ad esempio far riflettere su cosa sia prioritario tra essere e avere. Sulla base di esperienze forti, come delle avventure nella natura, degli incontri fuori dalle mura scolastiche e dei progetti di classe, possono venir rafforzate alcune competenze come la collaborazione, la responsabilizzazione e l’autonomia, contribuendo così a diminuire il bisogno prioritario legato all’“avere” e rafforzando in modo positivo l’“essere”. Rispondendo agli standard commerciali, i docenti possono incoraggiare la creatività dei propri allievi, valorizzando così le differenze e rafforzando l’autostima del singolo. E infine – usando le stesse armi dei pubblicitari – insegnare a coltivare le emozioni positive!

Pro Juventute

Formare alle competenze mediatiche



Utilizzare i nuovi media in modo sicuro, responsabile e consapevole? Non è mica facile! Pro Juventute offre a bambini, genitori e insegnanti materiale informativo utile, strumenti online e diversi corsi formativi.

Pro Juventute offre criteri orientativi accompagnando bambini e giovani nell'acquisizione di competenze mediatiche. I giovani svizzeri trascorrono in media due ore al giorno in rete, e addirittura tre durante il fine settimana. Nella loro quotidianità è normale utilizzare i nuovi media come forme di comunicazione (Facebook, Instagram, Snapchat, YouTube e WhatsApp) come è normale scaricare e condividere foto, musica e video. Internet e i nuovi media offrono molte opportunità, ma nascondono anche numerosi rischi come

per esempio il cyber bullismo o la dipendenza. Pro Juventute è a fianco di bambini e giovani motivandoli a utilizzare smartphone e Internet in modo responsabile. I materiali e i corsi proposti nel sito sono pensati per agevolare genitori e insegnanti nell'acquisizione di competenze mediatiche. Con competenza mediatica si intende la capacità di impiegare i media in modo efficace e mirato. Ciò significa anche essere in grado di riflettere sui loro effetti e di mantenere il controllo su di essi, aumentando così la qualità di vita nella società dell'informazione. A questo fine sono richieste, oltre a capacità tecniche, soprattutto competenze sociali.

www.projuventute.ch > Programmi > Competenze mediatiche

Per andare oltre

e-media.ch

Questo sito, gestito dalla Conferenza Intercantonale dell'Istruzione pubblica della Svizzera romanda e del Ticino (CIIP), funziona come portale romando dell'educazione ai media (in francese). Il suo scopo è quello di facilitare una formazione critica ai media. Le proposte pedagogiche, che vanno dal primo ciclo al postobbligatorio, correlate da collegamenti, permettono di affrontare in maniera critica i media. Un capitolo specifico è dedicato al tema della pubblicità.

www.e-media.ch > Dans les médias > Publicité

Imballaggio sotto la lente

A margine del proprio impegno per diminuire la pressione del marketing sui bambini e in favore della creazione di spazi privi di pubblicità, la FRC ha realizzato un dossier pedagogico su come decodificare le informazioni scritte su una finta scatola di cereali. Un'attività che permette di identificare i diversi messaggi e gli strumenti pubblicitari, distinguere le diverse argomentazioni dalle informazioni legali e di analizzare come tutto questo sia in grado di influenzare le nostre abitudini al consumo. Lo potete scaricare all'indirizzo: www.acsi.ch



"1024 sguardi" - Nuovi spunti pedagogici

Comprare da mangiare

Dopo la diversità, i diritti del fanciullo e il bosco, i 1024 sguardi del manifesto realizzato da éducation21 (vedere rif. a pag. 13) si focalizzano su un nuovo tema tanto banale quanto complesso: l'alimentazione dal punto di vista dei consumi.

Le attività, sviluppate in collaborazione con la Federazione Romanda dei consumatori (FRC), invitano gli allievi dei tre cicli HarmoS a sviluppare il loro spirito critico ponendosi delle domande su cosa determini le loro scelte in materia di alimentazione. Poiché anche se lo fanno in maniera inconsapevole, i bambini e i ragazzi – bersagli di innumerevoli stimoli pubblicitari – hanno un influsso certo su quanto finisce nel carrello della spesa della famiglia (vedere intervista a B. Pfenniger a pag. 4). Focalizzati sulla dimensione economica, gli spunti pedagogici mettono in evidenza i legami tra le sfide sociali e ambientali, favorendo al tempo stesso un approccio sistemico alla tematica legata all'alimentazione.

Gli allievi del primo ciclo devono preparare una spedizione verso un'isola deserta, scegliendo tra numerosi generi di consumo quelli che desiderano portare con loro. Grazie al dialogo, i differenti gruppi potranno mettersi d'accordo sulla loro scelta e affrontare al tempo stesso una questione fondamentale: cosa è essenziale per sopravvivere e cosa è invece superfluo? In altri termini: qual è la differenza tra desiderio e bisogno reale?

Per il secondo ciclo, l'analisi critica di una scatola di cereali permette di differenziare le informazioni stampate sull'imballaggio: utili o inutili, pubblicitarie o informative. Una degustazione di diversi cereali all'apparenza identici tra loro, invita a porsi delle domande su come i diversi imballaggi influenzino le

nostre scelte alimentari. Sono davvero affezionato a quel particolare gusto o sono piuttosto attratto dai personaggi simpatici disegnati sulla scatola? Gli allievi hanno anche l'occasione di calarsi nei panni di agenti pubblicitari per promuovere un loro prodotto. La pluriclasse di 4° e 5° elementare di Veysonnaz (VS) dove è stata testata questa attività, ha realizzato diversi manifesti pubblicitari (nell'immagine sopra) prima di interrogarsi sui meccanismi insiti in tali strumenti: una pubblicità deve dire tutta la verità sul prodotto proposto? Si tiene sempre conto della salute del consumatore e del rispetto dell'ambiente? Cosa avremmo nel piatto se ci nutrissero solamente in base alle diverse pubblicità?

I giovani del terzo ciclo sono dei consumatori attivi e l'elenco delle loro marche preferite è già molto ampio. Ma che distacco hanno rispetto agli alimenti che acquistano per placare la fame dopo le lezioni? Dopo aver scelto una merenda preconfezionata, gli allievi iniziano la loro inchiesta suddividendosi i diversi aspetti da analizzare: gusto, salute, prezzo, marketing e ambiente. In seguito identificano i legami tra questi diversi criteri, prima di interrogarsi sull'importanza da attribuire ad ognuno di loro: il gusto è più importante della salute o del prezzo? Dove è finito il commercio equo e che fine ha fatto l'impatto sull'ambiente? Queste discussioni fanno emergere alcuni valori che si nascondono dietro alle nostre scelte alimentari. Gli allievi potranno quindi disporre di uno sguardo più consapevole la prossima volta che andranno in un supermercato e – chissà – prendere in considerazione altre abitudini di consumo.

Per saperne di più, spingete il vostro carrello fino allo scaffale: www.education21.ch/it/1024

Calcolatore dell'impatto ambientale COOP

La spesa all'impronta

Il calcolatore Coop per la stima dell'impatto ambientale della spesa alimentare nasce per rendere consapevoli i consumatori dell'impronta che spesa e alimentazione hanno sull'ambiente. È possibile simulare la propria spesa, facendo riferimento alle principali tipologie di prodotti che finiscono normalmente nel carrello. Il calcolatore nasce da un importante assunto: se si seguisse una dieta corretta ed equilibrata – come indicata nelle Linee guida per una sana alimentazione italiana, pubblicate nel 2003 dall'Istituto Nazionale di Ricerca per gli Alimenti e la Nutrizione (INRAN), consigliata per adolescenti e adulti con attività lavorativa di tipo sedentario – la nostra spesa avrebbe anche un impatto ambientale sostenibile.

Anche se ogni alimento ha un impatto in termini di CO₂, le scelte consapevoli aiutano a limitare le emissioni. Gli alimenti, infatti, hanno impatti diversi sull'ambiente: in particolare quelli con l'impatto maggiore sono gli stessi per i quali si consiglia un consumo limitato, mentre quelli caratterizzati da minori emissioni di gas serra, come frutta e verdura, sono gli stessi che stanno alla base della piramide alimentare e si consiglia di consumarli più volte al giorno. Seguendo le indicazioni della dieta italiana, quindi, non solo si fanno gli interessi della propria salute, ma anche quelli dell'ambiente.

www.e-coop.it > Ambiente > Spesa all'impronta



I carrelli della spesa: proposta di riflessione sugli alimenti presenti nei supermercati. Da vedere nel padiglione tedesco dell'Expo2015 a Milano fino al 31 ottobre.

Per andare oltre

FOODprints® – Consigli per cibi e bevande sostenibili

Ciò che mangiamo non influisce soltanto sulla nostra salute personale e sul nostro benessere. Con le nostre scelte quando facciamo la spesa o mangiamo fuori casa (ristorante, mensa, take away) influenziamo, consapevolmente o meno, la situazione dell'ambiente, la giustizia sociale e il benessere degli animali. Con abitudini alimentari sostenibili possiamo fornire un contributo positivo. Mangiare e bere in modo sostenibile significa: scegliere alimenti con un impatto minimo sull'ambiente e sulle risorse, prodotti in condizioni eque e rispettose degli animali. www.sge-ssn.ch/it/io-e-te > Mangiare e bere > In modo equilibrato

Il consumo responsabile

Per fare la sua parte di cittadino attivo il consumatore deve poter avere/trovare le informazioni necessarie sui prodotti che sceglie e sui comportamenti da adottare. In collaborazione con il Gruppo cantonale per lo sviluppo sostenibile (GrussTI) e con AllianceSud, l'ACSI ha pubblicato una "Guida ai consumi responsabili" (giunta ora alla III edizione). Si tratta di un utile strumento per fare acquisti secondo i principi dello sviluppo sostenibile. La guida, composta da 22 schede, è destinata sia a un pubblico adulto, sia ai più giovani. È particolarmente adatta anche per un uso scolastico.

www.acsi.ch > L'Associazione > Consumo responsabile



Il telefono cellulare, un caso di studio per l'insegnamento

Croce e delizia dei telefonini

In base allo studio JAMES 2014 (Jeunes activités médias – Enquête Suisse), realizzato dall'Alta scuola zurighese in scienze applicate, in Svizzera il 97 % dei giovani compresi tra i 12 e i 19 anni possiede uno smartphone. Un oggetto dal quale nessuno – o quasi – è in grado di separarsi. Come capire questa infatuazione, quali sono le sue conseguenze per il singolo, per gli altri e per l'ambiente? Giro d'orizzonte.

Il telefono cellulare è utile per comunicare – ovviamente – ma anche per svegliarsi, ascoltare musica, scattare fotografie, navigare in internet, filmare o guardare la tv. Presto avrà pure rimpiazzato chiavi, telecomandi e portamonete. Si è ormai diffuso in tutto il mondo, fino ad arrivare nelle regioni più svantaggiate, offre a tutti quanti accesso all'informazione, facilita gli scambi e i trasferimenti di denaro tra persone lontane tra loro, e gioca un ruolo preponderante nel mobilitare la gente in occasione di moti popolari e sociali. Allora – dove sta il problema?

Il rovescio della medaglia

Il problema sono i milioni di telefoni cellulari funzionanti che vengono sostituiti ogni giorno, dopo pochi mesi di utilizzo, che restano spenti nei cassetti o sono gettati nella spazzatura. Sono gli operatori che propongono a chi prolunga l'abbonamento un telefono nuovo e gratuito. Sono le condizioni di produ-

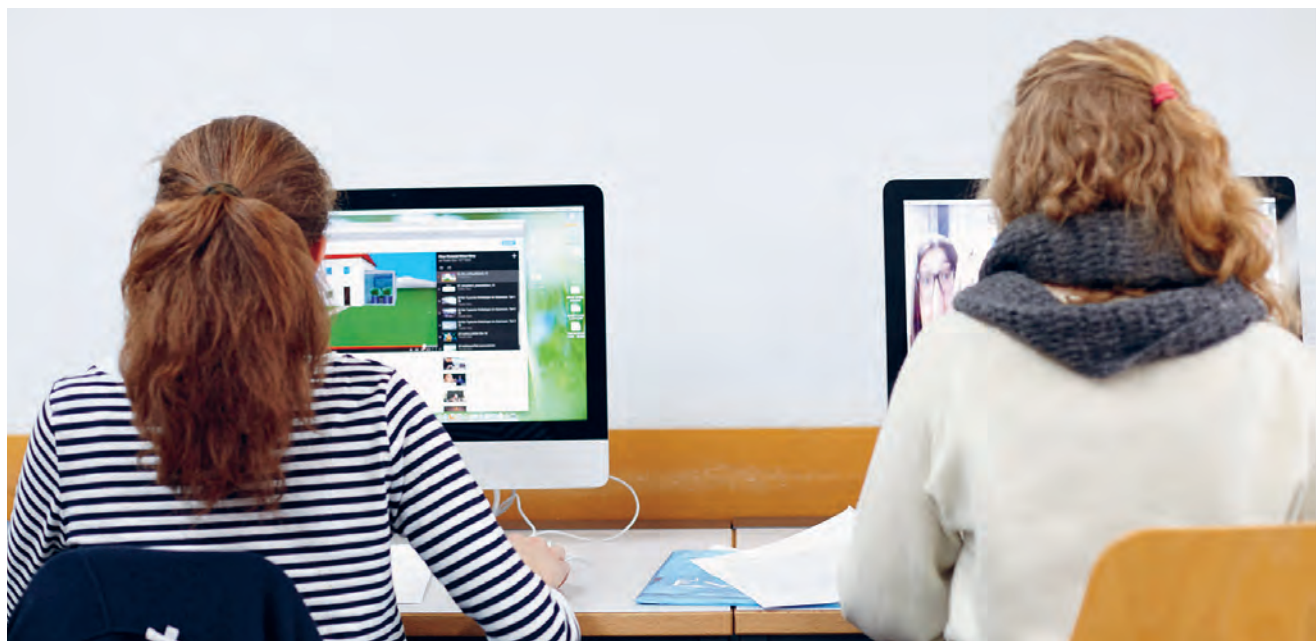
zione, che uniscono distruzione dell'ambiente e violazione dei diritti umani, in particolare dei diritti dei fanciulli. Sono i rischi legati ad un utilizzo spesso troppo precoce e intenso, che limita le attività fisiche e sensoriali dei bambini. Sono le molestie online, la pornografia, le onde elettromagnetiche, eccetera. Come tener conto di tutto ciò? Quali sono i nostri margini di manovra? Di fronte ad una problematica così complessa, cosa può fare la scuola, dove e come possono agire i docenti?

Un utilizzo e un consumo consapevoli

I docenti, tanto quanto i genitori, dovrebbero interessarsi agli strumenti e ai mezzi elettronici, se desiderano avvicinarsi alla quotidianità dei giovani e aiutarli ad acquisire le competenze necessarie per gestire le esperienze positive e negative vissute a scuola e altrove. Dovrebbero poterli portare a prendere consapevolezza dei potenziali rischi legati al loro (troppo) utilizzo, ma anche prendendo coscienza delle sfide a livello ambientale, economico e sociale legati al loro consumo (eccessivo). Riflettere sulle conseguenze delle loro scelte, cercare delle soluzioni e delle vie per poter agire in modo concreto. Un primo passo potrebbe essere – tornando alla nostra tematica iniziale – l'analisi del ciclo di vita di un telefono cellulare.

Ufficio federale delle assicurazioni sociali (UFA)

Programma nazionale "Giovani e media"



L'obiettivo principale voluto dall'ufficio federale delle assicurazioni sociali (UFA) e dai diversi partner coinvolti in questo programma è quello di aiutare i bambini e gli adolescenti che vivono in Svizzera, i loro genitori, i loro insegnanti e altri professionisti dell'educazione, affinché siano in grado di reagire con competenza alle opportunità offerte e dai pericoli presenti nei media audiovisivi, elettronici e interattivi. Questo programma, della durata di cinque anni, è sostenuto dal portale che riunisce informazioni mirate, dei consigli e una banca dati delle offerte quali corsi di formazione, consultori, pubblicazioni, materiali didattici e

molto altro presente in Svizzera. Molti i materiali scaricabili, tra questi segnaliamo in particolare la guida "Competenze medial nella vita scolastica", che ha quale obiettivo facilitare il lavoro delle scuole per capire e gestire le esperienze negative e positive vissute dai loro allievi, nel loro quotidiano nel o fuori dal contesto scolastico.

Per saperne di più: www.giovanimedia.ch

Altro sito di riferimento è il portale romando dell'educazione ai media, in francese (presentato a p.5): www.e-media.ch

Per andare oltre

Corsi di formazione per docenti

Il Dipartimento formazione e apprendimento (SUPSI) propone due corsi brevi (30h) di formazione continua nell'ambito dell'educazione ai media rivolti ai docenti dei diversi ordini scolastici e a educatori attivi in ambiti informali. Educare ai media e con i media mette a tema il rapporto tra giovani, media ed educazione proponendo delle concrete piste di intervento nell'ambito della media education. Il corso ospiterà la presentazione di attività di educazione ai media di diverse realtà attive sul territorio cantonale e non solo. Storie digitali per insegnare e imparare, in modalità di atelier, permette di acquisire le metodologie di digital storytelling (narrativa digitale) per integrare il linguaggio

audiovisivo tra gli strumenti didattici di docenti, formatori ed educatori usando programmi semplici e gratuiti. Un approccio che apre infiniti spazi laboratoriali tra lingua, educazione visiva, arti plastiche e altre discipline che possono offrire i contenuti e i protagonisti della narrazione. I corsi, inseriti nel programma di formazione continua breve certificata del Dipartimento formazione e apprendimento della SUPSI, sono finanziati dalla Città di Locarno nell'ambito delle attività legate al Palazzo del Cinema.

www.supsi.ch/dfa/formazione-continua > Formazione continua di breve durata



Un progetto scolastico che apparentemente non decolla porta a risultati straordinari.

Effetto domino

È al corrente che in Svizzera il 38 % dei giovani tra i 18 e i 24 anni ha un debito? Lo sapeva che in buona parte si tratta di debiti contratti con familiari e amici (30 %)? E che oltre al commercio online e alle telecomunicazioni il settore della salute contribuisce all'indebitamento giovanile? Lo dimostrano vari studi svolti negli ultimi anni in Svizzera. E i giovani cosa fanno?

Questi studi sono stati oggetto di una recente ricerca pubblicata dalla SUPSI che ha rivelato anche che le persone residenti nella Svizzera romanda e italiana ricorrono più spesso al debito rispetto a quelle residenti in Svizzera tedesca. L'indebitamento dei giovani, spinti dal consumismo irrefrenabile, non è quindi un tema marginale, ma un problema della nostra società.

Il Ticino ha deciso di fare qualcosa!

Sulla base dei questi risultati in Ticino è nato il Piano cantonale pilota di prevenzione dell'indebitamento eccessivo. Avviato nell'autunno scorso si protrarrà fino al 2017 con l'obiettivo di creare le condizioni per un migliore coordinamento tra le iniziative esistenti e sviluppare nel contempo nuove modalità d'intervento nell'ambito della prevenzione. Su questo aspetto sono stati anche coinvolti gli studenti dell'ultimo anno della Scuola cantonale di commercio di Bellinzona.

I giovani fanno sensibilizzazione...

Gli studenti coinvolti nel progetto (sulla pagina seguente) si sono adoperati per lavorare con e nel territorio, coinvolgendo

diversi attori extrascolastici e presentando il loro lavoro in altre classi della loro scuola. Inoltre hanno animato delle apposite attività nella scuola dell'infanzia di Arbedo e nelle scuole elementari Sud di Bellinzona. Questo genere di progetto interdisciplinare spesso non porta immediatamente a dei risultati concreti e palpabili. All'inizio può quindi risultare frustrante per chi vi ha direttamente partecipato. Ma a medio-lungo termine origina degli effetti collaterali che, come tessere di un domino, danno avvio ad una reazione a catena che porta a dei risultati straordinari.

... e il loro contributo è stato essenziale

Fra questi vi è l'effetto indiretto di prevenzione riscontrato negli studenti coinvolti: hanno acquisito maggiore consapevolezza dell'importanza di un consumo responsabile e dell'educazione all'uso del denaro. Altri risultati ottenuti sono stati il coinvolgimento degli studenti del bachelor di comunicazione visiva della SUPSI, che hanno realizzato 11 videoclip nell'ambito di una campagna sociale. Uno di questi è quello di GiBi, un giovane rapper locale che ha composto un'apposita canzone. Ma non solo, in seguito a questo lavoro è stato pure creato un fondo cantonale di sensibilizzazione destinato alle scuole e alle associazioni di ragazzi/genitori. Grazie a questo fondo è possibile rimborsare il 50 % dei costi sostenuti per degli interventi nelle classi sul tema del denaro. Questi sono alcuni passi concreti verso la prevenzione dell'indebitamento giovanile resi possibili dal lavoro pionieristico svolto da un gruppo di studenti.

Per saperne di più: www.ilfrancointasca.ch

Progetto interdisciplinare della Scuola cantonale di commercio | Bellinzona

“Indebitamento e giovani”

Gli studenti coinvolti nel progetto hanno svolto un sondaggio sull'indebitamento dei giovani nel Canton Ticino. Hanno analizzato le variabili macroeconomiche che potrebbero avere ripercussioni sull'indebitamento delle famiglie, ricercato e raccolto le campagne e le azioni concrete di associazioni attive in Ticino e studiato nuove forme di sensibilizzazione adatte alla realtà ticinese.

Dal sondaggio, fra l'altro, è emerso che una parte dei giovani ritiene che avere debiti sia un problema grave. Ciononostante il 54 % degli apprendisti e il 30 % degli studenti dichiara di comperare dei beni senza poterseli permettere. Dall'analisi macroeconomica risulta invece la tendenza anche per il futuro della popolazione a indebitarsi con facilità senza avere la possibilità di estinguere i debiti contratti con i propri risparmi. Nonostante l'esistenza di applicazioni per smartphone, di campagne di sensibilizzazione sul tema, risulta essere un'impresa difficile catturare l'attenzione dei giovani per sensibilizzarli alla tematica.

In conclusione gli studenti della Commercio affermano che bisogna sensibilizzare i giovani già a partire dalle elementari e approfondire il discorso a partire dalla prima media, dove sarebbe auspicabile creare un percorso formativo regolare con i ragazzi, parlando e discutendo con loro. Il Cantone ha accolto il suggerimento, “affaire à suivre” dunque...

Per saperne di più vedi: www.ti.ch/dasf > cosa facciamo > Temi: indebitamento eccessivo

Per visualizzare gli 11 videoclip vai su www.youtube.com e cerca “debitofacile”.



Per andare oltre...

Due strumenti, proposti gratuitamente da Pro Juventute, per affrontare il tema della gestione consapevole del denaro. Questi sono elaborati da specialisti, orientati ai piani di studi cantionali e differenziati per i vari livelli scolastici.

“Piglia piglia”

Questo strumento si rivolge alle scuole dell'infanzia ed elementari. Con esso i bambini dai 5 agli 8 anni imparano a distinguere le vere necessità dagli ideali della pubblicità e a gestire quindi il rapporto con valori e denaro. Mentre una parte permette ai docenti di integrare in classe l'argomento “valori, denaro e consumi” in modo semplice. Un'altra parte è concepita per i genitori, che così possono approfondire anche a casa argomenti trattati a scuola. E ciò permette anche di riflettere sul proprio rapporto rispetto a denaro e consumi.
www.projuventute.ch/piglia-piglia

“Kinder-Cash”

Questo strumento è destinato alle scuole medie (ragazzi dai 10 ai 13 anni) e permette agli insegnanti di integrare in modo flessibile il tema “Gestione di denaro e consumi” nelle lezioni. Gli argomenti possono essere trattati sotto forma di lezioni singole o di laboratori scolastici. Questo strumento didattico comprende uno speciale maialino salvadanaio, una rivista per i ragazzi, un quaderno per i genitori e dell'ampio materiale didattico per le scuole. Il fulcro del programma è il maialino salvadanaio “Kinder-Cash”, suddiviso nei quattro scomparti “Risparmiare”, “Spendere”, “Investire” e “Buone azioni”.
www.projuventute.ch/kinder-cash



Dire fare gustare

Percorsi di educazione del gusto nella scuola concepiti in ottica interdisciplinare, ricco di percorsi didattici e attività pratiche sperimentati nelle scuole italiane, letture e approfondimenti, questo manuale è destinato a insegnanti e genitori.

Autore Rossano Nistri
Edizione Slow Food Editore; Bra
Anno 2011
Tipo Manuale
Articolo n. FES15-10 | **Prezzo** Fr. 29.05
Consigliato per docenti.



Fame di pane

Per mangiarti meglio vuol dire fare sul serio a proposito di cibo. In questo volume si presenta la creazione base del pane con i suoi passaggi, ma anche la creazione delle sue variazioni in giro per il mondo. Il manuale è completato da una serie di ricette.

Autori AAVV
Edizione Slow Food Editore; Bra
Anno 2009
Tipo Libro riccamente illustrato con scheda degustativa
Articolo n. FES15-12 | **Prezzo** Fr. 24.65
Consigliato per allievi dai 12 ai 15 anni.



Cibo e libertà

Il cibo può diventare strumento di liberazione. Carlo Petrini ne è convinto e illustra la storia della nascita di Slow Food e la battaglia contro le disuguaglianze, le oppressioni, gli scempi che si perpetrano sull'ambiente e sulle persone, e la fame.

Autore Carlo Petrini
Edizione Giunti Editore; Firenze
Anno 2013
Tipo Libro
Articolo n. FES15-13 | **Prezzo** Fr. 21.10
Consigliato per allievi a partire da 15 anni.



Il piacere più puro

Un invito ai più piccoli a scoprire con Ava e Vitus l'acqua potabile quale favolosa bevanda dissetante: come alternativa alle bevande zuccherate a basso costo e priva di calorie. Per i docenti vi sono dei materiali complementari scaricabili.

Autori Maria Stalder, Lorenz Pauli
Edizione Promozione Salute Svizzera; Zurigo
Anno 2014
Tipo Libretto illustrato
Articolo n. FES14-12 | **Prezzo** Fr. 22.40
Consigliato per allievi dai 4 ai 8 anni.



Fare pace con la terra

Le risorse naturali saccheggiate dalle grandi corporation, senza alcun rispetto per le popolazioni né per i luoghi: una situazione di non ritorno. Contro questa si oppone il sapere antico, connesso con la natura e il suo ciclo, delle popolazioni indigene.

Autrice Vandana Shiva
Edizione Feltrinelli; Milano
Anno 2012
Tipo Libro
Articolo n. FES14-07 | **Prezzo** Fr. 26.10
Consigliato per allievi a partire da 15 anni



Dimmi cosa mangi!

16 famiglie situate nei cinque continenti, con tutto ciò che mangiano durante una settimana... ma mangiare è ben più che la semplice assunzione di alimenti! 16 fotografie per gettare uno sguardo al di là e al di sopra del piatto in cui mangiamo ogni giorno.

Autori AAVV
Edizione Alliance Sud; Bern
Anno 2007
Tipo Fotolinguaggio con dossier pedagogico
Articolo n. FES07-03 | **Prezzo** Fr. 39.00
Consigliato per allievi dai 9 ai 14 anni



Spot spot, la pubblicità spiegata ai ragazzi

La pubblicità fa nascere dentro di noi il desiderio di comprare tante cose. La sfida proposta nel libro è di capire i meccanismi della pubblicità da un punto di vista globale, per attribuirle un ruolo adeguato: divertente, utile, a volte geniale, ma non maestra di vita.

Autore Emanuele Fucecchi
Edizione EMI; Bologna
Anno 2006
Tipo Libro
Articolo n. FES06-12 | **Prezzo** 11.55
Consigliato da 9 a 14 anni



Il profumo dei limoni

Tecnologia e rapporti umani nell'era di Facebook. Questo libro è un invito a riflettere sul fatto che tre dei cinque sensi non possono essere trasmessi attraverso la tecnologia, tre quinti della realtà. L'autore vuole difendere il nuovo dalla superficialità.

Autore Jonah Lynch
Edizione Lindau; Torino
Anno 2011
Tipo Libro
Articolo n. FES15-07 | **Prezzo** Fr. 19.40
Consigliato per docenti



Vestiti che fanno male

Si fa una grande attenzione a quello che si mette nel piatto, ma non a quello che ci mettiamo addosso. Un libro-inchiesta per riconoscere i pericoli che si nascondono nel guardaroba e per scegliere vestiti evitando di far male a chi li indossa e a chi li produce.

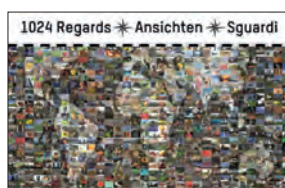
Autrice Rita dalla Rosa
Edizione Terre di Mezzo Editore; Milano
Anno 2011
Tipo Libro
Articolo n. FES15-04 | **Prezzo** Fr. 17.60
Consigliato per allievi dai 14 anni



La scommessa della decrescita

Crescere sempre più? Questo libro, vero e proprio manifesto teorico della società della decrescita, ci racconta perché è necessario orientarsi verso un modello diverso, basato su altre e più sostenibili priorità. Un testo di riferimento per ogni biblioteca.

Autore Serge Latouche
Edizione Serie Bianca Feltrinelli; Milano
Anno 2008
Tipo Libro
Articolo n. FES15-03 | **Prezzo** Fr. 28.10
Consigliato per docenti



1024 Sguardi - Un mondo in immagini

L'immagine del manifesto è composta da oltre 1000 fotografie che rispecchiano la molteplicità del mondo e, vista da lontano, rappresenta un mappamondo. Il manifesto invita a esplorare le interdipendenze e vedere attraverso altre prospettive.

Edizione éducation21; Bern | **Anno** 2013
Tipo Manifesto formato A0 orizzontale (ca. 85x120cm) con indicazioni pedagogiche, comprende la rivista ventuno con le carte complementari
Articolo n. FES14-11 | **Prezzo** Fr. 0.00
Consigliato per tutti i gradi scolastici



Acquisto di cibo: uno sguardo critico sui consumi

Queste indicazioni pedagogiche suddivise in tre quaderni, uno per ciclo harmos, sono uno strumento utile per i docenti. Con la cartolina contenuta in questo ventuno e il manifesto "1024 Sguardi" permettono di affrontare facilmente il tema dell'acquisto di cibo.

Autrice Marie-Françoise Pitteloud
Edizione éducation21; Bern
Anno 2015
Tipo Quaderno in formato PDF
Da scaricare www.education21.ch/it/1024
Consigliato per tutti i gradi scolastici



Economia

Come funziona l'economia? Perché ci sono le crisi finanziarie e si pagano le tasse? Cos'è lo sviluppo sostenibile? E lo spread? Il libro spiega l'economia in modo esauriente e comprensibile, con esempi di vita quotidiana, curiosità storiche, illustrazioni e interviste ai protagonisti storici.

Autori Davide Ciferri, Stefano Di Colli
Edizione Lapis; Roma
Anno 2009
Tipo Libro a capitoli
Articolo n. FES14-02 | **Prezzo** Fr. 18.85
Consigliato a partire da 11 anni



Pronto, chi parla?

Sono fornite informazioni concrete sugli aspetti economici, sociali e ambientali nascosti dietro all'uso del cellulare. Si tematizzano: attitudini e responsabilità degli allievi - consumatori.

Autori Tania Guggenbühl, Fabio Guarneri, Roger Welti
Edizione Dichiarazione di Berna; Bern | **Anno** 2007
Consigliato per allievi da 11 a 14 anni.
Tipo Dossier pedagogico, 16 pagine | **Articolo n.** FES07-01 |
Prezzo Fr. 3.00
Tipo scheda d'attività (8 pagine) | **Articolo n.** FES07-01 |
Prezzo CHF 0.60 (CHF 0.30 a partire da 10 copie)



La biodiversità a piccoli passi

Dalla sua comparsa sulla terra, miliardi di anni fa, la vita non ha smesso di evolversi e diversificarsi, oggi questa magnifica biodiversità è minacciata dall'uomo la cui attività distrugge la natura. Il libro insegna a osservare e difendere il nostro ambiente.

Autrice Catherine Stern
Edizione Motta Junior; Firenze
Anno 2014
Tipo Libro
Articolo n. FES15-15 | **Prezzo** Fr. 16.70
Consigliato per allievi a partire da 8 anni



C'era un'altra volta

Dopo aver scorrazzato nella storia dell'immondizia, fra problemi e soluzioni del passato, Maurice e il fido Rubby si addentrano nelle montagne di rifiuti di oggi. Scopriranno la magia del riciclaggio e altre soluzioni per dare loro una seconda vita.

Autori Annalisa Ferrari, Mirco Maselli
Edizione Editoriale scienza srl; Firenze
Anno 2014
Tipo Libro illustrato
Articolo n. FES15-05 | **Prezzo** Fr. 13.90
Consigliato per allievi dai 11 ai 13 anni



Mare chiuso

Testimonianza, attraverso immagini girate sui barconi e resoconti in prima persona, di una scandalosa violazione dei diritti umani, per la quale il governo italiano è stato condannato dalla Corte europea dei diritti dell'uomo di Strasburgo.

Autori Stefano Liberti, Andrea Serge
Edizione minimum fax; Roma
Anno 2013
Tipo Libro e DVD (non vendibili separatamente)
Articolo n. FES14-08 | **Prezzo** Fr. 18.85
Consigliato per allievi a partire dai 13 anni



Storia dei semi

Comprendere la biodiversità e la straordinaria ricchezza delle piante utili che si trovano in natura per preservarle dalla strategia di multinazionali che brevettano semi artificiali riducendo le specie vegetali e provocando la totale dipendenza dei contadini.

Autrice Vandana Shiva
Edizione Feltrinelli Kids; Milano
Anno 2013
Tipo Libro
Articolo n. FES14-04 | **Prezzo** Fr. 18.85
Consigliato per allievi a partire da 8 anni.



Aiuto, sviluppo autonomo, responsabilità

La globalizzazione ha reso necessaria una cooperazione mondiale quale conseguenza delle sfide attuali quali per esempio i flussi migratori, il cambiamento climatico, la sicurezza alimentare o la distribuzione iniqua della ricchezza.

Editore Film per un solo mondo; Bern
Anno 2011
Tipo DVD/DVD-Rom (7 film in D/F/I)
Articolo n. FES11-09 | **Prezzo** CHF 60.-
Consigliato a partire da 11 anni.



Tontine femminili a Dakar

Nel film viene mostrata la reazione delle donne di Dakar in seguito alla crisi economica del Paese. Esse hanno infatti creato delle comunità di piccoli risparmiatori (chiamate "tontines"), alle quali gli spettatori partecipano virtualmente per capire come si svolgono questo tipo di riunioni.

Autrice Elisa Mereghetti
Editore Film per un solo mondo; Bern | **Anno** 2008
Tipo DVD/DVD-Rom (19' versione abbreviata, in I/F/D e inglese, parzialmente sottotitolato)
Articolo n. FES08-01 | **Prezzo** Fr. 30.00
Consigliato a partire da 15 anni



La guida al vestire critico

Il mercato dell'abbigliamento è inondato da prodotti diversi per colore, stile, marca e qualità, ma quasi tutti uguali per condizioni di lavoro ingiuste, umilianti e oppressive in cui sono realizzate. È quindi estremamente difficile applicare il consumo critico.

Autori AAVV
Edizione Centro Nuovo Modelli di Sviluppo, EMI; Bologna
Anno 2006
Tipo Libretto
Articolo n. FES06-05 | **Prezzo** Fr. 25.50
Consigliato per docenti

Expo2015 a Milano

Nutrire il pianeta: un'occasione di riflessione



Il primo maggio si è aperta a Milano Expo2015. Appuntamento che fino al 31 ottobre darà la possibilità a migliaia di persone, e alle scuole, di visitare in uno stesso luogo i padiglioni di centinaia di Paesi che si presentano e affrontano il tema: "Nutrire il pianeta, energia per la vita".

La visita permette, a chi lo ricerca, di fare alcune riflessioni e dei percorsi di scoperta sul tema. Aggirandosi tra i vari padiglioni si possono cogliere spunti e curiosità. Come infatti non riflettere sulla risposta che numerosi Stati suggeriscono per nutrire il pianeta, ovvero che l'agricoltura industriale e intensiva sia la soluzione, che vi siano molti padiglioni di grandi ditte del settore e che non vi siano contadini. Non mancano però spunti e approcci differenti come quelli proposti ad esempio nei padiglioni Zero, SlowFood e Svizzera. L'addomesticamento di animali e piante nel corso dei secoli, la trasformazione del paesaggio naturale, la speculazione sulle

materie prime, lo spreco di cibo e le possibili soluzioni sono le riflessioni portate nel Padiglione Zero. Qui si pone la "Sfida fame Zero", iniziativa dell'ONU che ambisce a costruire, con l'apporto di tutti, un mondo in cui ognuno abbia accesso al cibo sano senza compromettere i bisogni delle generazioni future. I contrasti fra l'agricoltura contadina di qualità e quella industriale intensiva, la riflessione sul significato che ha per noi il cibo e le nostre modalità di consumo sono invece i temi presentati in modo semplice, coinvolgente e pratico nel Padiglione Slowfood. Qui è anche possibile giocare al detective indovinando gli alimenti sfruttando solo tatto e olfatto. "Ce n'è per tutti?" è questo invece il quesito forte che pone il padiglione svizzero con le sue quattro torri riempite di cibo (caffè, sale, rondelle di mele e acqua). Queste, svuotandosi man mano che i visitatori si servono, ci fanno riflettere sul nostro comportamento individuale, verso gli altri e la limitatezza delle risorse.

Maggiori informazioni: www.expo2015.org

Giornata ESS

Acqua virtuale

Sabato 17 ottobre 2015 si terrà presso il DFA di Locarno l'ottava giornata di (in)formazione dedicata allo sviluppo sostenibile.

Nove atelier per docenti dalla scuola dell'infanzia alla scuola media affronteranno il tema dell'acqua virtuale scoprendo come si possano trattare temi complessi in modo semplice e accattivante. Inoltre, due interessanti conferenze e una mostra permetteranno di discutere e approfondire l'argomento. La giornata sarà, come sempre, un momento di confronto e arricchimento per docenti, attori extrascolastici e persone interessate al tema. www.education21.ch/it/giornata-ess

Impressum

ventuno Informazioni e materiale pedagogico destinato all'educazione allo sviluppo sostenibile (ESS) in Svizzera.

Editore éducation21, Monbijoustrasse 31, 3011 Berna | **Edizione** Numero 2 del maggio 2015 | Appare 3-4 volte all'anno | Il prossimo numero è previsto in settembre 2015 | **Redazione** Ueli Anken (responsabile edizione), Delphine Conus Bilat (coordinatrice) | **Autori/trici** Sarah Gersbach et Rahel Kobel (p.1, 3), Delphine Conus Bilat (p.4, 8), Marie-Françoise Pitteloud (p.6), Roger Welti (p.10,11), Fabio Guarneri (p. 15), Ueli Anken (p.16). Altri testi : Roger Welti | **Fotografie** Marion Bernet (p.1, 5, 9, 16), Pierre Gigon (p.2), Yves Bilat (p.3, 4), Marie-Françoise Pitteloud (p.6), Manuela Guarneri (p. 7, 15), Ueli Anken (p. 8), «GELD – Jenseits von Gut und Böse», Anita Affentranger (p.10), Roger Welti (p.11), Remy Steiner - NZZ Business Events / éducation21 (p.16) | **Concetto grafico** visu' AG (concetto), atelierarbre.ch (rielaborazione) | **Layout e produzione** Kinga Kostyál (responsabile), Isabelle Steinhäuslin | **Stampa** Stämpfli AG | **Tiratura** 19 865 tedesco, 14 745 francese, 2 450 italiano | **Abbonamento** L'abbonamento è offerto gratuitamente agli utenti e ai partner di éducation21, così come a tutte le persone interessate all'ESS in Svizzera. Sottoscrizione su www.education21.ch > Contatto | www.education21.ch | Facebook, Twitter: education21ch, #e21ch | ventuno@education21.ch

éducation21 la fondazione éducation21 coordina e promuove l'educazione per uno sviluppo sostenibile (ESS) in Svizzera, in qualità di centro di competenza nazionale per le scuole obbligatorie e le medie superiori su mandato della Conferenza svizzera dei direttori cantonali della pubblica educazione, della Confederazione e delle istituzioni private.





Congresso HORIZONS21 | 9 maggio 2015 | PH Bern

Alla ricerca di orizzonti comuni

Quello che vediamo all'orizzonte non è soltanto una questione di punti di vista. Il quadro che ci facciamo dipende anche da quanto è forte la volontà di non lasciarci influire dal nostro sguardo prevenuto e da quanto permettiamo l'imprevedibile. Esattamente a questo tipo di esperimento si sono lasciati coinvolgere oltre 270 persone provenienti dall'economia, dalla società civile, dalla politica e dalla pedagogia, il 9 maggio scorso a Berna.

Il congresso HORIZONS21 era dedicato alla ricerca di orizzonti comuni. È possibile combinare i punti di vista dei paesi ricchi di materie

prime, delle aziende produttrici, delle catene commerciali, delle associazioni dei consumatori, dei gruppi ambientali, delle imprese di riciclaggio e dell'educazione ai media? All'orizzonte si delineano dei denominatori comuni? Oppure siamo condannati a restare confinati nel dilemma degli interessi specifici e prigionieri della complessità?

La ricerca di possibili orizzonti comuni è stata seguita dalla squadra dei giovani giornalisti della Tink.ch. Quali conclusioni hanno tirato loro dal congresso lo potete scoprire su www.horizons21.ch.



Bildung für Nachhaltige Entwicklung
Education en vue d'un Développement Durable
Educazione allo Sviluppo Sostenibile
Furmaziun per in Svilupp Persistent



P.P.
CH-3011 Bern

ESS per la scuola
ventuno
2015
02 Consumo

