



ASHOKA

Leadership per il cambiamento

VOLUME 1: GIOVANI





Prefazione

I triti luoghi comuni sui giovani stanno iniziando a cadere uno dopo l'altro. I primi segnali li abbiamo visti durante la pandemia, quando sembravano quasi tutti sorpresi per la serietà, l'intelligenza e l'impegno dei giovani in una fase di paura e smarrimento. Altri ne stiamo vedendo ora, grazie all'analisi dei progetti e alla lettura di quanto troverete nelle pagine seguenti. Unendo i puntini delle tante iniziative, associazioni, app, profili social che queste giovani e questi giovani hanno creato, emerge il disegno di una generazione che non aspetta il cambiamento ma lo provoca e lo costruisce, che raramente protesta ma preferisce coltivare un'idea e cambiare le cose, a partire da quelle più vicine – spesso a seguito di un'esperienza negativa vissuta in prima persona o da affetti cari - fino al grande tema della transizione ecologica e, quindi, della sopravvivenza della specie umana. Una generazione in cui in molti si sentono, e sono, changemaker: ragazze e ragazzi empatici, coraggiosi, tenaci, consapevoli, che sanno farsi ispirare e ispirano a loro volta i coetanei, che sanno guardare alle diversità e all'inclusione come propulsori di un reale cambiamento sociale.

Lucia Abbinante

Direttrice Agenzia Nazionale per i Giovani



ang
AGENZIA
NAZIONALE
PER I GIOVANI



Indice

Introduzione: La generazione Changemaker e l'importanza della leadership giovanile al giorno d'oggi	2
Capitolo 1: Il profilo dei e delle giovani changemaker	4
Il cambiamento passa da noi	5
Concretezza e tenacia	9
Resilienza e vocazione	11
Coinvolgimento dei pari	13
Legame con il proprio territorio	15
L'uso del digitale	17
Leadership diffusa per natura	19
Capitolo 2: Fattori chiave per attivare i giovani a scuola	22
Comunicazione e valorizzazione di strumenti già esistenti	23
Cultura scolastica, ascolto e collaborazione intergenerazionale	25
Innovazione didattica come strumento di empowerment giovanile	27
Conclusioni	30

Introduzione

La generazione Changemaker e l'importanza della leadership giovanile al giorno d'oggi.

Ritengo di essere una changemaker perchè sono spinta dal profondo desiderio di cambiare le cose per il bene di tutti in ogni cosa che faccio

Valeria, 18 anni

“Gen C – Generazione Changemaker” è l’iniziativa promossa da Ashoka Italia e Agenzia Nazionale per i Giovani insieme a 40 partner volta a promuovere il protagonismo giovanile. All’interno dell’iniziativa è stato chiesto ai giovani di descriversi come “changemaker”. Sono state raccolte centinaia di risposte che **confermavano la presenza di una generazione di leader di cambiamento dalle caratteristiche molto peculiari.**

In un contesto storico e sociale come quello della post-pandemia, il ruolo dei giovani, la loro centralità per lo sviluppo economico e sociale del paese è stato evocato spesso. Ma che orizzonte di cambiamento stanno disegnando? In che modalità intendono raggiungerlo? E quali sono gli strumenti e le iniziative che la società e la scuola in particolare può mettere a disposizione per promuovere e facilitare processi di leadership giovanile?

In questa breve pubblicazione, la prima di un ciclo sul concetto di leadership di cambiamento, si indagherà **il ruolo e le caratteristiche della leadership giovanile attraverso un approfondimento specifico svolto sulla base del lavoro di Ashoka Italia degli ultimi anni con i giovani e con le scuole changemaker.**

Oggi la leadership giovanile assume diverse forme e ci mostra un nuovo modo di guidare il cambiamento e sono stati osservati numerosi fattori che contribuiscono alla promozione del protagonismo giovanile. Tramite una serie di interviste a giovani changemaker e l'analisi delle candidature alla Call "Gen C – Generazione Changemaker" è stato possibile **identificare le caratteristiche peculiari della leadership dei giovani (15-25 anni).** Inoltre, si è osservato come **il contesto scolastico sia uno degli spazi in cui il protagonismo giovanile viene coltivato.**

Nel primo capitolo di questo approfondimento sono state dunque riportate le 7 caratteristiche principali che tratteggiano un profilo di giovane changemaker consapevole, empatico, tenace, resiliente, concreto, collaborativo, nativo digitale, cittadino del mondo e legato al suo territorio. Nel secondo capitolo sono stati evidenziati alcuni strumenti e opportunità, già presenti nell'istituzione scolastica, per supportare i giovani nel diventare leader di cambiamento.

Questa pubblicazione non intende essere esaustiva, ma offrire degli spunti di riflessione e una chiamata al dialogo e al confronto intergenerazionale, per approfondire il nostro margine d'azione nel sostenere il cambiamento sociale promosso dai giovani. E dunque permettere ad ognuno di noi di essere changemaker.



1 Il profilo dei e delle giovani changemaker

Con l'obiettivo di promuovere il protagonismo giovanile e cambiare la narrazione dei giovani d'oggi, Ashoka Italia e Agenzia Nazionale Giovani hanno aperto una call dal 23 giugno al 31 ottobre 2021, per raccogliere le candidature dei giovani changemaker italiani. Nel far questo, l'intento è di far emergere le caratteristiche principali dei ragazzi d'oggi, spesso raccontati per inerzia e generalizzazioni, e quindi comprendere i loro bisogni e stati d'animo. Dopo un'analisi delle 250 candidature, focalizzando l'attenzione alle risposte ottenute a seguito della domanda **“Ti rivedi nella descrizione di changemaker? Parlaci di te e del motivo per cui ritieni di essere changemaker”**, sono emersi **7 elementi** dei giovani changemaker che ne caratterizzano la leadership, il loro modo di **affrontare le complessità** del proprio tempo e **trovare soluzioni creative e alternative alla realtà attuali**.

Il cambiamento passa da noi

I giovani changemaker italiani hanno un livello di consapevolezza elevato della transizione che stanno vivendo. Dall'analisi emer-

ge un forte senso di **responsabilità** e di **appartenenza** che sta mobilitando i giovani, rendendoli attivi e pronti a dimostrare con i fatti che la narrativa che spesso li rappresenta non riflette in modo trasparente la loro realtà, non nascondendo sentimenti di paura e incertezza nei confronti delle sfide complesse che hanno davanti. “Siamo bombardati quotidianamente da notizie che si dividono grossomodo in due gruppi: quelle del “non è un mondo per giovani” e quelle del “uno su mille ce la fa”,



Descrizione giovane changemaker della Call “GEN C - Generazione Changemaker”¹

Un/a giovane changemaker possiede molte qualità: è empatico, visionario, coraggioso, consapevole, motivato e determinato a cambiare le cose per il bene di tutti. I Changemaker sono di esempio, coinvolgono ed ispirano i propri coetanei e le comunità di cui fanno parte per generare processi virtuosi innovativi di valore per la società, promuovono il territorio, realizzano progetti sociali e culturali e sostengono e lanciano iniziative di protagonismo giovanile.

¹ Descrizione costruita dopo un workshop con un gruppo di giovani Europeers

dice Pietro e conclude portando l'attenzione sul fatto che **c'è bisogno di riconoscere il valore aggiunto delle realtà giovanili**, poiché “sono altresì convinto che se il “singolo” può riuscire a compiere una singola impresa, “mille” invece te lo cambiano il mondo con meno sforzo del primo. Perché uno ti fa sognare, ma mille possono realizzare”.

I giovani changemaker dimostrano una propensione ad essere **attivi** e **reattivi** al cambiamento, dimostrando **un ardore che nasce da un bisogno di creare un'alternativa alla realtà attuale**: “Ogni volta che realizzo un cambiamento nella mia vita, mi sento viva. Allo stesso modo, la società stessa per poter continuare ad esistere, e ad evolversi, necessita di cambiamenti”. Davanti ad una opportunità storica, i giovani changemaker **si sentono protagonisti del cambiamento**, investiti dell'onere di cambiare, affermando che portare avanti le loro idee e i punti di vista sia un “passo necessario per cambiare le mentalità e i paradigmi della società”.

L'EMPATIA NEI GIOVANI CHANGEMAKER

I giovani changemaker sono anche dei **leader fortemente empatici**. Si percepisce un evidente sentimento di **appartenenza al genere umano** che fa percepire sulla propria pelle le sfide causate dalla complessità del XXI secolo. È possibile identificare un livello di **empatia “storica”** per le sfide del loro tempo. In particolare, dall'analisi emerge un bisogno di affrontare la tematica ambientale e quindi la **transizione ecologica**, di far fronte alle opportunità offerte dalla **transizione digitale**, e una necessità di affrontare “la mancanza di orientamento e le difficoltà dovute all'inserimento lavorativo” e più in generale **il cambiamento che sta avvenendo nel mondo del lavoro** e le attività che generano valore.

La complessità di queste sfide e l'interconnessione dei fattori porta i giovani ad essere molto consapevoli della necessità di **abbandonare un approccio unidirezionale**, per silos, e concentrato su un livello individuale nell'elaborare soluzioni efficaci. La modernità, l'interconnessione e la globalizzazione, portano i giovani a sentirsi parte di molteplici comunità, che a loro

volta si articolano in una molteplicità di spazi comunicativi. Trovandosi ad abitare molteplici spazi, i giovani scoprono dentro di loro varie identità, estremamente diversificate e stratificate, che li portano ad empatizzare con le grandi sfide del loro tempo e a **cercare approcci multidimensionali e di comunità**, per gestire la complessità.

Infatti, i giovani changemaker riportano anche una forte **carica empatica verso le proprie comunità** di riferimento. La consapevolezza di solitudine e smarrimento in questo periodo, accentuato anche dalla crisi sanitaria, ha risvegliato un senso di **appartenenza ad una comunità** e smosso **considerazioni sul potenziale di questa comunità di giovani**. In un generale sentimento di “solitudine accecante” emerge la consapevolezza di non essere soli in questo viaggio e “tanto vale costruire insieme quello che oggi non c’è” dice Alessandra, coinvolgendo diverse realtà in più progetti e “puntando a creare una solida rete di persone giovani che, come previsto dalla nostra costituzione, abbia un ruolo di cittadinanza attiva e di modello per la crescita sociale, politica ed economica del nostro Stato” (Fa-

bio).

In particolare, è presente un forte sentimento di **empatia nei confronti dei propri coetanei**, comprendendo in prima persona la necessità di aiutare i più “deboli” in sfide complesse. Per esempio, Mirko, impressionato da un episodio di bullismo nella sua scuola, con la sua classe ha deciso di creare un movimento anti-bullismo (**MABASTA**) che si è poi evoluto in



MABASTA

MABASTA (Movimento Anti Bullismo Animato da Studenti Adolescenti) è un’iniziativa nata nel 2016 da Mirko Cazzato e dalla sua classe frequentante il liceo Galilei di Lecce che, in seguito ad essere venuti a conoscenza di un episodio di bullismo a Pordenone hanno deciso di fare qualcosa di concreto contro il bullismo e cyberbullismo.

Attraverso la creazione di una pagina facebook e di un sito internet, sono diventati un punto di riferimento alle vittime di bullismo. In 5 anni di attività, il team si è recato in centinaia di scuole e sensibilizzato migliaia di studenti. L’obiettivo è quello di diffondere il “modello Mabasta”, raggiungendo circa 250 classi.



@mabasta_antibullismo_



MABASTA - Movimento
Anti Bullismo Animato da
Studenti Adolescenti

un'impresa sociale vera e propria. O Giulia che davanti alla percezione di un “mal di vivere adolescenziale” ha attivato delle **attività di ricerca e sperimentazione nelle scuole superiori della sua città**.

E Aurora che dopo aver sofferto di anoressia in prima persona e aver realizzato la diffusione di tali disturbi nella fascia d'età tra i 13 e i 17 anni, si è messa in moto per fondare **ANIMENTA**, una start-up impegnata in progetti di sensibilizzazione e formazione su tema-

tiche inerenti i disturbi del comportamento alimentare, per dare “a tutte le persone che soffrono, che hanno sofferto o che stanno vivendo con una persona che soffre di un DCA quella speranza e quella voglia di andare avanti che io, in quell'anno, avevo perso”.

Si evince anche **una forte carica empatica** non solo **verso la propria scuola ma anche verso la scuola come istituzione**. Molte delle idee innovative presentate dai giovani changemaker sono nate proprio tra i banchi di scuola ed è lì “tra i libri di latino e filosofia, ho anche compreso quale sarebbe stata la mia missione, il mio ruolo nella società, la mia vocazione”, dice Loredana. Da una parte si percepisce una forte **carica empatica nei confronti dei luoghi scolastici**, luoghi di esperienze, condivisione tra studenti e docenti e ispirazione; “ho scoperto il mio potenziale changemaking grazie ad un docente e al suo essere contagioso nella sua ottica imprenditoriale creativa e stimolante”, dice Francesco. Dall'altra, dai dati emerge una **consapevolezza collettiva** di una certa staticità propria dell'istituzione scolastica che conserva un approccio



Animenta

Animenta è un'associazione di promozione sociale no-profit che nasce con l'obiettivo di raccontare per sensibilizzare sui disturbi del comportamento alimentare, fondata da Aurora Caporossi, Laura Montanari e Riccardo Linares. Attraverso l'utilizzo di storie, racconta questa tematica sui social network, cercando di creare momenti di ascolto, confronto e accoglienza ai giovani che hanno affrontato o che stanno affrontando un disturbo del comportamento alimentare. Con un linguaggio semplice e diretto, Animenta mira non solo a supportare persone con DCA, ma anche di diffondere informazione che permetta di sensibilizzare un vasto pubblico sul tema.



@animenta_dca

molto tradizionalista all'educazione e all'apprendimento. Da questa consapevolezza, **emerge una grande motivazione ad innovare la scuola** e l'approccio all'apprendimento; infatti è possibile identificare numerose iniziative dei giovani changemaker volte ad integrare il digitale in vari aspetti dell'esperienza educativa. Andrea per esempio, sta avviando una campagna di sensibilizzazione per personale docente per integrare il digitale nelle scuole italiane e Lorenzo che sta lavorando per lanciare **NOVA INVESTOR** un'iniziativa che ha l'obiettivo di democratizzare l'accesso all'educazione finanziaria nelle scuole italiane.

● Concretezza ● e tenacia

Dall'analisi delle candidature emerge anche una forte inclinazione alla **concretezza**. I giovani changemaker sono insoddisfatti di come vengono rappresentati e allo stesso tempo manifestano una **necessità di vedere del cambiamento concreto**, che li veda protagonisti. Inclinazione che è possibile notare dalle parole di Carla Maria, la quale afferma "spesso ci facciamo prendere

NOVA INVESTOR

Nova Investor è un progetto ideato da Lorenzo Perotta che ha come obiettivo quello di democratizzare l'accesso all'educazione finanziaria offrendo contenuti di alta qualità a un costo accessibile agli studenti. Il progetto, nato tra i banchi di scuola, diventerà una vera e propria start up innovativa, che verrà lanciata a febbraio 2022. L'applicazione è basata su un sistema di intelligenza artificiale attraverso cui creerà un piano di apprendimento su misura per lo studente e sulla formula "gioca, studia e divertiti", meglio conosciuta come "gamification". Il punto di forza del progetto è quello di cercare di trasformare i download in veri e propri legami. Per farlo, verranno organizzati webinar di formazione, workshop, corsi di educazione finanziaria sia online che in presenza. Una volta lanciata, l'applicazione verrà proposta a più di 50 scuole superiori attraverso attività di sensibilizzazione e talent acquisition.



dall'idea che le cose sono difficili da cambiare, ma io ci voglio provare, sono stanca di aspettare che le cose migliorino per mano di altri. L'attesa logora, l'azione nobilita" o da quelle di Silvia, "credo davvero che se ognuno di noi facesse una piccola parte, il mondo cambierebbe per davvero. Sono anni che vengono fatte promesse in questi termini: ora è però tempo di accorciare le maniche e met-

tersi all'opera". Emerge anche una certa **insofferenza** verso le persone che "continuano a lamentarsi senza far niente" nelle parole di Fabio quando invece "è necessario attivarsi in prima persona per generare il cambiamento che si vuole". È possibile notare anche una certa **sicurezza e coscienza delle proprie azioni**, senza necessariamente ambire a riconoscimenti istituzionali o sociali. Per esempio, Mirko afferma che lui non si considera un attivista, che non gli interessa essere definito tale, ma che ciò che lo fa star bene con se stesso è la consapevolezza di essere attivo e contribuire, nel suo piccolo a risolvere un problema che lui ha molto a cuore, il bullismo.

I giovani changemaker dimostrano di essere molto **tenaci**. Emerge chiaramente che il periodo trascorso a casa, ha portato molti

giovani non solo a comprendere a fondo problematiche da loro riscontrate ma a **trovare nell'azione una risposta all'emergenza** (22 idee dei giovani changemaker sono nate proprio durante il periodo di quarantena). "Nel marzo 2020, dopo lo scoppio della pandemia e durante il primo lockdown, mi sono resa conto di quanto l'informazione in Italia fosse ancora, da un lato profondamente radicata ai media tradizionali, e dall'altro radicata nelle fake news online" racconta Sofia Pierina, realizzazione che l'ha portata a creare un profilo Instagram in cui trattare con trasparenza tematiche legate all'ambientalismo, con particolare attenzione alla "fast fashion" e le sue ripercussioni sull'ambiente. Allo stesso modo Andrea che appena iniziato il lockdown, ha deciso di spendere il suo tempo nella pulizia di un'area verde attraverso la sperimentazione dell'Agricoltura urbana. Questo l'ha poi spinto a scrivere un Progetto di Solidarietà nell'ambito del Corpo Europeo di Solidarietà attraverso il quale poter cominciare a svolgere diverse iniziative nel quartiere di riferimento, legate all'Agricoltura urbana, all'educazione ambientale, alla sensibi-

“**lo voglio essere attivo, non un attivista**”

Mirko, 20 anni

lizzazione ecologica e non solo.

Dalle risposte, non si evince solo una forte tenacia davanti al cambiamento, ma anche una capacità di **vedere nei momenti di difficoltà un'opportunità di crescita**.

Come per esempio Ilaria la quale, approfittando del trasferimento di numerosi eventi nazionali e internazionali in modalità virtuale ed “ecco che allora questa opportunità andava presa al volo per trasformare questo periodo di crisi in periodo di crescita, crescita esponenziale”. Infatti, accortasi anche di quanto fosse difficile, a causa degli algoritmi dei social media e della mole di notizie diffuse quotidiane dalle testate giornalistiche, trovare e identificare eventi per giovani, Ilaria percepiva un **bisogno di chiarezza**, comunicazione rapida ed istantanea. Così **Ilaria**, insieme a delle sue amiche, **ha creato varie community** su alcuni social network con l'obiettivo di diffondere notizie di eventi, concorsi, corsi gratuiti, opportunità locali ed internazionali. Anche Zoe, approfittando del facile accesso e utilizzo del digitale per i suoi coetanei, ha dato vita a **COMPAGNI DI STUDIO** un sistema di supporto peer-to-peer per dar

COMPAGNI DI STUDIO

“Compagni di studio” è un'iniziativa nata da Zoe Coccoi e un gruppo di volontariato del Liceo Bertolucci di Parma a febbraio 2021 con l'obiettivo di incentivare pratiche di peer education.

Il progetto ha visto la creazione di una rete di supporto per lo studio tra gli studenti dell'istituto, con la presenza di tutor che scelgono di mettere a servizio di altri studenti il proprio tempo e competenze scolastiche.

Lo spazio, creato virtualmente proprio a causa della crisi pandemica, ha l'intenzione di sfruttare al meglio la tecnologia, come uno strumento capace di unire e aiutare il prossimo.



l'opportunità ai suoi compagni di scuola di ricevere ore di tutoraggio su varie materie, gestite da altri studenti.

Resilienza e vocazione

I giovani changemaker dimostrano di essere **resilienti** davanti al cambiamento. Di fronte alle difficoltà ed in particolare quelle causate dalla pandemia, non solo non si scoraggiano, ma con fermezza e determinazione si reinventano,

PALINGEN

Palingen Srl è una start-up innovativa a vocazione sociale (SIAVS) nata nel 2019 dall'idea di Marco Maria Mazio e suo cugino.

In particolare, l'idea nasce in seguito a un'esperienza di uno dei fondatori all'interno di un progetto di reinserimento sociale nel carcere femminile di Pozzuoli che, dopo aver notato la voglia di riscatto e il potenziale creativo delle detenute, ha deciso di avviare un'impresa per dar loro una seconda possibilità.

Palingen ha ottenuto la gestione del laboratorio sartoriale presente all'interno del carcere femminile di Pozzuoli e si avvale della collaborazione di donne detenute, regolarmente assunte e retribuite, con l'obiettivo di dar loro una seconda possibilità e di facilitare il loro reinserimento nel mercato del lavoro tramite l'insegnamento dell'arte della sartoria. Inoltre, consapevole dei noti danni ambientali provocati dal settore della moda, Palingen lavora principalmente rimanenze tessili seguendo il principio guida dell'economia circolare e contribuendo alla tutela dell'ambiente riducendo i materiali destinati allo scarto.



@PALINGEN...



superano le difficoltà con creatività e innovazione. “L'importante è non arrendersi mai, non sempre si possono ottenere i risultati

sperati, dobbiamo tenere presente anche il territorio nel quale le realizziamo e il periodo di difficoltà” conferma Serena. Allo stesso modo Francesca ritiene che “un Changemaker non si tira indietro quando ci sono i momenti difficili, ma utilizza le difficoltà per uscirne più forti”.

Inoltre, le iniziative evolvono e si adattano ai bisogni e alle urgenze del periodo. Come per esempio Aurora, la quale riscontrando per la prima volta un netto aumento delle persone che si ammalano di disturbi del comportamento alimentare tra i 35 e i 40 anni, ha iniziato, tramite Animenta, a compiere azioni di informazione e sensibilizzazione delle tematiche mirate a quella fascia d'età. Anche Marco Maria e suo cugino nel 2019 hanno fondato **PALINGEN** un'iniziativa che affronta problematiche inerenti l'inquinamento ambientale provocato dal comparto moda e il reinserimento sociale di donne detenute. Trovandosi subito ad affrontare i problemi emersi durante la crisi sanitaria, hanno supportato “l'amministrazione penitenziaria e le detenute nell'attività di produzione di mascherine per prevenire la diffusione del Covid-19.”

I giovani changemaker dimostrano anche di avere una certa **vocazione** per l'impatto sociale e il protagonismo giovanile, sin da piccoli. Sono molti i ragazzi con un passato di scoutismo alle spalle, esperienze di volontariato, rappresentanza di istituto e molti sono co-fondatori di organizzazioni studentesche. Come, per esempio, Giovanni che è un soccorritore volontario del 118 oppure Chiara, la cui famiglia ha sempre ospitato per lunghi periodi di tempo rifugiati. In più, date le positive esperienze avute in queste realtà o in organizzazioni di associazionismo giovanile, sono proprio i giovani changemaker a rivolgersi e coinvolgere queste comunità nelle proprie iniziative.

Vi è quindi un forte stimolo emotivo che spinge i giovani a fare dell'impatto sociale una **missione di vita**. I confini tra vita personale e professionale sono spesso labili, infatti c'è un fortissimo senso di responsabilità e speranza che motiva tantissimi a vivere e lavorare per concretizzare una visione. "Una visione di equità, rappresentazione e partecipazione" dice Gabriele, "ed è questo che mi fa svegliare tutti i giorni la matti-

na!", conferma Pietro.

• Coinvolgimento • dei pari

Un'altra caratteristica interessante dei giovani changemaker è emersa analizzando il modo in cui le iniziative presentate dai candidati emergono e si consolidano. Molte idee presenti nella Call "Gen C", sono caratterizzate da un approccio bottom-up, la **nascita di movimenti dal basso, estremamente sentiti e partecipati**. Infatti, molti giovani riconducono la nascita della loro iniziativa ad una reazione di un gruppo, una classe o una scuola, ad un determinato episodio, talvolta legato ad un'ingiustizia sociale o ad un problema riscontrato nella quotidianità. Come reazione a tali avvenimenti, si sono formati inizialmente dei movimenti dal basso e poi delle iniziative di imprenditoria sociale vere e proprie. Simbolico in tal senso il motto di Valeria "La rigenerazione parte dal basso, senza lasciare nessuno indietro in un quartiere che invece si sente lasciato solo, emarginato."

Marcello per esempio, dice di essere incapace di "restare immobi-

le di fronte alle ingiustizie o agli stati di inerzia della società” e in particolare la sua attenzione si è focalizzata sulla mancanza di supporto ai ragazzi nei momenti più delicati della loro età: la scelta dell’università e l’ingresso nel mondo del lavoro. Per questo



Tipofthehat

Tipofthehat è nasce da un’idea di Marcello Grecchi, Marco Franceschini, Matteo Maggio, Marco Gregnani che nasce a marzo 2020 con l’obiettivo di sostenere i giovani dai 17 ai 35 anni nella scelta universitaria ed agevolare il loro percorso di inserimento nel tessuto sociale e nel contesto lavorativo. Nel perimetro dell’iniziativa è stata sviluppata e testata una propria metodologia interna per venire incontro alle esigenze inespresse dei giovani, combinando tecniche di gamification, game-based learning e peer education e applicandola in workshop ed eventi di svariata natura. Ad oggi il progetto ha raccolto nella rete circa 1200 persone da 40 province diverse, entrando anche nelle scuole per fornire supporto nella scelta dell’università a oltre 50 studenti di licei e scuole superiori. Nel corso dell’anno di vita di tipofthehat, sono stati organizzati sei eventi, di cui due dal vivo e un workshop online per gli studenti del Politecnico di Milano.



@toth.it

TIPOFTHEHAT è nata da un **sentimento condiviso di mancato orientamento e solitudine** e si è consolidata in **un movimento per individuare le esigenze dei giovani e della società attuale** e generare valore nelle comunità, al fine di agevolare l’inserimento dei ragazzi nel tessuto sociale e nel contesto lavorativo.

Anche Stefano, comprendendo l’importanza di puntare su un approccio dal basso per il successo dell’iniziativa, crea “ambassador” e crede nel sistema peer-to-peer per condurre le attività di **ENVEPTION**

Per i giovani changemaker, **il confronto con persone** e in particolare con il **gruppo di pari** che vivono esperienze simili diventa indispensabile per lo sviluppo di nuove idee. Molti giovani changemaker hanno dato vita alla propria idea grazie alla collaborazione con persone a cui sono legate da un rapporto di amicizia, dove in una **relazione di fiducia già consolidata il lavoro di squadra risulta essere più snello ed efficace**. Ilaria, per esempio, racconta che per avviare l’iniziativa, **BACTIVE YOUTH** ha deciso di coinvolgere una carissima amica. “Ho scelto lei perché

abbiamo tanti punti in comune e nonostante la nostra amicizia sia “giovane” (4 anni) e ci troviamo spesso distanti, c’è un fil rouge speciale che ci lega e riesco a lavorare con lei benissimo”, racconta. Dalle parole di Mauro emerge l’importanza della fiducia per lavorare insieme ad un livello micro e macro: “Credo che il cuore di una società debba essere fatta da persone legate dalla fiducia, che pensino con la stessa testa e soprattutto che si conoscano bene, nei pregi e nei difetti”. **Molto spesso queste amicizie nascono a scuola**, come Zoe e Simone che da migliori amici, hanno deciso di candidarsi insieme come rappresentanti d’istituto o Stefano, che reincontrando un caro amico del liceo dopo tanti anni, decidono di unire le forze e competenze per creare Enveption. O anche tramite la realizzazione di progetti promossi dai docenti, che diventano punti di riferimento per i ragazzi che decidono quindi di proseguire, sempre insieme, con lo sviluppo dell’iniziativa al di fuori della scuola.

Enveption

Enveption è un progetto nato da due ex-compagni di scuola, Stefano Bruzzese e Simone Cascino, che hanno deciso di affrontare il problema dell’assenza di un’educazione ambientale presso i sistemi di istruzione italiana e di sensibilizzazione dei giovani verso le tematiche ambientali. L’obiettivo dell’iniziativa è quello di realizzare attività di informazione, divulgazione e sensibilizzazione sugli impatti che determinate azioni possono avere sull’ambiente. Attraverso la creazione di un format di apprendimento non formale, intende proporre alle scuole secondarie di secondo grado e alle università dei percorsi formativi in collaborazione con aziende interessate alle tematiche ambientali.

In questo modo, mira a creare un ponte di collegamento tra scuola e azienda che possa facilitare l’ingresso dei giovani nel mondo del lavoro ed apportare il cambiamento sistemico nel mondo didattico.



@enveption_



Enveption



Legame con il proprio territorio

I giovani changemaker dimostrano di avere un **fortissimo legame con il proprio territorio**, “perché è il posto che abitiamo a parlarci, a dirci di cosa ha bisogno, e non si

può fare altro che ascoltarlo” dice Silvia. Emerge anche una **forte coscienza del proprio ruolo**, quello dei giovani, **e responsabilità di prendersi cura della propria terra**, per troppe volte trascurata: “credo anche che noi giovani abbiamo la capacità e la sensibilità di recepire certi stimoli, di carpire certe intuizioni per il bene del nostro territorio e di chi ci circonda, e penso che sia giusto lasciarci lo spazio per fare del bene” continua Silvia. Sono anche molti i giovani che studiano o lavorano all'estero ma che esprimono un desiderio di tornare nella propria terra, alla quale sono molto legati. Come per esempio Maria Antonia, la quale ha avuto la possibilità di continuare a lavorare in Germania dopo gli studi ma ha deciso di tornare in Puglia, “nella mia terra, per attivare un cambiamento nella mia comunità”.

Questo forte senso di appartenenza al proprio territorio e l'opportunità di generare valore nella terra in cui sono nati, cresciuti o in cui vivono non solo gioca un ruolo importante nell'attivazione giovanile ma acquisisce anche un **ruolo chiave come catalizzatore di unione e associazionismo giovanile**. Come Valeria che ha

deciso di realizzare l'iniziativa “Aula studio Porto Idee” insieme ad altre persone che si sono dimostrate interessate a cambiare la città di Alessandria. “La maggior parte sono persone che stavano studiando fuori Alessandria e che per il Covid sono tornate in città. È stata un'unione di menti che avevano visto e vissuto contesti diversi e che volevano unirsi per portare qualcosa di positivo” racconta Valeria. A dimostrare di come il senso di appartenenza al proprio territorio possa essere il punto di unione tra storie, personalità e competenze diverse, Le-

“Credo anche che noi giovani abbiamo la capacità e la sensibilità di recepire certi stimoli, di carpire certe intuizioni per il bene del nostro territorio e di chi ci circonda, e penso che sia giusto lasciarci lo spazio per fare del bene”

Silvia, 24 anni

tizia racconta che per affrontare il problema dello spopolamento delle zone interne, in particolare L'Aquila, ha fondato Noi al Centro con tre giovani del suo paese che non aveva mai incontrato prima.

📌 L'uso del digitale

La generazione changemaker è la prima nativa digitale e non è un caso, infatti, che **l'interazione tra coetanei** avvenga proprio attraverso i **social network**. L'origine dei social network sta proprio nel definirsi come una vera e propria rete, attraverso cui le persone possono agire, interagire, creare legami e costruire nuove forme di socialità. Dall'analisi dei dati emerge come quasi due giovani su tre utilizzino i social network, in particolare Instagram, per diffondere la propria iniziativa. "Abbiamo deciso di utilizzare la viralità di un social come Instagram per dare voce alla nostra causa", racconta Aurora.

Il linguaggio dei social, caratterizzato da infografiche, immagini, stories risulta essere molto efficace nel **catturare l'attenzione dei giovani e trasmettere messaggi di rilievo**. Per avere successo nel

BActive Youth

Bactive Youth nasce nel 2019, dalla situazione di stallo dovuta alla pandemia. Osservando che molti eventi in Italia e in Europa venivano trasmessi online ed erano accessibili ad un pubblico più vasto, le tre giovani fondatrici (Ilaria Mezzacasa e Margherita Debortoli e Giulia Guazzieri) hanno deciso di diffondere le varie opportunità che il mondo online offriva. BactiveYouth è una community peer-to-peer dove segnalare e condividere news riguardo concorsi, stage, corsi, festival, forum, opportunità culturali, volontariato e tanto altro. L'obiettivo è di rendere i giovani più consapevoli, uniti e disposti ad attivarsi, dando voce a giovani ambiziosi di migliorare la realtà che li circonda.



official_bactiveyouth



mondo dei social, i giovani changemaker si ritrovano costretti quindi a diventare **innovatori anche della comunicazione**. Allo stesso tempo, si evince come i risultati ottenuti e quindi l'impatto delle iniziative siano spesso misurabili anche grazie alla valutazione della quantità di persone e dell'interazione che i giovani changemaker riescono ad ottenere attraverso l'utilizzo di questo strumento. "La crescita costante

Turbe Giovanili

Turbe Giovanili nasce nel settembre 2019 a Ravenna, da due giovani amici per la pelle, Ilario Jacopo Salvemini e Edoardo Caroli. Il progetto nasce con l'obiettivo di dare spazio alle idee e sensazioni dei giovani della città, garantendo loro la possibilità di esprimersi e sentirsi parte attiva della propria comunità. Per dare voce ai giovani, sono state realizzate puntate radiofoniche, eventi live, proteste silenziose che sono stati in grado di attivare i giovani sia a livello locale che nazionale.



VISIONARY DAYS

Visionary Days

Visionary Days (VD) è community nata nel 2016 con l'obiettivo di attivare, unire e dare voce ai giovani under 35. Attraverso diverse campagne, VD mira a favorire il protagonismo giovanile nei vari territori, abilitando ragazzi e ragazze ad avere un confronto costruttivo e propositivo sia tra di loro che con le istituzioni locali, regionali e nazionali. La community si riunisce ogni anno in un evento nazionale di risonanza mediatica chiamato Visionary Days: una vera e propria maratona di dieci ore in cui i giovani hanno la possibilità di confrontarsi in maniera collaborativa, unendo le proprie idee al fine di produrre un manifesto tematico comune.

dei followers, mai ricercata o indirizzata, ma figlia di un avvicinamento che parte sempre dai singoli, ci ha portato a lavorare su diverse idee di progettazione che hanno favorito il nostro processo di crescita in termini qualitativi di offerta”, racconta Ilario Jacopo nell’approfondire i risultati ottenuti dalla sua iniziativa **TURBE GIOVANILI**.

Le piattaforme social rappresentano quindi un trampolino di lancio per una comunicazione efficace, ma vengono anche utilizzate **come soluzione al “chaos di informazioni” giornaliero** per condividere informazioni e opinioni rilevanti e originali. Come nel caso di Michela che, sconcertata dalla disinformazione dei media, ha deciso di dare vita a **SPAGHETTIPOLITICS**, uno spazio attraverso cui guardare le notizie con più attenzione cercando di combattere le fake news. Utilizzando uno stile social e parlando il linguaggio dei propri coetanei su Instagram, ad oggi, la sua pagina conta più di 220 mila seguaci.

In sostanza, per i giovani change-maker le piattaforme **social** rappresentano quindi uno **strumen-**

to essenziale per il successo di qualsiasi attività. Grazie proprio all'efficacia della comunicazione messa in atto attraverso i social, si evince come questi movimenti riescano a trasformarsi in delle vere e proprie **comunità virtuali**, in grado di raggiungere e, di conseguenza, unire utenti di tutto il territorio nazionale, ampliando quindi la contaminazione rispetto alle tematiche affrontate. Ne è un esempio l'iniziativa **VISIONARY DAYS**, che ha creato una community composta da 10.000 persone e ogni anno lancia campagne di proposta giovanile e un evento nazionale di risonanza mediatica. Anche Ivana afferma che grazie all'utilizzo dei social è stato possibile "raggiungere un vastissimo pubblico" e "creare un ponte tra la Basilicata e i suoi cittadini".

Leadership diffusa per natura

L'analisi di 250 candidature alla Call "Gen C" e le interviste semi-strutturate con 10 giovani changemaker, hanno permesso di svelare alcuni elementi interessanti per quanto riguarda il tipo di leadership proprio dei giovani chan-

Spaghettpolitics

Spaghettpolitics nasce nel 2019 dall'esigenza della giovane Michela Grasso di creare uno spazio in cui raccontare la politica italiana a un pubblico straniero. Con il passare del tempo l'iniziativa, nata come pagina Instagram, è diventata una vera e propria community in cui giovani autori possono trovare uno spazio per confrontarsi e pubblicare i propri articoli sulla politica italiana e internazionale. Ad oggi, la pagina Instagram conta più di 200 mila followers. "In un paese che non ci lascia spazio, dobbiamo imparare a ritagliarcelo da soli, e Spaghettpolitics mi sembrava il luogo perfetto per questo."



@spaghettpolitics



gemaker italiani. In tal senso, emerge un'inclinazione naturale dei giovani ad adoperare dei modelli di leadership diffusa, caratterizzata da elementi innovativi, decentralizzati e funzionali a rafforzare le competenze trasversali.

² Foto di Matteo Azzalli

I GIOVANI SONO MOLTO MOTIVATI

Prima di tutto, uno degli elementi per esercitare un tipo di leadership diffusa, è importante avere una **forte motivazione, personale e collettiva**. Anche nei paragrafi precedenti, l'analisi ha evidenziato in tutti i giovani candidati una concreta e sentita spinta a voler creare **valore sociale partecipato**, come unica via per affrontare la complessità del XXI secolo. "Vedevo che non c'era nulla intorno a me e che quindi avrei dovuto crearlo io" dice Ivana, "ma avevo bisogno di persone motivate come me. Per questo ho scelto la via dell'associazionismo". In più, dall'analisi si evince che la motivazione assume un ruolo di fattore determinante per la scelta delle persone con cui collaborare nel creare un movimento o un'iniziativa. "La motivazione personale è chiave nel team con cui vuoi lavorare" dice Samuele, ricalcando anche il suo ruolo come rappresentante di istituto nell'assicurare che questa forte carica emotiva venga preservata e protetta.

SQUADRE FLUIDE E DINAMICHE

Un altro elemento chiave delle leadership diffusa è il **superamento di ruoli ben definiti e gerarchici**, a favore invece un **modello agile, fluido e dinamico** che incentivi un senso di ownership e spirito di iniziativa dei membri della squadra. Questo ribaltamento dei ruoli, da gerarchici e fissi, a flessibili ed elastici, emerge in modo chiaro nel tipo di leadership attuato dai giovani changemaker. L'analisi suggerisce che questa attitudine naturale possa essere ricondotta a due fattori chiave.

Da una parte, **i giovani changemaker sono estremamente impegnati**, tra scuola, interrogazioni, iniziative imprenditoriali e altre attività sportive, di volontariato e di formazione. Date le numerose attività a cui partecipano o impegni scolastici, si evince un **forte senso di solidarietà e comprensione nel comprendere il tempo e le risorse** che ogni individuo può dedicare all'iniziativa di protagonismo giovanile. Per esempio, le iniziative che prevedono un impegno degli studenti durante l'orario scolastico danno vita ad **un'equa e sponta-**

na suddivisone degli impegni a seconda delle interrogazioni e dei compiti in classe degli interessati (Mirko e Samuele).

VALORIZZAZIONE DELLE COMPETENZE E INTERESSI INDIVIDUALI

Dall'altra, un giovane leader changemaker intento a coinvolgere i suoi compagni in un'iniziativa, si affida agli **interessi, competenze e spirito di iniziativa del singolo**, evitando di imporre incarichi non graditi. Mirko racconta di come nella sua classe ci fossero due ragazzi appassionati di grafica ed è venuto quindi naturale che loro si occupassero della comunicazione e identità grafica di MABASTA. Numerosi sono i giovani changemaker che raccontano di formare team multidisciplinari, con esperienze formative diverse, in modo tale da avere prospettive multiple sempre rispettando gli interessi del singolo (Stefano).

Infine, le caratteristiche di questi modelli di leadership diffusa sono visti come **mezzo di empowerment personale e collettivo**. In altre parole, questi modelli innovativi di leadership agile ed elastica sono concepiti per **garantire una crescita personale e professiona-**

VOX POPULI

L'immobilismo e lo spopolamento dei piccoli centri del sud è stato il segnale d'allarme alla base della nascita dell'associazione giovanile che, tra molte difficoltà, è cresciuta con me da quando avevo 13 anni (2013). Il movimento "Vox Populi Vox Dei -idee per Grassano" ha posto i giovani locali al centro della vita di paese, rompendo la monotonia attraverso l'organizzazione di iniziative e facendo sì che il protagonismo giovanile avesse la meglio sulla logica conservatrice e attendista che facendo affidamento esclusivamente sulle scelte degli adulti e delle istituzioni centrali, delegittima la responsabilizzazione dei ragazzi e l'idea del cambiamento dal basso. Vox Populi è ormai attiva da 8 anni. Ha dato lustro al suo piccolo paese natale attraverso i traguardi raggiunti e soprattutto ha offerto ai ragazzi che la animano una nuova ragione per rimanere a Grassano, combattere lo spopolamento, trovare nuovi stimoli e opportunità di impiego, cercare attivamente di mettersi in gioco per migliorare una comunità intera.



le dei membri del team, tramite un graduale ma continuo sviluppo e consolidamento di competenze trasversali. L'analisi evidenzia una tendenza dei giovani a vedere le iniziative di protagonismo come un'**opportunità di sviluppo di competenze**, molto richieste dal mondo del lavoro. Ivana, per esempio, conferma di aver sviluppato competenze come l'empatia e il lavorare in gruppo, tramite la sua iniziativa **VOX POPULI**.



2 Fattori chiave per attivare i giovani a scuola

Il protagonismo giovanile è un fenomeno estremamente complesso, sfaccettato e dinamico. Come tutto ciò che emerge nella complessità del XXI, è difficile attribuire legami causali diretti o correlazioni lineari ed esclusive. Piuttosto, è necessario abbracciare la multidimensionalità del fenomeno e ragionare in una visione d'insieme per portare chiarezza sui singoli fattori. Avendo a disposizione un bacino di dati che raccontano di esempi di protagonismo giovanile nel contesto scolastico, **l'attenzione è stata focalizzata nel comprendere quali strumenti o fattori abbiano favorito la creazione di una generazione changemaker**, quella che si è manifestata tramite la call Gen C.

Nel far questo, l'analisi delle candidature alla Call Gen C e le interviste semi-strutturate con 10 giovani changemaker suggeriscono l'esistenza di alcuni fattori che, se presenti o attivati, sono chiave nell'abitazione della leadership giovanile nel contesto scolastico. Inizialmente l'analisi porterà l'attenzione sul ruolo chiave che un'effettiva comunicazione e valorizzazione di alcuni strumenti, già

presenti nell'istituzione scolastica, può avere per il cambiamento sistemico; in secondo luogo, verrà evidenziato che una cultura scolastica basata sull'ascolto e sulla collaborazione intergenerazionale favorisce l'empowerment giovanile; infine, l'analisi tratterà dell'importanza dell'innovazione didattica, per natura studente centrica, come mezzo per favorire l'apprendimento attivo e, in generale l'attivismo giovanile.

Comunicazione e valorizzazione di strumenti già esistenti.

La scuola offre numerosi strumenti e opportunità per trasformare i giovani in veri e propri leader. In particolare, la centralità dello studente e del suo apprendimento emerge chiaramente come chiave per migliorare l'esperienza educativa degli studenti nello **STATUTO DEGLI STUDENTI E DELLE STUDENTESSE**; allo stesso modo, un rapporto di reciproca fiducia e rispetto tra tutti gli attori della comunità scolastica e specialmente tra dirigente scolastico, docenti, studenti e famiglie è il fulcro cen-

Lo Statuto degli Studenti e delle Studentesse

Uno degli strumenti che favorisce il protagonismo giovanile è proprio lo Statuto degli studenti e delle studentesse. Lo Statuto è un regolamento, cioè un testo normativo a tutti gli effetti, che regola i diritti e i doveri di tutte le ragazze e ragazzi che frequentano la scuola secondaria italiana. La scuola italiana che emerge da questo testo mette al centro gli studenti e li chiama a partecipare attivamente alla vita scolastica. Secondo lo Statuto gli studenti hanno il diritto di esprimere la propria opinione sulle scelte operate dai dirigenti scolastici e dai docenti non solo per quanto riguarda l'organizzazione della scuola, ma anche per la programmazione didattica. Lo statuto è importante poiché tutela il diritto ad un'educazione personalizzata e di qualità, che valorizzi le inclinazioni personali degli studenti e chiarisce che tutti gli studenti hanno diritto a "stare bene a scuola", sottolineando l'importanza del prendersi cura del loro benessere psicofisico e dell'inclusione di tutti (Art. 2).

Il patto di corresponsabilità

I reciproci impegni degli insegnanti e degli studenti, così come tutti gli altri membri della comunità educante, sono definiti nel patto di corresponsabilità, redatto singolarmente da ogni scuola. Questo documento, o meglio "accordo co-costruito" di diritti e doveri, nasce dalla volontà di favorire una maggiore partecipazione e responsabilizzazione degli studenti e dei genitori verso la vita scolastica. Il patto, infatti, vuole essere uno "strumento plastico" nelle mani della comunità educante per la costruzione di una "alleanza educativa" basata sul rispetto e sull'impegno reciproco. Esso, tuttavia, spesso sottoscritto da genitori e studenti al momento dell'iscrizione a scuola, rischia di passare inosservato e tradursi in un atto meramente formale.

trale del **PATTO DI CORRESPONSABILITÀ**; inoltre, le opportunità di coinvolgimento giovanile a livello decisionale offerte dalla rappresentanza d'istituto e dalla consulta sono previste in tutte le scuole secondarie di primo grado.

LA RAPPRESENTANZA STUDENTESCA

La rappresentanza studentesca è uno degli elementi che caratterizza molti tra i giovani candidati alla Call "Gen C" e di quelli intervistati. "La rappresentanza mi ha salvato la vita" dice Samuele con grande entusiasmo e alludendo anche alle numerose opportunità derivate proprio dal periodo di rappresentanza nella scuola secondaria di secondo grado. Essa si declina in vari livelli, cioè locale, provinciale, regionale e nazionale, coinvolgendo migliaia di studenti e studentesse ogni anno. In ogni scuola, infatti, vengono eletti i **RAPPRESENTANTI DI CLASSE, I RAPPRESENTANTI D'ISTITUTO e I RAPPRESENTANTI DELLA CONSULTA PROVINCIALE.**

Sebbene questi strumenti siano già presenti nel contesto educativo italiano, dalle interviste si percepisce una necessità di lavorare sul valorizzarli e comunicarli

efficacemente a scuola. I giovani changemaker ritengono sia necessario per aumentare la consapevolezza degli studenti, docenti e dirigenti scolastici sul valore e utilizzo di questi strumenti attraverso attività di formazione e informazione di qualità, sin dai primi mesi della scuola secondaria di secondo grado.

● **Cultura scolastica, ● ascolto e ● collaborazione ● intergenerazionale**

Un altro elemento che emerge come potenziale catalizzatore di protagonismo giovanile nel contesto educativo è **una cultura scolastica basata sull'ascolto e la collaborazione intergenerazionale**. Nel far questo, lavorare sul costruire una solida base di fiducia tra il dirigente scolastico, i docenti, gli studenti e le famiglie è un passaggio chiave nel far sì che gli studenti stessi si sentano motivati e sostenuti nelle proprie iniziative, che i docenti si sentano rispettati, i dirigenti scolastici considerati e le famiglie coinvolte.

Quando questa base di fiducia

I rappresentanti di classe

I rappresentanti di classe, in genere due, hanno il compito di curare il rapporto della classe con gli insegnanti e di portare la voce dei loro compagni di classe all'interno del Consiglio di classe e del Comitato Studentesco. I rappresentanti, infatti, organizzano le assemblee di classe, che si svolgono di diritto una volta al mese per la durata di due ore e sono autogestite. I rappresentanti di classe hanno il compito di riportare le eventuali problematiche presenti in classe all'attenzione del Consiglio di Classe, composto dagli insegnanti, i rappresentanti dei genitori e il dirigente scolastico prendono attivamente parte alle decisioni del Consiglio, votando in merito alla programmazione didattica, ai viaggi d'istruzione, alla partecipazione a progetti o iniziative.

viene a mancare, spesso tutti gli attori sono scontenti di iniziative che favoriscono il protagonismo giovanile. Per esempio, Samuele ci racconta di amici rappresentanti di un'altra scuola in Umbria ostacolati dal dirigente scolastico nella richiesta di assemblee d'istituto per gli studenti. Dato che in passato, le assemblee venivano utilizzate come momento di svago durante l'orario scolastico, il dirigente scolastico raramente concedeva la l'assemblea ai nuovi rappresentanti, nonostante volessero utilizzare quello spazio per il confronto con i coetanei e informazione di tematiche di attualità. Questa tendenza a non fi-

I rappresentanti d'istituto

I rappresentanti d'istituto vengono, invece, eletti annualmente da tutti gli studenti della scuola. Rappresentano, infatti, gli studenti nel Consiglio d'Istituto, composto dai rappresentanti dei docenti, del personale amministrativo, tecnico e ausiliario, dei genitori e dal dirigente, che si occupa di questioni d'indirizzo generale sull'organizzazione e gestione della scuola. I rappresentanti hanno il compito di organizzare le assemblee di istituto, che si svolgono sempre una volta al mese per la durata di una giornata scolastica, per discutere dei problemi della scuola collettivamente o approfondire tematiche extracurricolari d'interesse degli studenti.

darsi dei propri studenti sfociava in un'estrema rigidità nei rapporti e una generale frustrazione degli studenti.

Tramite le interviste con 10 giovani estremamente attivi e protagonisti del proprio contesto scolastico, l'analisi ritiene che ci siano 3 elementi chiave per favorire una cultura scolastica basata sulla fiducia, funzionale all'emergenza del protagonismo giovanile.

SUPPORTO DEL DIRIGENTE SCOLASTICO

In primis, c'è la **convincione e supporto del dirigente scolastico** alle varie iniziative giovanili. Zoe racconta di come si sentisse a suo

agio a scrivere al dirigente scolastico su whatsapp, riscontrando sempre una risposta immediata. Questa comunicazione reattiva e trasparente ha sicuramente facilitato la realizzazione di numerose iniziative, come Compagni di Studio, nella scuola. Samuele aggiunge che spesso era il dirigente scolastico ad occuparsi di procedure burocratiche lunghe e complesse per togliere un peso ai propri studenti. Queste volontà e azioni concrete del dirigente hanno creato un clima **di rispetto e fiducia reciproca essenziale per una collaborazione efficace**.

FLESSIBILITÀ DEI DOCENTI

In secondo luogo, è importante che i docenti dimostrino una certa **flessibilità per quanto riguarda il programma scolastico e le modalità di valutazione**. Essere rappresentati d'istituto o essere parte di un'iniziativa all'interno della scuola richiede tempo, impegno e organizzazione sia durante l'orario scolastico che fuori. In sostanza, la possibilità di portare avanti i molteplici impegni, scolastici ed extrascolastici è strettamente legata alla volontà e capacità dei docenti di essere flessibili

e trovare soluzioni alternative agli innumerevoli impegni dei giovani. Mirko per esempio, dimostra una grande gratitudine nei confronti del corpo docente essendosi dimostrato estremamente disponibile a co-creare il programma scolastico e gli impegni inerenti alla valutazione insieme agli studenti per permettere a tutti di poter andare a parlare nelle scuole di MABASTA e di riuscire a completare l'anno scolastico con successo. In più, è stato chiave per il successo dell'iniziativa che si utilizzassero delle ore di un docente per progettare, a più mani, e dar vita a MABASTA.

PARTECIPAZIONE DI DOCENTI E STUDENTI AD ATTIVITÀ EXTRA-SCOLASTICHE

In terzo luogo, la co-creazione o **partecipazione di docenti e studenti ad attività extrascolastiche o iniziative sociali** può aiutare a forgiare un rapporto di conoscenza, fiducia e rispetto reciproco che ha ottime ripercussioni anche all'interno della classe. Samuele racconta di come alcune sue professoresse si presentassero come educatrici, non professoresse, e utilizzassero le **attività extrascolastiche come**

“collante” con gli studenti.

Anche Zoe parla del professore responsabile del gruppo di volontariato della scuola con grande stima e rispetto.

Innovazione didattica come strumento di empowerment giovanile

Dall'analisi delle candidature e dalle interviste condotte, è possibile identificare un ultimo elemento che sembra essere funzionale all'abilitazione del protagonismo giovanile nel contesto educativo, l'**innovazione didattica**. Per innovazione didattica, intendiamo la

I rappresentanti della consulta provinciale

Gli studenti della scuola eleggono anche i rappresentanti della consulta provinciale, che sono due per ogni scuola superiore della provincia. La consulta si riunisce regolarmente con l'obiettivo di permettere il confronto e il coordinamento fra gli studenti che vivono nella stessa provincia o regione. Essa generalmente collabora a stretto giro con il MIUR, attraverso il Coordinamento nazionale delle consulte e il Consiglio nazionale dei presidenti delle consulte, facendosi portavoce di migliaia di studenti e formulando proposte per migliorare la vita degli studenti in Italia.

sperimentazione di nuove metodologie di didattica che migliorino l'esperienza educativa dei docenti e degli studenti stessi. Intrinseco nell'innovazione didattica è un approccio studente-centrico che mira a stimolare l'apprendimento attivo dei giovani.

In vari casi riportati dai giovani changemaker intervistati, **l'utilizzo di metodologie di apprendimento innovative sono state essenziali per lo sviluppo di competenze trasversali**, estremamente utili al giorno d'oggi. Samuele, per esempio, dice "il Debate mi ha cambiato la vita ed è stata la chiave di svolta della mia esperienza da rappresentante", spiegando poi di come, tramite l'uso regolare di questa metodologia, sia riuscito a superare l'ansia da prestazione data da interrogazioni, abbia imparato a lavorare in gruppo e a "voler far bene per la squadra" e abbia imparato a trovare informazioni da fonti autorevoli, abilità di cui si serve tutti i giorni anche per aggiornarsi su argomenti di attualità. Anche Simone racconta del Debate come esperienza di vita, per la necessità di "immedesimarsi in diversi ruoli" e per occasione di "conoscere

tematiche che non avrei altrimenti avuto modo di approfondire".



Conclusioni

L'iniziativa "GEN C", promossa da Ashoka Italia e Agenzia Nazionale Giovani, ha permesso di raccogliere preziose informazioni sui giovani d'oggi e di dar vita ad un'immagine che possa riflettere le caratteristiche principali, le motivazioni, gli stati d'animo e le azioni della nuova generazione. Tramite l'analisi delle candidature a GEN C e conducendo interviste semi-strutturate con alcuni giovani changemaker, risulta evidente che i giovani della GEN C sono consapevoli delle grandi transizioni che stiamo vivendo e si sentono protagonisti del cambiamento che vogliono vedere nel mondo.

La GEN C non sente propria una narrazione che spesso la vede raccontata in modo negativo, ma fa di tutto per dimostrare, con l'azione più che con le parole, che il loro contributo al cambiamento è rilevante e sono principi attivi e positivi della società. Sono tanti i giovani che si dimostrano stanchi di sentire parole e promesse "dall'alto" che le cose cambieranno e, come reazione, si alleano, trasformano idee in azioni, portandole avanti con tenacia e resilienza, per migliorare nel concreto, il loro territorio, un luogo a cui sono molto legati, sempre pensando in grande.

Le idee che sono state presentate nella Call "GEN C" forniscono soluzioni creative e innovative a problemi complessi, interconnessi e sfaccettati. Nel navigare questa complessità, i giovani changemaker creano modelli e progetti ibridi e dinamici che evolvono giorno dopo giorno per risolvere le sfide della modernità. Non si accontentano di affrontare le criticità a livello sintomatico ma le loro idee hanno il potenziale per agire a livello sistemico e di cambiamento di paradigma.

Nel pensare a livello sistemico e di mentalità, i giovani changemaker sono consapevoli di non poter affrontare tale complessità a livello individuale. Per questo, intravedono nella comunità di giovani a loro vicini, amici, compagni di classe o amanti del proprio territorio, una concreta opportunità nel creare valore condiviso. Tramite l'associazionismo i giovani changemaker sperimentano nuovi stili e modelli di leadership che li conduco-

no a dar vita a soluzioni altamente innovative. È una generazione che usa il pronome “NOI” quando parla di cambiamento.

Leggendo ed ascoltando le esperienze dei giovani changemaker, è stato possibile identificare il contesto scolastico come uno dei luoghi con un alto potenziale sistemico per favorire il protagonismo giovanile. Molti giovani hanno avuto modo di scoprire il proprio potenziale changemaking a scuola grazie a strumenti esistenti come la rappresentanza scolastica, una cultura della scuola basata sull’ascolto e la collaborazione tra studenti, docenti e dirigenti scolastici e l’adozione della didattica innovativa come strumento di empowerment giovanile.

La redazione è stata curata da Ludovica Tramontin con il supporto di Luca Solesin. Si ringraziano per le riflessioni e il lavoro di analisi e scrittura Gaia Longobardi, Madalena Lima e Letizia Nada.

Ringraziamenti

Si ringrazia Agenzia Nazionale per i Giovani e i partner di “**Gen C – Generazione Changemaker**” per il continuo ed instancabile supporto strategico e pratico nell’iniziativa.

Un sentito ringraziamento va ai giovani changemaker, Nina, Simone, Zoe, Samuele, Mirko, Stefano, Ivana, Letizia, Alessandro, per aver dedicato il loro tempo e condiviso punti di vista che sono stati i pilastri fondanti di questa ricerca.

La presente ricerca è stata realizzata grazie al generoso contributo di numerosi enti e persone che da anni sostengono e supportano le iniziative di Ashoka Italia nell’ambito educativo. In particolare, si ringraziano:

Fondazione KPMG Italia Onlus
Fondazione San Zeno
Fondazione Pietro Pittini

FONDAZIONE
SAN ZENO

Fondazione
Pietro Pittini 

Foto di *Arianna Pieragostini* (evento di lancio dell’iniziativa Gen C a Tormarancia, Roma) e di *Emiliano Picciolo* (weekend trasformativo organizzato a Corato (BA) da Start-Net Transizione Scuola lavoro e Fondazione Vincenzo Casillo)









ASHOKA

Ashoka Italia | www.ashoka.org | italy@ashoka.org