



ITARDD – Rete Italiana Riduzione del Danno

Seminario nazionale
“Un certain regard... Consumatori e approccio di riduzione del danno”
Napoli, 8-9 novembre 2013

Indicazioni per gli input

In generale:

- Nonostante saremo numerosi (bene!) vorremmo mantenere un clima e un assetto seminariale, non da convegno. Questo significa che il cuore dell’incontro non sono gli input iniziali ma le plenarie con gli interventi liberi, in una comunicazione orizzontale.
- Gli input all’inizio di ognuna delle 3 sessioni di lavoro hanno pertanto lo scopo di facilitare e sollecitare il confronto tra i partecipanti sottolineando aspetti cruciali e significativi della tematica oggetto della sessione.
- Non sono pertanto centrati sulla descrizione degli interventi/esperienze dei singoli speaker e delle loro associazioni o enti di appartenenza, bensì su aspetti salienti – certo anche tratti dall’esperienza, ma problematizzati – utili alla discussione e allo scambio.
- Pertanto gli input non sono lo spazio offerto ad alcuni (e non ad altri) per esporre la propria esperienza, ma al contrario un compito svolto al servizio del gruppo per lavorare in modo più efficace.
- Per una descrizione e informazione sulle vostre pratiche/servizi/interventi siete invitati a portare con voi materiali e documentazione da esporre/distribuire.

Tempi e strumenti:

- Per consentire a ogni partecipante di prendere parola, è necessario che gli input iniziali siano brevi: preferibilmente 10 minuti fino a un massimo di 15
- Non essendo lezioni o presentazioni, gli input non necessitano di supporti quali slide, ppt ecc. In ogni caso, qualora lo speaker ritenga utile utilizzarli, si chiede che non superino le 5 slide sintetiche, di cui l’ultima dedicata alle domande da rilanciare alla platea dei partecipanti per facilitare la discussione.

Struttura degli input:

- È utile se si apre con una breve introduzione (2 o 3 minuti) su quale sia “l’osservatorio” da cui lo speaker suggerisce i suoi input alla discussione (setting, metodi di osservazione, tipo di servizio/intervento ecc)
- È utile se l’input si concentra sui fattori di successo e su quelli critici del fenomeno di cui tratta (p.e., dinamiche di peer support naturale, interfaccia pari-professionali, approcci e metodologie, ecc)
- E richiesto, alla fine dell’input, di lanciare domande relative al tema trattato, mirate a sollecitare e sostenere la presa di parola da parte di tutti i partecipanti

Indicativamente, alcune domande-tipo:

- **Sessione 1 (Comunicazione, apprendimento, peer support e costruzione di culture tra i consumatori nei diversi stili e setting di consumo):** come comunicano tra loro i

consumatori? In che misura e come esistono e si rinnovano norme informali, rituali o anche "solo" contesti comunicativi capaci di socializzare culture e pratiche di autoregolazione? Come questo avviene con riferimento a diversi stili e setting di consumo? Le diverse esperienze hanno evidenziato elementi specifici legati alla sostanza, al set e al setting (intendendo anche specificità nazionali e regionali) che hanno facilitato o ostacolato il processo di peer support /comunicazione? Esiste una comunicazione e un apprendimento intergenerazionale? Come funziona il web nella comunicazione tra consumatori?

- **Sessione 2 (Interazioni e pratiche tra consumatori e servizi di rdd):** esistono, come si connotano e quali punti di forza/debolezza evidenziano servizi/interventi gestiti interamente da consumatori/pari? Come e con quali finalità ai servizi rdd interessa dialogare / interagire con le pratiche naturali di peer support? Qual è lo stato dell'arte delle conoscenze da parte dei professionali delle pratiche e culture di autoregolazione del consumo? Qual è la valutazione delle esperienze di peer support, facilitate da servizi/interventi condotte negli anni passati? Quali le differenze nell'approccio peer/professionali, dovute anche a differenze di stili/setting/culture di consumo? Ci sono e come giocano processi di professionalizzazione dei peer? Ci sono aspetti critici nel riconoscimento/legittimazione dei saperi dei consumatori?
- **Sessione 3 (La percezione sociale del consumo, la presa di parola, l'organizzazione dei consumatori):** se e quanto è rilevante, in ottica rdd, operare sul fronte della percezione sociale del consumo? Quale il protagonismo possibile dei consumatori stessi in un processo di riscrittura della loro immagine sociale? Qual è la portata e la responsabilità politica di chi opera nella rdd sul piano della co-costruzione di una diversa immagine e percezione sociale del consumatore? i consumatori (in Italia e non solo) vanno visti/si percepiscono come "gruppi di interesse" o questa è una visione superata/limitata ed è necessario un approccio politico diverso? Quali sono i punti cruciali che a livello nazionale fanno da blocco a più decise e incisive pratiche per il riconoscimento dei diritti dei consumatori? E di quali diritti soprattutto parliamo?

Grazie per l'attenzione e ... facciamo un buon lavoro!

Il Coordinamento ITARDD