# PROGETTI

Piano Giovani Valle del Chiese

## *“Per un Futuro Migliore”*

Comuni di Bondo, Bondone, Breguzzo, Brione, Cimego, Castel Condino, Condino, Lardaro, Roncone, Pieve di Bono, Prezzo, Storo, Valdaone

# CHI PROGETTA?

## Soggetti del Territorio

- Associazioni del territorio (socio culturali, sportive, bandistiche, ...)
- Gruppi giovanili spontanei
- Istituti scolastici

## Tavolo di Lavoro

- Referente Istituzionale comune capofila
- Referenti amministrazioni comunali
- Referenti d'ambito
- Rappresentanti enti/gruppi spontanei del territorio

# PROCESSO PROGETTUALE ....

- **Soggetti del Territorio**

↓

- Analisi dei bisogni nei vari gruppi
- Confronto con RTO
- Stesura progetto tenendo presente gli obiettivi approvati dal Tavolo

- **Tavolo di Lavoro**

↓

- Analisi e raccolta bisogni mediante Gruppi di Lavoro Locali (equipè tecnica)
- Condivisione con il Tavolo
- Progettazione mirata (equipè)

**Percorso Partecipato**

↓

**OBIETTIVI 2015**

- Nuove forme di prevenzione
- Arte come espressione giovanile
- Scuola e lavoro nel mio contesto di vita

# IN VITA A TEATRO

- Gruppo Giovani In-Vita

- OST → obiettivo

  **Arte come espressione giovanile**

- creare un musical

  «*VITA – leggere attentamente il foglietto illustrativo*»

- si portano in scena le fasi più importanti della vita, in 6 sketch in chiave ironico-comica

- Partecipanti 40 giovani 13/29 anni

## FASI

1.pianificazione attività + copione + gruppi di lavoro secondo le attitudini e volontà dei ragazzi

2.lavoro in gruppi: canto, ballo, recitazione, scenografia e tecnico

3.Assemblaggio

4.Rappresentazioni nei teatri della valle

5.Scambio con gruppo Speranza Giovane di Cles

6.Valutazione finale con equipè tecnica del piano giovani

# Percorsi di educazione alla salute

## Istituto Comprensivo di Storo; Ass. Il Chiese

# MEDIA FOR HEALTH
# perchè?

- Consumo di farmaci in continua ascesa

- Scuole medie = età di primo approccio “privato” al farmaco (più tempo fuori casa, desiderio di indipendenza, età dello sviluppo per le ragazze)

- Capacità di comprendere i “messaggi nascosti” nei media

# MEDIA FOR HEALTH
# Struttura

- Dieci ore di laboratorio didattico in classe
- Incontro finale per visione filmato e restituzione
- Serata pubblica di presentazione

# MEDIA FOR HEALTH
## primo incontro

# LA SCATOLETTA

Cos'è un farmaco?
Effetto placebo
Principio attivo
Eccipienti
Nome commerciale
Il Generico
Il bugiardino

# MEDIA FOR HEALTH
# secondo incontro

## IL RIMEDIO TRADIZIONALE

●lettura delle interviste fatte ai nonni

● Preparazione di due rimedi medicinali fitoterapici: crema alla calendula e sciroppo al miele e timo

# MEDIA FOR HEALTH
# terzo incontro

## LA PUBBLICITÀ DEI FARMACI

Attraverso la pubblicità vengono apprese le seguenti nozioni fondamentali:

- Bisogna stare sempre bene (efficentismo)
- La malattia è qualcosa da scacciare il prima possibile
- I farmaci sono sempre efficaci (onnipotenza)
- I farmaci non fanno mai male (monodimensionalità)

# MEDIA FOR HEALTH
# quarto incontro

## SCRIVERE UN'ALTRA STORIA

- Scrivere una storia che parli di una malattia e della sua cura attraverso rimedi non farmacologici

- Prendere in giro gli stereotipi pubblicitari

# MEDIA FOR HEALTH
# quinto incontro

## LE RIPRESE

- raccontare la storia attraverso le immagini in movimento

- Sperimentare direttamente un altro modo di parlare di salute e di “curarsi”

- Vedere cosa succede “dietro le quinte” della realizzazione di un filmato

# Obiettivi raggiunti

- maggiore chiarezza sulle reali finalità del messaggio pubblicitario
- maggiore consapevolezza sulle conseguenze del messaggio pubblicitario su se stessi e gli altri
- maggiore consapevolezza delle conseguenze specifiche della pubblicità dei farmaci
- maggiore consapevolezza dei rapporti di forza che regolano la comunicazione sponsorizzata
- migliore propensione a comportamenti positivi, anche in malattia
- migliore consapevolezza dei rischi nascosti dietro un farmaco all'apparenza familiare

www.saluteducazione.it

www.futuromigliore.it

Piano Giovani Valle del Chiese