

RICERCA- AZIONE

**GIUGNO-SETTEMBRE
2017**

**CASA FACTORY,
CITTA' DI NICHELINO**

A CURA DI
ROCCO PAOLO PADOVANO

La ricerca-azione, per indagare il quotidiano

“... in un circuito virtuoso per il quale le conoscenze arricchiscono e rendono maggiormente incisivo l'intervento nella realtà; contemporaneamente il vincolo che si stringe con gli attori del territorio e l'applicazione sul campo di quanto si è imparato sfidano i saperi precedenti, sostenendo la crescita di nuove conoscenze e competenze.

S'intende unire la teoria con la pratica e usare le conoscenze per modificare la realtà.

Maria Nieves Tapia

IL PROC ESSO

- **LA RI-LETTURA DEL TERRITORIO**
- **CONDIVISIONI SULLA GESTIONE DEL CENTRO FACTORY**

Si sono incontrate le realtà formali e informali che ruotano intorno al Centro Giovani Marco Fiorindo Factory (in seguito Centro Factory) che si sono rese disponibili attraverso:

- inviti in momenti pubblici (tavoli: sistema cultura, sistema sport, Prodigio)
- inviti personali (contatti dei funzionari comunali, gestori).

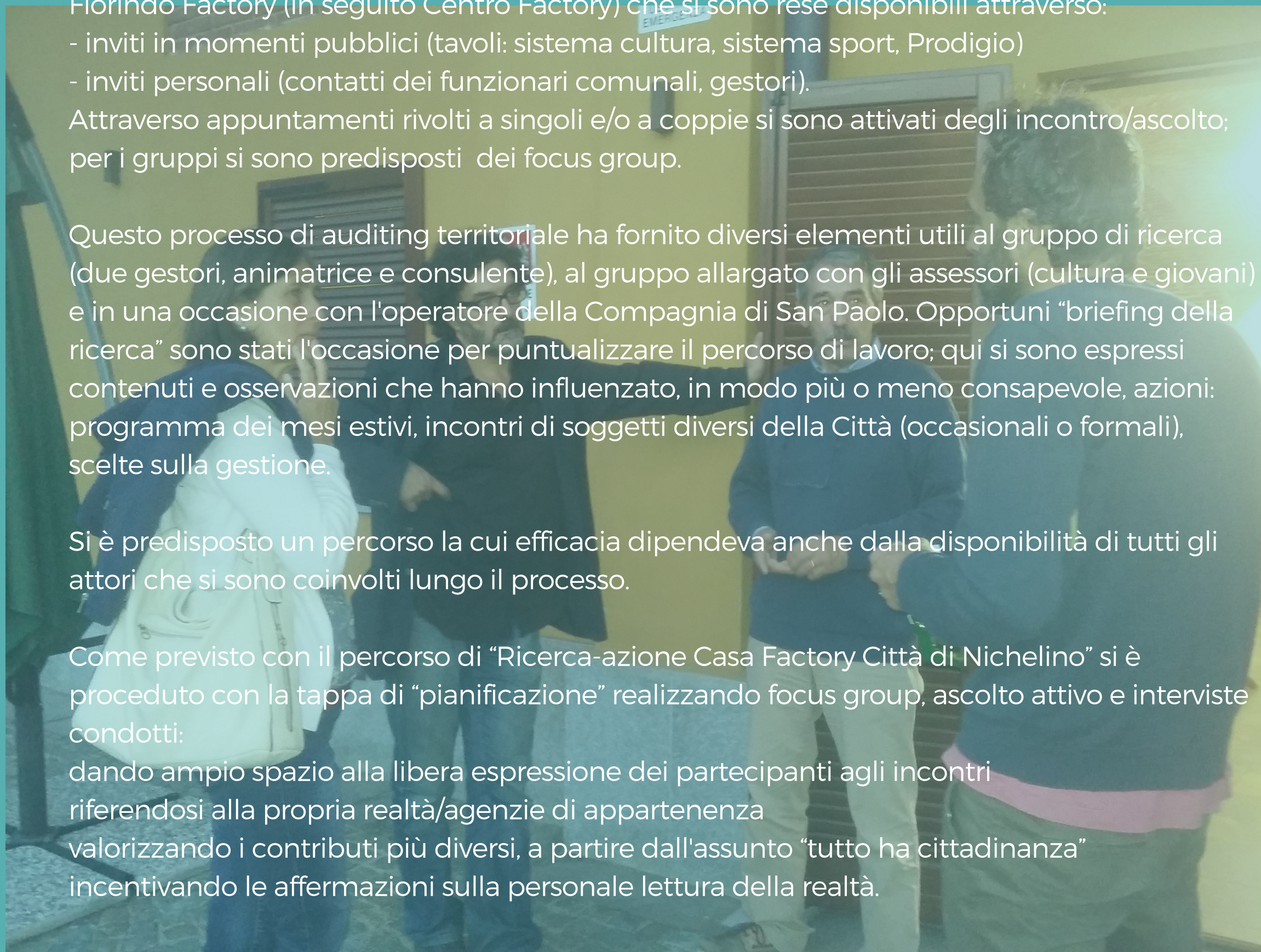
Attraverso appuntamenti rivolti a singoli e/o a coppie si sono attivati degli incontro/ascolto; per i gruppi si sono predisposti dei focus group.

Questo processo di auditing territoriale ha fornito diversi elementi utili al gruppo di ricerca (due gestori, animatrice e consulente), al gruppo allargato con gli assessori (cultura e giovani) e in una occasione con l'operatore della Compagnia di San Paolo. Opportuni "briefing della ricerca" sono stati l'occasione per puntualizzare il percorso di lavoro; qui si sono espressi contenuti e osservazioni che hanno influenzato, in modo più o meno consapevole, azioni: programma dei mesi estivi, incontri di soggetti diversi della Città (occasionalmente o formali), scelte sulla gestione.

Si è predisposto un percorso la cui efficacia dipendeva anche dalla disponibilità di tutti gli attori che si sono coinvolti lungo il processo.

Come previsto con il percorso di "Ricerca-azione Casa Factory Città di Nichelino" si è proceduto con la tappa di "pianificazione" realizzando focus group, ascolto attivo e interviste condotti:

dando ampio spazio alla libera espressione dei partecipanti agli incontri riferendosi alla propria realtà/agenzie di appartenenza valorizzando i contributi più diversi, a partire dall'assunto "tutto ha cittadinanza" incentivando le affermazioni sulla personale lettura della realtà.



IDENTI TA'O MISSION? N?

VERSO UNA
TRASFORMAZIONE
DEL CENTRO
FACTORY

Il quesito non intende essere speculativo, ma è la premessa che nel corso della ricerca-azione più volte si è cercato di definire (vedi progetto).

Affrontare l'identità richiede la necessità di re-indagare l'insieme di caratteristiche definite nella progettazione, nella realizzazione e nell'assegnazione del Centro Factory (già Centro Giovani Marco Fiorindo). Ciò che doveva rendere il Centro Factory un'entità definibile e riconoscibile sembra essere un elemento critico. L'identità non è immutabile, ma richiede una forte intenzionalità dell'Amministrazione verso la trasformazione.

Parlare di mission vuol dire rivedere la direzione, lo scopo, la "dichiarazione di intenti" che in un certo qual modo ha ispirato i soggetti coinvolti (Amministrazione, Gestori) nell'avviare il presente percorso. In questo caso è necessario prospettare un percorso che può far tesoro degli anni passati di gestione e dei due mesi d'indagine.

CASE DEL QUART IERE?

VERSO UNA
TRASFORMAZIONE
DEL CENTRO
FACTORY

"Le Case del Quartiere sono luoghi per stare e fare insieme, ma anche per riflettere, approfondire e confrontarsi intorno a istanze comuni. Spazi leggeri perché aperti e accessibili, in cui si costruiscono legami semplici e in cui il coinvolgimento passa attraverso la possibilità di un uso informale e incondizionato degli spazi. Gli abitanti della Città possono trovare, nelle Case del Quartiere, operatori professionali che li accompagnano nella fruizione degli spazi, nell'organizzazione di eventi pubblici e nella co-creazione di progetti di sviluppo locale, affinché chiunque si possa prendere cura dei propri luoghi di vita quotidiana, auto-organizzandosi e scambiando buone pratiche tra le diverse Case e i diversi territori"

(dal sito della Rete delle Case del Quartiere)

PRI ME RIFL ESSI ONI

VERSO UNA
TRASFORMAZIONE
DEL CENTRO
FACTORY

*"Mi auguro che il Centro Factory sia una sinfonia e non solo che
ognuno faccia il suo pezzo"*
un giovane dagli incontri di ascolto

Di seguito in sintesi una riflessione critica con gli aspetti salienti e le parole o/e le affermazioni chiave che si potranno ulteriormente esplorare nella fase 2 - Condividere e Progettare.

I titoli, le affermazioni, le osservazioni, le questioni e a volte qualche suggerimento serviranno come primo tracciato di un percorso iniziato. Se s'intende cercare delle conclusioni difficilmente si troveranno. In coerenza con il metodo di lavoro proposto si potranno avviare da subito delle azioni e mantenere aperta la ricerca, così da alimentare la stesura di un progetto che sarà confermato con opportuni atti amministrativi.

Gli incontri registrati o verbalizzati, a volte con l'aiuto dell'animatrice sono stati rivisti e rielaborati per andare a cogliere quella parola o quella frase più significativa sulla questione Casa Factory. Alcune osservazioni sono anche frutto non solo di una dinamica comunicativa di base tra emittente e ricevente, ma anche “come” si è svolto (o non realizzato) l'incontro, sui modi, sui tempi e sulle situazioni createsi.

1. COSA FARE IN UN LUOGO BELLO? LA BELLEZZA SALVERA' IL MONDO

Questa risulta l'affermazione che trova il consenso unanime. Vale la pena esprimerla perché forse è proprio da questo aspetto positivo e condiviso che si dovrà ripartire. Il rischio è che questa ovvia osservazione la si possa dimenticare facilmente, subito dopo averla espressa. In questa occasione, è lecito affermare con gran fervore l'ovvio. Lo scenario del Borgovecchio sembra essere un elemento aggiuntivo al bel posto, ma non ha riscontri nella vita cittadina (urbanistica, eventi, ...).

2. POLITICHE GIOVANILI CON IL CENTRO FACTORY

L'incontro con i giovani è stato insufficiente per poter recuperare affermazioni o punti di vista esaustivi al nostro scopo. Certo, qualche giovane c'è e come spesso capita non trova il tempo/spazio per esprimersi. Per i giovani di Nichelino il luogo più abituale (forse in un periodo della loro crescita), sempre disponibile (in qualsiasi giorno e orario) è la piazza. Sembra non abbiano bisogno di luoghi, ma – paradossalmente - qualcuno li chiede per loro. Hanno già molte offerte ludiche, ma per il divertimento preferiscono altre destinazioni extracomunali.

Le osservazioni di chi lavora e/o avvicina i giovani può essere una traccia per impostare dei ragionamenti. Ci sono in città alcune iniziative (Treno della memoria, progetto Scuter) rivolte ai giovani attraverso le scuole e i servizi, ma si fa fatica a recuperare quali siano le linee guida da condividere. Esiste una rete sociale cittadina che s'interfaccia con tavoli di lavoro, ma non ha i risultati desiderati.

Il Centro Factory è servito a soddisfare le richieste di eventi per i giovani, inizialmente c'è stata una programmazione per i giovani, ma pare non si sia arrivati a “qualcosa” con i giovani. L'avvio del Forum dei giovani attraverso le iniziative del Centro Factory non è proseguito: forse necessitava di una maggiore visibilità o di un sostegno da parte di operatori? Le incalzanti iniziative iniziali del Centro, col tempo si sono ridotte, ma probabilmente non hanno trovato una coerenza con i programmi cittadini per i giovani.

3. PERCHE' COSI' FREQUENTI LE FESTE PRIVATE?

Quando festeggiamo un compleanno, il matrimoni, la ricorrenza religiosa, un laurea, ... tutti desideriamo farlo in un luogo piacevole.

Ogni cittadino fuori dalla sua organizzazione, più o meno formale, è un “privato”.

Questi due aspetti vanno indagati in modo critico e sperimentale. Se i momenti di festa sono vissuti fuori da un circuito “omologante” e incentivando la consapevolezza del luogo, della responsabilità, dell'autonomia, della creatività è possibile che ci si possa ricredere.

A volte con superficialità si dà una connotazione negativa a “privato”, ricredendosi facilmente quando si parla di pubblico. Forse è possibile affrontare questa piccola schizofrenia per presentare ai cittadini che si avvicinano, in modo unanime, un'opportunità che non può essere gratuita perché del Comune.

4. MONITORARE, QUANTIFICARE E RICONOSCERE I FREQUENTATORI (M/F, ETA', NUMERI) E LE RISORSE NECESSARIE DEL CENTRO FACTORY

Questa lettura che si reputa matura, perché pronta, evidenzia la necessità di essere partecipi e responsabilizzati per passare ad una nuova stagione del Factory. E' necessario un'immediato e costante monitoraggio di chi entra e chi esce dal Centro Fctory, perché ogni persona possa essere riconosciuta come potenziale risorsa e artefice di qualcosa da costruire. Gli esempi: “riconoscersi attorno ad un evento collettivo e co-costruito del Factory”; “identificare spese e ricavi, per poter essere responsabili e incidere in modo sostenibile (risparmi, vantaggi,...)”; “contribuire alle apertura e a piccole incombenze”.

5. UN SUPERLAVORO FACTORY PER TUTTI I FRUITORI DEL CENTRO

Non c'è mai stata l'opportunità di fare incontrare tutte le persone che attraversano il Centro Factory. Alle agenzie che usano gli spazi del Centro Factory non è mai stato chiesto di dedicare del tempo, attraverso i propri soci a momenti di conoscenza, scambio, coordinamento. Nel percorso della ricerca alcune organizzazioni che hanno sede al Centro Factory non hanno trovato il tempo e il modo di dedicare attenzione a cosa sta avvenendo, nonostante l'estrema disponibilità offerta negli orari e luoghi per un incontro.

6. APERTURA DIFFUSA CON LO STAFF DELLE CHIAVI?

Persistente è stata l'affermazione che il Centro Factory non fosse sempre aperto, sebbene le aperture prestabilite siano sempre state rispettate. Le agenzie, che aprono per la loro attività, non si considerano un momento aggiunto di disponibilità del Centro Factory. Si vede determinante da riconsiderare le aperture diffuse come momento di “Centro aperto”, certo fornendo tutti gli strumenti necessari perché ogni persona che si trovi nelle condizioni di aprire sappia porsi come “gruppo Factory” e con una “modalità accogliente” pronta a dare rimandi positivi e creativi. Diverse sono state le aperture straordinarie per eventi imprevisti e fuori programma, c'è da domandarsi quanto siano state occasioni di rilancio all'uso del Centro Factory.

7. AREA RISTORO LIMITATA

Come massimizzare la sua resa prendendo atto della sua dimensione e collocazione. Diversi tentano consigli con proposte di marketing e/o di trasformazioni architettoniche. Le soluzioni possono essere articolate e diverse, ciò che può aiutare è un lavoro sperimentato e concordato con chi intende mettersi alla prova. Chi ha la soluzione bella e pronta rischia di riproporre la situazione attuale, che è stata pensata da chi aveva una “soluzione bella e pronta”.

8. SALA PROVE INUTILIZZABILE CONTEMPORANEAMENTE AD ALTRE ATTIVITA' DEL CENTRO

Anche qui un pensiero creativo e condiviso con chi usa le sale prove, per non rischiare soluzioni di “esperti” di architettura o di mode di tempi passati. Una butade: «Se la sala prove non crea disturbo all'esterno, ma solo nei locali interni, perché non ipotizzare un uso solo notturno dalle 23 in poi?». Questa semplificazione per evidenziare un possibile interesse a partecipare alle decisioni/sperimentazioni.

9. AREA GIARDINO-CORTILE

Sorge spontanea la richiesta e necessità di utilizzare l'area esterna il più possibile (almeno 6 mesi l'anno). L'uso dell'area esterna necessita di una sua specifica programmazione partecipata, valorizzando chi fa cultura di strada e simili, potendosi esibire e/o allenarsi. Inoltre essendo un'area di facile accesso, spalancando il portone il richiamo potrebbe aumentare; il presidio potrebbe essere delegato con facilità.

Semplificando un po' si possono affrontare due problemi ricorrenti:

- a) il Centro Factory non è conosciuto, non si sa dove sia;
- b) la presenza delle persone è molto limitata.

10. MUSICA ALL'APERTO

Fare musica, spettacoli, ballo sono espresse come piacere e necessità da molti. La stessa necessità è del Castello con il suo ricco programma di cerimonie che da anni affronta con le opportune attenzioni: informazione, coinvolgimento del vicinato sono i due ingredienti essenziali. I suggerimenti sono: preparare i programmi con grande anticipo; predisporre con costanza e con continuità i momenti di spettacolo.

11. PIANIFICARE L'UTILIZZO DELLE AMMINISTRAZIONI: CONTRIBUTO

Emerge una incertezza sull'utilizzo del Centro Factory con i programmi istituzionali (amministrazione, servizi, ...): quanti eventi all'anno sono previsti? Quale servizio è predisposto? Precisando che è necessario arricchire il programma del Factory e quindi accogliere eventi istituzionali giova alla promozione del Centro stesso. Il pericolo è “usare” il Centro Factory senza diventare partecipi del progetto e quindi co-attori delle prospettive di crescita e responsabilità.

12. CONTINUITA' E RUOLO DELL'ANIMAZIONE

L'animatrice nel Centro Factory: apre e chiude, dà le prime informazioni per poter accedere, controlla il calendario sull'utilizzo da parte dei diversi gruppi, riscuote il dovuto con relativa registrazione, predispone impianti e arredamento, gestisce i problemi tecnici della struttura. Quale è il momento dell'animazione, delle connessioni, dell'ascolto, della mediazione? Alcune agenzie sono state accudite e facilitate per adarsi a costituire come associazioni e comunque affrontare al meglio la vita di gruppo.

L'impressione è che un'animatrice ci sia poco ma il tempo (orario e numero di ore) e le mansioni richieste sono quelle strabilianti.

13. QUALE NECESSITA' DI SPAZI NELLA CITTA'

Dagli incontri e dalle esplorazioni della Città sembra che non ci sia carenza di luoghi dove accogliere associazioni, comitati o iniziative. Si coglie spesso il desiderio “colorito” di confronto con chi ha più vantaggi (concessione, utenze) e con chi è più facilitato per la collocazione (via Damiano Chiesa); sono comunque tante le organizzazioni che nel tempo hanno avuto l'assegnazione di locali. Diventa interessante capire quale omogeneità delle concessioni e quali riconoscimenti espliciti siano possibili e intenzionalmente voluti per trasformare eventuali competizioni (comitati, associazioni, anziani, istituzioni, ...) in tensioni solidali per accogliere e per avvicinare cittadini verso il capitale sociale.

4

14. TARGHET AL CENTRO FACTORY

Non abbiamo dati puntuali su chi e quanti transitano giornalmente e mensilmente, forse oggi il Centro Factory ha visto più famiglie che giovani, più bambini che adolescenti. L'inciso emerso “Dove ci sono i bambini non vanno i giovani!” è folgorante. Tutti gli spazi sono accessibili da chiunque, ma si è creata una situazione di esclusività in una stanza. Non si vede necessario definire chi può entrare al Centro, ma può essere utile conoscere da chi si è frequentati, a volte facilitare alcune frequentazioni e tutelare spazi e tempi di ciascuno senza prevaricazioni.

PRIM
E
RIFL
ESSI
ONI

15. LA CASA DEI COMPITI

La proposta di un Centro Factory come “casa dei compiti” ha sollecitato alcuni giovani che, forse, frettolosamente hanno attivato un periodo di servizio per altri. Alcuni studenti universitari hanno fruito del Centro come luogo tranquillo dove concentrarsi e condividere la preparazione durante le scadenze delle sessioni di esami. Tutto ciò nella completa autonomia e autogestione che con difficoltà poteva reggere alla necessaria costanza e continuità. Non è stato sufficiente l'approvazione dei gestori e la promozione del servizio comunale bibliotecario, ma poteva servire qualche ora settimanale di sostegno da parte di operatori pubblici?

16. BENI COMUNI

L'esperienza di questi anni di lavoro civico in diversi Enti locali (cominciando dal Comune di Bologna che ha approvato il primo Regolamento sui beni comuni e LABSUS - Laboratorio Sussidiarietà (www.labsus.org) ha mostrato che è possibile un'amministrazione condivisa dei beni comuni (materiali e immateriali). Il Centro Factory può diventare un'occasione di confronto tra cittadini e istituzione e un'opportunità di costruire un “patto condiviso” per la sua gestione, nella misura in cui l'Amministrazione intenda predisporre il proprio Regolamento comunale sui beni comuni. Se questa è la prospettiva, che deve rispettare i tempi necessari ad una delibera di consiglio, da subito si possono valorizzare e facilitare quelle propositività (persone e intuizioni) emerse nella ricerca-azione.

PRIM
E
RIFL
ESSI
ONI

VERSO UNA
TRASFORMAZIONE
DEL CENTRO
FACTORY

WORLD CAFE'

**19 SETTEMBRE 2017
CASA FACTORY,
NICHELINO**

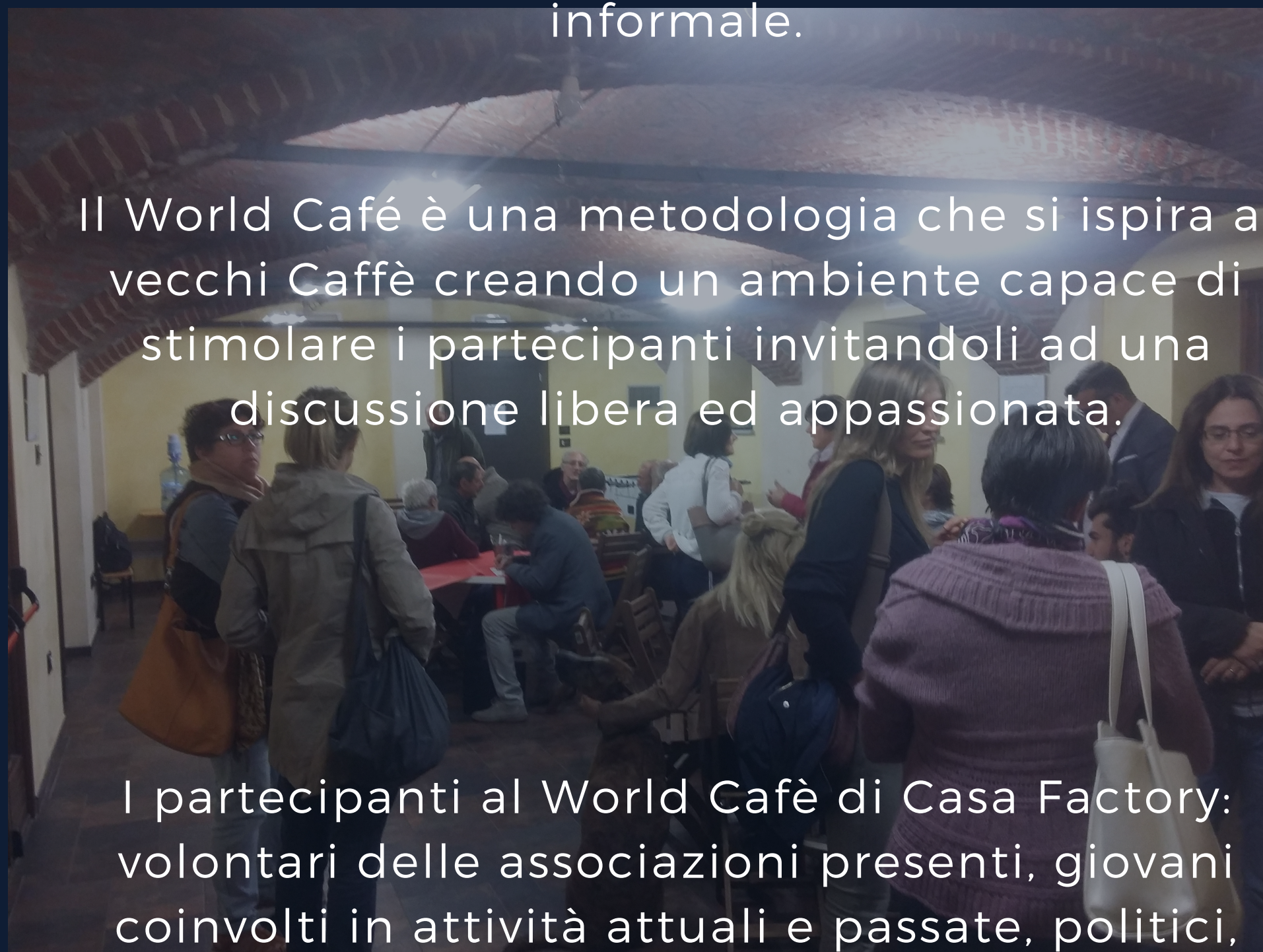
RICERCA-AZIONE A CURA DI
ROCCO PAOLO PADOVANO

Il Caffè è nel pensiero comune è un luogo in cui si parla e ci si racconta in modo diretto, colloquiale e informale.

Il World Café è una metodologia che si ispira ai vecchi Caffè creando un ambiente capace di stimolare i partecipanti invitandoli ad una discussione libera ed appassionata.

I partecipanti al World Café di Casa Factory: volontari delle associazioni presenti, giovani coinvolti in attività attuali e passate, politici, funzionari, operatori di cooperative.

Per un totale di 38 partecipanti,
a spasso tra tre tavoli di discussione



TAVO LO DELL A RETE

ANGELA LOSTIA
FORMATRICE

- COME COLLEGARE CITTADINI/CITTADINI E ASSOCIAZIONI/ASSOCIAZIONI A NICHELINO?
- QUALI LE RISORSE E COME USARLE?
- QUALE L'INTERESSE COMUNE TRA LE ASSOCIAZIONI DI DIVERSA NATURA?

Si avverte la mancanza di finalità e coordinamenti precisi sul Factory:

- necessità di continuità di orario, di operatori che accolgano e coordinino;
- necessità di occasioni di dialogo e di incontro tra le associazioni presenti

Mancano gestione e informazione:

- necessità di una comunicazione condivisa sui social;
- necessità di avvicinare altri mondi dei giovani, come le scuole;
- condividere un calendario delle attività delle realtà presenti e renderlo pubblico;
- concentrare la natura delle stesse attività in città, Factory come polo culturale (ad esempio)

TAV OLO CASE DEL QUA RTIE RE

ROBERTO
ARNAUDO
FORMATORE

- QUALE LA NATURA DI UNA CASA PER/DELLA COMUNITA' A NICHELINO?
- QUALE L'ORGANIZZAZIONE DEGLI SPAZI ALL'INTERNO?

Le caratteristiche che una Casa del Quartiere deve avere:

- mix dell'offerta di servizi e attività;
- separazione tra chi gestisce e coordina la Casa/soggetti che realizzano le attività;
- servizio pubblico a supporto non esclusivamente locale;
- la Casa come struttura che include attività e servizi di natura commerciale che le consentono di cofinanziarsi

Si riconoscono alcune peculiarità nella realtà di Nichelino:

- mancanza di privato sociale locale interessato a trasferire o progettare attività e servizi al Factory;
- sede distaccata rispetto al centro cittadino e quindi poco fruibile da chi non abita la città;
- luogo che deve rimanere in maniera esclusiva ai giovani: mancherebbero altrimenti in città altri punti di riferimento;
- difficoltà di vedere il Factory oltre a un "condominio di associazioni"

TAVO LO D EI GIOV ANI

FEDERICA VIVARE
LLI
GIORNALISTA

- QUALI SONO GLI SPAZI CHE OGGI I GIOVANI UTILIZZANO?
- CHE TIPO DI GIOVANI POTREBBERO ESSERE INTERESSATI A UNO
- SPAZIO CITTADINO?
- PERCHE' UN GIOVANE DOVREBBE VENIRE A CASA FACTORY?
-
- I GIOVANI vogliono le PALESTRE, le ASSOCIAZIONI SPORTIVE, i
- GIARDINI PUBBLICI, le PIAZZE
- Nei CENTRI COMMERCIALI, nelle DISCOTECHE, nei PUB
- Dove c'è il wi-fi
- A TORINO, perché c'è vita
- Nelle PARROCCHIE: è ancora così?
- E le SCUOLE?
- Nei LUOGHI VIRTUALI
- Quali luoghi viivono da frequentatori e in quali da leader? I giovani
- vanno dove possono vivere esperienze
- Dove possono essere riconosciuti: sia dal mondo dei social che dalla
- comunità
- Dove ci sia riconoscimento della loro creatività
- Come creare relazione con gli adulti?