

Servizio sociale di comunità

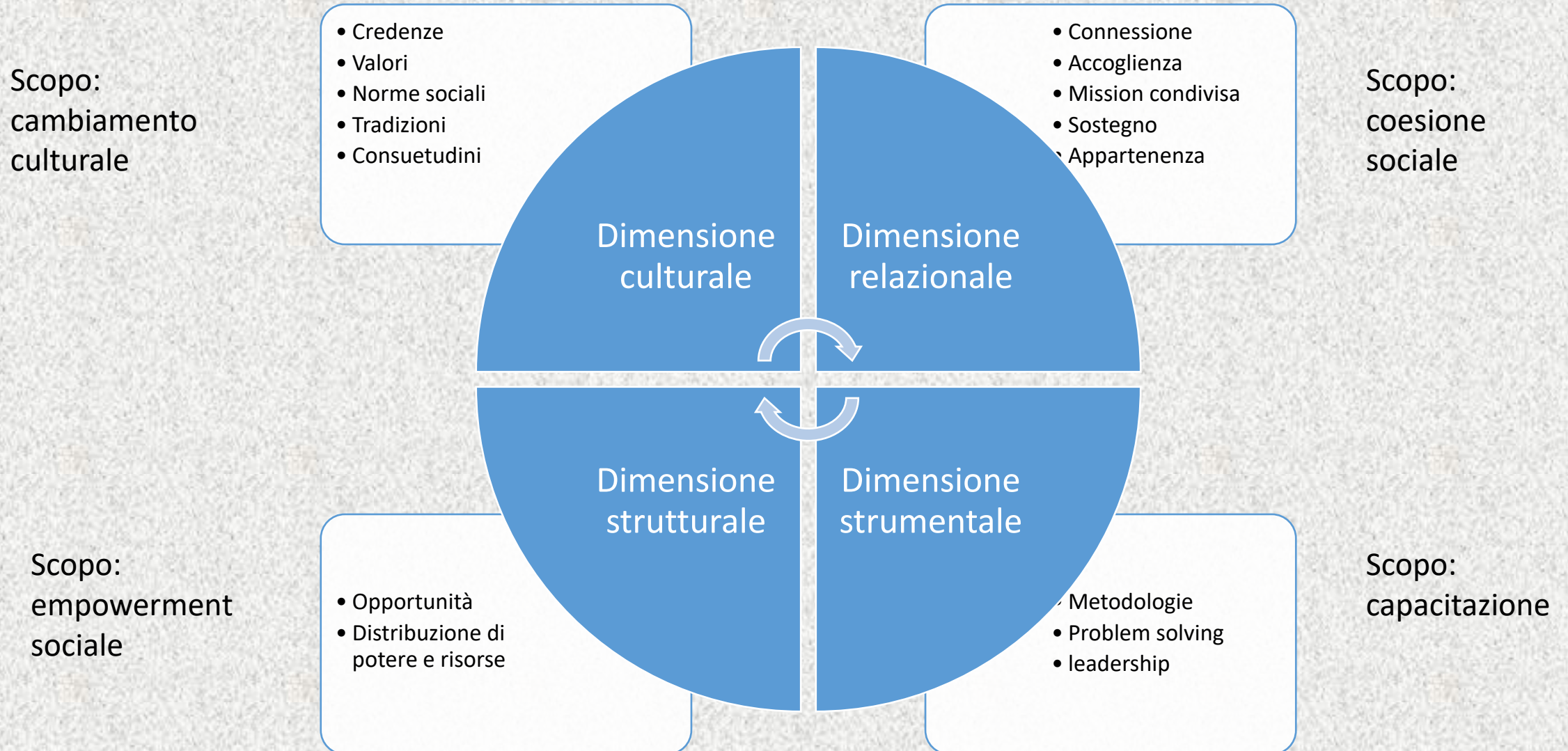
Comunità

- Termine fortemente evocativo, multidimensionale e polisemico
- Quali significati?
 - Gruppo di persone
 - Struttura (es. di cura)
 - Network
- Quali caratteristiche?
 - Dimensione emotivo-relazionale
 - Dimensione territoriale → comunità locale (gruppo di persone che vivono stabilmente in un territorio...) → nonostante la delocalizzazione e lo spazio virtuale, la dimensione territoriale rimane cruciale per il servizio sociale

Comunità – Ambiente (Ripamonti)

- Ambiente: «condizioni che promuovono o impediscono, stimolano o inibiscono le attività caratteristiche di un essere umano» (Dewey)
- → costruire azioni capaci di influenzare il rapporto tra la persona e il suo ambiente di vita
- Elementi da tenere in considerazione:
 - Interdipendenza delle parti
 - Modalità di creazione e distribuzione delle risorse → adattamento individuale dipende dalle risorse e dalle problematiche presenti in un ambiente
 - Dimensione storica → ambiente in continua evoluzione = agevola oppure ostacola le persone
- Situazione concreta contiene **possibilità** e **limiti** → per agire efficacemente è necessario entrare nella molteplicità della situazione e accompagnare i processi trasformativi

Ecologia della trasformazione sociale



Dimensione relazionale

- Chiama in causa:
 - Intensità del **capitale sociale** = insieme degli aiuti e supporti offerti alla persona dalla sua rete interpersonale → relazioni elettive
 - **Riconoscimento** = insieme dei processi sociali attraverso i quali una persona acquisisce consapevolezza di sé e si colloca nel proprio ambiente di vita
- Le persone hanno le medesime opportunità di relazione? → azioni possibili:
 1. Aumentare la quantità di realtà presenti es. attivando gruppi
 2. Diversificare la gamma dell'offerta
 3. Potenziare i collegamenti tra le diverse realtà
 4. Aumentare la visibilità sociale delle proposte esistenti
- Promuovere il **senso di comunità**

Senso di comunità



reciprocità

riconoscimento

Idea di poter contare

- Sentimento che gli individui hanno di appartenere, di essere importanti gli uni per gli altri, fiducia che i loro bisogni verranno soddisfatti dal loro impegno a essere insieme (McMillan, Chavis, 1986)
- 4 dimensioni:
- **Senso di appartenenza** (membership) → idea di appartenere a una comunità
- **Influenza** (influence) → capacità del singolo di partecipare e dare il proprio contributo alla comunità in un rapporto di reciprocità
- **Soddisfazione dei bisogni** (integration and fulfillment of needs) → possibilità per la persona di soddisfare alcuni bisogni in ragione dell'appartenenza
- **Connessione emotiva condivisa** (shared emotional connection) → definita dalla qualità dei legami sociali e dalla condivisione di una storia comune

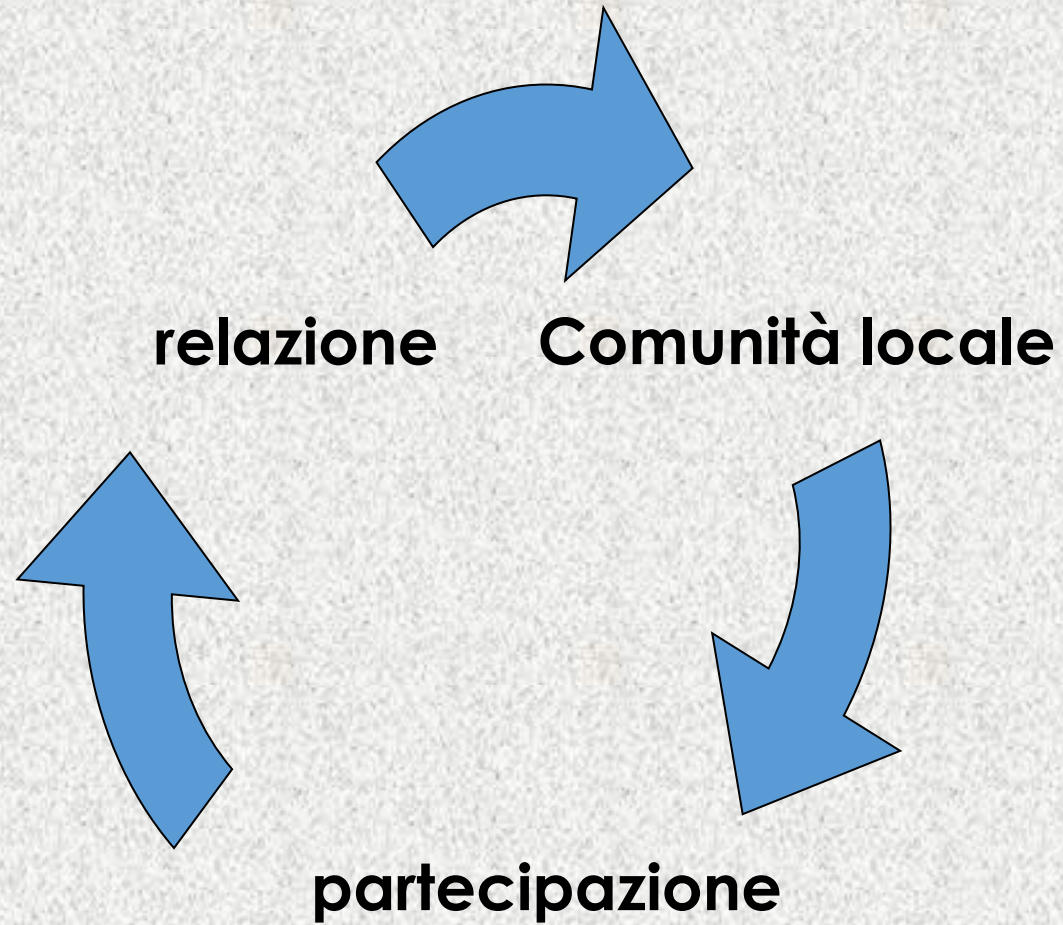
Senso di comunità

- Non coincide con il senso di appartenenza (che costituisce uno degli aspetti)
- È indissolubilmente legato all'idea di partecipazione attiva e intenzionale
- È costituito da un insieme di percezioni e sentimenti che potenziano un legame affettivo e permettono alle persone di sentirsi parte di un tutto, di avere l'idea di essere importanti per gli altri e di poter trovare soddisfazione ai propri bisogni grazie all'appartenenza (Martini e Torti, 2003)
- **SENTIRSI PARTE**
- **PERCEPIRE UN POTERE**
- **RITENERE POSSIBILE UN CAMBIAMENTO**



**OBIETTIVI
RISORSE**

Senso di comunità



Dimensione strumentale

- Ha a che fare con:
 - Metodi e tecniche usati dagli operatori per perseguire la mission →
es. *interdipendenza positiva* (consapevolezza di dipendere gli uni dagli altri; *interazione simultanea* e costruttiva (rende possibile la conoscenza reciproca tra membri di un gruppo)
 - Capacità di problem solving
 - Leadership → rinforzare stili capaci di connettere le persone e idee entro un quadro comune negoziato

Dimensione culturale

- Promuovere innovazione culturale → cambiamento
 - Sostenere attività di gruppi
 - Incrementare capacità progettuali
 - Supportare iniziative di socializzazione
 - Valorizzare il recupero di attività artigianali
- Ruolo delle **minoranze attive**: i gruppi non sono solo *bersaglio di influenza*, ma anche *influencer* → requisiti:
 - ❖ Esplicitare una posizione ben definita
 - ❖ Mantenere fede alla propria posizione
 - ❖ Mantenere pieno accordo al proprio interno

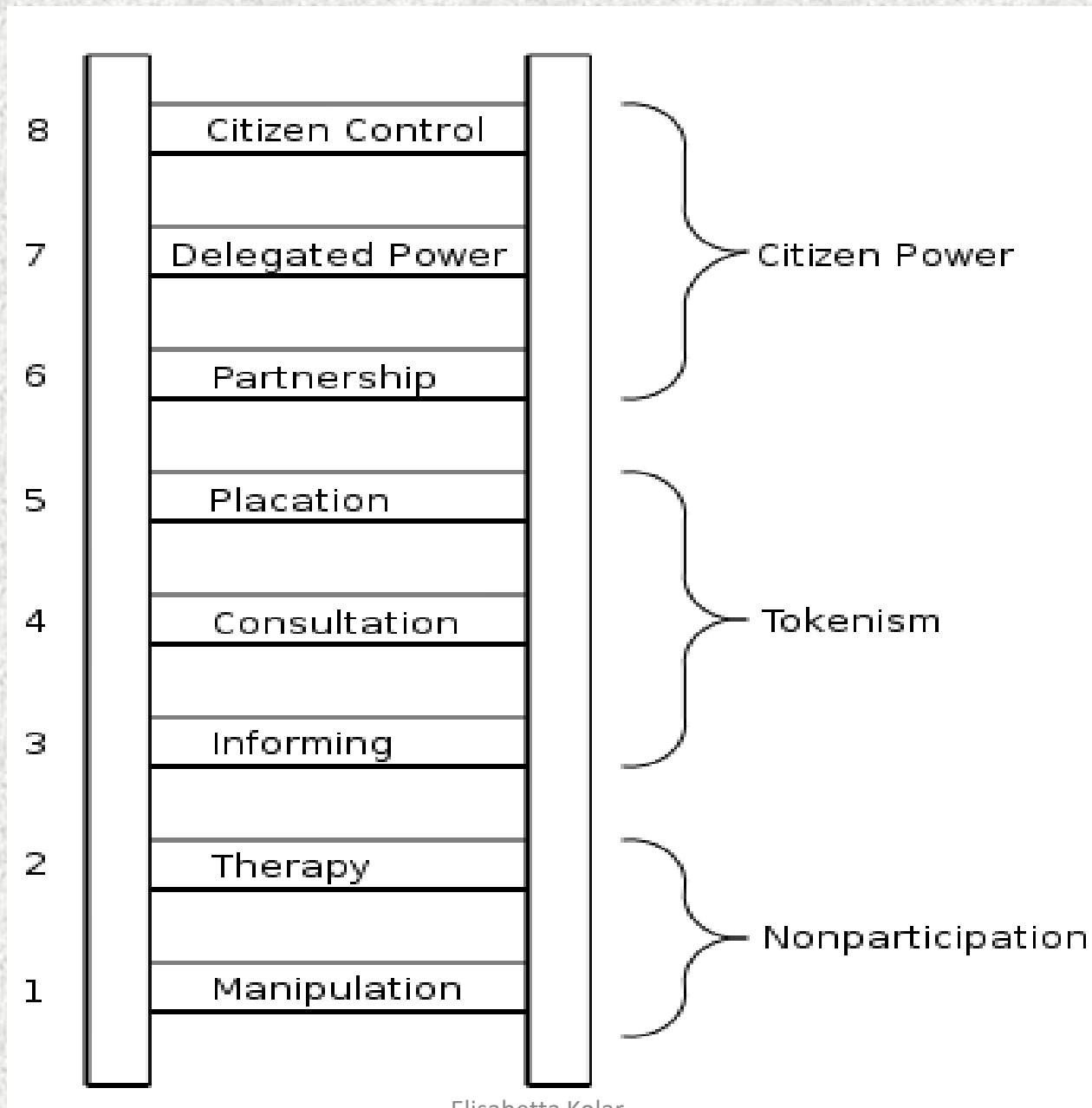
Conversione =
cambiamento nella
maggioranza ad opera della
minoranza

Ruolo cruciale giocato da chi, pur appartenendo alla maggioranza, sostiene la posizione della minoranza → **sostegno sociale alla non conformità**



Dimensione strutturale

- Chiama in causa il potere e la distribuzione delle risorse
- Cambiamento → empowerment
- Riguarda:
- Presa di decisioni → Come vengono prese le decisioni e affrontati i conflitti?
- Determinazione dell'agenda decisionale → Come si decide quali temi vengono inclusi/esclusi?
- Visione critica del mondo e degli influenzamenti esistenti → Come decidono le persone quali sono i loro bisogni?



Scala della partecipazione

Sherry R. Arnstein

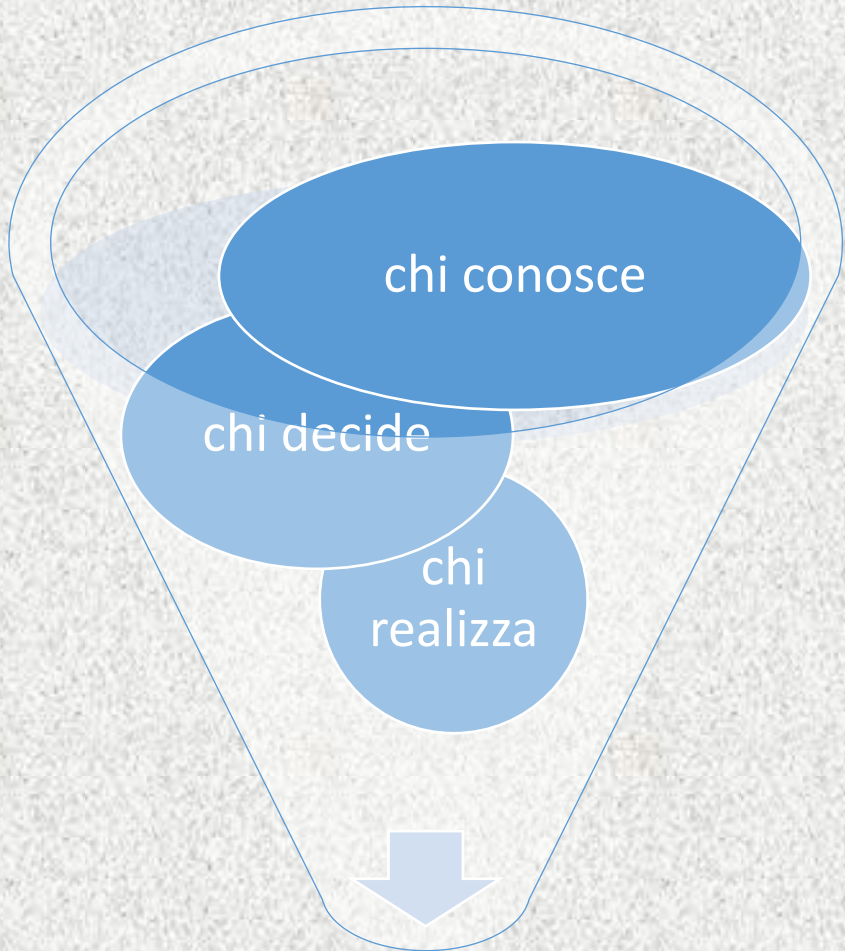
La partecipazione

Le persone partecipano?

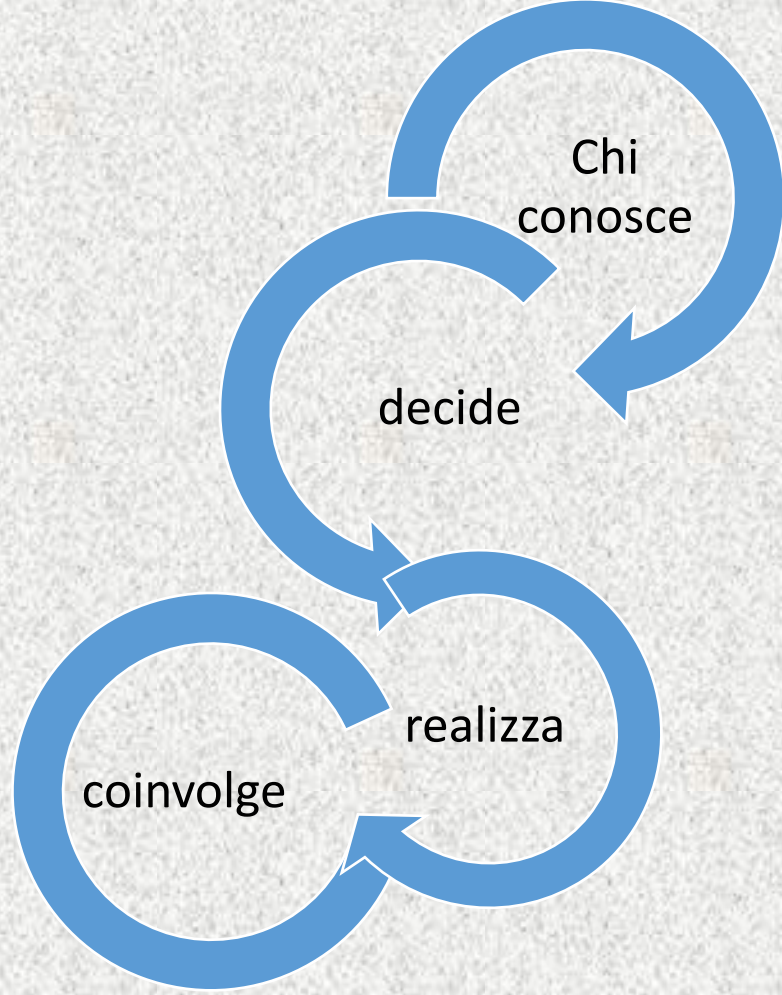
- Ci vuole tempo per sviluppare la partecipazione (uno o due anni) e bisogna aver creduto che si possa costruire un senso di comunità
- Partecipano perché confidano di migliorare le proprie condizioni (in alcune interviste cooperazione tra occupati e non occupati)
- Partecipano perché si discutono argomenti di loro interesse
- Partecipano se percepiscono che i problemi sono collettivi e non dei singoli

Parole chiave

- Incontrare le persone
- Sentirsi cittadini vs sentirsi assistiti
- Diritti vs privilegi
- Fiducia
- Mettere le persone in condizione di agire per i loro diritti



Partecipazione progressivamente selettiva



Sostenibilità sociale

La partecipazione aumenta se...

- Le persone si sentono riconosciute
- le persone sentono di poter contare = influenzare le decisioni che riguardano la comunità → atteggiamento pragmatico e negoziale, non rivendicativo
- c'è coerenza tra ciò che viene discusso, deciso e attuato → fiducia
- C'è attenzione costante alle relazioni e ai processi → partecipazione continuativa e non episodica
- Le persone vengono sostenute nella realizzazione dei loro progetti

REGIA



Servizio sociale di comunità

- Approccio **complesso** che il **servizio sociale** adotta per concorrere allo **sviluppo della comunità**
- Utilizza **conoscenze, metodo, strumenti e tecniche** propri del servizio sociale, adattando le proprie funzioni alle **esigenze del territorio**
- Promuove iniziative a favore della collettività, collega persone e gruppi tra loro perché intraprendano azioni utili a fronteggiare problemi o conflitti comuni
- Orientato da modelli di matrice ecologico-sistemica → interconnessione tra sistemi, interdipendenza dei diversi livelli di analisi
- **Transizione da una cultura fondata sul bisogno e sulle mancanze a una cultura fondata sulle risorse e capacità**

Servizio sociale di comunità

**La domanda che arriva al servizio non è solo un problema del singolo, ma deve esser vista come un problema del territorio e al territorio va restituita (F. Ferrario)
→ Comunità competente**

- Analisi e intervento centrata sulle opportunità e sugli strumenti che la comunità locale mette a disposizione dei suoi componenti per accrescere il benessere
- Obiettivi:
 - Sensibilizzare la popolazione al senso di appartenenza e di comunità
 - Promuovere partecipazione alla costruzione del benessere sociale
- **Problemi individuali → problemi sociali**

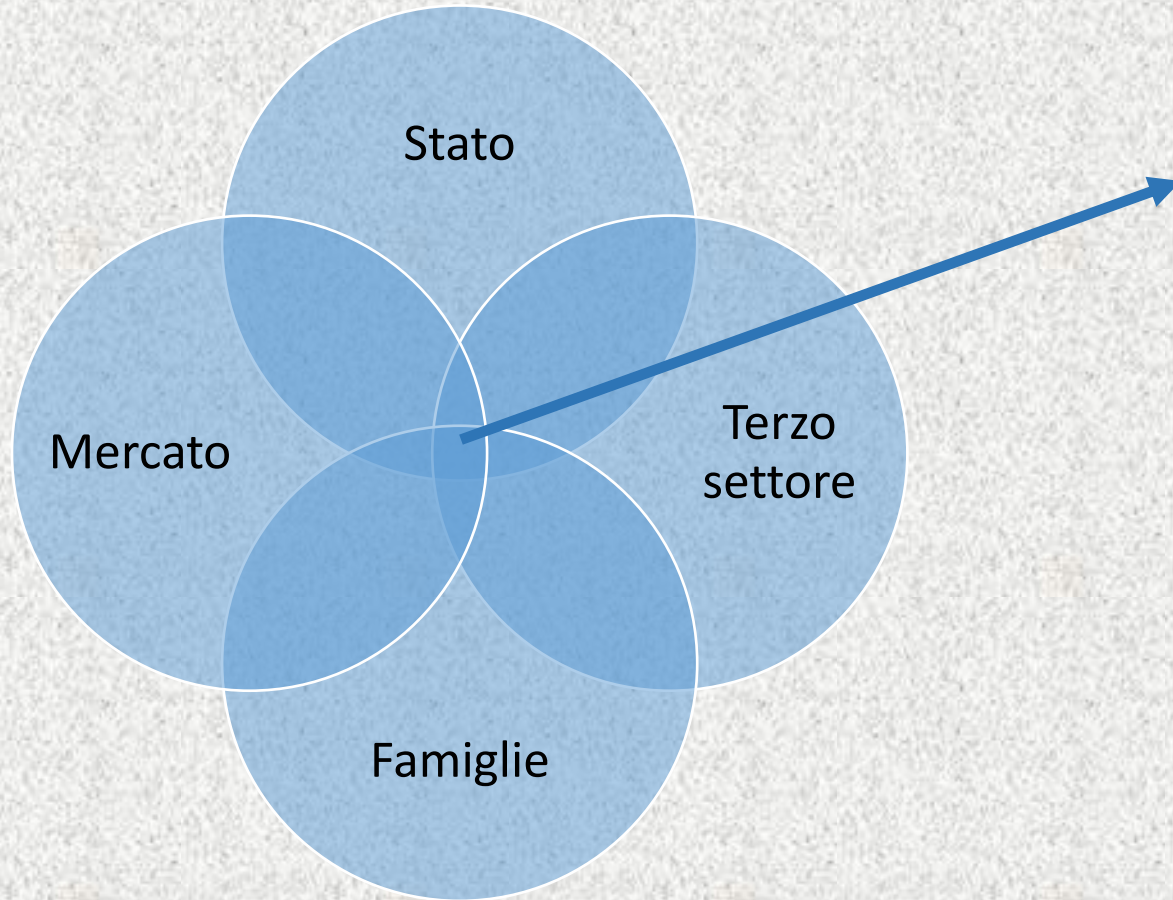
Servizio sociale di comunità

- Obiettivi:

- Facilitare processi di **responsabilizzazione** collettiva
- Sostenere processi di **collaborazione** tra gli attori di un sistema
- Facilitare processi di **partecipazione** degli attori al governo del sistema
- Sviluppare relazioni che accrescano la **fiducia**, il **senso di appartenenza** e il **senso di comunità**
- Sviluppare le **competenze** dei componenti della comunità

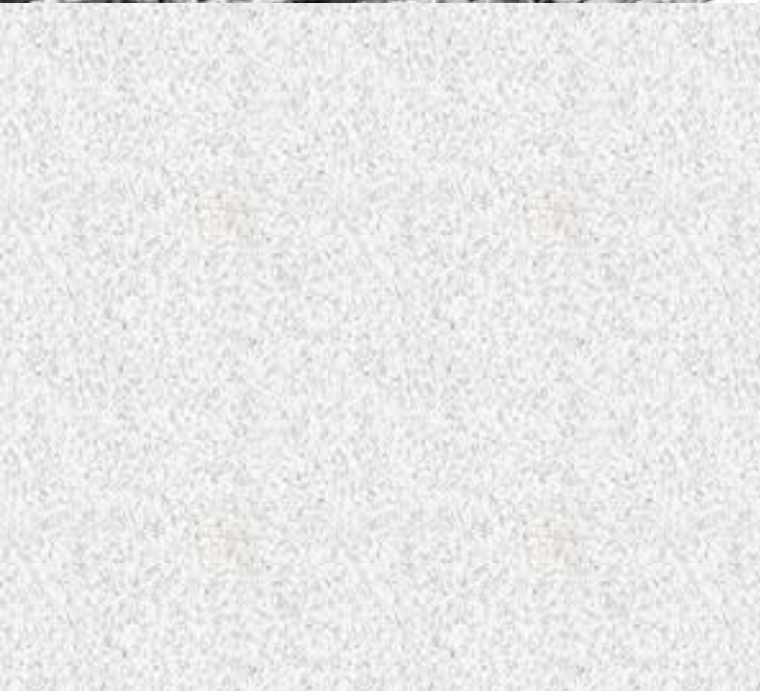


Spazio intermedio



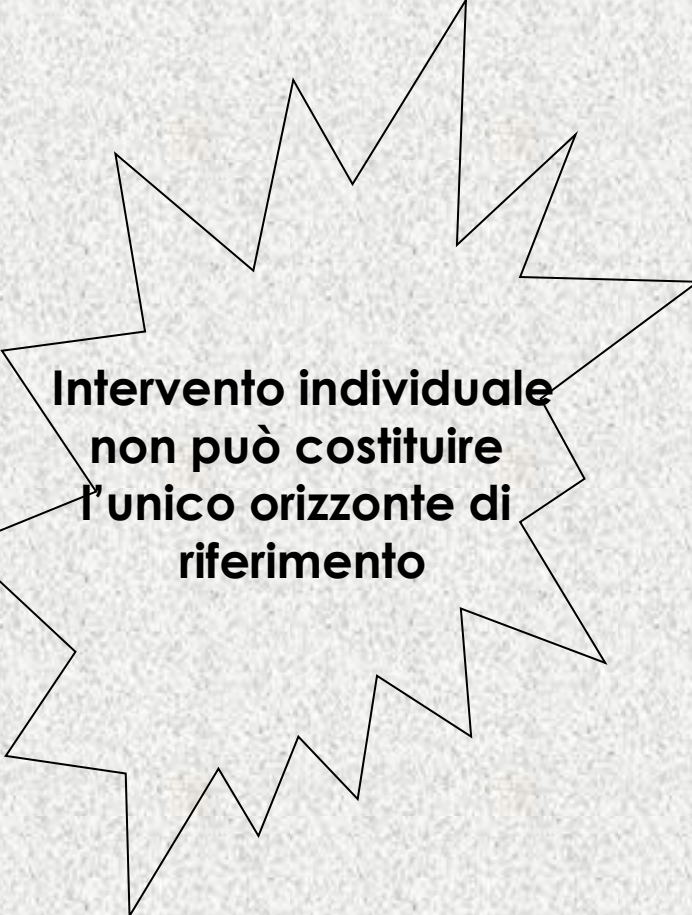
Spazio intermedio =
Luogo dove si può
generare il dialogo tra
componenti diverse della
società

Spazio pubblico soggetto
al controllo dei cittadini
Il Servizio sociale può
promuovere gli spazi
intermedi → luogo della
partecipazione e della
democrazia



Servizio sociale di comunità: la prospettiva etico-politica

- Problemi individuali sono problemi sociali → affrontare l'emergenza del singolo **E** affrontare la dimensione collettiva affinché tale emergenza non si ripeta
- Implica cambiare paradigma di riferimento → promuovere contesti inclusivi, attenti alle differenze, all'interno dei quali sperimentare forme di intervento 'leggero'
- Esplorare aspettative, norme, strutture di potere a livello locale e come questi fattori agiscono sulla vita del singolo, delle famiglie, dei gruppi → rimanda a una dimensione valoriale → **GIUSTIZIA SOCIALE**



**Intervento individuale
non può costituire
l'unico orizzonte di
riferimento**

Tre pratiche sostanziano la prospettiva etico-politica

- **Pratica antioppressiva o antidiscriminatoria**
- **Advocacy**
- **Policy practice**

PRATICA ANTIOPPRESSIVA

- **Pratica antioppressiva** o antidiscriminatoria → mira a ridurre lo svantaggio che colpisce singoli, gruppi o comunità
- Mira al cambiamento socioculturale → sviluppo di una coscienza critica →
- processo di coscientizzazione degli oppressi (Freire)
- la passività appresa è un'identità concreta dell'oppressione delle forze economiche e sociali che si alimenta in mancanza di una presa di coscienza e di una riflessione critica

ADVOCACY

- dar voce alle persone oppresse o a coloro che non hanno potere sulla propria vita
- rappresentare il loro punto di vista alle istituzioni, assicurare un riconoscimento dei diritti, realizzare un trasferimento di potere... → gradualmente le persone diventano capaci di processi di autoadvocacy

POLICY PRACTICE

- insieme delle attività svolte dagli assistenti sociali per influenzare lo sviluppo della legislazione e l'attuazione o la modifica di politiche di welfare
- gli interventi di policy practice non sono considerati come qualcosa di estraneo o particolare rispetto al lavoro quotidiano dell'assistente sociale, al contrario essi dovrebbero costituire una parte integrante dell'operatività

Servizio sociale di comunità

Da dove iniziare?

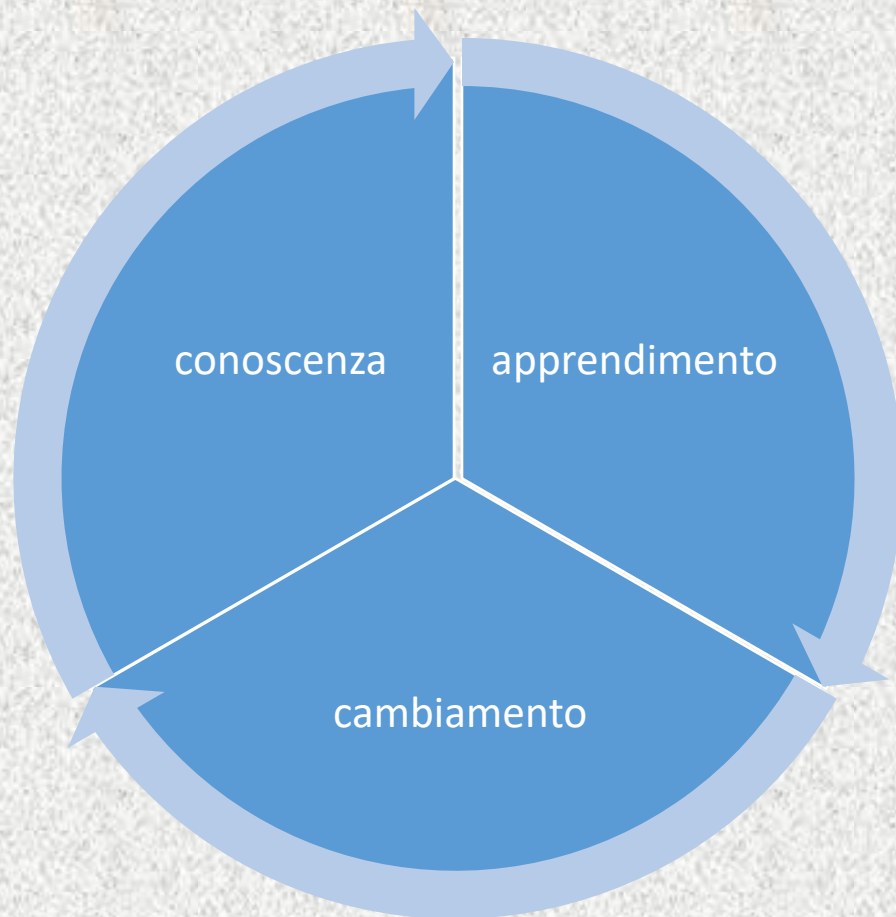
Due domande:

1. Quali caratteristiche presenta la comunità con cui si vorrebbe collaborare?
2. Quale cambiamento si vorrebbe perseguire? Quali obiettivi? A quale livello?

Il processo

- Presupposto: tutte le attività vanno costruite insieme alle persone della comunità
1. Creare un gruppo di regia
 2. Conoscere le caratteristiche della comunità
 3. Creare molteplici occasioni di confronto
 4. Conoscere altre esperienze
 5. Curare i processi e le relazioni

Ricerca-azione partecipata



Non sono in sequenza, ma sono interdipendenti

La produzione di sapere avviene in un processo ricorsivo di attribuzione di senso che coinvolge ricercatore e partecipanti

Restituzione pubblica dei risultati innesca processi di partecipazione e di progettazione partecipata

Forme di sapere che favoriscono la partecipazione:

- **Deprofessionalizzare** lo sguardo
- **Decentralizzare** la conoscenza necessaria a progettare
- **Demistificare** i problemi
- **Democratizzare** le decisioni

Outreach

Outreach = raggiungere fuori; si contrappone a modalità attendiste di welfare (= attendere le persone in ufficio)

È interesse dell'istituzione entrare in contatto con i cittadini → modalità di incontro concordate o provocate

Modalità concordate = gli scambi vengono avviati a seguito di invito da parte di persone o gruppi

Modalità provocate = non c'è un invito o un accordo precedente, ma si realizzano iniziative per provocare il contatto (es. distribuzione di materiale informativo, uso di strutture mobili, stand o banchetti, interventi mirati...)



Il profilo di comunità

- Cos'è?
- Come si costruisce?
- Chi partecipa?
- Con quali strumenti?

Cos'è il profilo di comunità? (Allegri, 2015)

- Rappresenta un quadro dinamico dell'ambito sociale
- Vengono considerati gli aspetti demografici, produttivi, urbanistici, dei trasporti, l'offerta dei servizi educativi, dei servizi sanitari, sociosanitari e socioassistenziali, ecc.
- Analizza bisogni e risorse presenti nell'ambito sociale
- Può sollecitare a delineare il profilo del futuro

Come si costruisce?

- Raccolta dei dati:
 - dati Istat (dati demografici, dati relativi allo sviluppo economico/presenza attività produttive, all'occupazione, ecc.)
 - Dati relativi agli insediamenti urbani
 - Dati relativi alla sostenibilità ambientale
 - Analisi dell'utenza dei servizi
 - **Analisi dei bisogni**
 - **Analisi delle risorse e potenzialità presenti nella comunità**



**Analisi
partecipata**

Chi costruisce il profilo di comunità?

- Gli operatori dell'ufficio di piano
- I professionisti dei servizi
- I rappresentanti degli Enti di terzo settore
- I gruppi (es. familiari, ecc.)
- I cittadini

Con quali strumenti?

- **Come dar voce a chi solitamente non ha voce?**
- Strumenti per favorire la partecipazione:
 1. Camminata di quartiere
 2. Photovoice
 3. World caffè
 4. Open space technology

Camminata di quartiere: cos'è?

Tecnica di conoscenza del territorio che valorizza i saperi non esperti = i saperi e le competenze di chi vive o lavora in un determinato quartiere

È una forma conoscenza partecipativa → sviluppo di pianificazione democratica

- Deprofessionalizzazione = non sono solo i professionisti a dar forma al futuro del quartiere
- Decentralizzazione del processo decisionale
- Demistificazione = la pianificazione è un processo concreto
- Democratizzazione = le persone che vivono o lavorano in un contesto sono coinvolte attivamente nella pianificazione



Camminata di quartiere – come si fa?

- La camminata va preparata con esponenti di associazioni, leader informali locali → scelta del percorso, temi da affrontare.
- Si forma un piccolo gruppo (non più di 30 persone)
- Gli abitanti guidano i professionisti in un giro per l'area prescelta in un determinato giorno e a una determinata ora.
- Durante la camminata (2-3 ore) è opportuno che emergano domande, osservazioni, criticità rispetto all'uso degli spazi.
- I professionisti ascoltano, pongono domande, propongono riflessioni sulle potenzialità e i nodi critici dell'area che stanno osservando.
- Al termine si redige un report suddiviso in problemi e proposte

Photovoice: cos'è?



- Rientra nella ricerca-azione partecipativa e si focalizza sul potere evocativo di rappresentazione di punti di vista di chi solitamente non ha voce (o non riesce a esprimere le proprie posizioni)
- Attraverso la fotografia vengono espressi problemi e risorse della comunità locale
- Riferimenti teorici: empowerment sociale finalizzato allo sviluppo delle competenze della comunità, approccio narrativo e autobiografico

Photovoice: le fasi

- I fase: ingaggio dei partecipanti → si può dare priorità al target oppure al tema che si intende affrontare
- II fase: concettualizzazione di un tema o problema che si intende affrontare e sensibilizzazione rispetto al metodo. In questa fase possono essere utili domande che favoriscono processi di riflessione nel gruppo (es. in quale luogo della comunità ti senti sicuro? La comunità soddisfa i tuoi bisogni di relazione?) → non c'è un sistema di catalogazione delle domande, si favorisce il riconoscimento reciproco tra i partecipanti. Il facilitatore darà alcune regole per lo scatto (anche per il rispetto della privacy) e fornirà criteri per la selezione delle immagini
- III fase: fotografia → è utile stabilire un tempo durante il quale i partecipanti scatteranno le foto e le selezioneranno

Photovoice: le fasi

- IV fase: presentazione delle immagini scelte con una didascalia, discussione in gruppo. Alcuni svolgono anche delle interviste individuali. Questa fase può essere ripetuta in relazione ai contenuti emersi
- Al termine: sintesi critica dei risultati emersi in forma scritta e di immagini con conclusioni e proposte



World cafè

Idea centrale: attuare conversazioni importanti in modo leggero, creativo, non convenzionale, ragionando su problemi complessi in maniera concreta, divertente, produttiva

Mira a stimolare discussioni autogestite dai partecipanti, guidate da alcune domande all'interno di un quadro di riferimento comune.

Tre parole chiave:

1. Contesto
2. Domanda
3. Processo



Contesto

Tavoli con tovaglie di carta attorno ai quali si siedono i partecipanti

I partecipanti sono da 4 a 8,

Un numero maggiore ridurrebbe la possibilità di confronto diretto



Domanda

- Può esser posta una sola domanda che stimoli la discussione oppure più quesiti in sequenza in modo da consentire ai partecipanti di esplorare temi utili a trovare soluzioni concrete.
- La scelta delle domande è cruciale
- Le domande devono essere semplici, chiare, finalizzate a stimolare il dibattito → es. a quale domanda bisognerebbe rispondere per far cambiare il futuro della nostra situazione specifica? Quali sono le ipotesi da verificare? Cosa direbbe una persona esterna della nostra situazione specifica?

Processo

- Il world caffè è un processo articolato in fasi = turni di discussione
- La discussione avviene in tre o più turni successivi della durata massima di 30'.
- Le persone sono invitate a scrivere idee, appunti, ecc sulla tovaglia. Quando arrivano trovano ad attenderle un facilitatore (padrone di casa) che ha il compito di stimolare la discussione e sintetizzarne i contenuti.
- Al termine dei 30' il padrone di casa rimane al tavolo mentre gli altri partecipanti (ambasciatori di significato) si spostano negli altri tavoli.
- Chi si sposta porta con sé i temi della discussione precedente.
- Conclusione → assemblea plenaria

Open space technology

Tecnica di gestione dei gruppi di discussione che consente di rendere fruttuoso lo scambio su temi complessi

Il numero di partecipanti varia da 5 a 1000 persone e le sessioni possono variare da 1 a 3 giorni

Metodo basato sull'autorganizzazione; si parte da un tema concreto e contingente proposto sotto forma di domanda «a tutti coloro che sono interessati»

La partecipazione è volontaria



Le fasi

- Nella prima mezz'ora i partecipanti apprendono le regole per creare una propria conferenza.
- Chi intende proporre un tema lo segnala e si assume la responsabilità di organizzare la discussione
- Il tema viene scritto su un foglio e affisso al muro in modo che le persone abbiano modo di scegliere il gruppo a cui partecipare
- Scelto il tema ogni gruppo ha un'ora e 20' di tempo per discutere
- La sessione termina con un gong: ogni gruppo chiude la discussione e redige una sintesi che presenterà nell'incontro in plenaria
- Incontro in plenaria



4 principi e una legge (Owen, 2008)

1. Chi partecipa è la persona giusta
2. Qualsiasi cosa accada è l'unica che poteva accadere
3. Quando comincia è il momento giusto
4. Quando finisce, è finita

La legge dei due piedi = se una persona si trova a discutere un argomento e ritiene di non essere utile è meglio che si alzi e si sposti in un altro gruppo dove il suo contributo può essere più utile

The Principles of Open Space

- Whoever comes are the right people
- Whenever it starts is the right time
- Whatever happens is the only thing that could have
- When its over its over

Facilitare, negoziare, mediare

Facilitare

Chi è il facilitatore? Una persona neutrale, accettata dai componenti di un gruppo

Cosa fa? Aiuta il gruppo ad aumentare l'efficacia = migliorare i processi (come un gruppo lavora, come prende le decisioni, come risolve i problemi)

Funzioni del facilitatore:

- 1. Produzione:** si riferisce alle informazioni che il gruppo assume e produce
- 2. Facilitazione:** si riferisce alle relazioni e al metodo di lavoro
- 3. Chiarificazione:** favorisce la comprensione da parte del gruppo della propria evoluzione e delle possibilità di miglioramento

Quali conflitti?

- Conflitti legati alle **risorse**: si presentano in fase di definizione di progettualità condivise = diversi attori cercano di assicurarsi le risorse per realizzare i propri obiettivi progettuali
- Conflitti legati al **ruolo** e alle **responsabilità**: si presentano in modo dinamico e oscillante; rischiano di confondere posizioni personali e professionali; hanno a che fare con il potere (es. ruolo di partner o di committente)

Negoziare – alcune premesse

- 1. Relazione complementare** tra partner → comporta:
 - Presenza di interessi contrastanti
 - Consapevolezza di non poter raggiungere i propri obiettivi autonomamente
- 2. Tempo:** possibilità di esplorare soluzioni alternative
- 3. Assenza di elementi non negoziabili**
- 4. Comunicazione** tra le parti
- 5. Consapevolezza del punto di rottura** = fino a che punto negoziare è conveniente?

Fasi della negoziazione

- Fase prenegoziale = si analizza la situazione (es. interessi, ruoli e valori delle parti), si mettono a fuoco alcuni temi (possibili oggetti della negoziazione), si prefigurano gli esiti
 - È importante:
 - chiarire ruoli e mandati di ciascuna parte,
 - identificare gli obiettivi secondo un ordine di priorità
- Fase della negoziazione
- Fase post negoziale = si comunicano a terzi gli esiti della negoziazione

Negoziazione: alcune attenzioni

- Uso di pochi argomenti espressi in modo conciso
- Esprimere prima i temi su cui c'è accordo e poi il disaccordo
- Ascolto
- Utilizzare domande che possono aiutare a chiarire eventuali dissonanze
- Utilizzo della sintesi per evidenziare gli esiti raggiunti
- Gestione delle fasi di stallo: esplorare nuove soluzioni e aprirsi all'imprevisto (spiazzamento)

Negoziazione integrativa

- Quando usarla? Quando le parti intendono giungere a un accordo
- Come fare?
- Mantenere la disponibilità alla negoziazione → significa anche che la nostra idea non è l'unica valida
- Concentrarsi sugli interessi e non sulle posizioni
- Considerare l'idea dell'altro come un'idea possibile = non attaccarla, ma identificarne i principi (come concorre questa idea a risolvere il problema?)
- Scindere la persona dal problema

Attenzione ai *blocchi al dialogo*

- **Passività:** l'interlocutore mostra scarso interesse, utilizza linguaggi difensivi e/o non interagisce nello scambio
- **Svalutazione:** l'interlocutore sminuisce/minimizza se stesso o gli altri come se certi aspetti fossero meno importanti di quello che realmente sono
- **Ridefinizione:** l'interlocutore cambia il fuoco della comunicazione per evitare argomenti troppo coinvolgenti
- **Iperdettagliatezza:** l'interlocutore introduce troppi argomenti o dettagli rendendo difficile il flusso della comunicazione

Come superare il blocco al dialogo?

1. Riconoscerlo
2. Valorizzare gli apporti positivi proposti dall'interlocutore

Riconoscimento

I riconoscimenti negativi hanno più forza di quelli positivi e vengono sentiti e ricordati in modo più intenso

- **Riconoscimento condizionato**

- Si riferisce al fare = ai **comportamenti**
- Costituisce un feedback importante ai fini del cambiamento
- Può essere positivo o negativo =
- *Hai fatto bene quel lavoro*
- *Qui c'è un errore*

- **Riconoscimento incondizionato**

- È diretto alla persona
- Non può essere acquisito o modificato
- È molto potente
- Può essere positivo o negativo =
- *Sei un grande*
- *Sei uno stupido*