

Progetto di sensibilizzazione "OneLife"

Anno scolastico 2013-2014

Filosofia e obiettivo del progetto

L'idea è "regalare" agli studenti delle esperienze emotivamente forti e coinvolgenti, in grado di **stimolare una profonda riflessione sul valore della vita e sulle responsabilità che abbiamo innanzitutto verso noi stessi**. Far scorgere alla platea, in maniera apparentemente casuale, **cosa può accadere quando ci si spinge oltre la linea impalpabile del limite**.

Un altro obiettivo primario di "OneLife" è la creazione di un filo diretto con la platea destinato a proseguire oltre lo spettacolo.

Non un semplice evento da "consumarsi" nell'arco di una mattinata, ma **un progetto pensato per regalare un ruolo attivo allo studente**, che da spettatore passivo del format, in una seconda fase sarà chiamato a diventarne protagonista, realizzando degli spot legati ai temi in oggetto.

Il percorso comunicativo non affronta esclusivamente il tema della sicurezza stradale, ma intende proporre un concetto più ampio di stile di vita.

Velocità, alcol, droga, fumo e altri comportamenti negativi, sono spesso concatenati tra loro. L'obiettivo del progetto è mettere fortemente in discussione questo approccio alla vita, evitando la retorica, la banalità e soprattutto, senza trarre conclusioni scontate.

Struttura e dinamica di "OneLife"

Il progetto si divide in tre fasi ben distinte.

- 1) La rappresentazione del format in teatro**
- 2) L'ideazione e la realizzazione degli spot da parte degli studenti**
- 3) Divulgazione degli spot ed eventuali proiezioni**

Prima fase – Il format giornalistico-teatrale

L'approccio narrativo rappresenta il fulcro vero di "OneLife".

Il format giornalistico-teatrale si sviluppa attorno alla ricostruzione di due storie reali. In entrambe i casi una frazione di secondo è stata sufficiente per modificare irreparabilmente il destino dei due giovani protagonisti.

Il superamento del limite e il mancato rispetto delle regole, purtroppo sono risultati fatali.

Sono storie dure, dove la realtà dei fatti concede poco spazio alla banalità, aprendo invece enormi spazi di riflessione.

Gli incontri che **avranno una durata di circa 90 minuti**, saranno coinvolgenti e spiazzanti.

Gli studenti non si troveranno di fronte a degli esperti e non dovranno "rifugiarsi" nell'immane mp3, evitando di ascoltare i "soliti" consigli.

La narrazione di Luca Pagliari, dinamica e mai pietistica, sarà supportata da filmati, musiche, oggetti e quanto altro. **Una sorta di programma televisivo privo di telecamere** che basa la sua efficacia su tre elementi cardine.

- **La forza intrinseca delle storie**
- **Il metodo espositivo**
- **La sospensione del giudizio**

Seconda fase – Il ruolo attivo degli studenti

Terminato il format, gli studenti saranno chiamati a produrre (in tempi da stabilire) degli spot ispirati alle tematiche trattate.

I video saranno così regolamentati: gli spot dovranno avere una funzione di sensibilizzazione e di promozione di stili di vita corretti; musiche originali o comunque non soggette a siae; liberatorie firmate da tutti coloro che andranno in video; limite di durata (120 secondi – esclusi titoli di testa e di coda); titoli di testa indicanti titolo del lavoro, scuola e classi coinvolte; titoli di coda contenenti i nomi dell'intero gruppo di lavoro; realizzazione entro i tempi previsti.

Gli spot potranno essere realizzati con telecamere di qualsiasi genere ed anche con il telefonino. I gruppi di lavoro che si formeranno nelle varie scuole, saranno coordinati da un docente supervisore.

Luca Pagliari, prima della fase di ideazione e di realizzazione dei lavori, incontrerà i gruppi partecipanti al progetto, fornendo indicazioni utili sulle metodologie di ripresa, di montaggio e di sceneggiatura.

Uno degli obiettivi è quello di produrre degli spot di qualità, sia sotto il profilo tecnico che dei contenuti.

Si potranno avviare anche attività di scambio e di confronto tra gli studenti delle varie città coinvolte nel progetto.

Terza fase – divulgazione degli spot

I lavori realizzati dai ragazzi, troveranno spazio in un apposito sito e diverranno parte integrante di campagne di sensibilizzazione realizzate dall'Osservatorio per l'educazione stradale e la sicurezza della regione Emilia Romagna. È ipotizzabile un ampio utilizzo degli spot, legato a eventi, progetti, programmi tv e quanto altro possa risultare in linea con il progetto stesso.

Le storie al centro di “OneLife”

Gabriele Tronconi

A 18 anni un incidente di auto avvenuto in piena notte lo ha reso paraplegico.

Gabriele era alla guida, accanto aveva il suo migliore amico e stavano rientrando a casa dopo aver trascorso la notte in discoteca, quando improvvisamente, causa l'alta velocità, l'auto ha cappottato varie volte.

Pochi istanti per veder cambiata per sempre la propria esistenza.

Fortunatamente, come dice Gabriele, l'amico Luigi non riportò danni, altrimenti alla paraplegia si sarebbe aggiunto anche il peso insostenibile del rimorso.

Una storia drammatica, ma anche di coraggio e di rinascita. Gabriele oggi ha un lavoro, ha riconquistato una propria autonomia, non ha mai mollato. La grande frustrazione è legata alle barriere architettoniche, agli scooter parcheggiati sopra i marciapiedi, a chi non rispetta i parcheggi riservati ai diversamente abili, a chi puntualmente si dimentica che esistono persone come Gabriele.

Tra immagini, filmati e oggetti, Gabriele è sul palcoscenico assieme al conduttore del format.

Kristel Marcarini

Promessa dello sci italiano, Kristel è morta a 19 anni dopo aver assunto la prima e ultima pasticca della sua vita. Un fatto di cronaca avvenuto nel 2008 di cui si occuparono a lungo i media nazionali.

Al di là della cronaca, Luca Pagliari a Clusone, paese natale di Kristel, ha intervistato

la mamma, le amiche, il suo allenatore. Ha ripreso le montagne che Kristel amava e la sua cameretta che tanto assomiglia a quella di ogni ragazzo. Un percorso struggente che inevitabilmente porta a riflettere sul labile confine che spesso separa il bene dal male, il successo dalla tragedia. Di droga può morire anche un'atleta che ama la vita?

Target

Il progetto è rivolto agli studenti delle scuole secondarie di secondo grado.

Tempi di realizzazione

Anno scolastico 2013/2014

Novembre / dicembre 2013 : presentazione delle storie

Gennaio/febbraio 2014 : successivamente all'adesione di gruppi di studenti alla realizzazione degli elaborati, incontro con Luca Pagliari in cui verranno fornite le indicazioni utili su come produrre un spot (tecniche di ripresa, centralità dell'audio, costruzione di uno script o di uno storyboard, tecniche di montaggio, linguaggio video e sintesi, etc.)

Luca Pagliari, nel successivo periodo di progettazione e realizzazione degli spot, sarà a disposizione per un eventuale confronto di tipo giornalistico, per consigli e verifiche (tramite e-mail, skype e telefono).

Aprile 2014: consegna dei lavori

Aspetti organizzativi

Produzione e realizzazione: Fuorischema S.r.l.

L'autore

Luca Pagliari, giornalista professionista, ha realizzato una lunga serie di campagne itineranti e di progetti legati alla comunicazione etica e sociale, con particolare riferimento alle problematiche giovanili ed all'ambiente.

Presidenza del Consiglio dei Ministri, Ministero dell'Ambiente, Miur ed altri numerosi e prestigiosi enti pubblici e privati, gli hanno affidato importanti progetti di prevenzione e sensibilizzazione a carattere nazionale. La comunicazione innovativa ed originale, supportata da filmati, musiche e testimonianze dirette, ha sinora ottenuto consensi unanimi da parte di docenti, addetti ai lavori e soprattutto delle migliaia di studenti che hanno assistito alle varie campagne.

Ogni format è costantemente rinnovato, ripensato e rivisto, in base ai rapidi cambiamenti delle problematiche presenti sul territorio.

Luca Pagliari è stato Direttore dei programmi di Radio Dimensione Suono, ha condotto programmi su Radio Rai, Radio24 e Radio Dee Jay. Ha ideato e condotto numerosi programmi televisivi per Raitre, Raiuno, Rai Educational, Tele Montecarlo, Stream, Tele+. E' autore di alcuni libri (ed. Bompiani), di alcuni spettacoli di teatro sociale e di numerosi documentari.

Conclusioni

Il desiderio resta quello di scalfire il senso di onnipotenza che appartiene ad ogni giovane. Non generare angosce o paure, ma far comprendere che piccoli comportamenti, a volte dei semplici dettagli, sono in grado di modificare le nostre esistenze. Un casco allacciato correttamente, una pasticca non presa, agendo magari contro l'abitudine del gruppo, fanno spesso la differenza. Il nostro comportamento è dunque lo strumento di prevenzione più formidabile ed efficace che esista. È inoltre interessante introdurre i ragazzi nel mondo della comunicazione, aiutandoli a costruire degli spot socialmente utili.