

1. SCUOLA E COOPERAZIONE: UN RAPPORTO CHE VIENE DA LONTANO

Il rapporto tra la Coop e il mondo della scuola - diventato in questi anni sempre più continuativo - viene da lonta-

re attraverso lo strumento dell'animazione e dell'utilizzo del supermercato come laboratorio didattico.

Le animazioni ovviamente privilegiano il "fare" rispetto al "dire". Sono partite affrontando il tema dell'alimentazione - ovvero dello star bene con sé stessi - per cominciare ad occuparsi di ambiente (com'è possibile stare bene con

ingredienti per la costruzione dell'identità: i consumi sono diventati una sorta di lasciapassare, di tessera di riconoscimento attraverso la quale gli altri ci "leggono", intuendo da dove proveniamo, la "tribù" alla quale apparteniamo e dove, probabilmente, ci stiamo dirigendo.

Di qui quindi l'idea di trasformare il supermercato da luogo di seduzione in laboratorio di indagine e ricerca. Nel corso degli anni le animazioni sono state "catalogate" secondo un percorso unitario per aree tematiche di riferimento, formando una mappa che separa, ma al contempo unisce, consumi e alimentazione, consumi e ambiente, consumi e mondialità. Negli ultimi anni, in rapporto anche alla presenza sempre più numerosa di alunni stranieri, si sono aggiunti a questa mappa il tema della cooperazione e del diritto di cittadinanza, mettendo in comune valori quali la democrazia, l'uguaglianza, la solidarietà e la conoscenza.

L'attività verso la scuola si è incrociata, in questi anni, con molte campagne della Coop di educazione ai consumi ("consumerismo"). Da quella ormai storica per l'eliminazione del fosforo nei detersivi, a quelle per la riduzione degli imballaggi dei prodotti messi in vendita, contro l'abuso dei pesticidi in agricoltura, contro l'impiego degli ogm e contro lo sfruttamento minorile. Ognuna di queste campagne infatti ha visto una propria declinazione nella scuola attraverso appositi materiali ed animazioni che si traducono in strumenti didattici da mettere a disposizione degli insegnanti.

Due sono i nuovi prodotti didattici proposti alle scuole per l'anno scolastico 2004-2005. Il primo: intitolato "Smontiamola" riguarda la comunicazione. Si tratta di un kit didattico che propone viaggi esplorativi all'interno dei più caratteristici linguaggi della contemporaneità e viene distribuito alle scuole e agli insegnanti interessati ad esplorare il sistema dei consumi e ad "avventurarsi", con i ragazzi, nel mondo della comunicazione. Il kit si presenta come una vera e propria cassetta degli attrezzi: all'interno ci sono sette volumetti ciascuno dedicato ad uno dei seguenti linguaggi: televisione, ci-

L'Educazione al Consumo Consapevole

Un progetto didattico della Coop

no. Nel 1844, data che segna a Rochdale in Inghilterra la nascita di quella che è considerata la prima cooperativa di consumo, lo spaccio che di giorno vendeva le merci per i soci, dopo la chiusura diventava una scuola popolare per l'alfabetizzazione della classe operaia. Anche la prima cooperativa di consumo italiana fondata nel 1854 a Torino - l'anno scorso ne abbiamo ricordato il 150° anniversario - accanto alla tutela dei bisogni primari (merci a prezzi equi e sostenibili) prestava una grande attenzione alla cultura e alla scuola.

Le ragioni dell'incontro tra Coop e scuola risiedono in alcuni valori condivisi che hanno dato vita già quindici anni or sono alle "Giornate dei giovani consumatori".

Sono ormai oltre un milione e mezzo i bambini e i ragazzi, di ogni ordine e grado di scuola, che a partire dal 1979 hanno utilizzato le animazioni della Coop, mentre sono oltre cinquanta i centri di educazione al consumo consapevole che in varie regioni le cooperative di consumo hanno realizzato per rispondere ai bisogni di informazione e conoscenza degli insegnanti. Il successo di queste attività è dovuto sostanzialmente - oltre ovviamente alla mancanza di strumentalizzazione dell'iniziativa per fini di promozione commerciale - alle scelte di interveni-

sé stessi se l'ambiente esterno è soggetto a progressivo degrado?) e successivamente di rapporti di sviluppo ineguale (perché nel Sud del mondo si concentra la povertà e nel Nord la ricchezza, nonostante i supermercati offrano molti prodotti, alimentari e non, del Sud del pianeta?). Ed è proprio attorno a tali interrogativi che è nato il primo percorso "Prodotti del Sud, consumi del Nord" progettato da un gruppo di lavoro che prevedeva la presenza di un rappresentante di ogni cooperativa regionale. Questo, a metà degli anni Novanta, si è trasformato in un gruppo di lavoro nazionale permanente che affronta il tema dell'educazione al consumo consapevole a scuola ed assume un particolare interesse oggi che gran parte della grande distribuzione italiana viene assorbita da multinazionali straniere con evidenti negatività soprattutto dal punto di vista della valorizzazione della nostra produzione nazionale.

2. IL SUPERMERCATO COME LABORATORIO DIDATTICO: I SUSSIDI

Nella società di oggi beni e servizi vengono utilizzati, più o meno consapevolmente da piccoli e grandi, come in-

nema, cinema d'animazione, pubblicità, fumetto, musica, "edutainment" neologismo che mette insieme educazione (*education*) e divertimento (*entertainment*). Un CD, collegato al volumetto sulla musica, propone alcune basi musicali utili al lavoro coi ragazzi, mentre un CD collegato al volumetto "edutainment" contiene una mappa per il gioco *on line*; completa il kit due videocassette, una collegata ai volumetti sul cinema e sul cinema di animazione e una al tema della pubblicità.

Il secondo prodotto è la guida "Educazione al consumo consapevole". Questa riporta tutte le animazioni e le "pratiche culturali" a disposizione delle scuole con una parte nazionale - che evidenzia l'impegno complessivo della Coop - e una parte locale dove ogni cooperativa regionale presenta le proprie specifiche proposte. La guida è in versione cartacea e in formato CD. È stata presentata a Roma il 14 ottobre 2004 durante un convegno dedicato ai 25 anni di educazione al consumo da parte della Coop. Ne hanno discusso, oltre allo scrivente, Franco Frabboni, preside della Facoltà di Scienze della Formazione dell'Università di Bologna, Mariolina Moio, direttore generale del Ministero dell'Istruzione dell'Università e della Ricerca, Giampaolo Fabris, ordinario di Sociologia dei consumi dell'Università IULM di Milano, Daniela Lastrì, assessore alla Pubblica Istruzione, del comune di Firenze, Anna Bartolini, rappresentante italiana nel Consiglio dei consumatori dell'UE. Il convegno è stato concluso da Aldo Soldi, Presidente dell'Associazione Nazionale Cooperative di Consumatori - Coop.

Per ulteriori informazioni si consulti il sito <www.e-coop.it>, per approfondimenti, documenti e materiali scrivere a <fabio.brai@ancc.coop.it>.

Coop Lombardia;
Coordinatore nazionale dell'attività:
"Educazione ai consumi e scuola"
della Coop.



XVI Festival Internazionale 2005 di Geografia

"Il mondo in rete. Luoghi visibili, legami invisibili"

Paese invitato d'onore: ITALIA

Saint-Dié-des-Vosges, 29 settembre - 2 ottobre 2005

Qualche informazione di carattere generale.

Il Festival Internazionale di Saint-Dié-des-Vosges può essere considerato come la più grande iniziativa mondiale nel settore della Geografia. Ogni anno, infatti, viene visitato da oltre quarantamila persone mentre centinaia di operatori danno vita a un vasto spazio espositivo che occupa l'intero centro di Saint Dié.

La definizione di Festival e non di "congresso" o "conferenza" non è casuale. Il Festival si colloca in un quadro popolare che lo rende mediaticamente di grande rilievo. Ogni anno sono presenti numerosi operatori della comunicazione, mentre diverse personalità politiche intervengono alle decine di tavole rotonde che si tengono in vari luoghi della città di Saint-Dié-des-Vosges.

Il Festival si articola in ambito tematico - nel 2004 è stata trattata l'alimentazione, nel 2005 si tratterà delle reti - e di uno territoriale: nel 2004 il paese invitato è stato la Giordania, nel 2005 è l'Italia.

Questi due elementi caratterizzano l'intero festival: le tavole rotonde, le conferenze, *café* di geografia, le pubblicazioni e le discussioni. L'obiettivo è duplice: trattare nel modo più approfondito possibile tutto ciò che riguarda il tema dell'anno ed "esplorare" il Paese invitato.

L'iniziativa coinvolge tutti i sodalizi geografici italiani coordinati dal prof. Sergio Conti dell'Università di Torino. Anche l'AIIG sarà presente al Festival con una serie di iniziative coordinate dalla vice presidente nazionale Carla Lanza. Viene pure organizzato un **viaggio di studio a Saint Dié (v. terza di copertina)** al quale, vista l'importanza della manifestazione, ci auguriamo possano partecipare numerosi soci.

Presentazione del tema del 2005: "Il mondo in rete. Luoghi visibili, legami invisibili"

La mondializzazione comporta una copertura dello spazio terrestre mediante reti sempre più dense e numerose, mentre i flussi di scambio di informazioni, uomini, merci e capitali crescono in maniera tumultuosa. Si delinea così un'architettura complessa e mobile che mette in relazione - spesso su vaste distanze - luoghi molto visibili (metropoli, porti marittimi, "hub" aeroportuali...) tra i quali si tessono legami invisibili più o meno forti che testimoniano un'effettiva prossimità funzionale.

Questo processo supera il quadro degli "Stati nazionali", ma i Paesi economicamente più forti questi ne conservano, almeno in parte, il controllo, vista l'importanza della posta in gioco.

Inoltre gli stati e le autonomie territoriali si impegnano sempre più nello sviluppo delle infrastrutture. Le reti infatti rappresentano un importante fattore di crescita, di benessere e di sviluppo.

In una economia di mercato sempre più mondializzata gli attori finanziari globali e le 63.000 aziende transnazionali creano un proprio sistema appoggiandosi su una rete di città mondiali fortemente interconnesse. Ma la logica della redditività e dell'efficienza rafforza e riflette le ineguaglianze del mondo con-

<<http://fig-st-die.education.fr/>>



temporaneo promuovendo forme di "sovraintegrazione" accanto a forme di "sovraesclusione": basti ricordare che venti piazze finanziarie gestiscono l'85% dei flussi finanziari mondiali, 25 aeroporti assorbono il 70% del traffico aereo. Infine, la realtà del mondo d'oggi si fonda anche su reti sempre più flessibili e informali: su sistemi di diaspore ancorati alla storia delle civilizzazioni e a nuove reti migratorie legali e illegali, reti criminali e mafiose che trafficano in armi, droga e prostituzione, utilizzando paradisi fiscali oramai necessari per riciclare i propri capitali, reti politiche, religiose o associative (ONG). Infine, reti terroristiche invisibili e nascoste che colpiscono luoghi emblematici del potere da abbattere. Di fronte alle forme di rapida ridistribuzione di potere e di ricchezza che accompagnano la mondializzazione della rete, il prossimo Festival Internazionale di Geografia di Saint-Dié-des-Vosges si interrogherà sulle logiche in atto, gli interessi in gioco, gli spazi integrati o declassati.

C.B.

Borsa di studio in memoria di Giovanni Novelli

Il caro amico e collega Giovanni Novelli - scomparso nello scorso novembre (v. *Ambiente Società Territorio - Geografia nelle Scuole*, n. 6, 2004, p. 43) - aveva espresso più volte il desiderio di contribuire alla formazione universitaria, in ambito geografico, di un giovane proveniente da un Paese in via di sviluppo. A tal fine la famiglia sta raccogliendo contributi per una Borsa di Studio. L'iniziativa ha accolto il caldo sostegno della sezione Puglia. Gli amici e le sezioni provinciali e regionali dell'AIIG che lo volessero possono effettuare un versamento sul conto corrente postale n. 60049335 intestato a Marina Novelli, figlia di Giovanni, causale: "Borsa di studio Giovanni Novelli".