
Giovani e sballo

**PROMUOVERE LE COMPETENZE
AL CONSUMO NELL'ANIMAZIONE
SOCIOCULTURALE INFANZIA E
GIOVENTÙ**



INDICE

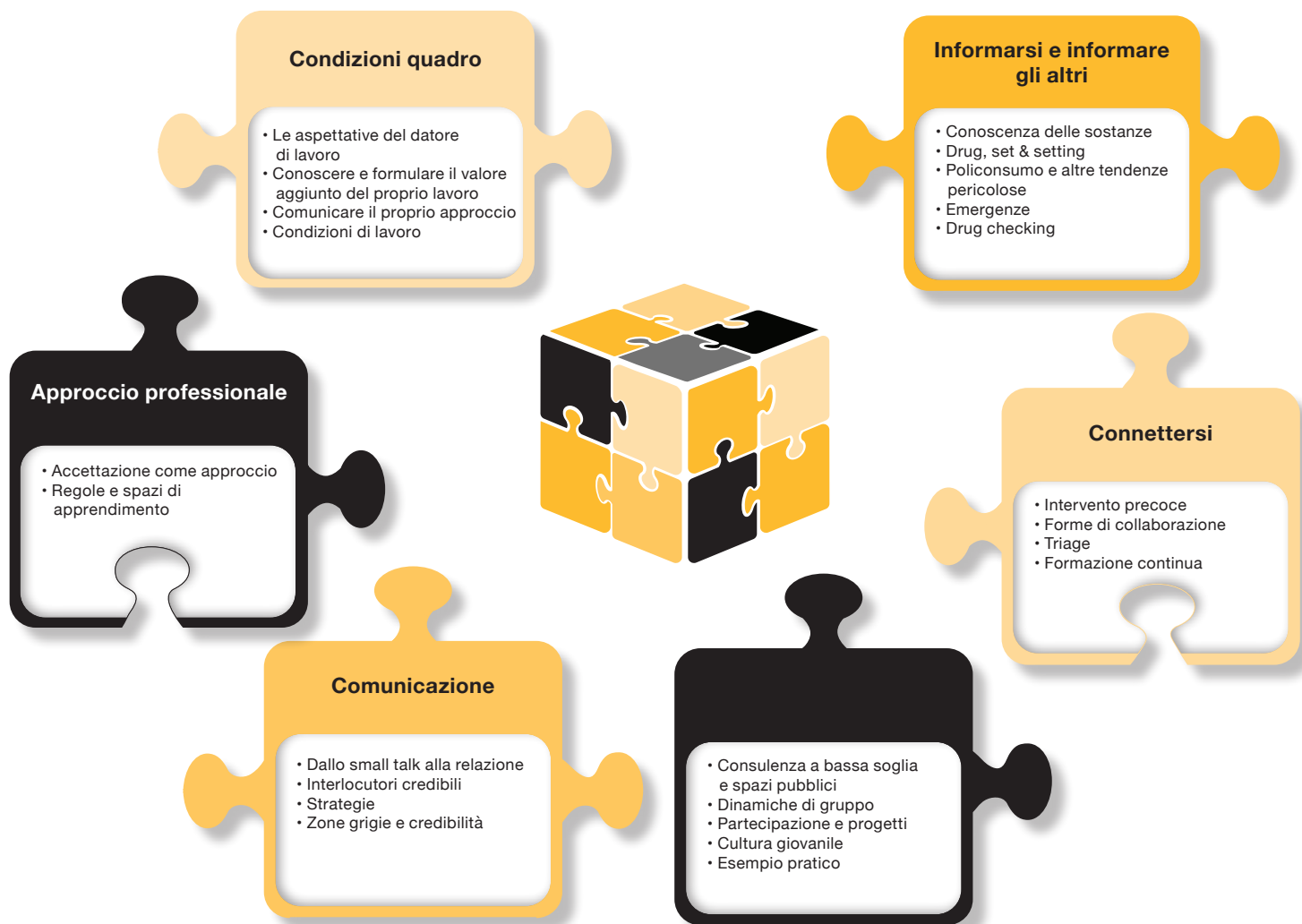
Informazioni su questa pubblicazione	2-3
1. Condizioni quadro	4-5
2. Approccio professionale	6-7
3. Comunicazione	8-9
4. Informarsi e informare gli altri e le altre	10-11
5. Connettersi	12
6. Nella pratica	13
Definizione dei termini	15
Per saperne di più	15
Fonti e pubblicazioni specialistiche	16
Autrici e autori	16

INFORMAZIONI SU QUESTA PUBBLICAZIONE

Questa pubblicazione dell'Associazione svizzera animazione socioculturale infanzia e gioventù (DOJ) è nata in collaborazione con l'Ufficio federale della sanità pubblica UFSP tra il 2019 e il 2022. Nell'ambito della strategia di prevenzione delle malattie non trasmissibili (Strategia MNT) e della strategia nazionale Dipendenze, L'UFSP mira a rafforzare l'alfabetizzazione sanitaria della popolazione svizzera.

Le fasi esistenziali dell'infanzia e dell'adolescenza sono oggetto di particolare attenzione in queste due strategie, poiché le competenze acquisite in quel particolare periodo si ripercuotono sullo sviluppo della salute individuale per il resto della vita. La partecipazione ad attività extrascolastiche, come quelle proposte dall'animazione socioculturale, ha un impatto positivo e significativo in favore di bambine, bambini e adolescenti. I professionisti e le professioniste dell'animazione socioculturale sostengono i e le giovani nell'affrontare le varie fasi del loro sviluppo, creando e mantenendo spazi liberi ed esperienziali. Ciò permette ai e alle giovani, durante le attività, di partecipare, di avere voce in capitolo e di assumere responsabilità, sviluppando competenze importanti e diversificate. Queste includono anche l'alfabetizzazione sanitaria, ovvero la capacità di trovare, comprendere e mettere in pratica le informazioni necessarie per poter prendere decisioni nella vita quotidiana che abbiano un impatto positivo per la propria salute.

Su incarico dell'UFSP, il DOJ si concentra in questa guida pratica sul rafforzamento della competenza legata al consumo di sostanze, come parte integrante dell'alfabetizzazione sanitaria dei e delle giovani. Tale capacità include anche competenze relative allo sbalzo e al rischio. Questa pubblicazione specialistica mira a rafforzare l'approccio delle professioniste e dei professionisti dell'animazione socioculturale alla tematica, promuovendo al contempo la loro riflessione e invitandoli a mettersi in rete con colleghi e colleghe. Intende inoltre incoraggiare un dialogo aperto con i e le giovani sulle sostanze psicoattive legali e illegali. Un riferimento pratico illustra dove e come è possibile promuovere, nelle offerte dell'animazione socioculturale, la padronanza nel consumo di sostanze. Il supporto ai professionisti e alle professioniste permette loro di riconoscere i rischi prima che subentrino e di agire in termini di rilevamento e intervento precoci.



All'inizio del 2021, in cinque cantoni (Argovia, Friburgo, Grigioni, Vaud e Zurigo) è stata condotta un'indagine sui bisogni dei professionisti e delle professioniste in merito alle competenze legate al consumo di sostanze. I primi tre capitoli («Condizioni quadro», «Approccio dei professionisti e delle professioniste» e «Comunicazione») sono significativi per l'animazione socioculturale, al di là del tema del consumo di sostanze. Tuttavia, vengono qui riproposti perché di fondamentale importanza per una buona promozione di tali competenze. Il primo capitolo serve a facilitare la comunicazione con i e le mandanti. Il secondo e il terzo approfondiscono l'approccio professionale degli animatori e delle animatrici socioculturali, fornendo esempi per una buona comunicazione con i e le giovani. Il quarto capitolo fornisce

informazioni specifiche sulle sostanze psicoattive, sui rischi e sulla riduzione del danno (safer use). Nel capitolo «Connettersi» si tematizza la formazione continua e la cooperazione, nonché il rilevamento e l'intervento precoci. Quest'ultimo aspetto è menzionato anche nei primi capitoli, in quanto il rilevamento e l'intervento precoci (intesi come approccio professionale) rappresentano un compito trasversale e dovrebbero essere pensati in tal senso. Infine, l'ultimo capitolo offre esempi stimolanti tratti dalla pratica. L'appendice contiene ulteriori link e riferimenti a pubblicazioni specialistiche, nonché alcune definizioni di termini. Ogni capitolo è un tassello del puzzle che completa il quadro della promozione della competenza al consumo nell'ambito dell'animazione socioculturale infanzia e gioventù.

1. CONDIZIONI QUADRO

Gli e le adolescenti imparano a gestire il proprio corpo durante la pubertà, sperimentando i primi sballi e mettendo alla prova i limiti. Per questo tipo di esperienza hanno bisogno di spazi di apprendimento. La legittimazione e la promozione delle competenze legate al consumo di sostanze s'inseriscono in una strategia di prevenzione che mira a costruire la capacità di usare in modo responsabile le sostanze psicoattive oppure di astenersi dal consumo, favorendo al contempo l'individuazione precoce dei comportamenti di dipendenza. L'attenzione non va posta sulla sostanza e sul consumo, ma sulla gestione delle situazioni difficili e sui fattori di resilienza. È importante essere consapevoli che l'apprendimento di questa competenza è un processo. Spesso anche per le persone adulte il consumo di sostanze rappresenta una sfida e non si può quindi pretendere che i e le giovani integrino rapidamente questa competenza o che siano subito in grado di controllarla. È un compito che dura tutta la vita, su cui bisogna lavorare costantemente. Si tratta di creare una buona base durante la pubertà e di accompagnare i e le giovani nel processo di apprendimento. In questo senso, l'animazione socioculturale opera in un'ottica di prevenzione secondaria e non è orientata all'astinenza. I professionisti e le professioniste del settore possono instaurare un dialogo e comunicare meglio con i e le giovani, se il tema del consumo non è tabù.

Questo approccio può portare a tensioni tra i professionisti e le professioniste dell'animazione socioculturale e i o le loro mandanti. La promozione delle competenze legate al consumo di sostanze spesso non è ciò che i superiori o i Comuni desiderano. Applicare l'astinenza e la repressione sono presumibilmente più facili e non presentano problemi di legalità e di gestione delle «zone grigie». È quindi ancora più importante che i professionisti e le professioniste siano in chiaro su come e per quale motivo promuovono le competenze legate al consumo di sostanze tra i e le giovani.

Le aspettative del datore di lavoro

Quali sono le aspettative dei datori e datrici di lavoro nei confronti dei professionisti e delle professioniste dell'animazione socioculturale? Che cosa desiderano o richiedono dall'animazione socioculturale di prossimità, ad esempio? Si tratta forse di mantenere la «pace e l'ordine» nel Comune? Che sia chiaro: i professionisti e le professioniste dell'animazione socioculturale non hanno il mandato di mantenere l'ordine, né nei centri giovanili, né negli spazi pubblici. I documenti di base del DOJ (vedi «Fonti e pubblicazioni specialistiche» in appendice) forniscono utili argomentazioni a tal fine e spiegano i principi di base associati.

I professionisti e le professioniste dell'animazione socioculturale devono conoscere le aspettative del o della mandante e posizionarsi in modo chiaro. Si tratta di una sfida legata ai tre mandati del lavoro sociale. Infatti, in quanto operatori e operatrici sociali, i professionisti e le professioniste dell'animazione socioculturale si trovano in una tensione costante tra i tre mandati. Il primo implica il lavoro con il gruppo bersaglio (nel caso dell'animazione socioculturale, il sostegno a bambini, bambine e giovani). Il secondo mandato riguarda la realizzazione dell'incarico del Comune (o dell'associazione) come datore di lavoro. In quanto fornitore di servizi sociali, il Comune ha il diritto di controllare come sono impiegate e messe in atto le risorse dedicate a tale scopo. Il terzo mandato comprende la responsabilità nei confronti del lavoro sociale (diritti umani, codice deontologico, teorie professionali) e ha un grande impatto sull'approccio e sull'impegno dei professionisti e delle professioniste nei confronti dell'animazione socioculturale. Questo triplice mandato, come formulato da Staub-Bernasconi (2018), fa del lavoro sociale una professione legata ai diritti umani e chiarisce il coinvolgimento degli animatori e delle animatrici nella difesa dei diritti umani stessi, dei diritti dei bambini, delle bambine, dei e delle giovani e dei principi fondamentali dell'animazione socioculturale.

Conoscere e formulare il valore aggiunto del proprio lavoro

L'animazione socioculturale è orientata alle risorse, è aperta a tutti e tutte e favorisce il coinvolgimento dei e delle giovani nell'ambito delle sue offerte. Il lavoro di pubbliche relazioni rende visibile e fa riconoscere questo valore aggiunto. L'animazione socioculturale svolge un lavoro di prevenzione non immediatamente riconoscibile. Quando l'animazione socioculturale avrà più spazio e potrà fungere da centro di promozione dell'infanzia e della gioventù a livello del Comune, la sua influenza sarà maggiore e la sua importanza meglio percepita.

L'impatto e i benefici dell'animazione socioculturale possono essere presentati in un modello concettuale o di impatto (cfr. Quali-Tool). Elaborando insieme un progetto, si possono chiarire i malintesi, l'incarico di lavoro diventa più chiaro e i professionisti e le professioniste acquistano sicurezza per motivare il loro approccio.

Comunicare il proprio approccio

Adottando un approccio aperto e professionale, le animatrici e gli animatori socioculturali possono comunicare alla pari con i e le giovani e costruire relazioni preziose. Questo lavoro di relazione è la base per il rilevamento e l'intervento precoci, che comprendono l'eliminazione dei tabù sul consumo, il trasferimento delle conoscenze e la fiducia. I e le mandanti devono conoscere e sostenere questo approccio. Ciò è utile, ad esempio, quando i genitori si lamentano con il Comune perché i loro figli e le loro figlie sono tornati a casa con materiale di prevenzione o perché un evento di *safer use* si svolge nel centro giovanile.

Condizioni di lavoro

«La promozione e l'attuazione del rilevamento e dell'intervento precoci necessitano di un chiaro mandato a livello politico e istituzionale, nonché di risorse finanziarie, temporali e umane» (Carta Rilevamento e intervento precoci, 2016)

Infine, è altrettanto importante che le condizioni di lavoro e di incarico siano adeguate. Affinché i professionisti e le professioniste possano fare propri tutti gli elementi citati finora, insieme ai principi di base e di funzionamento dell'animazione socioculturale, hanno bisogno di tempo a sufficienza, cioè di una percentuale di lavoro adeguata. Anche l'infrastruttura deve corrispondere al mandato. I professionisti e le professioniste devono essere in grado di lavorare in modo flessibile, di adattarsi alle esigenze dei gruppi bersaglio, di continuare a formarsi e di lavorare in rete. L'animazione socioculturale è un lavoro di relazione. Ci vogliono diversi anni per costruire questo aspetto in un Comune o in un quartiere. Se le condizioni di lavoro non sono buone, i professionisti e le professioniste cambiano impiego dopo poco tempo e molti contatti ed esperienze vanno persi a causa del frequente turn over. Vale quindi la pena che i Comuni e le associazioni investano nei loro animatori e nelle loro animatrici socioculturali. Solo buone condizioni di lavoro rendono possibile un'animazione socioculturale efficace.

2. APPROCCIO PROFESSIONALE

L'apprendimento delle competenze legate al consumo di sostanze è un processo che probabilmente non si concluderà mai completamente. Molti attraversano fasi di consumo eccessivo in gioventù, imparano le lezioni e vivono in seguito per decenni con modalità di consumo stabili e prevalentemente non problematiche. Non vivono in totale astinenza e considerano un consumo relativamente poco rischioso come un piacevole arricchimento della propria vita. In caso di eventi di vita critici, come la perdita di figure di riferimento importanti o la disoccupazione, così come durante le fasi di forte stress o in caso di malattia, disabilità e vecchiaia, la competenza legata al consumo di sostanze torna a essere una sfida. Succede non di rado che persone stabili tendano, in queste situazioni di vulnerabilità, a consumare eccessivamente, a riferirsi a modelli di consumo problematici o a cadere nella dipendenza.

I professionisti e le professioniste dell'animazione socioculturale, così come altre figure che operano in favore dell'infanzia e della gioventù, si sono posti l'obiettivo di migliorare le condizioni di crescita dei bambini, delle bambine, dei e delle giovani nello spazio sociale e a promuoverne uno sviluppo sano. Anch'essi fanno parte integrante di queste condizioni di crescita e, con il loro approccio, hanno un'influenza diretta sui bambini, sulle bambine, sulle e sui giovani e sul loro ambiente di vita. Tale approccio, insieme alle regole che l'animazione socioculturale stabilisce nelle sue offerte e ai messaggi che trasmette, sono quindi decisivi per l'impatto del loro lavoro.

L'adolescenza è una fase di vita vulnerabile e talvolta anche turbolenta, in cui la gioventù è chiamata ad assumersi la responsabilità in molti ambiti, come risultato del processo di separazione dai genitori. Questo include anche il proprio consumo di sostanze. Essere moderati nel consumo è difficile, perché è proprio nell'adolescenza che si esplorano i limiti. Evitarlo è spesso impossibile, perché anche se l'istinto invita alla cautela, i e le giovani desiderano comunque appartenere a un gruppo dei pari. Il consumo sperimentale sconsiderato, così come anche quello prettamente sociale o per puro piacere, sono altrettante realtà del mondo giovanile quanto l'uso eccessivo e molto regolare, come reazione alla pressione e alla sofferenza, l'automedicazione per problemi psicologici o l'insicurezza nelle situazioni sociali.

Accettazione come approccio

Per insegnare la competenza legata al consumo, sia i professionisti e le professioniste dell'animazione socioculturale, sia i e le giovani dovrebbero partire dal presupposto che esistono forme e modelli di consumo con un rischio minore e che questi possono essere appresi. Tale presupposto va sempre tenuto presente, poiché l'insegnamento delle competenze legate al consumo non è un processo lineare, ma è segnato da battute d'arresto e conflitti. Dopo tutto, i e le giovani vogliono fare esperienza, esplorare i limiti e seguire la propria strada.

Per accompagnare questo processo, sono necessari professionisti e professioniste in grado di valutare i modelli e le forme di consumo e di stimarne i rischi. Inoltre, è importante che siano capaci di costruire, mantenere e personalizzare una relazione. Per farlo, devono innanzitutto cogliere i singoli giovani e le singole giovani nella fase del loro sviluppo e nel loro ambiente di vita. Questo richiede apertura, disponibilità al dialogo e imparzialità. Inoltre, se gli scambi schietti sulle abitudini alimentari, sul tempo trascorso davanti allo schermo e sul consumo di alcol sono già di per sé personali, quelli sull'uso di sostanze psicoattive lo sono ancora di più. Spesso per i e le giovani è più facile discutere di questi argomenti con coetanei, con perfetti sconosciuti oppure con persone al di fuori del loro ambiente di vita, conosciuti ad esempio tramite Internet. Affinché s'instauri un dialogo tra giovani e professionisti e professioniste competenti che li accompagnano per un periodo di tempo più lungo, è necessaria una relazione profonda, onesta e di accettazione in cui i e le giovani non si sentano giudicati o non abbiano paura di scioccare l'interlocutore o l'interlocutrice.

I principi di base e di funzionamento dell'animazione socioculturale infanzia e gioventù, come l'apertura, la bassa soglia e il lavoro impostato sulla relazione, rendono possibile questo rapporto privilegiato con i e le giovani. A differenza di altri adulti, come insegnanti o genitori, i professionisti e le professioniste dell'animazione socioculturale sono vicini all'ambiente di vita giovanile e coltivano consapevolmente una cultura della seconda, terza e quarta possibilità. Questo evita la rottura delle relazioni e favorisce lo scambio. L'esperienza dell'animazione socioculturale dimostra che i e le giovani hanno un immenso bisogno di scambi con persone di riferimento adulte. Una volta sciolto il ghiaccio, pongono ai professionisti e alle professioniste innumerevoli domande su questioni delicate, alcune delle quali anche molto personali. I professionisti e le professioniste dell'animazione socioculturale entrano in relazione con i e le giovani con la propria personalità. Ciò richiede una solida identità professionale, cioè un approccio consapevole di

vicinanza, di distanza e dei propri limiti. Le esperienze personali possono, ma non necessariamente devono, essere tematizzate. Tuttavia, un atteggiamento prescrittivo orientato all'astinenza che nasce dal sentimento della propria infallibilità, non offre spazio per un dialogo aperto e costruttivo con i e le giovani.

La supervisione in team e l'accompagnamento attento dei professionisti e delle professioniste ancora inesperti sono essenziali nell'animazione socioculturale. Quanto minori sono le direttive che il mandato di un settore professionale pone sulla relazione e sull'atteggiamento nei confronti dei e delle giovani, tanto più consolidata e ponderata dovrebbe essere l'identità professionale dei singoli professionisti, delle singole professioniste e l'atteggiamento del team. L'apparente leggerezza e apertura nei confronti di temi sensibili rendono quindi l'ambito professionale dell'animazione socioculturale molto impegnativo.

Regole e campi di apprendimento

Un atteggiamento di accettazione presuppone soprattutto l'accettazione per i e le giovani che consumano e solo marginalmente per il consumo in sé. Esso non va scambiato con la sua approvazione incondizionata. I messaggi di prevenzione sono credibili solo se provengono da un atteggiamento di accettazione e da una relazione sostenibile. Quando i e le giovani percepiscono che i loro interlocutori e le loro interlocutrici sono competenti, imparziali e onesti sull'argomento, prendono sul serio gli avvertimenti, le regole o i divieti sul consumo. È essenziale che i professionisti e le professioniste assumano una posizione esplicita sul consumo a rischio, che parlino apertamente dei rischi per la salute e sulla predisposizione alla dipendenza, che definiscano chiare regole per le loro offerte e che chiedano che queste vengano rispettate. I fattori di rischio e i segnali di allarme devono essere riconosciuti per avviare, se necessario, misure d'intervento precoce (per saperne di più, si veda il capitolo Connettersi).

Nel lavoro di prevenzione primaria con i bambini, le bambine, gli e le adolescenti più giovani, i professionisti e le professioniste dell'animazione socioculturale tenderanno ad assumere una posizione orientata all'astinenza e a creare un contesto in cui si applica la tolleranza zero. Questo vale anche per le colonie di vacanza, le escursioni e i viaggi all'estero.

Anche nella prevenzione secondaria, cioè nel lavoro con giovani che già consumano sostanze, alcol o sigarette, le offerte, di per sé orientate all'astinenza, sono importanti ambiti di apprendimento, in cui emergono chiaramente le tendenze alla dipendenza. Quando alcuni e alcune giovani saltano una gita al parco avventura perché non possono fumare o bere, o vi arrivano intossicati, si presenta una buona occasione per affrontare il tema della perdita di autonomia dovuta alla dipendenza e dell'importanza di una regolare astinenza dal consumo. Quando è che il consumo va bene e quando no? A cosa rinunci quando non posso farne a meno?

L'autoriflessione, l'autopercezione, l'apprendimento e lo sviluppo vivono di confronto e di attrito e non vanno puniti con la rottura del rapporto, perché l'animazione socioculturale rappresenta la cultura della seconda, terza e quarta possibilità. Per gli animatori e le animatrici socioculturali lavorare con un atteggiamento di accettazione significa accompagnare i conflitti, le tensioni, le battute d'arresto e le delusioni, rendendoli proficui per i e le giovani. Questo è l'opposto del lasciar fare perché, affinché ciò avvenga, i professionisti e le professioniste devono essere disposti a mantenere un rapporto costruttivo e duraturo con i e le giovani.

3. COMUNICAZIONE

La comunicazione verbale e non verbale è un argomento quasi inesauribile nell'ambito dell'animazione socioculturale infanzia e gioventù. È essenziale che i e le giovani si sentano a proprio agio con il modo in cui i professionisti e le professioniste comunicano, perché nell'animazione socioculturale il contatto con loro avviene nel tempo libero dei e delle giovani, cioè volontariamente e direttamente nel loro ambiente di vita. In un programma, un progetto o un centro giovanile, sono i professionisti e le professioniste ad avere la responsabilità di stabilire limiti e regole. In realtà, si tratta comunque di un luogo di incontro per i e le giovani. Se gli animatori, le animatrici e il servizio specializzato non mantengono un atteggiamento di accoglienza e di comunicazione, il centro giovanile perderà rapidamente il suo pubblico. Inoltre, nell'animazione socioculturale di prossimità, sono i professionisti e le professioniste ad essere ospiti del mondo dei e delle giovani nello spazio pubblico. Ciò segna una grande differenza rispetto al contesto scolastico o alla casa genitoriale.

Dallo small talk alla relazione

L'umorismo, l'autenticità e il piacere a stare tra i e le giovani sono gli strumenti più importanti per parlarsi in modo rilassato. Costruire un rapporto richiede però qualcosa di più, ovvero un interesse genuino. Gli adulti e le adulte trattano i e le giovani vedendoli nel ruolo di futuri adulti e il loro interessamento è improntato a scoprire se si stanno sviluppando in conformità alla società: «Come va a scuola, com'era la tua pagella, come va la ricerca dell'apprendistato, hai un fidanzato o una fidanzata?».

Per creare fiducia e relazione, tuttavia, lo scambio va basato sul modo in cui i e le giovani pensano al momento presente, su ciò di cui hanno bisogno ora per sentirsi bene, su ciò che li fa arrabbiare o che è importante per loro, e perché. In un contesto ideale, i professionisti e le professioniste dell'animazione socioculturale hanno il tempo, lo spazio, il compito e il privilegio di incontrare i e le giovani in questo modo, creando così le basi per un accompagnamento duraturo.

Interlocutori ed interlocutrici credibili

Tuttavia, la sola relazione duratura non è sufficiente a insegnare la competenza al consumo. Sebbene i e le giovani ricerchino interlocutori e interlocutrici adulti per affrontare molti argomenti di loro interesse, questi devono essere credibili, in modo che i e le giovani li accettino e li rispettino. I professionisti e le professioniste dell'animazione socioculturale dovrebbero quindi:

- Essere competenti. I e le giovani verificano se gli adulti sanno di cosa stanno parlando, ad esempio sul tema dell'uso di sostanze o dei videogiochi.
- Essere in grado di argomentare concretamente e nell'interesse dei e delle giovani. Le argomentazioni che si riferiscono esclusivamente al benessere e alle norme della società non sono convincenti e non incoraggiano la riflessione: «Questo non è corretto, questo è vietato, se tutti facessero così...».
- Essere indipendenti e autentici. Gli adulti e le adulte conformisti, che cambiano opinione regolarmente, che appaiono insicuri, esitanti o anche eccessivamente autoritari, non sono presi sul serio.
- Non essere manipolatori, imbarazzanti o autocompiaciuti. Soprattutto quando i e le giovani sono in gruppo e quindi più sicuri di sé e critici, reagiscono in modo negativo agli adulti e alle adulte che discutono in modo manipolatorio o esibizionista, che si lasciano prendere da monologhi egocentrici o che fanno battute a spese altrui.
- Essere affidabili. Questo include il fatto di non condividere informazioni personali, non abusare di informazioni private, non giudicare e non interrompere la relazione alla prima difficoltà.
- Essere onesti. Non demonizzare i rischi, né nascondere il fatto che il consumo può anche essere piacevole e allargare gli orizzonti. Ammettere di non sapere qualcosa ed essere disponibili a imparare.

Strategie

Approfondire le informazioni insieme

A lungo andare, a nessuno piace ricevere lezioni e i rimproveri raramente stimolano la riflessione. Ma i e le giovani amano discutere approfonditamente di argomenti che li interessano. Inoltre, soprattutto grazie all'uso di Internet, sono ben informati. Amano imparare e svilupparsi intellettualmente. Fare insieme una ricerca su un tema in Internet e lasciare che il o la giovane spieghi come e da dove prende le informazioni, sono buone strategie per rendere il dialogo e la relazione più equilibrati.

Imparare reciprocamente

È importante, sul tema del consumo, riconoscere i e le giovani come esperti del loro mondo. I professionisti e le professioniste possono riassumere ai e alle giovani alcuni dati tratti da uno studio o da un articolo di giornale pertinenti e chiedere di esprimere la loro opinione. Oppure possono chiedere le loro considerazioni sulle attività del centro giovanile. Questo è molto didattico, incoraggia i e le giovani a riflettere su se stessi e facilita diversi aspetti in un'atmosfera di apprendimento reciproco.

Discutere e dibattere con imparzialità

La voglia di discutere è indispensabile per lavorare nell'ambito dell'animazione socioculturale infanzia e gioventù. Moderare discussioni o stimolare conversazioni con i e le giovani sono competenze fondamentali dei professionisti e delle professioniste dell'animazione socioculturale. Nelle loro offerte, ci sarebbe spazio per ben di più di un semplice «sì» o «no». Se i e le giovani imparassero ad argomentare e a sapersi difendere verbalmente, molte reazioni eccessive non sarebbero più necessarie. Formulare verbalmente le emozioni e i pensieri favorisce l'autoconsapevolezza e costituisce una parte importante dello sviluppo della resilienza.

Ostacoli

I professionisti e le professioniste dell'animazione socioculturale infanzia e gioventù non devono essere né giovani né giovanili, non devono saper andare in skateboard e non devono indossare capi di moda cool per essere percepiti e presi sul serio dai e dalle giovani. È opportuno utilizzare un linguaggio il più possibile chiaro, che a volte può e deve contenere anche termini tecnici.

I professionisti e le professioniste usano un linguaggio più elaborato di quello dei e delle giovani. Le discussioni e i conflitti sono importanti, anche se le provocazioni sono a volte difficili da reggere. Ciononostante, non è professionale, né produttivo spingere verbalmente i e le giovani in un angolo e provocare una «perdita della faccia», peggio ancora se in presenza di altri giovani e altre giovani. A dipendenza della situazione, ciò può rivelarsi addirittura pericoloso. I professionisti e le professioniste sono i garanti dell'equità nelle discussioni e nelle situazioni difficili!

Zone grigie e credibilità

Uno sguardo ai metodi di lavoro dei professionisti e delle professioniste dell'animazione socioculturale chiarisce quali opportunità si aprono per l'insegnamento delle abilità relative al consumo nell'accompagnamento dei e delle giovani. Approcci e messaggi orientati all'astinenza, invece, inibiscono lo sviluppo di un rapporto di fiducia e la comunicazione di informazioni concrete. Infine, ma non meno importante, la credibilità dei professionisti e delle professioniste risulta fortemente limitata dai divieti. Se essi ed esse raccontano ai e alle giovani che la cannabis è proibita perché pericolosa, perderanno ogni credibilità quando quest'ultimi e queste ultime avranno fumato il loro primo spinello, uscendo indenni dall'esperienza. Perché dovrebbero allora credere che la cannabis possa scatenare psicosi in giovani predisposti o che a volte vengano venduti cannabinoidi sintetici che sono tossici?

Un approccio aperto, una buona comunicazione ed essere credibili sono gli elementi chiave quando si tratta di sviluppare le competenze al consumo dei e delle giovani. I professionisti e le professioniste si muovono in una zona grigia e piena di contraddizioni per quel che concerne la legalità delle sostanze, anche perché eliminare il tabù legato al consumo non significa sminuirne i rischi. I capitoli seguenti offrono un aiuto concreto ai professionisti e alle professioniste per affrontare questa delicata situazione.

4. INFORMARSI E INFORMARE GLI ALTRI E LE ALTRE

Gli anni tra l'infanzia e l'età adulta comportano molte incertezze e sfide per i e le giovani. È in situazioni di vulnerabilità che il consumo può diventare problematico, che si tratti di sostanze psicoattive (compreso l'alcol), sigarette, sport, cibo, sesso, videogiochi, social media o fast fashion. Questo capitolo è dedicato nello specifico alle sostanze psicoattive, in quanto esse esercitano una particolare attrazione sui e sulle giovani a causa della loro (parziale) illegalità e costituiscono, da una prospettiva sociologica e in relazione alle prime esperienze di sballo durante la pubertà, un rito di passaggio tra l'infanzia e l'età adulta (Lange et al., 2018).

Conoscere le sostanze psicoattive favorisce le competenze legate al consumo dei e delle giovani. Da questa prospettiva, per i professionisti e per le professioniste sorgono le seguenti domande:

- In che modo i servizi dell'animazione socioculturale creano un ambiente sicuro in cui i e le giovani possono porre apertamente tutte le loro domande sulle sostanze psicoattive? Questo è particolarmente importante perché l'argomento può causare rapidamente pregiudizi, accuse e stigmatizzazioni.
- Cosa incoraggia i e le giovani a confrontarsi con le sostanze psicoattive che incontrano?
- Quali offerte dell'animazione socioculturale possono essere di sostegno nel trasferimento di conoscenze e nella promozione delle competenze?

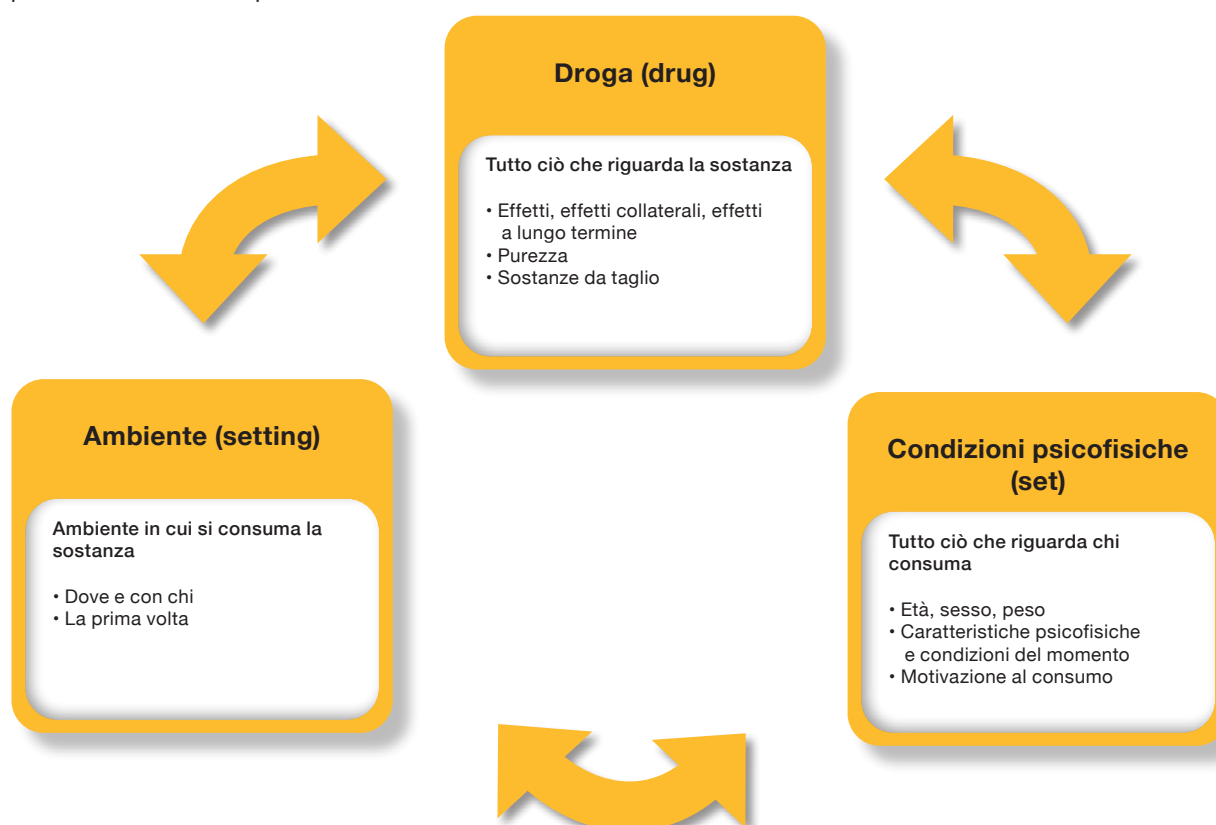
Il consumo di sostanze psicoattive fa sorgere molte domande, perché quando si staccano dai genitori, i e le giovani entrano in un mondo nuovo, in cui sono presenti sostanze che non hanno mai incontrato prima. È sempre un buon segno quando i e le giovani fanno domande. Questo dimostra che si stanno confrontando con il consumo e con i rischi che ne derivano.

Conoscenza delle sostanze

Nella Svizzera tedesca esistono organizzazioni e reti (vedi «Per saperne di più» nell'appendice) che offrono ai professionisti e alle professioniste dell'animazione socioculturale ampie informazioni sulle sostanze e sul consumo. Fornire materiale informativo ai e alle giovani nei servizi dell'animazione socioculturale è un buon approccio per segnalare apertura e accettazione. Tuttavia, ~~preferendo~~ ^{preferendo} le documentazioni sono necessarie spiegazioni di accompagnamento e alcune esigenze informative emergono solo nelle discussioni individuali.

Drug, Set e Setting

Quando si ha a che fare con sostanze psicoattive, non è importante solo la conoscenza della sostanza, ma anche quella delle sue interazioni con il corpo e l'ambiente, descritto dai tre fattori drug, set e setting.



Fonte: Saferparty Streetwork

Per *drug* si intende una sostanza psicoattiva. Di che sostanza si tratta? Qual è il suo effetto? Qual è la sua natura, si tratta forse di una sostanza tagliata?

Si parla di *set* quando si pensa alle condizioni generali dei consumatori e delle consumatrici. Non sono decisive solo le caratteristiche fisiche o la corporatura, ma anche l'attuale condizione fisica e mentale della persona. Il fatto che sia stata malata recentemente, che abbia fatto una pausa dal consumo o lo stato in cui si trova emotivamente sono tutti fattori determinanti. Inoltre, la motivazione al consumo di sostanze gioca un ruolo da non sottovalutare: se i e le giovani hanno avuto una buona giornata e vogliono festeggiare con gli amici o le amiche, l'effetto della sostanza psicoattiva può risultare più positivo. Tuttavia, se per esempio consumano alcol per dimenticare una brutta esperienza o un dispiacere, l'effetto sarà piuttosto negativo o più forte.

Il fattore del *setting* descrive l'ambiente, la situazione e l'entourage del consumo. Questi hanno una grande influenza sul modo in cui i e le giovani si sentono. Sono a proprio agio da soli e sono presi in considerazione dalle persone con cui escono? Anche il luogo del consumo può essere determinante. Ad esempio, se le sostanze allucinogene vengono utilizzate in un luogo dove ci sono molti stimoli (ad esempio una festa, una parata, un concerto, ecc.), questo può portare molto rapidamente a sentirsi sopraffatti e soprafatte. I professionisti e le professioniste dell'animazione socioculturale possono incoraggiare i e le giovani a riflettere sull'ambiente in cui si trovano mentre consumano. Se un fattore del *setting* si rivela contrario o sorge una sensazione di disagio, il consumo è da sconsigliare vivamente.

È importante considerare i fattori *drug*, *set* e *setting*, perché la stessa sostanza (ad esempio la birra), nella stessa quantità (0,5 litri), può avere effetti molto diversi sulla stessa persona (donna, 60 kg). Dopo una giornata al lago sotto il sole cocente e bevuta a stomaco vuoto, l'effetto di questa birra è diverso da quello dopo un pasto abbondante all'ombra. In questo contesto, l'autoconsapevolezza e l'autovalutazione sono competenze che possono essere affrontate con i e le giovani.

Policonsumo e altre tendenze pericolose

Per policonsumo si intende l'uso simultaneo o ravvicinato di due o più sostanze psicoattive in modo che i loro effetti si sovrappongano. La combinazione di due o più sostanze in un breve lasso di tempo mette a dura prova l'organismo e la psiche e comporta dei rischi. La reazione dell'organismo e l'interazione delle sostanze, così come i loro effetti e gli effetti collaterali, sono difficili da valutare. Un esempio che è apparso spesso sui media è

la combinazione di benzodiazepine (ansiolitici, noti sotto l'appellativo di Xanax) e alcol.

I e le giovani consumano anche sostanze che si trovano nel reparto alimentare dei supermercati o in farmacia. Ad esempio, i preparati per la tosse contenenti codeina vengono mescolati a bevande gassate e talvolta alcoliche. Per uno sbalzo rapido, l'inalazione di protossido di azoto dalle capsule di gas per la panna è un fenomeno ben noto.

Ulteriori informazioni sul policonsumo e sui centri di accoglienza sono disponibili nell'elenco dei link in appendice, alla voce «Per saperne di più».

Emergenze

È importante che i e le giovani sappiano che i servizi di urgenza sono il primo centro di accoglienza in caso di emergenza. Il policonsumo può portare a situazioni pericolose: i e le giovani non devono esitare a chiamare un'ambulanza, in caso di bisogno.

Drug Checking

Chiunque acquisti una birra o una bottiglia di vino può informarsi sul contenuto. Si può presumere che se su una bottiglia c'è scritto che si tratta di birra, essa contenga effettivamente quella bevanda. Inoltre, viene indicata la gradazione alcolica che può essere un indizio sull'effetto (a dipendenza del *set* e del *setting*). Molte altre sostanze psicoattive sono illegali e ciò significa che non sono verificate da un organo di controllo. Per quanto affidabile possa sembrare il sito darknet da cui ordinare una sostanza o per quanto conosciuto sia lo spacciatore o la spacciatrice, i e le giovani non dispongono di informazioni attendibili. Esiste tuttavia la possibilità di far analizzare le sostanze psicoattive in modo gratuito e anonimo. Le uniche condizioni sono la presenza di persona e la volontà di parlare con l'assistente sociale di servizio. In Svizzera, i cosiddetti servizi di *drug checking* sono già disponibili a Basilea, Berna, Bienne, Ginevra, Lucerna e Zurigo. Il personale che lavora per il *drug checking* si può anche spostare durante i festival o presso le discoteche.

I test possono determinare l'effettiva composizione della sostanza, così come la sua purezza, dato molto importante per il dosaggio. Inoltre, è possibile determinare se e quali tagli o quali altre sostanze psicoattive indesiderate sono presenti, riducendo così i rischi dovuti al dosaggio e a eventuali informazioni errate. I professionisti e le professioniste dell'animazione socioculturale possono sensibilizzare i e le giovani sulla possibilità di effettuare il test e raccomandare loro di usufruire di tale servizio, da un lato per ridurre i rischi del consumo, dall'altro perché possano sfruttare l'opportunità per porre tutte le loro domande a un professionista o una professionista specializzati in quell'ambito.

5. CONNETTERSI

Per il lavoro sociale e l'animazione socioculturale, è indispensabile creare una rete di professionisti e professioniste che operano in favore di bambini, bambine e giovani, a livello comunale, regionale o cantonale. I e le giovani si muovono in ambienti molto diversi e possono essere percepiti in vari modi. Un allenatore o un'allenatrice di pallavolo, ad esempio, noterà le cicatrici sulle braccia di un o una giovane, mentre ciò potrebbe risultare celato agli e alle insegnanti e ai professionisti e alle professioniste dell'animazione socioculturale. Se l'allenatore o l'allenatrice conosce l'animatore o l'animatrice socioculturale, ciò facilita il contatto e lo scambio.

Il rilevamento e l'intervento precoci

Il rilevamento e l'intervento precoci rappresentano un compito comune e possono avere successo solo grazie alla creazione di una rete e a uno scambio regolare tra tutte le professioniste e tutti i professionisti coinvolti. Il rilevamento e l'intervento precoci implicano una concezione professionale comune e un atteggiamento di base condiviso, con «l'obiettivo di riconoscere il più precocemente possibile i primi segnali di un problema e di chiarire la necessità di agire per trovare misure adeguate per sostenere le persone interessate». (Rilevamento e intervento precoce: Definizione armonizzata, UFSP).

Forme di collaborazione

- Lavoro in rete nell'animazione socioculturale infanzia e gioventù: la maggior parte delle reti cantonali o regionali organizza incontri regolari in cui i professionisti e le professioniste dell'animazione socioculturale possono scambiarsi informazioni su progetti e argomenti. Questi incontri sono anche una buona occasione per scambiare informazioni sui comportamenti di consumo dei e delle giovani, ad esempio, se c'è una nuova sostanza in circolazione.
- Creare una rete nel Comune o nel quartiere: per coinvolgere il proprio entourage, l'animazione socioculturale può e dovrebbe andare verso altri attori del Comune. Una buona comunicazione è essenziale. Se agli e alle abitanti e ai e alle rappresentanti comunali è chiara la missione dell'animazione socioculturale, una collaborazione costruttiva con loro è destinata al successo.
- Lavoro di rete all'interno del team: regolari supervisioni e/o l'intervisioni permettono ai professionisti e alle professioniste di riflettere sul loro modo di lavorare e rafforzano lo spirito di squadra.

Triage

Assistenti sociali che lavorano in ambito scolastico, organizzazioni come Saferparty Streetwork, dottori e dottoresse, delegati e delegate dei e delle giovani, dipendenti di enti che operano in favore dei e delle giovani... molteplici sono gli attori e le attrici del settore della prevenzione e il contatto con gli animatori e le animatrici socioculturali non è scontato per tutti e tutte. I professionisti e le professioniste dell'animazione socioculturale possono curare i contatti organizzando tavole rotonde o gruppi di lavoro. Questo sforzo si ripaga quando un o una professionista si trova in una situazione di consulenza o in un altro tipo di contatto con i e le giovani senza sapere come andare avanti. Sia il rilevamento e l'intervento precoci, sia il triage da parte dei professionisti e delle professioniste dell'animazione socioculturale avvengono in modo più rapido ed efficiente grazie ai contatti pre-esistenti della loro rete professionale.

Formazione continua

Una formazione continua regolare fa parte dello sviluppo professionale dei professionisti e delle professioniste dell'animazione socioculturale e dovrebbe essere inserita nel bilancio delle istituzioni. Potrebbe, ad esempio, trattarsi di un seminario sulla tecnica del colloquio (come per es. Move), un corso sulla salute mentale (ensa) o un seminario specialistico sul tema dell'alcol. Oltre all'acquisizione di conoscenze e alla creazione di rete tra professionisti e professioniste, questi eventi favoriscono in modo significativo il perfezionamento e il trasferimento delle conoscenze. Per esempio, quali sono le ultime tendenze del policonsumo e quale associazione offre informazioni a bassa soglia? Attraverso uno scambio regolare, i professionisti e le professioniste si tengono al passo con i tempi.

6. NELLA PRATICA

Come si può promuovere la competenza legata al consumo di sostanze dei e delle giovani nei vari ambiti di lavoro dell'animazione socioculturale infanzia e gioventù? Cosa bisogna considerare in un lavoro di progetto? Quali sono i metodi più adatti per trasmettere le conoscenze e promuovere le competenze legate al consumo?

Consulenze a bassa soglia e lavoro giovanile di prossimità

Nel regolare funzionamento dell'animazione socioculturale, gli scambi avvengono in contesti informali. Nel centro giovanile, ad esempio durante una partita a biliardo o semplicemente davanti a una tazza di tè, i e le giovani tematizzano la scuola e il lavoro, la famiglia e le relazioni o anche la dipendenza e il consumo di sostanze. Lo stesso accade nell'ambito del lavoro giovanile di prossimità negli spazi pubblici, durante un picnic al parco, in un campo sportivo o nel cortile della scuola. In queste discussioni i professionisti e le professioniste forniscono la loro esperienza e tengono a disposizione materiale informativo e didattico. Questo materiale è disponibile anche nel centro giovanile, in modo che i e le giovani possano ottenere le informazioni necessarie. Le informazioni su argomenti sensibili possono essere collocate in luoghi discreti ma ben noti, in modo che i e le giovani possano ottenerle in modo anonimo (ad esempio, nei bagni). Nel caso del lavoro giovanile di prossimità, i professionisti e le professioniste hanno con sé il materiale necessario durante i loro giri negli spazi pubblici. Gli opuscoli informativi sul tema della competenza legata al consumo di sostanze o i «kit safer use» vengono consegnati dai professionisti e dalle professioniste ai e alle giovani che sanno già utilizzare correttamente queste informazioni. Per il trasferimento del sapere e la sensibilizzazione, se necessario, i e le giovani sono accompagnati dai professionisti e dalle professioniste, ad esempio leggendo insieme gli opuscoli e commentandoli.

Dinamiche di gruppo

Nei servizi dell'animazione socioculturale, i professionisti e le professioniste incontrano spesso giovani che, ad esempio, entrano nel centro giovanile con una bottiglia di birra aperta o visibilmente alterati. Questi e queste giovani non devono necessariamente essere respinti, perché tali situazioni offrono una buona opportunità per parlare di consumo. La sfida per i professionisti e le professioniste è rappresentata dalla necessità di dover prestare attenzione anche ai e alle giovani che non consumano, trovandosi quindi in bilico tra i vari gruppi e le loro esigenze. In questo senso, è utile discutere all'interno del team su come affrontare tali situazioni o fare ricorso a supervisioni e intervistazioni.

Partecipazione e lavoro di progetto

Nell'ambito delle attività del tempo libero, l'animazione socioculturale offre ambiti di apprendimento non formali e informali. Promuove il coinvolgimento dei e delle giovani, li e le sostiene nella formulazione delle loro idee e delle loro esigenze, plasmando attivamente il loro tempo libero e il loro ambiente di vita. Nell'ambito dell'animazione socioculturale, sarebbe maldestro e paternalistico se i professionisti e le professioniste suggerissero ai e alle giovani un progetto di prevenzione del consumo. Per rendere giustizia all'approccio partecipativo, sono necessari creatività ed entusiasmo. Il seguente elenco di programmi e progetti serve come fonte di ispirazione e stimolo.

- **Sostegno finanziario:** i programmi di promozione della salute come Kebab+ o SUP2020 (in tedesco) sostengono i servizi specializzati dell'animazione socioculturale che pianificano e realizzano progetti, offerte e attività legate alla promozione della salute e/o al consumo. Le condizioni sono a bassa soglia e non ci sono (quasi) limiti alle idee creative. Ad esempio, è possibile presentare un progetto sulla consapevolezza di sé sotto forma di una sfida di yoga o di un campo di sopravvivenza nel bosco. I programmi offrono ulteriori opportunità di formazione e networking per i professionisti e le professioniste.
- **Piattaforma di conoscenza e scambio:** Prevention.ch (disponibile in francese e tedesco) è una piattaforma online che raccoglie contenuti nel settore della prevenzione delle malattie non trasmissibili, delle dipendenze e della salute mentale. Mostra progetti concreti e rende tangibili le strategie nazionali dell'Ufficio federale della sanità pubblica (UFSP).
- **Comunicazione:** sul sito undduso.ch, i professionisti e le professioniste possono trovare informazioni sulla salute mentale dei e delle giovani.
- **Alcol:** i progetti orientati all'astinenza sono particolarmente utili quando si lavora con adolescenti più giovani. Il Blue Cocktail Bar offre idee di ricette per cocktail analcolici accattivanti e gustosi. Si trovano anche ricette nel sito di dipendenze svizzera, da scaricare.
- **Immagine corporea:** Promozione Salute Svizzera offre ampie informazioni sull'argomento del Healthy Body Image tra i e le giovani.
- **Consumo dei media:** progetti come la settimana senza schermo o screen-free week (Bildschirmfreie Woche in tedesco) trattano temi come l'uso dei social media, il consumo di Internet e le attività ricreative alternative.

Cultura giovanile

Nelle offerte dell'animazione socioculturale, i e le giovani hanno l'opportunità di organizzare una serata con un concerto o una festa di compleanno in cui si balla e possono gestire un bar in modo autonomo o semi-autonomo. Partecipare a eventi culturali, organizzare feste o festeggiare la laurea con gli amici e le amiche sono aree di apprendimento importanti per i e le giovani e fanno parte del loro sviluppo e della loro crescita. L'animazione socioculturale offre un ambiente protetto, in cui i professionisti e le professioniste accompagnano i e le giovani. L'animazione socioculturale può fornire sostegno nell'organizzazione e la messa in atto di eventi concreti, piuttosto che restare nel consumo passivo. Ai e alle giovani viene data l'opportunità di assumersi la responsabilità del proprio comportamento legato al consumo, parlando insieme ai professionisti e alle professioniste e ampliando le loro conoscenze. Possono poi trasmettere le conoscenze ad altri e altre giovani (peer-to-peer): quanto è importante consumare sostanze durante una festa? Come ci comportiamo quando qualcuno beve troppo alcol e perde il controllo? Cosa possiamo fare in caso di comportamenti violenti? In che modo manifestiamo rispetto reciproco?

Un esempio pratico

In occasione di un festival nel parco cittadino, i e le giovani hanno il permesso di gestire un bar come locale temporaneo, ma per legge, solo le persone maggiorenni sono autorizzate a servire bevande alcoliche. Come organizzatore o organizzatrice del festival, decidete di servire alcolici e se sì, solo birra e vino, o anche superalcolici? Quali bevande analcoliche offrire e come renderle attraenti o gustose? È importante discutere i vari approcci in gruppo e comunicarli in modo trasparente (naturalmente, c'è spazio anche per l'astinenza e per un approccio sano al consumo). Se vengono serviti alcolici, è necessario che vi sia un cartello sulle normative di legge. I professionisti e le professioniste sono responsabili di far rispettare tali norme, eseguendo controlli di identità e di età. Sono necessari cartelli ben visibili, che i e le giovani possono creare da soli o per i quali possono utilizzare dei modelli pre confezionati. I e le giovani e i professionisti e le professioniste dell'animazione socioculturale possono anche collaborare all'allestimento di uno stand informativo, in cui sono disponibili informazioni e materiale didattico sul consumo e sono presenti persone di riferimento in caso di conflitto o di domande. In questo modo si offre in loco una consulenza a bassa soglia, uno spazio di apprendimento per le competenze legate al consumo di sostanze e un «safe space».

DEFINIZIONE DEI TERMINI

Sostanze psicoattive: sostanze che influenzano il sistema nervoso centrale e quindi il pensiero, le emozioni e l'azione. Esse sono di origine vegetale oppure prodotte in modo semisintetico o sintetico. Tra queste vi sono l'alcol, gli oppioidi (ad esempio l'eroina), i cannabinoidi (ad esempio l'hashish e la marijuana), i sedativi e i sonniferi, la cocaina e altre sostanze stimolanti legali e illegali, tra cui la caffeina, gli allucinogeni (ad esempio l'LSD, alcune componenti di piante oppure funghi o droghe di sintesi), il tabacco e i solventi volatili.

Prevenzione primaria e secondaria: la prevenzione primaria inizia prima che si verifichi il consumo. La prevenzione secondaria consiste nel prevenire lo sviluppo dell'abuso e della dipendenza nelle persone che già fanno uso di sostanze, promuovendo al contempo un consumo più sicuro.

PER SAPERNE DI PIÙ

Drug, Set, Setting

Timothy Leary (1971): US Psychologe bei Studie zu LSD.
Norman Earl Zinberg (1984): Drug, Set, and Setting. Yale Univ. Press.

Alexander Bücheli (2017) Risikoarmer Drogengebrauch. Solothurn, Nachtschattenverlag. S. 25-44.

Policonsumo

[Infodrog > policonsumo](#)

[Combichecker](#)

[Tripsit Interaction Chart](#) (in inglese)

Centri di informazione e consulenza

[Dipendenze Svizzera](#) Prevenzione e politica sanitaria

[Ingrado](#) Servizi per le dipendenze

[Ticinoaddiction](#) Associazione professionisti delle dipendenze

[Just Say Know](#) Informazioni su sostanze, rischi, effetti collaterali e safer use

[Infodrog.ch](#) Centrale nazionale di coordinamento delle dipendenze

Altri link

[«Health Behaviour in School-aged Children»](#), hbsc Switzerland 2018

Jungaberle H, Böckem J. (2015): High Sein: Ein Aufklärungsbuch. Zürich, Kein & Aber.

Mösch Payot, P. & Rosch, D. (2009): Früherkennung und Frühintervention bei Jugendlichen: Rechtsgrundlagen für Schulen und Gemeinden. Überblick über Rechtsfragen im Verhältnis zwischen Kindern, Eltern, Schule und verschiedenen Behörden. Luzern, Hochschule Luzern HSLU.

FONTI E PUBBLICAZIONI SPECIALISTICHE

Animazione socioculturale dell'infanzia e della gioventù

DOJ (2018): Animazione socioculturale dell'infanzia e della gioventù in Svizzera, basi di riflessione per i responsabili e i professionisti, Berna.

DOJ (2017): Grafico Promozione dell'infanzia e della gioventù come compito trasversale, Berna.

DOJ (2017): Grundlagenpapier Aufsuchende Jugendarbeit, Berna. (in tedesco)

DOJ (2019): Offene Kinder- und Jugendarbeit und Cannabis, Berna. (in tedesco)

Quali-Tool, strumento di valutazione.

Rilevamento e intervento precoci

Informazioni UFSP Pagina informativa dell'UFSP

Multifaktorielles Modell zu F+E, UFSP, in tedesco

Radix Svizzera italiana

Lavoro sociale (in tedesco)

Staub-Bernasconi Silvia (2018): Soziale Arbeit als Handlungswissenschaft, Systemische Grundlagen und professionelle Praxis – Ein Lehrbuch, 2., erweiterte Auflage. Bern, Haupt.

Andreas Lange, Herwig Reiter, Sabina Schutter, Christine Steiner (2018): Handbuch Kindheits- und Jugendsoziologie. Wiesbaden, Springer.

AUTRICI E AUTORI

Géraldine Bürgy, responsabile di progetti in favore di bambini e giovani DOJ

Florin Eberle, assistente sociale FH, Saferparty Streetwork, Zurigo

Michel Eisele, collaboratore lavoro giovanile di prossimità, Basilea

Christoph Rohrer, capo team lavoro giovanile, Aarau

Mireille Stauffer, delegata all'infanzia e alla gioventù Winterthur

Ringraziamo Adrien Oesch, Patrick Ouellet e Joël Bellmont per la loro collaborazione al gruppo di lavoro.

NOTE LEGALI

Berna, maggio 2022

Editore

DOJ
AFAJ

Dachverband Offene Kinder- und Jugendarbeit Schweiz
Association faîtière suisse pour l'animation socioculturelle enfance et jeunesse
Associazione svizzera animazione socioculturale infanzia e gioventù

Associazione svizzera per l'animazione socioculturale dell'infanzia e della gioventù (DOJ)

Pavillonweg 3

3012 Bern

031 300 20 55

welcome@doj.ch

www.doj.ch

Redazione: Géraldine Bürgy e Noëmi Wertenschlag, DOJ

Traduzione: Natascha Nota

Grafica e illustrazioni: Roman Hartmann, starwish.ch

Questa pubblicazione è stata finanziata dall'Ufficio federale della sanità pubblica UFSP. Un sentito grazie!



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Departement des Innern EDI
Bundesamt für Gesundheit BAG