



CHILDREN IN PERMACULTURE

Appendice al manuale

Coinvolgere gli altri

2018

Children in Permaculture (CiP) è un progetto supportato dal programma Erasmus +, che vede la collaborazione di sette organizzazioni europee. Lo scopo del progetto è migliorare l'educazione dei bambini a scuola, fuori dalla scuola come in ambiente informale attraverso lo sviluppo di un curriculum, attività, casi studi, film e altre risorse. Questo materiale permetterà a tutti gli educatori dagli insegnanti di asili e scuole elementari, ai genitori e tutti coloro impegnati nell'educazione di coinvolgere i bambini in un'educazione olistica e sostenibile basata sull'etica e sui principi della permacultura.

Le organizzazioni partner sono:



Questo documento, è il prodotto finale creato dal progetto CiP, finanziato con i fondi del programma Erasmus+ dal 2015 al 2018. La Commissione europea non entra nel merito dei contenuti di questa pubblicazione, la cui responsabilità è unicamente da attribuire agli autori che l'hanno creata, pertanto, la Commissione europea non si ritiene responsabile di quanto di seguito descritto.



Il valore e l'impatto di un buon progetto sono amplificati se condivisi con una comunità più ampia. Dopo aver investito una grande quantità di energia in un bel progetto di permacultura con i bambini, vale la pena di fare qualche passo in più in modo che non solo i bambini direttamente coinvolti, ma anche altri educatori, genitori e decisori politici possano trarne beneficio. Questo capitolo fornisce ispirazione, suggerimenti e idee su quali azioni potrebbero essere intraprese per ottenere il massimo da un progetto di permacultura con i bambini (la maggior parte dei suggerimenti potrebbe essere facilmente adattata ad altri tipi di progetti).

Prima di iniziare, ecco una breve spiegazione sui termini usati in questo capitolo:

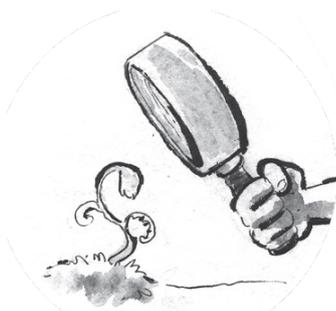
- visibilità si riferisce a quando le persone esterne vedono o sentono parlare del progetto. La visibilità può essere aumentata attraverso, ad esempio, la promozione, il marketing, la presenza nei media, i loghi, l'identità visiva, ecc.
- disseminazione consiste nel diffondere i risultati del progetto presso la comunità locale e le comunità di interesse (ad es. Permacultura, educazione, ecc.). Questo può essere fatto attraverso, ad esempio, mailing list, presentazione dei risultati, lancio di prodotti, distribuzione di volantini, ecc.

Migliorare la diffusione e la visibilità significa aumentare il valore degli sforzi del gruppo per valorizzare le risorse limitate (lavoro, tempo, denaro, ecc.) il più possibile, utilizzando le esperienze e i risultati del progetto in una moltitudine di contesti diversi. Tale attività può essere considerata un'espressione del principio di permacultura "Assicurati un raccolto" e l'etica di "Equa condivisione".

I 12 principi di permacultura di David Holmgren sono usati come cornice per la creazione e l'organizzazione di una strategia di disseminazione.

1. Osserva e interagisci

Pensa prima di agire



Prima di iniziare il lavoro di disseminazione, è consigliabile scoprire chi è il pubblico, dove vanno regolarmente, quali media preferiscono ecc. È bene chiedere agli stakeholder chiave e a tutti i membri dell'organizzazione (ad esempio il dirigente, insegnanti, figli, genitori) cosa vorrebbero vedere, quali risorse, reti e competenze si ha già a disposizione. Con queste informazioni sarà

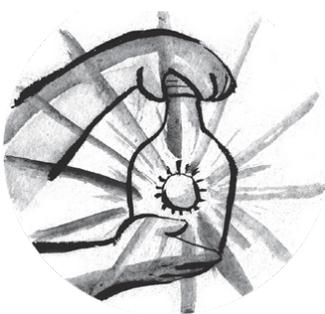
possibile adattare il messaggio e le azioni di diffusione al gruppo target, tenendo conto dei punti di forza e di debolezza del progetto, nonché delle opportunità e dei vincoli possibili.

Chiedere le seguenti domande in questo ordine, potrebbe aiutare a pianificare le attività di divulgazione:

1. Qual è l'obiettivo principale della diffusione? Chi potrebbe beneficiarne?
2. Quali sono i risultati attesi (ad es. pubblicazione, raccomandazioni politiche, apprendimento)?
3. Chi è il principale target di riferimento per la diffusione e chi altri potrebbe trarne vantaggio? (ad esempio insegnanti, politici locali, sindaco, responsabili politici)?
4. Quale azione divulgativa potrebbe essere svolta (ad esempio, una giornata aperta per gli insegnanti, parlare con il consiglio comunale)?
5. Che tipo di messaggio o azione ha bisogno il gruppo target, in quale formato e momento della giornata o dell'anno (ad esempio articoli, eventi con i media)?
6. Cosa è necessario per diffondere il messaggio (ad esempio immagini, video, consigli)? Chi lo farà (ad esempio fotografo, video maker, giornalista)?

2. Raccogli e conserva energia

Hai più risorse di quanto pensi



Osservando attentamente i diversi elementi e le varie fasi del progetto, si noterà che molte risorse sono già presenti e ciò può facilitare la divulgazione dei risultati del progetto. "Fai il fieno mentre splende il sole!" Pianifica il progetto fin dall'inizio per rendere la disseminazione molto più facile. Assicurati che ci sia sempre qualcuno incaricato di scattare foto o filmare mentre svolgi

le attività. Le fotografie e i video sono risorse preziose che possono essere utilizzate in molti modi in futuro - per la promozione (volantini, poster, siti internet ecc.), presentazioni, articoli, finanziatori e altro.

È buona abitudine catalogare le foto e i video immediatamente dopo ogni evento, in modo che siano facili da trovare quando necessario.

Verifica quali competenze e passioni sono disponibili all'interno dell'organizzazione. Alcune persone potrebbero essere esperte in informatica o social media, altre potrebbero avere

talento nel disegno o nella fotografia, qualcuno potrebbe eccellere nello scrivere articoli ecc. Le competenze già disponibili all'interno di un gruppo di persone possono essere sorprendenti!

3. Assicurati un raccolto

Migliora la reputazione e il riconoscimento del progetto



Ci sono molti risultati in un progetto, come l'apprendimento, il divertimento, i soldi, il cibo ecc. Misurare questi benefici e diffondere i risultati a colleghi, altre scuole/organizzazioni e in genere alla comunità può aiutare il progetto e/o gli individui a ricevere in futuro supporto a livello sociale, finanziario e fisico.

I risultati della disseminazione possono essere misurati sia quantitativamente, nel numero di persone raggiunte, sia qualitativamente, mostrando il livello di apprendimento. Ad esempio, "50.000 visitatori del sito" è diverso da "12 partecipanti a un seminario di due giorni". Tutto questo lavoro di disseminazione porterà ad elevare il profilo dell'organizzazione, del progetto e/o delle attività.

4. Applica l'autoregolazione e accetta il feedback

Ricevere feedback da molte persone e in modi diversi permette un miglioramento di tutto il sistema



Per richiedere un feedback si possono utilizzare diversi modi, come ad esempio:

- le statistiche dei siti mostrano quali sono le pagine più visitate, da dove provengono i collegamenti e altro;
- sui social media il numero di "mi piace" e "condivisioni" può aiutare a decifrare quali post sono i più popolari e si può ricercare le caratteristiche del pubblico che vogliamo raggiungere;
- i questionari possono essere distribuiti agli eventi e inviati tramite Internet (e-mail, siti);
- le riunioni del personale possono essere utilizzate per discutere le strategie di diffusione e ricevere feedback diretti e nuove idee;

- i moduli di registrazione possono chiedere dove i partecipanti hanno sentito parlare del progetto;
- chiedere informalmente alle persone come hanno sentito parlare del progetto o dell'evento. La strategia e i sistemi di disseminazione possono essere migliorati sulla base di questi feedback.

Promuovere attività e risultati in diversi media o incontri collegati, permetterà alle persone coinvolte nel progetto di rendersi conto dei risultati raggiunti diventando più orgogliose e felici del loro lavoro.

Quando si crea un prodotto, è consigliabile chiedere ai gruppi target di testarlo e offrire il proprio feedback. Ad esempio, prima di iniziare a pubblicare centinaia o migliaia di copie di qualcosa che potrebbe non essere comprensibile o utilizzabile, invia una bozza ad alcune persone del gruppo target per raccogliere feedback dettagliati.

5. Usa e valorizza risorse e servizi rinnovabili

Fai di più con risorse limitate



Tempo, denaro ed energia sono sempre risorse limitate. Con un tempo e un'energia relativamente limitati nella diffusione dei risultati del progetto, l'impatto e i risultati possono essere ulteriormente aumentati. In questo modo il lavoro del gruppo diventa più efficiente ed efficace.

È bene ottimizzare l'utilizzo degli strumenti di comunicazione già a disposizione che spesso non hanno un costo aggiuntivo.

Alcuni suggerimenti sono: la newsletter/sito web/social media della scuola, una mailing list elettronica (invio di una email di gruppo), una newsletter per i membri, aggiungere il progetto in attività-calendario su siti tematici, lavorare in partnership con altri gruppi locali con canali di distribuzione diversi o più ampi, scrivere articoli per diverse newsletter e/o invitare la stampa locale.

Per creare un sistema che richieda poca manutenzione, pensa a una strategia in cui le persone diffondono l'argomento e il progetto "da soli", senza il tuo costante supporto. Ad esempio, pubblica i risultati delle attività sui social network e offri piattaforme per discutere di educazione. Fai domande aperte su quell'argomento o riferisci episodi interessanti accaduti durante le attività, per attirare l'interesse in modo che le persone condividano i post e li discutano in altri forum, ecc.

6. Evita di produrre rifiuti

Risparmia energia "non reinventando l'acqua calda"



Potrebbe risultare utile basare nuovi progetti sui risultati di progetti precedenti simili, adattandoli alle esigenze e al contesto attuali e locali, in modo da ridurre il carico di lavoro ed evitare di commettere gli stessi errori.

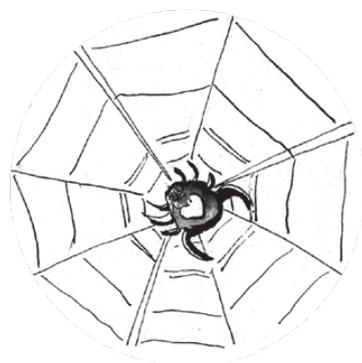
Tieni un elenco di persone che devono essere incluse nelle attività di divulgazione (ad esempio responsabili politici, finanziatori) e decidere quante informazioni sono necessarie per

il pubblico. Volantini, prodotti, opuscoli, relazioni, punti di forza, ecc. Possono essere tutti utili per un pubblico diverso. Tenere presente che se vengono distribuite troppe risorse, le risorse potrebbero andare sprecate (o nel migliore dei casi nel cestino).

Concentra la tua energia e il tuo tempo, invece di investire in direzioni casuali. Esamina i media, i gruppi, i network più efficaci che possono attrarre le persone potenzialmente interessate al progetto. Ad esempio, non sprecare tempo e denaro nella stampa di centinaia di volantini molto costosi se il tuo pubblico utilizza principalmente e-mail e social network.

7. Progetta dal modello al dettaglio

Tieni presente il quadro generale



Assicurati che le attività di diffusione non sia attività una tantum, ma piuttosto che l'esperienza venga utilizzata per la creazione di nuovi progetti, di apprendimento continuo, e per influenzare la politica, ecc. In questo modo i risultati del progetto dureranno più a lungo e andranno a beneficio di più persone.

Alimenta il processo politico. Comunica i risultati del progetto ai decisori politici, fornendo loro regolarmente informazioni basate sull'esperienza e raccomandazioni dai progetti per contribuire a influenzare la politica educativa.

8. Integra invece di separare



Crea effetti spin-off

Oltre al gruppo target principale, ci sono molte persone coinvolte nel progetto: il consiglio scolastico, i genitori, i nonni, i vicini, gli amici, le autorità locali, la comunità, i negozianti, i giardinieri, i bidelli, le associazioni, la stampa. Coinvolgili tutti per avere più impatto.

Quando si partecipa a festival, conferenze, eventi pubblici e discorsi ricordarti sempre di portare con te materiali di promozione così da “prendere più piccioni con una fava!”.

9. Piccolo e lento è bello

Fai solo quello che puoi gestire



Concentrati prima sull'obiettivo principale di diffusione e quindi sul pubblico di destinazione. Inizia concentrandoti sul progetto: i partecipanti, le organizzazioni coinvolte, la comunità locale e le organizzazioni partner direttamente collegate al progetto. Solo allora, spostati più lontano per indirizzare il settore più ampio come altre organizzazioni attive nel settore educativo. Infine, si

può prendere in considerazione l'impatto a livello nazionale, europeo o internazionale.

È possibile avere un impatto su uno qualsiasi di questi livelli, basta tenere a mente una delle principali linee guida del Manuale di progettazione di permacultura di Bill Mollison: "Inizia in piccolo per tenere il tuo progetto sotto controllo e poi espandi lentamente il perimetro".

10. Usa e valorizza la diversità

Comprendi e includi ciò che è diverso



Scopri i mezzi e lo stile di comunicazione preferiti dai diversi destinatari e i messaggi e i media di destinazione. Ci sono momenti migliori o peggiori per contattare il gruppo target (ad esempio

periodi di vacanza, elezioni, eventi collegati nei media, ecc.)? Utilizza uno stile di comunicazione appropriato per questo pubblico, ad es. usa una comunicazione informale e divertente per parlare ai bambini e le famiglie e un linguaggio più professionale quando comunichi con insegnanti, politici, accademici, ecc.

Diversi stili di comunicazione raggiungeranno un pubblico eterogeneo, pertanto la diffusione sarà maggiore.

11. Usa e valorizza il margine

Le opportunità si nascondono dove meno te lo aspetti



Ci sono molti aspetti diversi da considerare durante la disseminazione. Non pensare solo ai partner più ovvi, ma anche ad alcune delle persone più emarginate della comunità, ad esempio, i genitori di bambini svantaggiati, quelli che non sanno leggere o quelli che non parlano la lingua nazionale.

Per trovare nuovi luoghi in cui fare promozione, considera i luoghi che non sono direttamente collegati all'educazione ecologica come chiese, librerie per bambini, negozi di giocattoli, parchi giochi e club sportivi e musicali.

È facile mostrare e diffondere prodotti concreti tangibili (ad esempio attraverso la realizzazione di un video o un libro). Ma spesso la maggior parte dei risultati di progetti educativi sono intangibili o invisibili (ad esempio apprendimento, reti, raccomandazioni politiche, ecc.). La sfida non sta tanto nel lavorare di più verso prodotti tangibili, ma nel rendere visibili i risultati invisibili dei progetti, in modo che possano essere condivisi con gli altri. Come detto sopra, questo può essere misurato attraverso il feedback, la ricerca quantitativa e/o la ricerca qualitativa. Altri suggerimenti per documentare i risultati immateriali includono: dare certificati, documentare storie di vita, raccogliere testimonianze, distribuire attività di autovalutazione, fotografare o fare video delle attività, scrivere sui metodi usati, scrivere conclusioni o raccomandazioni educative, fare una bibliografia o una lista delle risorse web usate ecc.

12. Rispondi ai cambiamenti e usali in modo creativo



Trova il positivo anche nell'inaspettato

È naturale che le cose cambino nel tempo, che le organizzazioni vadano e vengano, le persone cambino indirizzi e-mail, le persone cambino lavoro e ruoli nelle organizzazioni, quindi assicurati che tutti i sistemi (ad esempio mailing list) possano adattarsi a questi cambiamenti. Tieni d'occhio i nuovi luoghi in cui diffondere i risultati (ad esempio nuovi giornali, nuovi social media, nuove organizzazioni). Continua ad adattare i metodi e gli

stili di comunicazione rispetto al tuo pubblico.