

Giovani visitatori della mostra di Parigi seguono una delle prove di laboratorio. Sotto il simbolo della settimana di Modena curata dall'Alleanza cooperativa modenese.



Riproduzione del manifesto per le giornate di Modena (a destra) e sotto un collage di schede preparate per i visitatori.



Fare il consumatore non è un mestiere né una professione. Ma quando tutta la nostra esistenza viene aggredita da ogni parte dobbiamo essere in grado di difenderci. Come? Imparando a conoscere

Giornate dei giovani consumatori

Una iniziativa che aiuti i giovani a non essere consumatori dimezzati

Per sei giorni il dizionario aperto alla parola «consumo»

Sarà l'Istituto J. Barozzi di viale Monte Kosica a ospitare la mostra di Modena dal 16 al 23 novembre. Orario: da lunedì 17 a sabato 22 dalle 8.30 alle 12.30 e dalle 14.30 alle 16.30. Nelle domeniche 16 e 23 novembre dalle 10 alle 13. Ma il programma segna anche:

● Domenica 16 alle 16 al Teatro comunale, in corso Canal Grande 85, spettacolo di apertura con Roberto Benigni.
● Lunedì 17 alle 20.30 nella sede della mostra dibattito su «Droga non c'è proprio niente da fare?».

Precedute da una festa di inaugurazione con Benigni domenica pomeriggio al Teatro comunale, prenderanno il via lunedì 17 novembre a Modena le «Giornate dei giovani consumatori». Una iniziativa dell'Associazione nazionale delle cooperative di consumo aderenti alla Lega delle Cooperative.

Lo scopo della manifestazione che si rivolge ad un settore così specifico quale la scuola ed il mondo dei giovani, è quello di stimolare capacità critica in un settore nel quale tendono a prevalere irrazionali. Una mostra con questi obiettivi e questi contenuti poteva essere voluta solo da organismi popolari come le cooperative, che hanno alle spalle operazioni a favore del mondo dei consumatori per la calmerizzazione dei prezzi, con innovazioni portate a prodotti

con marchio coop: l'eliminazione dei coloranti, ad esempio, o dei nitrati dalla carne in scatola.

«Messaggi»

L'azione di difesa dei consumatori che ha assunto in taluni casi caratteri di vera e propria battaglia sociale è stata ampia; dalla raccolta di 500 mila firme per il progetto di legge sulla nuova regolamentazione di etichette e pubblicità, ai corsi informativi tenuti nei punti di vendita, alle schede stampate e distribuite in decine di migliaia di copie nei punti di vendita cooperativi.

È in questo complesso quadro di attività che prendono vita le «Giornate dei giovani consumatori», non erano stati considerati finora soggetti di un discorso particolare, in-

centrato sui loro interessi e sui loro consumi ma considerati piuttosto oggetto di un discorso pubblicitario di cui avrebbero dovuto essere soltanto il punto di assorbimento dei «messaggi».

Indubbiamente fino ad ora i giovanissimi venivano informati sui consumi di tipo familiare, venivano «influenzati» verso certe soluzioni, ma finivano per essere assorbiti da decisioni esterne: in sostanza non era il ragazzo ad esercitare una scelta.

L'occasione per avviare un discorso anche in Italia è partita dall'esperienza delle «Journées des jeunes consommateurs», manifestazione organizzata in Francia dalla Federazione nazionale delle cooperative di consumo, l'Associazione francese consociata della Coop. Le «Journées» sono nate ad Angoulême nel novembre del '79, (rielaborazio-

ne di una precedente manifestazione del '78) e di lì si sono spostate a Parigi, alle ex Halles; il successo è stato notevole, quasi cinquantamila giovani visitatori solo a Parigi, e risonanza ebbe anche in Italia.

108 pannelli

La Coop non ha però optato per una semplice «traduzione» della mostra di Angoulême in italiano: poteva sembrare sufficiente persino limitarsi a tradurre i testi in italiano riproponendo gli stessi pannelli. La mostra è stata invece totalmente reinventata; gli argomenti sono scaturiti da un dibattito, i testi hanno subito successive stesure e revisioni.

La mostra comprende 108 pannelli con testi ed illustra-

zioni, vari stand dove si tengono le animazioni ed una sala per le conferenze e le proiezioni, il tutto in un'area di 1200 mq nell'Aula Magna dell'Istituto Tecnico Barozzi, situato nel centro di Modena, vicino alla stazione delle corriere, per comodità di chi verrà dal circondario; l'edificio è di proprietà dell'Amministrazione comunale, che lo ha messo a disposizione, come pure ha garantito i trasporti degli alunni. Sono finora previste più di 4 mila presenze; la cifra si riferisce unicamente alla programmazione dei gruppi di scolari e studenti che, in visite di 2 ore, parteciperanno alle attività di animazione.

Il rapporto con la scuola è al centro di questa iniziativa; l'apporto del Provveditorato agli studi è stato notevole, la proposta ha riscosso interesse e simpatia fra gli insegnanti. Le «Giornate» sono state precedute inoltre da un corso di conferenze di preparazione per gli insegnanti stessi che ha registrato quasi 600 presenze. C'è ora però anche una preoccupazione che è stata espressa anche dagli insegnan-

ti e cioè che non finisca tutto con l'attività di questa settimana, che tutto si esaurisca con le giornate e con la mostra. Nelle intenzioni non è così: queste «Giornate» non sono un momento di insegnamento, sono un momento di comunicazione, di rapporto, di discorso a più voci.

Commenti

Ai ragazzi sarà chiesto di scrivere propri commenti alla mostra ed all'animazione nel prossimo aprile si farà una mostra di questi lavori e questa diventerà una nuova occasione di discussione per i ragazzi di Modena, ma prima ancora sarà ripreso il corso di preparazione per gli insegnanti.

Modena non è però che una tappa, le «Giornate dei giovani consumatori» sono una mostra che dovrà girare in tutta Italia per stimolare ovunque il dibattito e la costituzione di una coscienza critica nei giovani, troppo spesso facili bersagli della società dei consumi.



Vacanze-neve in Trentino...



...una esperienza affascinante e indimenticabile. Per tutti: in sci o doposci.

Trentino-neve è: 60 stazioni invernali, oltre 580 Km. di piste, 323 impianti di risalita, 17.893 esercizi alberghieri ed extralberghieri per un totale di 173.000 posti-letto, una natura d'incomparabile bellezza e un'accoglienza cordiale e «amica».

PROVINCIA AUTONOMA DI TRENTO
Assessorato Turismo
C.so III Novembre, 132-1
38100 Trento - tel. 980000



Per informazioni:
MILANO Piazza Diaz, 5
tel. (02) 507365
ROMA Galleria Colonna, 7
tel. (06) 6794216

Trentino. Quando la natura dà spettacolo.

Si compra e si consuma. E' migliorata la nostra vita?

La qualità dell'esistenza dipende dalla capacità di scelta e dalla possibilità di non essere oggetti della campagna pubblicitaria - Cento pannelli per insegnare anche questo

La mostra è un insieme di più di 100 pannelli con testi ed illustrazioni colorate su diversi argomenti: 38 pannelli sono dedicati all'alimentazione, venti riguardano le diverse necessità dell'individuo, il contenuto degli alimenti, gli errori più comuni nell'alimentazione; essi forniscono informazioni base sulla tecnologia alimentare (cos'è un surgelato, come si inascolano gli alimenti) e non manca un discorso sulle etichette.

La Storia dell'Alimentazione è raccolta in 7 pannelli: «Oggi si mangia più di una volta», «Cosa mangia un calabrese e cosa un lombardo» per capire i tempi ed i modi dell'incremento dei consumi alimentari di questi ultimi decenni, cui però fa fronte la tragica situazione dei Paesi sottosviluppati del Terzo Mondo. Ecco i grandi nemici della salute dei giovanissimi (ma non solo della loro): tabacco, droga e alcool.



Giovanissimi in visita alla mostra parigina.

Cinque pannelli parlano di moda: qualità, origine animale, vegetale o chimica delle fibre, etichette ed istruzioni per l'uso; la moda, in sette pannelli, con un discorso critico ed un vero e proprio

questionario e vivaci esempi di moda dannosa: dai piedi delle donne cinesi del secolo scorso agli odierni tacchi a spillo.

I giocattoli: in 7 manifesti c'è la descrizione del buon

giocattolo e una serie di quesiti sul come si gioca inclusa la provocatoria domanda «giocattolo per un maschio o per una femmina?».

Difesa dell'ambiente (4 pannelli). Energia e materie prime (8) sono argomenti strettamente allacciati: parlare di materie prime è anche parlare di spreco e di inquinamento, è l'intero sistema di vita che viene messo in discussione. «Più si consuma energia più si è felici?» è l'interrogativo del tabellone conclusivo.

I bei durevoli (6 pannelli) costo, valore e criteri di scelta, e con il titolo «quanti gusti avrà la tua auto?» il risultato di un'indagine del Touring Club Svizzero sulla percezione di gusti avuta dalle auto delle diverse marche. Pubblicità (9 pannelli) è l'ultimo argomento: del costo per il consumatore «vera pubblicità...» al costo singolo per l'azione: «quanto costa una pagina del Monello?».

Eccoli i coloranti artificiali

Come realizzare una serie di esperimenti nel «laboratorio» annesso all'esposizione. Alcuni segreti rivelati nell'attività di animazione e con le proiezioni cinematografiche

Le «Giornate» presentano anche un intenso programma di animazione per gruppi omogenei di ragazzi, veri e propri gruppi di studio. Ogni gruppo di visitatori potrà seguire una o più parti del programma di animazione durante le visite. Nel laboratorio annesso all'esposizione si possono fare una dozzina di diversi esperimenti, dalla classica «valutazione della freschezza delle uova» (la si immerge in acqua salata;

quello fresco va a fondo, quello meno fresco emerge con l'estremità smussata; più è vecchio, più galleggia) alla molto più sofisticata «ricerca dei coloranti artificiali di natura acida derivati dal catrame» (la cui solubilità e procedimenti relativamente semplici si vedono passare i coloranti artificiali (quelli naturali non si staccano dalla propria sede) dal prodotto ad un tessuto di lana bianca.

Casa dolce casa è la ripro-

duzione di un normale ambiente domestico in cui i visitatori devono identificare i pericoli nascosti che minacciano i bambini e discuterli.

Al Supermercato come è ovvio, si fa la spesa badando ad acquistare tutto e solo il necessario spendendo il meno possibile; poi si discute studiando le tecniche espositive e persuasive del Supermercato. Fai da te: i tuoi giocattoli, mettendo a disposizione un vero laboratorio dove con ma-

teriale di recupero ed una modesta attrezzatura si gioca costruendo giocattoli.

La pubblicità trova posto anche qui: mediante videotape si riguardano e si analizzano alcuni messaggi pubblicitari televisivi; poi si discute, e le discussioni saranno certamente approfondite, dopo che ai ragazzi sono state date tante informazioni di base su cui procedere.

Le lettere delle etichette non poteva mancare! Qui ci si

addetta a leggere sempre i contenuti delle etichette: essendo così giovani si riesce a farlo anche quando sono scritte in dimensioni microscopiche; leggere, distinguere attentamente i contenuti, valutare le qualità nutrizionali del prodotto.

La Moda avrà un grosso spazio con tre diverse animazioni e seconda dell'età dei partecipanti: 6/8 anni; 8/12 anni; 11/13 anni. L'animazione per i ragazzi più grandi prevede la proiezione di un audiovisivo sulla moda e una discussione, poi si scelgono dei jeans in un mucchio di pantaloni senza etichette, quindi si ripete la scelta in un mucchio di pantaloni con etichetta e poi si confrontano le scelte (sarà un confronto istruttivo).

Le Vacanze: una finta mini agenzia di viaggi ipotizza spostamenti a breve, medio e lungo raggio considerando tutti gli aspetti di una vacanza (economica, culturale, ricreativa, alimentare, salutare, etc.).

L'Atelier del disegno dove c'è tutto il materiale per disegnare o per dipingere a tema libero (ma, si suppone, il tema sarà facilmente uno di quelli considerati).

Il gioco dell'Oca una variazione del vecchio gioco con ad ogni casella, domande sui temi della alimentazione. Nella sala proiezioni saranno all'area delle «Giornate» ci sarà un non-stop di filmati sui vari argomenti (spreco risorse, fumo, alimentazione, droga, etc.) e diapositive commentate.

Survivi a cura di Emanuele Gatti

avvisi economici

22) OCCASIONI
GROSSERFELD liquida vino fino novembre
corrente dell'azienda mod. 91 mesi del
vino annati dal 20% - Telefono (041)
988.466 - 450.763 - 988.070

abbonati a
l'Unità

nuovo orario invernale

BALKAN
LINEE REGOLE

Dal 1 novembre 1980 al 4 aprile 1981

lunedì-venerdì LZ 158	ROMA	lunedì-venerdì LZ 157
16,45	↓	15,45
19,35	↑	14,55

Informazioni e prenotazioni presso gli uffici BALKAN di Roma