

N. 31 Ottobre 2008

Banche del Tempo

News - 2008

A cura del: Coordinamento Banche del Tempo di Milano e Provincia - Via dei Transiti, 21 - 20127 Milano - c/o Auser

Telefono: 02 2618006 o 339 1453 112 E-mail: bdtmipro@tin.it Sito: www.banchetempo.milano.it

(Martedì e Giovedì dalle 10.30 alle 12.00 e Mercoledì dalle 14,30 alle 18,00 siamo presenti in sede per appuntamenti e risposte telefoniche)

In questo numero :

pag .1

Festa del Baratto a

Gaggiano: commento

di Riccardo Tarantola

pag.2

Atti del corso di

formazione sulla

comunicazione

Formazione a Milano

Si è concluso il corso sulla comunicazione patrocinato dalla Provincia di Milano
In questa news gli atti

Prima giornata del baratto Gaggianese

questo il commento di Riccardo Tarantola

Domenica 28 settembre 2008, in una bella giornata soleggiata, sulla riva del Naviglio Grande in piazza Sant'Invenzio si è svolta la prima giornata dal baratto a Gaggiano. Questo progetto è stato ideato da Maria Grazia Vantadori con il patrocinio dell'associazione Zero Relativo, della Provincia di Milano, del Comune di Gaggiano e con l'aiuto di Don Cristiano e di Ampelio Mantovani. Il motivo di questa manifestazione non è solo quello di riutilizzare oggetti altrimenti inutilizzati o buttati, ma anche sociale e ecologico: infatti, gli oggetti sarebbero stati buttati probabilmente in discarica oppure negli inceneritori, incrementando così l'inquinamento. Inoltre il baratto avvicina la gente ed è quindi una buona occasione per socializzare. La giornata del baratto si presenta come un normalissimo mercatino, con l'unica differenza che non circolano soldi, ma oggetti. Quella domenica diverse intrepide persone hanno montato alcune bancarelle e, armate di buona volontà, hanno affrontato una delle ultime giornate di sole di quest'estate. Durante il giorno si sono scambiati ogni varietà di oggetti, dagli strumenti per la falegnameria agli articoli sportivi, dal vasellame alle videocassette e dischi in vinile, dai soprammobili ai vestiti e dai libri alle macchine da fitness. La manifestazione è durata, dalle nove alle diciotto.

Contemporaneamente si è svolta la festa dell'oratorio di Gaggiano, con un buon pranzo abbondante e giochi per i più piccoli. La giornata si è svolta nei migliori dei modi fino alla fine, quando i nostri "barattatori" hanno smontato le bancarelle per tornare a casa, soddisfatti del loro operato. L'affluenza è stata grande e sinceramente sono ottimista nel ripresentarsi di questa nuova manifestazione .

Nasce il sito dell'associazione nazionale :

www.bdtitalia.altervista.org

curato da Gianpiero Calvi, socio
della Banca del Tempo di Buccinasco

Tutti sono invitati a collaborare.

Comunicare, come, a chi, perché

Corso di formazione per le banche del tempo

Sabato 11 Ottobre 2008

Lunedì 13 Ottobre 2008

Lunedì 20 Ottobre 2008

Lunedì 27 Ottobre 2008

Nella cartellina viene inserita una proposta di discussione, nata dagli organizzatori del corso che hanno sentito l'esigenza di creare valori condivisi da comunicare all'interno e all'esterno delle nostre associazioni con metodologie comunicative efficaci.

Alcuni spunti per un dibattito sulla Comunicazione nelle Banche del tempo

L'associazione nazionale che si è costituita l'anno scorso si è data tre punti programmatici da indicare come obiettivi di percorso:

Radicamento, espansione, innovazione

Radicamento nel territorio, espansione come numero di banche del tempo e come numero di soci, innovazione come sguardo verso le nuove generazioni, proposizione di nuove esperienze, progettualità.

A proposito di nuove generazioni possiamo dire che i giovani, contrariamente a quanto accade alle altre associazioni in genere, tendono ad avvicinarsi sempre di più alle banche del tempo.

Infatti queste associazioni non hanno una precisa Mission (obiettivo) e questo che a noi poteva sembrare un problema, in realtà dimostra di essere un punto di forza. Come banche del tempo possiamo permettere ai giovani di sperimentare le loro capacità, i loro interessi, mettendosi in gioco: da noi si parte con la compilazione dove necessario del curriculum, con consigli di orientamento scolastico, con piccole lezioni, con la scrittura di articoli per giornalini locali, con la

possibilità di fare compagnia a un anziano, una piccola spesa, la lettura di un libro, la catalogazione di vecchie foto, la ricerca di una ricetta che non sia quella trovata su internet ma quella che ha il colore e il sapore di una casa antica, di una festa familiare.

Li sosteniamo nella tesi; abbiamo solo a Milano una raccolta di circa 15 tesi che abbiamo seguito e che sono state attuate da giovani non solo della nostra città ma anche di Verona, Padova, Bari, Alessandria.

Dalla tesi di una ragazza romana, Antonia Genco che si è laureata in architettura trattando delle banche del tempo, rubiamo la citazione dall'architetto G.Eliel Saarinen (1873-1950):

“Progetta sempre una cosa considerandola nel suo più grande contesto, una sedia in una stanza, una stanza in una casa, una casa nell'ambiente, l'ambiente nel progetto di una città”.

Non a caso le banche del tempo sono state inserite nei progetti dei comuni che danno importanza ai tempi e agli spazi delle città, ribaltando la concezione in base alla quale i cittadini devono adeguarsi ai tempi e agli spazi, valorizzando invece il fatto che lo strumento “città” deve adeguarsi al cittadino ottimizzando i tempi e gli spazi in un'ottica moderna che mette al **centro la persona e i suoi bisogni**.

Ci sono altri due aspetti che riguardano il dono dello scambio e la comunicazione sottesa allo scambio.

Nella banca del tempo si parla di reciprocità, del fatto che un'ora mia vale quanto un'ora tua, dello scambio di assegni in ore di tempo e nella rendicontazione delle ore scambiate.

Però c'è anche la dimensione del dono che è un concetto arcaico, antico come l'uomo che sta nella banca del tempo e che non va sottovalutato.

Quando si va ospiti di qualcuno si porta un dono che verrà ricambiato quando saremo noi a ospitare.

Ospitalità significa amicizia, l'amicizia è un veicolo del dono.

Fare un'attività con e per la banca del tempo, non significa fornire un servizio, perché altri

devono dare i servizi (ad esempio gli enti pubblici che forniscono i servizi perché ricevono dai cittadini il denaro delle imposte). Le banche del tempo non sostituiscono i servizi sociali, si affiancano a **un ente pubblico capace di innovazione** per migliorare la qualità della vita dei cittadini, mettendo in gioco la relazione e amplificando la rete della conoscenza, sviluppando quindi sicurezza in un mondo difficile e complesso.

La comunicazione deve passare attraverso le banche del tempo in modo efficace, non solo perché si usano strumenti moderni come internet ma perché i valori che passano devono essere condivisi e tendere al risparmio, a una economia sostenibile e sottintendere il concetto di dono.

Anche qui rubiamo la frase di una tesi presentata da Barbara Gigliotti (Laureata in scienze della Comunicazione) alla giornata di inaugurazione ufficiale dell'Associazione Nazionale Banche del Tempo:

La relazione con i media è più subita che agita; le associazioni non sono considerate ancora una fonte di notizie. Infatti, a parte qualche eccezione, nei contenuti pubblicati dalle associazioni difficilmente è possibile scorgere esposizioni di dati, così come l'argomentazione di ambiti trasversali o affini alle proprie attività.

Dalla relazione tra associazioni e media sembra emergere una comunicazione di visibilità; si comunica per "esistere" o per "raccontare il disagio". Questo perché per poter entrare nell'immaginario collettivo la buona volontà delle associazioni non basta: occorre un contesto mediale e sociale più aperto alle tematiche del non profit, e in generale, all'ascolto dell'altro da sé; così come si rende necessaria nelle associazioni una maggiore propensione ad instaurare relazioni e a confrontarsi all'interno del proprio territorio di riferimento, in modo da poter essere maggiormente influenti sia nelle dinamiche con i media, sia nella promozione di un cambiamento maggiormente strutturato e rivolto alla prevenzione delle problematiche.

Lo scambio nella banca del tempo può essere attuato sia in luogo reale che in luogo virtuale. Un'informazione può permetterci di risparmiare molto tempo di ricerca, e l'informazione riguarda buona parte della nostra vita quotidiana, pensiamo alla modulistica, all'uso degli uffici pubblici, ma anche alla spesa.

La spesa in certi supermercati può essere fatta via internet, il che è fondamentale per chi ha difficoltà di movimento, ma spesso le persone che hanno questi problemi non hanno il computer e quindi gli strumenti necessari.

La banca del tempo può ovviare anche a queste difficoltà, rendendo reale un luogo virtuale, ottimizzando i tempi e gli spazi.

Sotto tutto questo però c'è il concetto di dono; la banca del tempo non è uno sportello di informazione, è un luogo in cui lo scambio del dono, che può essere in alcuni casi anche l'informazione, umanizza la relazione, dà calore alla città, potenzia l'amicizia fra le persone.

Nel fare comunicazione, e spesso ormai i media (giornali, televisioni, radio) ci contattano per sapere qualcosa in più di noi, dobbiamo dare dei dati per concretizzare quanto detto fino ad ora:

In Italia sono aperte 154 Banche del tempo (*censite*, in realtà ce ne sono di più e ogni giorno mi chiamano per dirci che ci sono) a Milano 14, in provincia di Milano 29, in Lombardia abbiamo in totale 3.000 soci, fra soci e famigliari circa 10.000 persone utilizzano le banche del tempo, l'88 per cento degli iscritti sono donne, le ore scambiate dal 2003 sono circa 200.000 solo in Lombardia dove stanno arrivando i conteggi delle ore di scambio e le relazioni delle banche del tempo.

Cosa ci aspettiamo da questo corso?

1. **Che il nostro coordinamento sia un luogo virtuale di incontro di esperienze**, perché si possa imparare, contaminarsi, copiare e ci sia una reale diffusione di informazioni (convenzioni, corsi, tipi di scambi).
2. **Che il sito venga usato dai soci del coordinamento e non solo**, allo scopo di informare al massimo sulle attività che si fanno o che vengono proposte dalle banche del tempo, dagli enti pubblici o dalle associazioni in generale (la nostra bacheca permette l'autonomia dell'informazione e dello scambio fra i soci anche di banche diverse)
3. **Che vengano tenuti presenti nell'informazione alcuni aspetti importanti legati alla comunicazione** (esempio definire i luoghi, i tempi, le modalità, il contenuto).

Grazia Pratella e Laura Disilvestro

Intervento della Dottoressa Marialena Tamino, psicologa

OBIETTIVO : mettere a fuoco le problematiche specifiche dei soci della Banca del Tempo

Cosa comunica con il corpo e con l'atteggiamento il socio della banca del tempo? Mi sembra che sia una persona motivata, che crede nel significato di quello che fa con entusiasmo e impegno.

Un assunto fondamentale della comunicazione è che non si può non comunicare. Con il solo essere presenti si comunica qualcosa, l'interesse, la noia, il piacere.

Comunicare significa lanciare dei ponti, dei messaggi, essere in relazione con gli altri . E' una esigenza fondamentale della natura umana, quella di aprirsi agli altri che trova modo di esprimersi nella vita associativa.

Noi nasciamo in seguito a una relazione e nel momento in cui nasciamo come persone distinte dalla propria madre, entriamo in relazione col mondo e le persone che ci circondano ricevendo stimoli necessari alla nostra crescita..

COMUNICAZIONE E VALORI

L'etimologia della parola COMUNICARE è latina e si traduce con cum-moenia, quindi "con le mura." Presuppone una delimitazione .Un senso di identità.

Questo può sembrare singolare poiché comunicare significa mettersi in relazione aprirsi.

In realtà la comunicazione dell'Associazione all'esterno, presuppone una comunità che è fondata su una appartenenza. La comunità della BdT. è fondata sull'adesione a valori ben precisi. La condivisione di tali valori agisce come "collante" che caratterizza l'identità dell'Associazione e ne permette una chiara percezione sociale.

Quali sono i valori che io condivido?

Sappiamo qual è l'obiettivo, che è lo scambio, ma quali sono i valori? Se conosciamo i valori possiamo avere un'immagine sociale precisa ed è quella che comunichiamo all'esterno.

Dobbiamo avere ben chiaro quello che siamo: soci della banca del tempo. Questa consapevolezza ci permette anche impegno e forza nello svolgimento della nostra attività che realizza nella pratica quei valori che condividiamo..

Allargare l'ambito della banca del tempo all'esterno presuppone che ci si proponga in modo coerente, evidenziando un senso di appartenenza ai valori che ci caratterizzano.

MODALITA ' DI COINVOLGIMENTO

Si può lavorare bene insieme solo se siamo gratificati nel nostro impegno. Se troviamo un piacere interiore in quello che facciamo all'interno del gruppo. Una buona comunicazione nel gruppo permette di sentirsi a nostro agio e di stare bene.

Se siamo parte di una comunità dobbiamo mettere in comune le nostre difficoltà o le nostre risorse. Anche le nostre difficoltà, sottolineo.

Una esercitazione pratica permette di dichiarare quali sono, per ogni socio i valori condivisi. e il senso della sua appartenenza alla BdT.

Nel momento della sintesi finale vengono riprese le cose scritte per un confronto comune. Riportiamo alcuni delle frasi scritte dai partecipanti che vengono letti a tutti: "Aumentare o costruire il senso di fiducia, Conoscere nuovi saperi, Conoscere persone diverse, Imparare qualcosa di più. Lo scambio fra me e gli altri è l'apertura all'altro che ha un senso circolare, dò e ricevo."

ASCOLTO PREMESSA DELLA COMUNICAZIONE

Un altro aspetto che riguarda la comunicazione è l'ascolto inteso come capacità di ascoltare quello che accade durante le riunioni o nelle attività che ci mettono in relazione con altri soci. Nel gruppo come mi sento? Una riflessione è importante. Il gruppo non è solo la singola banca del tempo ma la banca del tempo come concetto, anche come coordinamento. La riunione diventa utile quando si sa cosa si vuole ottenere: la persona va alla riunione per uno scopo. La riunione deve essere preparata, ricordarsi che i ruoli dei partecipanti possono variare. Il cambiamento va ricercato, ogni volta bisogna trovare un senso forte di partecipazione al gruppo. Nel gruppo ci sono modi diversi di partecipazione. Una esercitazione per chiarire il concetto: si chiede ad ogni partecipante con quale animale si può identificare il suo comportamento nel gruppo.. Ognuno deve dire rapidamente, senza troppo ragionare, che tipo di animale si sente: volpe, rondine, delfino, cavallo, serpente boa, puma, aquila, pipistrello, cane lupo, boxer, elefante, gatto. Vengono fuori quindi animali feroci, uccelli, ecc. si può estrapolare qual è la qualità e l'immagine che richiama di noi l'animale scelto, di noi e quindi anche del nostro

comportamento nel gruppo in relazione all'ascolto.

Viene evidenziata di alcuni animali la fedeltà e la memoria, di altri la capacità di dominare e osservare dall'alto, di alcuni il senso di libertà e la capacità di mettersi in relazione alla pari, di altri la potenza e la velocità, di altri ancora la possibilità di essere condotti, di alcuni la relazione stretta col gruppo nella libertà, la capacità di orientarsi grazie all'istinto, la pazienza, la capacità di adattarsi all'ambiente. E' necessario mantenere il collegamento fra il valore simbolico che ognuno attribuisce all'immagine di animale che ha scelto. Cinque sono le qualità essenziali, necessarie ai partecipanti del gruppo e che ognuno possiede in modo diverso :

Energia (c'è una persona che si sente attiva, vigorosa, vitale) può essere il leone

Amicalità (una persona si sente fiduciosa, crede nella cooperazione)

Coscienziosità (ad esempio il castoreo è preciso, attento)

Apertura mentale (creatività, anticonformismo, curiosità)

Stabilità emotiva (calma, pazienza, potrebbe essere l'elefante)

Questi sono i cinque punti importanti per una riflessione del proprio modo di essere nel gruppo.

Che parte vorrei svolgere? Gli altri mi danno qualcosa? Spesso pensiamo che le persone siano statiche, in realtà il carattere delle persone e la vita del gruppo sono continuamente in movimento.

.

Nella banca del tempo ci sono una serie di problemi e situazioni per affrontare le quali ci vuole una certa preparazione. L'accoglienza, ad esempio, richiede particolare cura e competenze specifiche

.....Il sé non è qualcosa di solo nostro, è TRA le persone nella relazione e nello scambio. Scambio circolare che ci arricchisce e dà senso al nostro impegno.

.

Intervento del Dottor Alessandro Carbone Sociologo

Il mio intervento tratterà quattro aspetti legati al tema della comunicazione.

Le cose che dico mettetele sempre in relazione rispetto a voi, all'interno della banca del tempo, tenendo a mente i casi e le esperienze in modo che le parole chiave che vi dirò potranno riferirsi a qualcosa di concreto.

1. Parole chiave che descrivono cos'è la comunicazione
2. Le trappole della comunicazione
3. Il decalogo delle cose che rendono la comunicazione efficace;
4. Tre punti per una strategia della comunicazione.

1. Parole chiave che descrivono cos'è la comunicazione

Prima si è detto: non si può non comunicare. Perché si comunica? Per trasmettere, per imparare, per ricevere, per convincere, per condividere, per acquisire, per sentirsi parte di qualcosa, per mettere in crisi.

Riassumiamo con una parola: si comunica per **trasformare**. Noi comunichiamo per trasformare, per creare un cambiamento, altrimenti spreco energie. Andando nel dettaglio possiamo chiederci qual è il cambiamento che possiamo creare. Gli scopi sono molti, ma la funzione essenziale è il cambiamento.

Parola chiave:
Cambiamento

Un'altra funzione della comunicazione è il contenuto. Spesso siamo di fronte a comunicazioni in cui non è chiaro il messaggio, il contenuto. Anche noi che comunichiamo dovremmo aver chiaro

cosa vogliamo comunicare, il contenuto che vogliamo trasmettere.

Parola chiave:
Contenuto

C'è poi un canale di trasmissione del messaggio, della comunicazione con cui vogliamo trasmettere il contenuto. Il canale è molto importante perché il canale deve essere condiviso, altrimenti viene a mancare la trasmissione e quindi la comunicazione. Chi comunica deve usare un canale comune, altrimenti il messaggio non viene ricevuto.

Parola chiave:
Canale

Altra parola chiave è:
Soggetti della comunicazione

Per avere una comunicazione ci devono essere almeno due soggetti: A che emette e B che riceve. In un moto assolutamente circolare e quindi dopo questa prima fase deve esserci B che emette un messaggio ad A e questo è il feedback.

Feedback

La trasmissione del messaggio non è sufficiente per la comunicazione. Occorre il feedback, un segnale che fa capire che la comunicazione è avvenuta.

E' importante che quando si comunica sia chiaro che il messaggio è arrivato. Il cerchio deve chiudersi e si chiude quando l'altra persona ha dato un feedback.

Anche nello strumento informatico è importante che ci si accerti che l'altra persona abbia ricevuto la comunicazione.

Contesto

Si tratta del "Dove siamo" quando comunichiamo: il contesto è importante per gli effetti della comunicazione: se invio un messaggio d'affetto verso mio figlio ha un significato, nell'ufficio verso la mia segretaria ha un altro significato. Non si tratta solo del contesto fisico, ma anche del contesto relazionale, ovvero delle caratteristiche, della storia della relazione che lega A e B nella comunicazione. E' importante capire cosa lega le persone A e B che stanno dentro un contesto.

Se io dico al socio della bdt: devo ancora staccare l'assegno, questo ha un significato.

Se lo dico a un giornalista che non sa nulla di banche del tempo, può assumere un significato diverso. Deve quindi essere chiaro il luogo, il legame, la relazione, il contesto fra i soggetti comunicanti.

Una frase detta da un personaggio politico in un contesto di informazione mondiale può creare forti oscillazioni economiche.

Ecco perché è importante conoscere il contesto in cui ci muoviamo.

La parola comunicazione si gioca, in sintesi, su due grossi elementi: contenuto e relazione.

La comunicazione si gioca in due rilevanti modalità che sono il verbale e il non verbale: ovvero ciò che diciamo con la voce e quello che diciamo in contemporanea con il nostro corpo. Quando comunichiamo spesso il vero messaggio è quello non verbale. Con le parole, infatti, possiamo mentire, con il non verbale è difficile mentire. Nell'educazione del bambino ad esempio il non verbale è più riconosciuto che il verbale. Il non verbale, che è tanto importante nella comunicazione, funziona solo quando ci si vede. Il vantaggio e il limite di internet, appunto, è che io posso mentire, perché via internet comunico senza farmi vedere e quindi la dimensione non verbale della

comunicazione (così importante) non è data.

La comunicazione può essere esplicita o implicita.

Quella esplicita ha un vantaggio, sgombra il campo da ambiguità però fa esporre il fianco. L'esplicita è assertiva, ma per usarla bisogna saperla usare bene. Quella implicita usa giri di parole ma si espone alla cattiva comprensione o interpretazione, talvolta anche alla manipolazione.

2. Le trappole della comunicazione

La comunicazione espone a molti rischi, influenza, condiziona, è condizionata. Infatti, la nostra mente seleziona la comunicazione, quindi inevitabilmente una parte della comunicazione viene eliminata, filtrata dal cervello.

Alcuni filtri vengono dati dal fatto che abbiamo una serie di interessi, convinzioni, che ci fanno leggere alcune cose in modo diverso rispetto a un altro.

Di fronte alla scena di un film qualcuno rimane indifferente, un altro piange o ride.

Dipende dai ricordi, valori, che sono filtri che ci fanno capire la comunicazione in modo personale.

Sapere io chi sono è molto importante perché significa che ho bene in mente quali sono i filtri cui sono esposto quando comunico.

Un ulteriore livello che ci condiziona è quello delle supposizioni e integrazioni.

C'è un piccolo esercizio in cui si racconta la storia di una donna che si innamora di un altro uomo mentre il marito lavora. A seconda del nostro contesto individuiamo come colpevole l'uomo o la donna, a seconda della nostra esperienza personale.

Le integrazioni e le supposizioni spesso ci aiutano perché ci permettono di partire da una storia consolidata, ma alcune volte ci ingannano.

3. Il decalogo delle cose che rendono la comunicazione efficace;

Per comunicare bene:

- Occorre definire bene il proprio obiettivo, lo scopo per cui comunico.
- Scegliere il momento giusto anche all'interno della relazione.
- Dare l'opportunità all'altro dandogli credito a prescindere dai filtri. Mettersi nei panni dell'altro, empatia.
- Esprimersi con chiarezza, concisione ed esaustività.
- Dare tutte le condizioni necessarie e assicurarsi del feedback
- Non ignorare le emozioni mie e degli altri
- Mantenere sempre l'attenzione sia sul contenuto che sulla relazione: la comunicazione richiede sforzo.
- Mantenere la regia del dialogo: chi emette il messaggio ha in mano la regia. Non posso lamentarmi che l'altro non ha capito se sono io, che ho in mano la regia della comunicazione, che non mi accerto che l'interlocutore abbia compreso.

4. Tre punti per una strategia della comunicazione.

Le banche del tempo stanno lavorando sulla comunicazione: occorre investire energie, tempo e formazione (proprio come stanno facendo ora le banche del tempo).

La comunicazione non la fanno fare tutti; alcuni messaggi ci piacciono di più perché ci sono persone che sanno comunicare bene. Altri meno.

Se vogliamo fare con efficacia bisogna cercare energie, capacità competenze, tempo.

Bisogna in qualche modo monitorare la comunicazione, valutarla.

Se si è in più persone è importante chiedere all'altro per verificare. Si possono avere elementi condivisi per chiedere anche di modificare alcuni aspetti della relazione.

Costruire piccoli strumenti per la comunicazione. Perché non pensare a comunicati stampa verso l'esterno o dei

piccoli protocolli che ogni banca si può costruire.

Alcune cose devono avere una successione: ci deve essere qualcosa di scritto, alcune comunicazioni vanno archivate in un certo luogo ed essere accessibili, scrivere dei verbali per avere una storia, qualcuno fa delle registrazioni video.

Perché quindi non pensare a dei passaggi standard; quando si rilasciano le interviste si possono anche negoziare alcuni aspetti, al limite anche non accettare più interviste se pensiamo che la ricaduta verso il pubblico sia negativa.

ESERCITAZIONE a PICCOLI GRUPPI

1. Costruiamo un messaggio da inviare a un settimanale femminile: "Grazia"

Il gruppo è formato da 7 persone. Si analizza il target dei lettori, donne dai 25 ai 60 anni, di cultura medio/alta, si legge dal parrucchiere o si è regolari lettrici.

Tratta di moda ma vi sono anche servizi culturali legati alla qualità della vita, ricette e altre rubriche.

Dopo alcuni minuti di riflessione e confronto nasce questo comunicato stampa:

"Siamo sicuri di poter fare tutto da soli? La Banca del Tempo dà tempo a chi non ne ha e prende tempo a chi ne ha troppo.

La nostra associazione mette insieme gli uni e gli altri, organizza scambi di saperi e...udite, udite!!! senza passaggio di denaro ma nel nome della reciprocità dello scambio.

- 1) Vuoi un orlo ai pantaloni?
- 2) Cerchi qualcuno con cui andare a teatro?
- 3) Vuoi una lezione per tuo figlio?

Se vuoi conoscere tutte le nostre iniziative e saperne di più visita il sito www.banchetempo.milano.it o telefona al n. 3391453112"

2. Costruiamo un messaggio per un giornale studentesco on line

Il gruppo è formato da 6 persone. Il target è abbastanza omogeneo, studenti, anche se c'è una differenza tra quelli in sede e fuori sede.

“La banca del tempo è un’associazione che ha lo scopo di favorire la relazione e la solidarietà attraverso lo scambio, ogni studente può mettere a disposizione per lo scambio le proprie conoscenze, oppure compagnia o piccoli servizi

Agli studenti la Banca del Tempo offre ospitalità e l’aiuto ad integrarsi nella città.

Per tutte le informazioni consultate il sito www.banchetempo.milano.it”

3. Costruiamo un comunicato stampa per il Corriere della Sera, quotidiano a diffusione nazionale con una pagina su Milano, letto da un ampio target di persone di livello socio-culturale medio alto.

Il gruppo è formato da 8 persone

“TEMPO IN LINEA CON I TEMPI

Sabato 18 ottobre in piazza san Babila a Milano si svolge la giornata nazionale delle Banche del Tempo.

Un’associazione che facilita lo scambio gratuito di servizi utili nella vita quotidiana. Per esempio, accompagnamento per fare la spesa, lezioni di lingua e informatica, orlo ai jeans, italiano per stranieri, bricolage. Al banchetto si può avere l’elenco delle Banche del Tempo (14 a Milano, 29 in provincia, 150 in Italia) . attraverso questi piccoli scambi, le BdT intendono favorire l’aggregazione in amicizia.

Per maggiori informazioni:

www.banchetempo.milano.it”

Ripresa finale del lavoro in aula e di gruppo

Dopo la relazione dei gruppi sul metodo utilizzato per effettuare la comunicazione, viene fatto un breve riepilogo dalla dottoressa Tamino in merito ai testi in cui ognuno dei partecipanti ha scritto quello che pensa della Banca del Tempo.

Dall’analisi delle indicazioni e dalla discussione fra i presenti vengono estrapolati i valori più significativi e condivisi, ne nasce una possibile “Carta dei Valori” delle Banche del Tempo:

- 1) Reciprocità
- 2) Accoglienza
- 3) Fiducia
- 4) Progettualità paritaria
- 5) Centralità della persona
- 6) Qualità della vita
- 7) Democrazia associativa
- 8) Rete solidale

Hanno seguito lo svolgimento dei lavori di gruppo come tutor Luigi Tomasso e Laura Disilvestro.

Nei pomeriggi del 13, 20 e 27 Ottobre dalle 16 alle 19 i soci delle banche del tempo sono stati seguiti dal Dr. Belli, informatico che ha costruito la bacheca del sito, da Renato Zucchelli, referente territoriale, da Giancarlo Castelli, informatico.

Sono state inserite nel sito alcune banche del tempo i cui soci erano presenti alle lezioni e che non erano ancora stati in grado di accreditarsi sul sito (Bdt Via Costa, Inzago, Vimercate).

Sono stati inoltre aiutati i soci a inserirsi personalmente introducendo anche le loro prestazioni e si sono inseriti gli annunci nella bacheca ‘informo, cerco, offro’.

Si sono individuati alcuni errori nel sito che verranno corretti dal dottor Belli.