

Il ritorno di Opencoessione

“Opencoechè?”. Fu questa la nostra reazione quando per la prima volta ci proposero di partecipare al progetto Asoc: non avevamo mai avuto esperienze nell’ambito del monitoraggio civico e quello di Opencoessione era per noi un mondo totalmente nuovo e spaesante. L’inaspettato podio dell’anno scorso, però, ha trasformato la titubanza di quei giorni in determinazione e l’obiettivo di quest’anno, per noi studenti della IV B del Liceo Segrè, è quello di migliorare ulteriormente il piazzamento ottenuto nella scorsa edizione.

Quello che in noi è ora effettivamente chiaro è l’importanza del monitoraggio civico come attività in grado di aprire nuove prospettive di impegno. Monitorare vuol dire vigilare, sorvegliare, e allo stesso tempo anche denunciare le situazioni di malagestione, a maggior ragione se l’oggetto dell’attività di monitoraggio è un bene confiscato. La tanto discussa decadenza politica del nostro paese è dovuta al rapporto ormai logoro tra cittadini e istituzioni, e il riutilizzo per scopi sociali dei beni confiscati è un’opportunità enorme per riavvicinare le parti e ricostruire tale rapporto, dal momento in cui non può esistere uno stato senza cittadini e non possono esservi cittadini senza stato. Ma l’impegno in tal senso dev’essere bilaterale: lo stato deve riappropriarsi dei beni e riconsegnarli ai cittadini, ma sta a questi ultimi renderli segni evidenti di un cambiamento e risorse in grado di innescare processi di sviluppo locale.

1° step: la scelta del progetto

I quattro progetti presenti sul portale Opencoessione sono:

1. POLO PER L’ACCOGLIENZA E L’INTEGRAZIONE DI MINORI CON DISAGIO
2. CENTRO POLIFUNZIONALE CON LABORATORIO ARTIGIANALE PER LA PRODUZIONE DI MOZZARELLA DI BUFALA
3. DOPO DI NOI.ACCOGLIENZA E INTEGRAZIONE PER LA DISABILITA’
4. FATTORIA SOCIALE META PER L’ACCOGLIENZA E L’INTEGRAZIONE DI IMMIGRATI

Abbiamo avviato un dibattito attraverso la metodologia del debate e abbiamo trovato maggiormente valide le argomentazioni a favore di questo progetto. Lo abbiamo scelto poiché tra tutti è quello dalla tematica sociale più interessante. Esso infatti nasce per dare alle donne vittime di violenza la possibilità, attraverso il lavoro, di diventare autonome e indipendenti; si ricollega alla tematica già trattata lo scorso anno, relativa al riutilizzo per fini sociali dei beni confiscati alla camorra.

2° step: la scelta del nome

Una volta scelto il progetto, siamo poi passati a discutere del nome del team, che è “**Mozzarella Workers’ Secrets**”. Il nome gioca attorno alla duplice valenza della parola “segreti”. Abbiamo voluto che questo termine fosse il fulcro del nome del team, in primis, per sottolineare la nostra attività di vigilanza, volta alla scoperta dei segreti e delle problematiche del progetto trattato e, in secondo luogo, per fare riferimento a quella che è la situazione della categoria di lavoratrici impegnate nel caseificio, tutte donne vittime di violenza. E ben noto, infatti, che il fenomeno della violenza, esercitato nella maggioranza dei casi all’interno delle mura domestiche, sia poco denunciato dalle dirette interessate. Oltre il 90% delle donne, per la paura di ripercussioni e che il fatto si reiteri, non denuncia situazioni di violenza. Lo scopo del progetto, grazie alla testimonianza

di quante hanno avuto il coraggio di farsi avanti, è dimostrare che è possibile per loro cambiare vita, grazie anche al supporto di strutture come quella di Casapesenna, che favoriscono il reinserimento nel mondo del lavoro e la conseguente indipendenza economica.

3° step: la scelta del logo

La scelta del logo ci ha tenuti impegnati per molto tempo: cercavamo qualcosa di semplice che offrisse un'idea immediata del concetto che avevamo intenzione di comunicare. Alla fine abbiamo optato per un'immagine bianca e circolare che rappresentasse la mozzarella, il prodotto che la struttura vuole valorizzare, con all'interno un profilo di donna. L'unico colore dell'intero logo è il rosso del segno sotto l'occhio della donna, simbolo utilizzato in occasione della giornata mondiale contro la violenza sulle donne del 25 novembre, che risalta fortemente, così come il messaggio che comunica. Il tutto è stato accompagnato dal nome del team.

4° step: l'attribuzione dei ruoli

Reduci dall'esperienza positiva della scorsa edizione, sono state apportate solo alcune modifiche alla divisione dei ruoli dello scorso anno.

Ruoli	Componenti	
	Gruppo 1	Gruppo 2
Project Manager	Mattia Di Filippo	Vincenzo Alaia Alessio Natale;
Social Media Manager	Giuseppe Zara; Fabiola Zaccariello; Mariapia Ciccarelli.	Luisa Alaia; Mariarosa Di Filippo.
Designer	Antonio Ucciero; Francesca Corvino; Giusi Corvino.	Aniello Natale; Guido Schiavone; Martina Misso.
Storyteller	Antonella Di Puerto; Davide Cipriano Pagano.	Luigi Bossone; Tammaro Iannone.
Analisti	Felicia Fabozzi; Francesco Romano.	Maria Caterino; Raffaella Corvino.
Blogger	Francesca Sofo; Alessia Cioffo; Lorenza Puzzi.	Angela Massaro; Maria Madonna.

5° step: primi dati e iniziative per il futuro



Stando a quanto affermato dal sindaco di Casapesenna Marcello De Rosa, sappiamo che è stato approvato un finanziamento dalla Regione Campania per l'importo di euro 1.450.000,00 e che sono stati affidati tutti gli incarichi tecnici per la realizzazione nel minor tempo possibile del progetto.

Per il futuro ci occuperemo di tenere sotto controllo lo stato dei lavori e nelle prossime pubblicazioni forniremo maggiori informazioni riguardo l'effettivo ammontare di denaro a disposizione per la costruzione del caseificio, sfruttando principalmente i nostri contatti con il consorzio Agrorinasce, attuatore del progetto, dal momento in cui quest'ultimo non appare sul portale di riferimento <https://opencoesione.gov.it/> .