
Ragazzi e Internet: Acli Roma, gli studenti diventano i registi di spot su rischi e opportunità della rete. Martedì evento al Cinema Troisi

Formare i giovani sui rischi e le opportunità della rete per un uso consapevole del web e per un potenziamento delle conoscenze verso il settore informatico-digitale oggi in costante crescita nel mondo del lavoro. Questi gli obiettivi di “Con-nesso, orientarsi per navigare senza affondare”, il percorso educativo promosso dalle Acli di Roma il cui evento finale è in programma martedì 17 maggio alle 10 presso il Cinema Troisi con la premiazione del contest dei video realizzati dagli studenti. “Il progetto - spiega una nota - ha posto al centro una serie di azioni di educazione digitale - articolate in 9 incontri online rivolti ai giovani, ma anche ai genitori e agli insegnanti - che hanno coinvolto oltre 200 ragazzi, provenienti da tre istituti della Capitale: l’Iiss Cine TV Roberto Rossellini, l’Isis Via di Saponara 150 e il Liceo scientifico statale Nomentano. Un percorso di formazione e informazione, dunque, che ha inteso accendere i riflettori anche sulla piaga del cyberbullismo. Il fenomeno, infatti, interessa un adolescente su due ed è tra i principali rischi percepiti dai ragazzi”. Dopo i saluti istituzionali di Claudia Pratelli, assessore a Scuola, formazione e lavoro del Comune di Roma, e Lorenza Bonaccorsi, presidente del I Municipio di Roma, interverranno Lidia Borzi, presidente delle Acli di Roma e Provincia, Gabriele Caeti, executive creative director di Ddb Group Italy, Tonino Cantelmi, psicoterapeuta e psichiatra, Massimo Ciampa, segretario generale di Mediafriends Onlus, e Francesco Scoppola, capo cerimoniale della Regione Lazio. Gli studenti hanno realizzato tre campagne di sensibilizzazione creando contenuti destinati ai propri coetanei mettendo in luce le loro idee, paure e riflessioni. In particolare, il liceo Nomentano ha realizzato una miniserie di 4 video che, attraverso il claim “Non fare come web ti pare”, affronta il tema dei rischi del web nell’ambito delle relazioni interpersonali, del lavoro e delle relazioni in famiglia. L’Ips Giulio Verne ha sviluppato invece la propria campagna ispirandosi a un famoso reality e cimentandosi in un’ipotetica “Casa del Grande Web”, in cui si sfidano, con un tono ironico, due concorrenti simbolo dei due volti della rete. Infine l’Istituto Rossellini ha prodotto 2 video sui temi delle truffe e del rischio di profili falsi. “Grazie a questo progetto i ragazzi hanno avuto la possibilità di trasformarsi in registi di contenuti innovativi e consapevoli contro i rischi della rete”, afferma Borzi, sottolineando che “con questa iniziativa confermiamo la volontà di impegnarci, in quanto movimento sociale ed educativo, a favore dei giovani per renderli protagonisti coscienti delle risorse e delle derive del web, ambiente in cui trascorrono quotidianamente diverse ore”. La pandemia, aggiunge, “ha acceso i riflettori sull’importanza di creare un’alleanza tra i soggetti della comunità educante e i ragazzi stessi partendo dall’ascolto delle loro esigenze e delle loro potenzialità. Un dialogo attivo che li faccia sentire corresponsabili e protagonisti al fine di accompagnarli ad essere cittadini digitali competenti”.

Alberto Baviera