



MAONS DE FONAMENTACIÓ



INDEX

INTRODUCCIÓ	2
<i>COMUNICACIÓ</i>	3
<i>COMUNICACIÓ INTERCULTURAL</i>	4
<i>BIBLIOGRAFIA</i>	8
TREBALLAR AMB GENT GRAN	9
<i>INTRODUCCIÓ</i>	9
<i>COM FACILITAR EL PROCÈS D'APRENENTATGE A LA GENT GRAN?</i>	10
<i>COM EMPODERAR A LA GENT GRAN?</i>	13
<i>BIBLIOGRAFIA</i>	16
TREBALLAR AMB GENT JOVE	17
<i>COM CAPTAR-LOS?</i>	18
<i>POQUES ESTRUCTURES LINGÜISTIQUES</i>	19
<i>BAIXES ESTRUCTURES SOCIALS I EDUCATIVES</i>	21
<i>COM MANTENIR-LOS ENGANXATS ?</i>	22
<i>BIBLIOGRAFIA</i>	26
CONTA-CONTES	28
<i>QUÉ ÉS EXPLICAR HISTÒRIES?</i>	28
<i>EL VALOR DE APLICAR TÈCNIQUES DE CONTA-CONTES</i>	30
<i>CONTA-CONTES EN GRUP</i>	32
<i>CONTA-CONTES COM A EINA PER MILLORAR LES COMPETÈNCIES LINGÜISTIQUES</i>	34
<i>CONTA-CONTES COM UN INSTRUMENT EN EL DESENVOLUPAMENT DE LES CAPACITATS EN EMPRENEDURIA</i>	35
<i>CONTA-CONTES COM UN INSTRUMENT PEL DESENVOLUPAMENT DE CAPACITATS SOCIALS I COMUNICATIVES</i>	38
<i>BIBLIOGRAFIA</i>	40
CONCLUSIÓ	41

INTRODUCCIÓ

El Projecte Erasmus + “Aladdin i la Làntia intergeneracional” implica a 5 socis de diferents països: França, Espanya, Països Baixos, Gran Bretanya i Hongria.

Alguns dels socis tenen experiència en treball intergeneracional, alguns en explicar contes, alguns en habilitats interculturals i/o treballar amb voluntaris. Hem tret el nostre “complementari valor afegit” i hem desenvolupat una metodologia i teoria per utilitzar en tècniques per explicar contes de forma intergeneracional amb ciutadans jubilats i amb joves “amb risc”.

Aquesta guia metodològica ofereix una combinació de teoria i descripcions de mètodes i recursos. El seu objectiu és equipar els membres del projecte amb els coneixements i eines necessaris per poder fer el procediment del treball intergeneracional i concebre activitats creades a partir de l'explicació de contes per al desenvolupament del aprenentatge de la Llengua, així com proporcionar aptituds socials i emocionals per els joves amb situacions desavantajades.

Aquesta guia s'adreça a:

-  Voluntaris i membres de treball organitzatiu amb joves-adults en situacions desfavorables (com: immigrants, membres de minories culturals, joves amb pobre rendiment escolar, obstacles econòmics o amb limitats recursos socials.)
-  Voluntaris i membres d'organitzacions que proporcionen ensenyament de llengua/activitats educatives per immigrants.
-  Voluntaris i membres d'associacions de Gent Gran i Universitaris de la 3a Edat.
-  Personal d'organitzacions que treballen amb joves-adults en situacions desfavorables (com: immigrants, membres de minories culturals, joves amb pobre rendiment escolar, obstacles econòmics o amb limitats recursos socials.)
-  Personal d'institucions formatives/educatives, organitzacions involucrades en programes educatius.

Esperem que aquesta guia metodològica us familiaritzi amb els mètodes bàsics per relançar els tallers intergeneracionals de Conta-contes.

COMUNICACIÓ

Com la gent gran pot ajudar els joves-adults amb menys oportunitats en el desenvolupament de les capacitats de llenguatge, comunicació i empresarials? Aquesta és la pregunta essencial del Projecte Aladdin, que es concentra principalment en el desenvolupament de tallers intergeneracionals per a joves-adults (desfavorits) proporcionats per voluntaris de gent gran jubilada, mitjançant tècniques de Contar-contes.

Aquest capítol ajuda a donar un marc teòric, així com dóna eines per facilitar la comunicació en aquests tallers amb gent gran i joves-adults, com també entre gent gran i joves.

És important definir cultura abans d'examinar el perquè importa i com, la millor comunicació amb persones de diferents estructures culturals, de forma efectiva.

Fa molt temps, cultura només es referia a aquells productes de la ment humana que s'aconseguien pel treball dur, així com pintura, música i literatura. A partir del segle 19, cultura era casi sinònim al considerat "alta cultura". Aquest significat es va canviar molt, degut a la nova emergent ciència de l'antropologia que va començar a definir cultura com alguna cosa que pertany a tothom i no només a una petita elit. El britànic Edward Tylor (1871) va donar la primera definició de cultura que ho recollia tot, com "un conjunt complex que inclou coneixements, creences, art, morals, lleis, costums i qualsevol altres capacitats i hàbits adquirits pel home (l'ésser humà) com a membre de la societat.

Segons Margaret Mead (1937), cultura és el conjunt complex del comportament tradicional que ha desenvolupat la raça humana i que, successivament, han

apré les diferents generacions. Una cultura és menys precisa. Pot significar les formes del comportament tradicional, que caracteritzen una determinada societat, o d'un grup de societats, o d'una determinada ètnia, o d'una determinada zona, o d'un cert període de temps.

La cultura pot modelar-se de diferents maneres. Mentre que els models son massa simples i no reflecteixen la profunditat i diversitat de la vida real, son útils com a eina d'aprenentatge.

Segons el model ceba, cultura és com una ceba que té diferents capes per pelar fins arribar al cor. Al pelar les capes, traslladem de l'exterior, més aspectes manifestes de cultura fins a les menys visibles i més estructurals dimensions.

1. La primera, la capa més externa representa els aspectes manifestes de cultura —aquells elements que es poden veure més o experiències directes.

2. La segona capa son els valors socials, normes i regles. No podem veure necessàriament aquesta part de cultura, però ens adonem de la seva existència. Les parts més matisades del llenguatge també formen part aquí a la forma de parlar dels adults o de quan s'utilitza l'idioma formal i l'informal. Un aspecte important d'aquesta capa és que és pot verbalitzar. En altres paraules, si un estranger ens pregunta sobre aquestes regles i normes, som capaços d'explicar-les.

3. La tercera capa d'aquest model és el cor de la ceba i sovint nomenat el "forat negre" de la cultura. Es diferencia de la segona capa en que aquestes regles i normes no són clarament evidents. De resultes, és molt difícil per a nosaltres el verbalitzar els elements d'aquesta capa. Instintivament, les entenem o seguim, però ens

és quasi impossible explicar la naturalesa o fins i tot la existència d'aquestes regles. Aquesta part de cultura ens sembla tant natural que quasi mai podem saber les formes en que determinen el nostre comportament i pensament. En aquest punt, hi ha molts tabús i acudits.

LLÀNTIA INTERGENERACIONAL

Les cultures mai es troben –sempre és la gent que es troba i interactua amb altres i és aquesta gent que estan integrats en diferents cultures.

El model de la ceba és útil per entendre també la complexitat de la identitat. En aquesta perspectiva, similar a la cultura, la identitat es fa amb un conjunt de cercles concèntrics que van des dels aspectes manifestats més visibles als aspectes menys visibles i més centrals. Per entendre una persona, necessitem pelar la capa dels hàbits, vestits i aparença, en primer lloc, després, la capa de les normes internes i valors de la persona, en segon lloc, i, finalment, la capa dels seus valors fonamentals i suposicions inqüestionables.

Tots representem una ceba que es compon de diferents capes. A la seva vegada, les nostres cebes individuals formen part de les "cebes" més grans i més complexes de les variades cultures de les que formem part. De fet, quan interactuem uns amb altres, són les nostres "cebes" les que interactuen. Així que intentem entendre'ns uns amb altres, les nostres "cebes-identificatives" es troben amb totes les diferents capes des dels aspectes visibles als més amagats

El més diferent de les nostres cebes, el més probable és que sorgeixin conflictes i incomprensions. És especialment veritat que si intentem entendre l'altre sense saber res de les capes que hi ha sota del que ens és directament accessible –que sovint passa. Mentre cada capa té tendència a crear conflicte, normalment es fa més dur enfrontar diferències a mida que ens apropem al



cor. El forat negre és on passen els conflictes més seriosos –aquestes dimensions de cultura són tan natural i al mateix temps tan essencial per a nosaltres, que és molt difícil acceptar que tots els detalls complets no tothom els pot compartir.

Altres assumptes involucrats en la complexitat de la trobada intercultural es refereixen als tres components d'una comuni-

cació: contingut, formes i relacions: content, forms and relationships:

CONTINGUT

És el contingut independent del remitent/ destinatari/ context? Els models vigents emfatitzen el significat que es co-construït i/o negociat. Això implica:

-  Paper actiu del destinatari per interpretar, donant sentit al missatge.
-  Importància dels filtres, marcs de referència mobilitzats per donar sentit als actes de comunicació.
-  Importància del context.

RELACIONS

La relació amb el poder: Les societats són diferents en tan com els seus membres es relacionen amb les posicions del poder. Una distància petita amb el poder indica una relació més horitzontal, mentre que una alta distància amb el poder indica un respecte percebut a la jerarquia.

MITJANS DE COMUNICACIÓ

En un context intercultural hi ha un gran nombre de diferències verbals, para-verbals i no-verbals, que influeixen en el procés de comunicació.

Comunicació verbal: Inclou l'ús de metàfores, símls, simbolismes, frases fetes, etc. Comunicació para-verbal: Implica el to, entonació, volum, ritme, silencis, pauses, sons auxiliars (eh....)

Comunicació no-verbal: Una gran part del que es comunica, s'expressa a través del llenguatge del nostre cos i altres formes de comunicació no-verbal. Mentre que la utilització del llenguatge del nostre cos és universal, el significat dels signes pot variar enormement entre la gent i les cultures, cosa que ens condueix a molta incomprensió.

MÉS DIFERÈNCIES

Hi ha diferents estils de comunicació, que poden identificar-se entre cultures. Els més comuns són el context directe/ indirecte, baix/ alt i la dicotomia. Algunes cultures i situacions són més fàcils de "llegir" que altres. La comunicació de baix context posa èmfasi en la ortografia de les nostres regles i expectatives, mentre que la comunicació

d'alt context comporta més coneixements implícits. El context directe/baix i el indirecte/ alt són els dos extrems de com, absolutament, cap cultura es pot classificar com part d'una d'aquestes. La major part de cultures estan entre els dos estils de cultures.

Context directe/baix: En aquest estil de comunicació, molta informació està en el missatge verbal i poca en el context o en els participants. L'expressió té menys importància, així com els fets i conviccions són més significatius que l'atenció al que es diu. El primer objecte de una comunicació interactiva és un canvi d'informació. Crear una bona relació personal no és l'objecte primari d'aquest estil de comunicació.

Context indirecte/ alt: En aquest context la informació és el context físic, es codifica una mica en missatges verbals. La gent transmet menys les paraules parlades en el sentit literal i comunica més en una forma no-verbal. Endemés, la seva necessitat d'explicar-se és menor, així com les indicacions no-verbals formen part del missatge que no es diu, però que pot ser el missatge. En aquest context, s'eviten les crítiques, confrontacions i negatives i es tracten amb molta delicadesa. L'objectiu primari d'aquest estil de comunicació, és crear relacions i posposar l'acompliment de les tasques que es donen. Hi ha una diferència entre el que la gent diu i el que sent.

Diferents cultures donen prioritat a les directius verbals, mentre que altres donen més èmfasi a la expressivitat emocional quan hi ha situacions de conflicte o tensió.

Un altre concepte important per una millor comprensió en els assumptes de comunicació intercultural, és que tots som etnocèntrics. En altres paraules, tots ens guiem per la nostra pròpia cultura i context social. La cultura és com un parell de lents que no ens podem treure del damunt. Ser etnocèntric vol dir que només podem veure el món a través del nostre propi parell de lents. Com norma general, no ens adonem de la existència dels nostres propis valors culturals i normes fins que ens els qüestionen o disputen. Normalment, quan ens enfrontem a regles i normes diferents de les nostres, és quan els aspectes més inconscients de la nostra pròpia cultura, es fan aparents. A través de l'encontre amb l'altra, és quan es posen de manifest els nostres valors.

Basant-se en aquest concepte, la psicòloga francesa Margalit Cohen-Emerique ha desenvolupat un mètode útil per facilitar

la comunicació intercultural i la resolució de conflictes en situacions professionals.

MÈTODE D'INCIDENTS CRÍTICS

La particularitat d'aquest plantejament és el que coneixem en tots els cassos:

Conflicte cultural/ tensió: Hi ha dos parts involucrades i que un conflicte mai pot resumir-se o explicar-se amb estranyesa al altre, però sí que es pot interactuar els dos marcs de diferents referències culturals.

A través de les anàlisis d'experiències d'impactes culturals, les situacions concretes nomenades Incidentes crítics, des de la perspectiva del narrador i els altres protagonistes, el mètode obre l'espai a una millor comprensió de com els nostres propis valors culturals i expectatives formen la interacció i ens ajuden a aconseguir alguns graus de neutralitat cultural, això és permetent una negociació millor de possibles solucions.

L'impacte cultural és una interacció amb una persona (o objecte) d'una cultura diferent, en un concret espai i temps, que provoca cognicions negatives o positives i reaccions afectives, una sensació de pèrdua de punts de referència, una representació negativa d'ella mateixa i sentiment de falta d'aprovació que pot arribar a sentiments d'intranquil·litat i indignació. (Cohen-Emerique, 1999).

La iniciació del sistema intercultural de Cohen-Emerique es basa en tres passos, cadascun basat en diferents mètodes i eines de formació i requerint el desenvolupament de diferents competències per els professionals.

Descentralització

El primer pas, Descentralització, es basa en el reconèixer que si hi ha un conflicte no és la mera conseqüència de la diferència cultural de l'altre, sinó més la interacció entre dos marcs de diferents referències culturals. La Descentralització també ens convida a l'exploració de la implicació de la nostra pròpia cultura (incloent professionals), models, pràctiques, normes i com entrar a interactuar amb els valors, normes i expectatives dels altres.

El reconeixement de que la Descentralització és el primer pas, necessàriament, ve de l'observació de que els nostres marcs culturals actuen com filtres –penseu en la metàfora de les lents com a representació de cultura-influenciant en com veiem el món exterior.

La Descentralització fa possible que aix-

equem aquests cristalls culturals just abans de veure el seu color, la seva forma, per exemple, per una millor comprensió de com filtrem la nostra lectura de l'altra persona. És més fàcil sistematitzar i donar significat el nostre coneixement d'altres cultures, un cop hem adquirit algunes perspectives de la nostra pròpia. Per exemple, és més fàcil entendre (que no vol dir necessàriament, acceptar) tabús culturals respecte a menjar una vegada hem descobert que la nostra pròpia cultura també ens marca una línia: potser per a nosaltres les ostres i els cargols no tenen la categoria de menjar, normalment, potser el porc, potser tots els sers que tenen ulls, però hi ha talment una línia habitualment i la pregunta és on és aquesta línia. Finalment, la nostra naturalesa és la que ens inclinem a considerar la nostra pròpia cultura amb més complexitat, mentre que acceptem fàcilment, la simplificació d'altres, altres cultures. Guanyant més coneixement de la nostra pròpia cultura en primer lloc, ens pot ajudar a predisposar a tenir unes expectatives menys simples sobre els altres. La primera fase implica l'adquirir eines que ens ajudin a tenir autoajuda i autopercepció. El nucli de la tècnica és la capacitat de fer un pas enrere en una situació potencialment delicada i intentar resistir la necessitat de buscar una resposta immediata i jutjar l'altre ("com podem oprimir les dones, forçant-les a amagar les seves cares i corbes del cos?") i, enlloc de girar l'atenció a nosaltres mateixos ("perquè és tan important per a mi escollir la forma que vull vestir-me? Perquè és important que les dones ensenyin les seves cares i corbes del cos?").

Comprensió del marc de referència de l'altre:



Obtenir una idea més elaborada dels valors culturals, normes, models de la gent d'altres cultures, per anar més enllà d'expectatives simplistes i estereotips.



Conèixer la multitud de factors que poden influir en el marc de referència cultural de l'altre.

En aquesta fase, els professionals adquireixen les eines de l'antropologia cultural per a poder observar, entrevistar, analitzar models culturals i crear les "graelles" que facilitin el tenir en compte elements contextuals (per exemple, pel treball professional amb immigrant, una "grael·la" útil ajudaria a

determinar fins on el client està “integrat” o “culturitzat” en la nova societat, amb el fi d’evitar dipositar en ella/ell els valors culturals i models de la seva cultura d’origen, que no sap seguir de cap altre forma).

La clau de les competències d’aquesta fase, son:

Atreviment a la curiositat: Cohen-Emerique observa que sovint els professionals es queden amb les idees rebudes, expectatives d’altres cultures perquè senzillament no s’atreveixen a tafanejar i investigar, per la por d’envair la privacitat i el seu dret de ser “invisible” com una entitat cultural diferent del corrent principal. Per aquesta raó, sovint els professionals.

Negociació

El tercer pas, la negociació, implica trobar una solució a un problema concret d’una manera que respecte-, tant com sigui possible, la identitat de les dues parts. En aquesta fase, els professionals adquireixen eines per a la comunicació i la negociació. Una varietat d’actituds i habilitats es poden desenvolupar per millorar la nostra negociació:



Escolta activa, la comunicació no violenta: l’escolta de l’altre, no només es centra en el que volem aconseguir i on la nostra pròpia línia de reserves és



Resistència a la necessitat de tancament: evitar el nostre desig genuí per tancar la comunicació i acabar la relació / interacció en situacions d’amenaça emocionalment difícils



El coneixement de la comunicació no verbal (la nostra i la dels altres)

Capacitat per moure’s en l’esfera professional pel manteniment de la relació: quan hi ha una obstrucció en el procés, adonant-se que el canvi entre un registre professional i un de personal pot esdevenir un recurs en el manteniment de la connexió

En aquest capítol hem abordat la qüestió de la comunicació intercultural. Com una trobada intercultural real es basa en una trobada entre dues persones que porten dos parells diferents d’ulleres ‘cultur-

als’, es això del que parlem quan parlem de comunicació entre generacions?

Des del nostre punt de vista, la comunicació intergeneracional és una espècie de Comunicació intercultural, pel que el primer pas per comunicar-nos millor; és entendre el sistema de referència de cada una de les generacions. Posteriorment, grans i joves seran capaços de valorar les diferències i prendre avantatge d’elles. Finalment, és permetre que cada un d’ells pugui trobar el seu propi lloc per crear un diàleg real que respecta i té en compte tant les identitats diverses.

BIBLIOGRAFIA

- ATTIAS-DONFUT Claudine, 1988, *Sociologie des Générations: l'Empreinte du Temps*, 1re éd., Paris, Presses Universitaires de France (coll. « Le Sociologue »), 249 p.
- BAHUAUD Myriam, DESTAL Corinne et PECOLO Agnès, 2012, *Âges et Générations la Communication Re-visite ses Publics*, Pessac, Presses Universitaires de Bordeaux.
- BONDY Andy et FROST Lori, 2001, *A Picture's Worth: PECS and Other Visual Communication Strategies in Autism*, 1st ed., Bethesda, MD, Woodbine House (coll. « Topics in Autism »), 155 p.
- CHARTRAND, T. L. et BARGH, J. A, 1999, « The Chameleon Effect: The Perception-Behavior Link and Social Interaction », 1999, n° 76, (coll. « Journal of Personality and Social Psychology »), p. 893910.
- DEMORGON Jean et ABDALLAH-PRETCEILLE Martine (eds.), 1999, *Guide de l'Interculturel en Formation*, Paris, Retz (coll. « Au Cœur de la Formation »), 349 p.
- GILES HOWARD et TANIA OGAY, 2007, « Communication Accommodation Theory » dans Bryan B. Whaley et Wendy Santer (eds.), *Explaining Communication: Contemporary Theories and Exemplars*, Mahwah, N.J, Lawrence Erlbaum Associates (coll. « Lea's Communication Series »).
- GOFFMAN Erving, 1990, *The Presentation of Self in Everyday Life*, Repr., London, Penguin, 251 p.
- GOLDMSITH et DAENA, 2007, « Brown and Levinson's Politeness Theory » dans Bryan B. Whaley et Wendy Santer (eds.), *Explaining Communication: Contemporary Theories and Exemplars*, Mahwah, N.J, Lawrence Erlbaum Associates (coll. « Lea's Communication Series »).
- HALL Edward T., 1990a, *The Hidden Dimension*, New York, Anchor Books, 217 p.
- HALL Edward T., 1990b, *The Silent Language*, New York, Anchor Books, 209 p.
- KNAPP Mark L., HALL Judith A. et HORGAN Terrence G., 2014, *Nonverbal Communication in Human Interaction*, Eighth Edition., Boston, MA, USA, Wadsworth, Cengage Learning, 510 p.
- KREMER P., « Des Crèches et des Maisons de Retraite Bousculent les Frontières Entre Générations – L' «Intergénérationnel», du Discours à la Réalité », *Le Monde*, 25 janvier 2001.
- MARGALIT COHEN-EMERIQUE, 1999, « Le Choc Culturel, Méthode de Formation et Outil de Recherche » dans Jean Demorgon et Martine Abdallah-Pretceille (eds.), *Guide de l'Interculturel en Formation*, Paris, Retz (coll. « Au Cœur de la Formation »), p. 301315.
- MYRIAM BAHUAUD, CORINNE DESTAL et AGNÈS PECOLO, 2011, « L'Approche Générationnelle de la Communication: Placer les Publics au Cœur du Processus », 2011, (coll. « Communication et Organisation »), p. 518.
- QUÉNIART Anne et HURTUBISE Roch, 2009, *L'Intergénérationnel: Regards Pluridisciplinaires*, Rennes, Presses de l'École des Hautes Études en Santé Publique.
- REBOUÇAS Cristiana Brasil de Almeida, PAGLIUCA Lorita Marlena Freitag et ALMEIDA Paulo César de, 2007, « Non-verbal Communication: Aspects Observed During Nursing Consultations with Blind Patients », *Escola Anna Nery*, mars 2007, vol. 11, n° 1, p. 3843.

TREBALLAR AMB GENT GRAN

INTRODUCCIÓ

El projecte ALADDIN va dirigit al desenvolupament del llenguatge bàsic, la comunicació i la emprenedoria dels joves-adults desfavorits, mitjançant els tallers intergeneracionals amb la gent gran jubilada voluntària amb risc d'exclusió, a través de les tècniques de Contar-contes.

El model ALADDIN determina que l'edat dels participants ha de ser més de 55anys. Alguns, en aquest grup, viuran fins els 105, o potser més. Aquesta és una escala d'edat bastant gran, a fi de considerar gran, més gran i els més grans. Potser en cinquanta anys podria ser els "Més grans de la tribu".

Per tant, quina és la terminologia utilitzada per aquesta gent? Alguns exemples haurien de ser: gent vella, gent més vella, adults vells, els vells, els ancians, els nostres grans, ciutadans de la 3a edat, pensionistes grans, OAP's, gent madura, envelliment, vells, geriàtrics, senyores grans, senyors grans, etc. Molts socis d'altres països, a través de la EU, també aporten "mayores", "ainé", "els que es fan més grans".

Amb tot això, en el projecte ALADDIN nomenem aquest grup, Sèniors. El lector més astut haurà notat alguna cosa més. Alguna cosa que no pot expressar-se amb l'escriptura. Posant una lletra majúscula al principi de la paraula, honorem i respectem aquesta gent. Senzillament, per arribar a una certa edat i, per tant, l'escenari de la vida.

QUÈ ENTENEM PER SÈNIORS EN RISC?

Les influències socials ens diuen que la Gent gran, sovint, casi sempre, està marginada. Ens atreviríem a dir que comencen a tornar-se menys viables del punt de vista comercial. La Gent gran estan “separades” de la resta de nosaltres: Vacances per a la Gent gran, clubs, societats i, particularment, quan no estan en “edat laboral” se’ls “envia fora” a Residències, llars vigilades,...

Molts Sèniors estan aïllats socialment, o com mínim, tenen un sentit d’aïllament social. Viuen lluny d’amics i de la família, inclús si viuen amb el seu grup de col·legues. Realment, deuen tenir, o sentir, una pèrdua de treball i del seu treball. Hi ha hagut canvis psicològics, així com en les finances. Deuen sentir una pèrdua de propòsits, d’identitat o de rutina diària, connexions a determinats nivells de la societat; deuen sentir que la societat funciona a diferent velocitat a la seva, moltes vegades bastant més ràpida. Poden haver perdut la seva estima i els seus somnis i esperances s’hagin esvaït o desaparegut, al mateix temps. Poden estar en declivi físic (i emocional). Poden sentir-se menys vàlids, que no porten bé l’envelliment i que estan més feixucs que els altres. Segons Helen Webb, d’ “Atencions i cures Guinness U.K” la depressió afecta a 1 de cada 5 persones de Gent gran; 2 d’aquestes 5, estan en Residències. Els Sèniors amb risc estan socialment exclosos i el seu benestar està en risc del col·lapse.

QUINS SON ELS PROS I EL CONTRES DE TREBALLAR AMB GENT GRAN EN RISC?

La naturalesa humana ens porta una certa quantitat d’estereotips negatius. Els Sèniors poden sentir que no “coneixen” la gent jove: poden anar més lluny dels estereotips i sentir que la joventut no ofereix res a la Societat i inclús, tenir por d’ells.

Tanmateix, amb tots els grups de gent poden sentir la “por dins seu”. Pot traduir-se amb un sentiment de “Què els hi puc oferir?”. La seva “crítica interna” pot ser el sentiment que actualment està fora d’ús “les coses eren millor en els meus dies”. La por del desconegut també hi és present; la Gent gran senten que ja no estaran mai més prou bé. De vegades, hi posen resistència. De vegades, hi ha canvis físics, mobilitat per exemple. Les seves capacitats comunicatives poden estar baixes i, per tant, trobar-se amb dificultats de fer-se entendre.

De totes formes, aquests “Sèniors amb risc” tenen un capital molt ric en coneixements, experiències i recursos interns molt útils pel desenvolupament de competències i habilitats bàsiques per la realització personal i la inclusió dels joves desfavorits.

D’altra banda, encara tenen l’habilitat per aprendre nous mètodes, així com les tècniques de Conta-contes, per poder comunicar i transferir els seus coneixements i competències els joves-adults.

En els pròxims capítols, s’explicarà com facilitar el procés d’aprenentatge els Sèniors i com potenciar-los.

COM FACILITAR EL PROCÈS D’APRENTATGE A LA GENT GRAN?

Aquest capítol ens ajuda a tenir una visió general sobre el procés d’aprenentatge en els Sèniors. Algunes claus en l’enteniment del que impliquen els diferents passos en un procés d’aprenentatge, estan en aquest capítol.

Com que la Gent gran aprendrà un mètode de tècniques de Conta-contes, serà útil

conèixer els diferents aspectes cognitius que necessitem tenir en compte per portar a terme aquesta tasca. Per tenir una millor comprensió del procés d’aprenentatge, introduïrem alguns inputs específics a la neurociència.

Els Sèniors aprendran: els neurocientífics han comprovat que el cervell té una gran

capacitat d'adaptació, segons el seu entorn: li diuen plasticitat. És una de les característiques del cervell durant la seva vida.

Per a la Gent gran, l'experiment de portar a terme una tasca específica pot reduir el nivell d'activitat del cervell: pot considerar-se com una prova d'un "tractament" eficient. La recerca ens ensenya que l'aprenentatge manté l'activitat de rebuig del cervell; la Gent més gran té l'oportunitat d'aprendre (via lliçons especials per a adults, els seus treballs o activitats socials) les oportunitats que tenen de retardar més les malalties neurodegeneratives, o prevenir el seu desenvolupament. La major part de Gent gran tenen les capacitats essencials de mantenir o desenvolupar les seves facultats intel·lectuals. El principal obstacle és trencar la imatge negativa que poden tenir d'ells mateixos, que pot ser un resultat directe de la imatge que la societat els hi retorna.

Un Sènior que experimenta ansietat o por, pot costar-li molt motivar-se per aprendre, estar centrat o en una disposició favorable per aprendre (és cert a totes les edats!!!). Com es pot reforçar i fer agafar l'autoestima dels aprenents en el procés d'aprenentatge?

Robert Rosler, que és al mateix temps, mestre i neurocirurgià, suggereix en el seu article "Cours Cérébralement Conviviaux pour que vos Éléves se Rapellent ce que vous enseignez":

ESTIMULAR LA NOSTRA ATENCIÓ

Presenta alguns fets curiosos: la novetat és atractiva per al cervell. L'arrel del cervell filtra la informació sensorial i quan s'adona d'alguna cosa nova, deixa anar una adrenalina que desperta el cervell. D'aquesta forma, els participants poden utilitzar sons inusuals o accessoris visuals.

ESTIMULAR LA NOSTRA MEMÒRIA:

Al centre del cervell humà, hi ha un conjunt d'estructures que moltes vegades diem "cervell emocional": el sistema límbic. Actualment, sabem que les emocions tenen un impacte molt important en el teixit neuràlgic. Quant a les emocions positives, un dels factors més alts de la motivació és el sentiment d'il·luminació, que passa quan un entén un nou concepte; el cervell reacciona realment bé a aquest sentiment. Els formadors haurien d'estar segurs del que els aprenents descobreixen i senten el plaer de l'aprenentatge, cosa que farà que l'expe-

riència d'aprendre sigui molt agradable.

Per suposat, segons el Dr. Rosler, incloure emocions en la educació és una excel·lent forma de fer-hi arribar els estudiants. Quan la glàndula (cervell) detecta una emoció, reforça l'activitat de zones que estan relacionades amb la construcció de la memòria. Per exemple, suggereix posar música relacionada amb el tema que el formador vagi a parlar. La melodia estimula les emocions i, per tant, ajuda a reforçar la memòria.

Més estratègies per reforçar la memòria



Les matèries han de ser apropiades per els aprenents, doncs implica que puguin associar el contingut amb fets importants per a ells (relacionats amb la seva vida diària). Així, els hi permetrà ràpidament connectar-les amb coneixements previs. Els participants recorden el què connecta amb la seva vida.

Els participants han de tenir potencial i temps per pensar, el qual fa que siguin capaços de pensar sobre la informació ensenyada i manipular-la en els seus treballs de memòria, connectant-la a un coneixement previ del tema.



Quan manipulen la nova informació en el treball de memòria, els aprenents la connectaran amb la "informació vella" que tenen en la seva memòria de llarg termini, que els permetrà trobar un "ganxo" on penjarà la nova informació. La capacitat de pensar en la nova informació i combinar-la amb el coneixement previ és essencial, perquè la informació vagi del treball de memòria a la memòria de llarg termini.

RECODIFICAR:

És la connexió de l'oportunitat que els alumnes tenen de "parlar" sobre la informació donada, amb les seves pròpies paraules. Generalment, recordem molt millor el que fem. Si els aprenents poden crear la seva pròpia explicació d'un concepte, els hi permetrà guardar aquesta informació en la seva memòria de llarg termini.

REFORÇAR:

L'objectiu és conèixer si els aprenents han entès els conceptes a través d'un test formatiu sense qualificacions i donant-los un

apropiat feedback.

Els feedbacks son vitals en el procés d'aprenentatge, i també permeten els aprenents canviar la seva comprensió conceptual abans de practicar-la, i així la informació es consolida en la memòria de llarg termini.

Per reforçar la informació, els formadors poden utilitzar tests donats entre els col·legues, via activitats d'ordinadors, que permetin els aprenents tenir un feedback immediat els seus esforços, o en una tasca d'aprenentatge que serà corregida ràpidament i arxivada. Els aprenents no saben el què saben fins que tenen l'oportunitat d'usar el pas de descodificar i el pas de reforçar.

Per practicar, és essencial transferir la informació del treball de memòria a la memòria de llarg termini i, així, acabar la seva consolidació. Per arxivar aquest objectiu és necessari repetir el procés en diferents maneres. Les memòries s'haurien d'estimular en varies formes, per reforçar-les en diferents àrees del cervell (la mateixa informació necessita utilitzar-se en la memòria emocional, processal, condicional...)

Perquè el procés d'aprenentatge pugui transferir-se, s'hauria en moltes tantes formes com fos possible i, tanmateix, en el context variat del procés d'aprenentatge que sigui possible. En la pràctica, permet continus canvis en la ret neural. Si la informació es pogués treure via formes de cada memòria, llavors els aprenents hi tindrien accés via diferents formes.

Anant més enllà de l'àmbit de neurociència, és important també mencionar alguns elements rellevants a tenir en compte, des d'un punt de vista més pedagògic.

En primer lloc, el procés d'aprenentatge està juntament relacionat amb els trets de comportament del formador. En aquest sentit, advertim els formadors que es sentin positius en el que fan, perquè com hem mencionat abans, les emocions son realment importants en el procés d'aprenentatge i les emocions son contagioses!! Així, es necessari presentar la informació amb passió i interès. Els formadors haurien de tenir la llibertat en aportar la seva pròpia personalitat per dirigir els tallers.

Finalment però no menys important, com mencionàvem el poder de la música per exemple, també podria ser una bona idea suggerir sessions artístiques enlloc d'una "veritable sessió compartida de Conta-contes". Per suposat, l'utilitzar formes artís-

tiques mentre s'explica una història, seria una bona manera d'ajudar la gent a trencar el foc i compartir històries. De la mateixa forma, seria útil portar alguns objectes perquè els participants poguessin jugar-hi amb les seves mans: al mateix temps, que pensem que es podrien distraure pel fet de tenir una cosa en les seves mans, realment es produiran els efectes contraris, doncs les seves mans estaran "ocupades amb alguna cosa" i les seves ments i orelles estaran totalment centrades en el conte que s'expliquen. A la universitat d'Hèlsinki, per exemple, s'anima els estudiants a fer mitja mentre escolten lliçons sobre els Tèxtils. Encara més, el formador hauria de facilitar el compartir els aliments. Després de tot, el trobar-se la gent en cercles per menjar i compartir històries, ha sigut durant milers d'anys. Utilitzar el Poder de Conta-contes és utilitzar el poder de la naturalesa.

En tot aquest capítol, hem vist un possible "pla d'acció" per reforçar el procés d'aprenentatge dels Sèniors. La Gent gran encara tenen capacitats per aprendre, i tenen el dret de continuar fent-ho. A través del projecte Aladdin, els Sèniors aprendran com usar les Tècniques de Conta-contes, a fi d'ajudar els joves en el desenvolupament del llenguatge i les habilitats socials i de comunicació. No només els joves adquiriran noves capacitats, sinó que els Sèniors també tindran l'oportunitat d'aprendre com encaixar en una trobada intercultural i intergeneracional. En aquest sentit, ambdues parts es dedicaran a aprendre l'una de l'altre. De nou, utilitzarem el Poder de Contar-contes.

COM EMPODERAR A LA GENT GRAN ?

En aquesta Secció, examinarem a quin tipus de repte s'enfronta la Gent gran abans i després de la seva jubilació, quines necessitats tenen normalment en aquesta nova fase de vida i com facilitar-les.

Després de la jubilació, generalment, la gent s'enfronta a una sèrie de canvis que poden ser difícils de copsar, sense continuar una professió que els hi faria perdre un dels principals pilars de la seva identitat, un dels seus rols més importants. Poden sentir-se que ja no són útils a la societat i també poden sentir-se que s'han convertit en una càrrega per a les noves generacions. Perden part de les seves connexions: estar en contacte amb els ex-col·legues i família, poden apanyar-se, encara que ja no, amb una rutina diària; es necessita esforç i dedicació per totes les bandes, i, normalment, aquests contactes desapareixen amb el temps. De cop i volta, tindran molt temps lliure desestructurat, que els hi pot comportar sentiments d'ansietat; necessiten trobar nous rols, objectius i formes de passar els seus dies, en general. També necessiten trobar tasques estimulants, doncs com hem vist prèviament, la estimulació mental és important per retardar per evitar les funcions cognitives.

D'altra banda, la Gent més gran té molt a oferir a la seva comunitat: probablement, han vençut una sèrie de reptes personals i professionals des del principi del seu viatge fins arribar a una edat més gran (sovint, coincideix amb la jubilació) que poden compartir amb les joves generacions. A mesura que la gent envelleix, s'enfronta cada vegada més a nous reptes que estan fora del seu control (per exemple, pèrdues personals, mort d'éssers estimats) i, en general, la seva habilitat en acceptar emocions negatives (incloent la por, depressió i ansietat) millora (Shallcross, 2013). Han de sobreposar-se a la regulació d'altres estratègies emocionals, així com, a acceptar-les, per exemple, la resolució de problemes (això últim és una eina útil a la seva actitud cara els reptes que estan dins del nostre control). Aquest canvis contribueixen a l'improvisat benestar dels Sèniors (segons varis estudis en gent de més de 50



anys, són normalment més feliços que la gent entre els 20 i 40 anys). La Gent més gran pot oferir el seu temps, energia, saviesa i, algunes vegades, poden ajudar en un nivell més pràctic, també, com per exemple, a través dels seus contactes professionals i el seu coneixement en artesanies i habilitats desaparegudes.

No només tenen molt a oferir, sinó que també tenen una profunda necessitat de compartir experiències amb altres. Segons Erik Erikson, alemany, en la Psicologia del desenvolupament americà, hi ha diferents etapes (nomenades etapes psicosocials) en la vida i cada etapa té els seus propis reptes. Entre les edats dels 40 i 65 (generativitat versus estancament) la gent ja està assentada a la vida, i comença a oferir alguna cosa a la societat (criant un nen, a través del seu treball, a través d'activitats en la comunitat). Si no es poden complir aquests objectius, se senten fàcilment improductius. En l'última etapa desenvolupada, des de l'edat dels 65 anys (l'etapa del "ego" integral o desesperació), la gent té tendència a preguntar-se a ells mateixos si han viscut una vida amb sentit.

Si senten que no han tingut l'oportunitat de dedicar-se a activitats que troben valuoses (com per exemple, ajudar els altres, o seguir una carrera i fer el que es pugui) en les seves vides actives (mentre treballaven), podrien veure les seves vides com improductives i podrien arribar a la desesperació i inclús a la depressió. De totes formes, mai és tard per comprometre's a activitats amb força sentit, com podria ser el voluntariat, tutoria i el sentit de pertànyer a la seva comunitat local.

El voluntariat és una gran forma de reforçar la Gent gran, d'utilitzar les seves capacitats i experiències i dedicar-les a les seves comunitats. Per suposat, s'ha de tenir en compte que la paraula "voluntari" ve del llatí "voluntarius", que vol dir "voler fer el bé", que ho podem entendre de les dues formes: fer el bé a algú i també a un mateix.

Pels Sèniors, la necessitat d'estar actiu, va bé per dues coses, l'una la de la salut mental i l'altra, la de la salut psíquica. Ambdues, per suposat, ens porten al benestar emocional

D'una banda, un projecte de recerca, dirigit per sociòlegs francesos i professionals de l'Assistència Mèdica del Centre d'Études et de Recherches sur la Philantropie (Cerphi), tendeixen a mostrar que la vitalitat, el capital social l'autoestima, el plaer de ser un servei en un marc associatiu basat en l'autonomia del voluntari, són factors directes en la milloria de la salut física. D'altra banda, un altre projecte de recerca, portat per Morro-Howell (2010), ens mostra els beneficis addicionals que el voluntariat té en la salut física, així com s'associa a una reducció de la mortalitat, incrementa les funcions físiques, incrementa els nivells de la salut mental, redueix els símptomes depressius i incrementa la satisfacció de viure.

 A la vista de l'evolució demogràfica global i el pes dels Sèniors en la població d'arreu, la retenció i inclús la evolució dels Sèniors en el voluntariat es el repte comú de les societats d'avui dia.

 El canvi d'identitat que hi ha quan la gent d'edat o jubilada, passa a la identificació de nous recursos o reconeixement social, que poden

ser tant en la esfera social (el status de ser avis, per exemple) com en la esfera pública (voluntaris, per exemple)... o encara millor, en les dues!

 En altres paraules, podríem dir que la sincronització no podria haver estat millor des de que la societat necessita els Sèniors i els Sèniors necessiten romandre actius! Per suposat, a la Gent gran sempre se l'ha considerat valuosa i respectada en la "Tribu humana".

D'acord amb la personalitat d'un mateix, història, tradició familiar, varies motivacions podrien entrar en joc, en varis graus, per entrar en el voluntariat: el sentit de sentiment útil; l'afirmació i realització de les creences més profundes d'una mateixa; el compromís personal amb els valors de solidaritat i ciutadania; el desig de transmetre coneixement i saviesa; el lluitar contra el sentiment de solitud que pot aparèixer després del final de les relacions professionals; la cerca de noves persones amb les que trobar-se; el compartir i bescanviar coneixements i saviesa, específicament en el context intergeneracional; la necessitat del reconeixement personal; el desig de conservar la identitat professional d'un mateix.

 Així com tota la gent en totes les etapes de la vida, necessitem un sentit de propòsits; aquest sentiment no disminueix en l'envelliment.

COM EMPODERAR LA GENT GRAN EN ELS TALLERS ALADDIN?

Ens agradaria suggerir dos tipus d'activitats que poguessin ser interessants per organitzar els tallers:

 Activitat parcial del cos. Fer grups entre els participant i demanar-los que pensin i contestin aquestes preguntes: "A la teva família, quina part del cos representes?, Amb els teus amics, quina part del cos representes?. Per suposat, les preguntes haurien d'adaptar-se al públic objectiu i a la gent que hi ha present a la sala. La resposta podria ser "el cap", representant intel·ligència, o "el braç", que representa el fet de que algú és hàbil o

fort, o la “espatlla”, que representa el fet de que ell/ella és un bon oïdor, etcètera.

Aquesta és una altre activitat que podria ser molt útil perquè els Sèniors s'adonin de les seves capacitats, així com adquireixin una auto seguretat. També, desperta la creativitat d'un mateix i del grup.



Els formadors se'ls demana experiència en treballar amb el Públic Objectiu. Això ajudarà en gran manera, amb les habilitats intuïtives de compassió, empatia i respecte. El principal focus en el Taller Aplicat de Conta-contes, és la connexió. De totes maneres, el formador farà servir la seva pròpia personalitat, coneixement, experiència i intuïció. El formador buscarà les semblances, els treballs antics, interessos, viatges, etc. Per estar-hi totalment present, activament escoltar i demostrar una “auto passió”, el formador de Conta-contes, facilitarà la lliure participació del compartir històries.



Tinguem present que els Sèniors son gent senzilla principalment. Per estar al mateix nivell uns dels altres, hem de treure el millor de no-

saltres mateixos. Quan el formador veu l'oportunitat de compartir les seves pròpies històries personals, les aporta! Confieu en el Poder de Contar-contes i Compartir-contes. Dóna la gent l'oportunitat d'inspirar-se en les històries dels altres i compartir les seves. Et portarà directament a aquest poder.

En el Projecte Aladdin, els Sèniors tindran la possibilitat de ser voluntaris ensenyant llenguatge i coneixements pràctics en l'aspecte social i comunicacions a la joventut, a través de les tècniques de Contar-contes. Esperem que ens adrecem a algunes de les necessitats dels Sèniors, com les de sentir-se útils, compromís en els valors de la solidaritat, el desig de trametre coneixements i saviesa, el desig de lluitar contra la solitud, així com el compartiment i bescanvi de coneixement en un context intercultural i intergeneracional. Amb les bases de Morrow-Howell i els estudis de Cerphi, esperem que aquesta experiència tingui un impacte positiu en la Gent gran, tant en el físic com en el mental, emocional, psicològic i com alguns argumentarien, en el nivell espiritual.



BIBLIOGRAFIA

Breder É., 2010, *L'Influence du Bénévolat Sur la Santé des Bénévoles*, Cerphi

MORROW-HOWELL Nancy, 2010, « Volunteering in Later Life: Research Frontiers », *The Journals of Gerontology. Series B, Psychological Sciences and Social Sciences*, Juillet 2010, Vol. 65, n° 4, p. 461469.

OCDE/CERI Conférence, Apprendre au XX^e Siècle : Recherche, Innovation et Politiques (2007), Comprendre le Cerveau : Naissance d'Une Science de l'Apprentissage, OCDE, Paris. [en ligne] [<http://Www.oecd.org/fr/sites/learninginthe21stcenturyresearchinnovationandpolicyapprendreauxxii-sieclerechercheinnovationetpolitiques/40583325.pdf>]

SHALLCROSS Amanda J., FORD Brett Q., FLOERKE Victoria A. et MAUSS Iris B., 2013, « Getting Better with Age: The Relationship Between Age, Acceptance, and Negative Affect. », *Journal of Personality and Social Psychology*, 2013, vol. 104, n° 4, p. 734749.

Thierry D., 2010, *L'Engagement Bénévole des Seniors : Une Implication Réfléchie*, France Bénévolat, 22 pages.

La Solidarité Intergénérationnelle dans et par les Associations : du « Faire Pour » au « Faire Ensemble » Etude France Bénévolat 2010, Dirigée par Dominique Thierry, Dossier d'Expériences (Voir www.francebenevolat.org Onglet documentation)

L'Entrée dans la Retraite : Nouveau Départ ou Mort Sociale ? Sous la Direction de D. Thierry (Ed. Liaisons Sociales 2006)

Website :

Associacion Educar <http://asociacioneducar.com/neurotransmisores-aprendizaje>



TREBALLAR AMB GENT JOVE

DEFINICIÓ DEL GRUP OBJECTIU

El Projecte Aladdin pretén treballar amb joves en risc. En el següent capítol, intentarem definir aquest Grup Objectiu.

En primer lloc, necessitem emfatitzar que hi ha diferències culturals entre els països involucrats en aquest projecte. Més concretament, és pot diferenciar inclús de ciutat a ciutat en el mateix context nacional.

Hem escollit treballar amb joves entre 18 i 30 anys. Ja no estan en edat escolar i no estan obligats a seguir qualsevol educació. T'esperes que la joventut en aquesta edat tenen una educació bàsica, encara que treballarem en un alt percentatge dels anomenats "drop-outs": joves que han abandonat l'escola a una edat massa primerenca i gent que no ha acabat la seva educació i que no tenen cap qualificació/papers/certificats. La majoria de programes de la EU consideren com joves a tothom fins l'edat dels 30, per la qual cosa hem decidit agafar aquesta edat com la més alta. Hem de ser conscients del fet que el nivell de desenvolupament d'una persona de 18 és diferent de la de 30. En aquest sentit, estaria bé treballar amb grups que tinguessin participants de més o menys el grup de la mateixa edat (per exemple, 18-21/ 22-25/ 26-30).

Deliberadament, vam escollir treballar amb joves en risc i limitem la nostra definició a camps de ciutadania activa i treball, excloent els temes de salut, de gènere, psicològics i altres. La definició que suggerim utilitzar, és:

La joventut amb risc, podria descriure's com els Joves que tenen dificultats per gestionar les seves opcions de vida, després d'acabar la educació i no encaixar en estudis o treballs posteriors!

En aquest projecte, voldríem afegir la joventut que no té massa habilitats lingüístiques per participar plenament amb la seva societat. Pensem, principalment en refugiats o altres grups d'emigrants (de primera o segona generació).

Com s'ha dit, no tothom ha acabat els estudis amb graduació ni guanyat certificats/qualificacions. Però no sempre aquest és el problema. Alguns joves tenen el correcte certificat, però no troben feina per altres raons. En aquests casos, veiem sovint que no tenen prou capacitats de comunicació o socials. Per tant, és el tercer Grup Objectiu a qui ens adreçarem.

Per resumir, els problemes més grans amb que la joventut que treballem, s'enfronten:

PROBLEMES EXTERNS:

-  Sense els certificats apropiats/qualificacions.
-  Sense papers/ qualificacions.
-  Discriminació (per exemple, alguns caps no volen contractar personal amb arrels immigrants; molts joves amb passat immigrant diuen que ho han patit molt. Per molt que no es coneguin estudis profunds sobre la matèria, actualment és una evidència anecdòtica.

PROBLEMES INTERNS:

-  Sense papers/ sense qualificacions.
-  Educació de mala qualitat.



Habilitats comunicatives pobres.

Habilitats socials pobres, incloent:

- o cap autodisciplina
- o cap autogestió



Poques habilitats lingüístiques.

Advertim que, sovint una combinació de diferents factors que podrien fer que algú es convertís en “jovent amb risc”. Alguna persona amb arrels immigrants, però amb molta disciplina, trobarà sempre el seu camí (encara que podria ser més difícil en el cas d'indígenes o la 3a o més generació d'immigrants). Per tant, el treball amb joves amb risc, demana un acostament en diferents nivells.

En molts casos, el Projecte Aladdin es farà en barriades interculturals, parts de la ciutat o regió, on diferents cultures conviuen juntes. Aquests barris s'anomenen sovint, barriades d'immigrants i tenen les seves característiques específiques. Això requereix un gran coneixement i experiència de les cultures d'aquests barris, incloent-hi les

cultures de carrer. Es convenient involucrar els representants dels Grups Objectius en la entrega del projecte. La utilització de models, principalment en la fase d'incorporació pot ser de gran valor, tanmateix (vegeu també sota la direcció general pel reclutament).

El compromís de la joventut del Grup Objectiu, compta amb el treball amb Grups Objectius d'altres llocs, també, incloent els refugiats que necessiten acostumar-se a una nova cultura (sovint, la cultura dels Sèniors). Això podria ajudar a involucrar altres refugiats que coneixen la seva cultura en el projecte, principalment en la incorporació dels participants.

COM CAPTAR-LOS?

Reclutar participants per formar part dels tallers, no serà fàcil. És molt important emfatitzar “el què hi ha per ells”. Els Conta-contes no seran vistos immediatament, com una eina que pot ser profitosa en el desenvolupament d'habilitats útils, de forma que és necessari convèncer el potencial de participants del seu valor. L'ús d'incentius (begudes gratis, una petita recompensa quan algú passa a un cert nivell, potser un certificat) pot ajudar a motivar la gent a apuntar-s'hi..

El Grup Objectiu, sovint, no utilitza els camins regulars d'informar-se. El material imprès, com pòsters, flyers i fulletons no produiran un gran efecte, encara que serà profitós distribuir-los en llocs estratègics, com centres de treball, YMCA's, refugis i altres instituts d'ensenyança.

De totes formes, creiem que la captació via xarxes socials, principalment Facebook i Instagram i, possiblement, Twitter serà més efectiu. Molta joventut és activa en aquests punts de trobada digitals i obtenen informacions a través d'aquestes plataformes socials. Recomanem la utilització de vídeos i imatges per el jovent amb un nivell baix de llenguatge, i que no acostumin a utilitzar les seves capacitats de comunicació i ensenyament per obtenir informació d'un text escrit.

És important captar el jovent al carrer, parlant amb ells simplement. Aquesta especial forma de reclutament no pot fer-la tothom. És important que la feina la faci algú que connecti i tingui confiança amb el Grup Objectiu. L'ideal seria algú que tingui el mateix rerefons que el Grup Objectiu. Col·laborar amb organitzacions de joventut local, ajudarà força en el “reclutament del carrer”. Finalment però no menys important, és re-

comanable involucrar un ambaixador o model en la campanya de reclutament; algú que sigui famós (com mínim, en el context local) i algú que sigui admirat. Ell o ella poden inspirar i animar la joventut a unir-se al projecte.

Respecte el captar joventut amb reduïdes aptituds en el llenguatge, estarà bé traduir el material promocional en diferents idiomes (per exemple, en àrab, quan es treballi amb refugiats de Síria o altres països de la regió MENA).

EINES DE COMUNICACIÓ

La majoria de Grups Objectius han de tenir els mateixos canals de comunicació. Alguns d'ells ja els hem descrit abans.

Per deixar clar quins canals poden utilitzar-se, farem una llista, novament, indicant quin Grup Objectiu pot utilitzar millor:



Xarxes Socials (principalment Facebook i Instagram) - Capacitats educacionals baixes, capacitats baixes de llenguatge (refugiats).



Flyers/ pòsters - Aptituds baixes de llenguatge (refugiats), capacitats educacionals baixes (quan es posi en llocs adequats, en Centres de Treball, etc.)



Boca a boca - Habilitats baixes en el llenguatge (refugiats), tracte social baix.



Reclutament al carrer - Baix tracte social, baixes habilitats comunicatives i educacionals.



Models - Tots els Grups Objectius. En els pròxims capítols, de-

POQUES ESTRUCTURES LINGÜÍSTIQUES

scriurem les necessitats de cada Grup Objectiu.

En la secció següent, arribarem a alguns punts que son importants quan ens adrecem al reclutament d'alguns joves amb poques estructures lingüístiques (que, possiblement, no parlen l'idioma del país convidat) per participar als grups intergeneracionals de conta-contes, de forma que els podem motivar a aprendre i treballar en el seu nou entorn.

REQUISITS ESPECIAL PER TREBALLAR AMB JOVES-ADULTS AMB ESTRUCTURES LINGÜÍSTIQUES BAIXES

Per captar l'atenció dels joves-adults, el millor medi de comunicació hauria de ser la imatge (fotos, imatges, etc.) i hauríem d'evitar el "bloc de text" perquè ràpidament pogues-

sin copsar el significat dels objectius dels tallers. Per reemplaçar la explicació d'un "bloc de text", podríem utilitzar paraules clau en les capacitats que adquiriran en el programa, així com paraules clau per subratllar l'impacte positiu que podria fer en ells, aquest tipus de taller. En qualsevol cas, a pesar de la importància del text, s'hauria de traduir en varis idiomes per tenir un impacte més directe en ells i donar-los una comprensió més ràpida sobre el què és el taller.

La informació hauria d'insistir en el fet de que participar en aquest taller no és una pèrdua de temps, sinó al contrari, que hi tenen molt a guanyar. S'hauria de presentar també, com una gran oportunitat per a ells de socialitzar-se amb altres. Finalment, però no menys important, s'hauria d'especificar

que no es necessita cap nivell de llenguatge per participar-hi.

Els nous medis de comunicació, com el Facebook, Twitter i altres plataformes socials hauran de fer-se servir per difondre la informació, perquè els joves-adults utilitzin aquestes xarxes socials en la seva vida quotidiana.

Per les organitzacions

Convidem els professionals a propagar la informació als joves-adults perquè participin en aquests tallers, doncs necessitaran una important descripció sobre el projecte. Necessitaran una descripció d'activitats concretes que s'utilitzaran en els tallers, així com fotografies i el feedback dels tallers previs fets per la organització. Hem d'insistir en l'impacte positiu que aquests tallers podrien tenir en aquest sector de la comunitat. D'altra banda, hem de promocionar l'ús d'activitats informals/ tallers i, òbviament, afavorir l'impacte positiu de les tècniques de Conta-contes. Per suposat, l'utilitzar tècniques de Conta-contes, és una eina molt útil per millorar les estructures del llenguatge, així com les competències lingüístiques (desenvolupament del vocabulari, canvis de temps, frases repetitives, etc.) i competències comunicatives (ensenyar a parlar en públic amb seguretat, claus de com dirigir-se a la gent, etc.)

Tipus d'organitzacions a les que arribar

Diferents tipus d'organitzacions haurien de tenir com a objectiu el captar joves-adults per participar a tallers. En primer lloc, cal recordar que els immigrants (especialment els immigrants acabats d'arribar) necessiten "fer activitats" que els ajudin a treure de damunt la rutina administrativa diària; d'altra banda, els treballadors socials o els voluntaris que assisteixen als immigrants també busquen organitzacions, estructures socials, que oferir en aquestes activitats a fi de poder guiar els immigrants. Els diferents tipus d'estructures que s'interessessin potencialment en el projecte Aladdin, haurien d'identificar-se (i portar-nos joves-adults als tallers).

Organitzacions que ajuden els immigrants en diferents formes

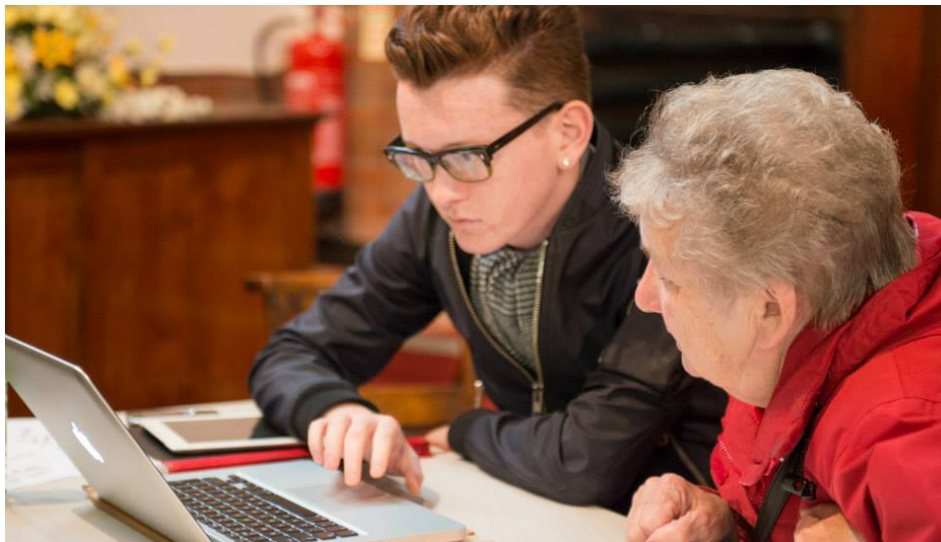
Hi ha organitzacions que proporcionen informació, consell i guia a la major part dels

sol·licitants d'asil. Aquestes tipus d'organitzacions, generalment, tenen un "servei gratuït d'assessoria legal", varies vegades per setmana. Aquestes organitzacions estan en contacte amb molts immigrants acabats d'arribar i, sovint, són el seu "contacte preferit" per parlar de les seves necessitats. En aquest sentit, els voluntaris que treballen en aquests tipus d'organitzacions, haurien de poder 1) passar a molta gent la informació dels tallers, 2) donar-nos el contacte dels detalls de les persones que, potencialment, hi estarien interessades. Es podria aplicar el mateix principi a les organitzacions que treballen per facilitar la integració social, o amb aquelles que ofereixen activitats culturals i recreatives.

Finalment però no menys important, hauríem d'adreçar-nos a organitzacions que donen lliçons d'idiomes i/o ofereixen cursos en llengua materna. Per suposat, demanaríem ajut als professors per difondre la informació sobre els tallers i/o, directament, intervenir amb els alumnes.

El segon tipus d'organitzacions en les que estem interessats per poder captar participants, són Centres d'allotjament per immigrants; per suposat, Refugis d'urgències, Centres receptius per sol·licitants d'asil, Centres receptius per menors estrangers no acompanyats, Centres socials, etc.; hi ha llocs en que els immigrants són acollits per unes setmanes o mesos. Generalment, un "equip" (composat per treballadors socials, voluntaris, etc.) escull "dirigir el lloc". En aquest sentit, probablement, s'inclinarien a

BAIXES ESTRUCTURES SOCIALS I EDUCATIVES



involucrar-se en el projecte Aladdin, a fi de que els seus residents se'n beneficiessin.

En la secció anterior, hem debatut amb els joves d'estructures baixes de llenguatge. Aquest segment, Treballar amb Joves amb baixes capacitats socials i educatives, té algunes similituds.

REQUISITS ESPECÍFICS PEL TREBALL AMB JOVES-ADULTS AMB BAIXES CAPACITATS EDUCATIVES

De nou, és molt semblant a la secció de la pàgina... Per joves-adults amb pobres capacitats educatives. La imatge serà el millor medi de comunicació. Quan utilitzem el text, hauria de ser un text amb coses divertides, optimistes, atractives i anar més cap a un esdeveniment social que educacional; una part del text podria incloure alguna qualificació que es podria guanyar (per exemple, SEPE al Regne Unit – Treball de Suport i Efectivitat Personal). Pels mateixos joves, tindran una brillant experiència en compartir, fer nous amics i rets, al mateix temps que guanyen alguna cosa que podran ensenyar el futur cap. Com abans, l'ús de les xarxes socials com el Facebook, Twitter i altres serà

una forma de comunicació molt valuosa en aquestes invitacions, propostes i idees..

Per les organitzacions

La Secció de la pàgina... ens ho explica perfectament. Hauríem de reiterar que els Tallers de Conta-contes, les Tècniques i les Trobades, no només beneficien els participants en gran manera, sinó que beneficien també a l'organització i, per afegit a la comunitat. Per suposat, si alguns d'aquests esdeveniments es fan en "comunitats més amplies" s'hauria d'enviar invitacions a tota la gent jove de la zona, llavors seria un gran potencial per la Cohesió de la Comunitat i un enteniment i empatia d'altres. Tot això, a través de Contar-contes i una Escolta apreciada!

COM MANTENIR-LOS ENGANXATS?

LINIES GENERALS

En aquest capítol, direm alguns punts generals que haurien de tenir-se en compte al treballar amb joves “en risc” (Joves amb capacitats pobres de llenguatge o joves amb un rerefons educatiu baix o capacitats socials i comunicatives baixes). Aquesta secció explicarà algunes formes de com treballar amb joves i com mantenir-los enganxats en el procés, així com alguns aspectes específics de com parar atenció.

En primer lloc, és important ajudar els participants en els tallers. Podria ser que no poguessin fer front els costos dels trasllats per anar al taller – en aquest cas l'organitzador del taller hauria de pagar el cost del viatge. També s'hauria de facilitar els menjars i les begudes.

Pot ser útil trucar a cada participant un dia abans de cada sessió, i animar-los per la pròxima sessió. Seria més efectiu si el trucar d'un als altres, es seleccionés pels mateixos participants (i no l'organitzador del taller, si fos possible). En aquest cas, els organitzadors haurien de cobrir els costos de les trucades o oferir un lloc des del qual el participant voluntari pogués trucar els altres, gratuïtament.

En cas de que alguns participants abandonessin, podríem discutir amb els altres restants les raons del seu abandonament i els hi podríem demanar que intentessin repescar els absents.

El compromís dels joves-adults podria millorar donant-los alguns incentius, com bitllets de cinema, cupons de regal, etc. Finalment, el taller es faria en dies consecutius, a fi de mantenir les dinàmiques de grup, així com mantenir-los enganxats als tallers.

Per mantenir-los enganxats, els formadors haurien de parar atenció a les motivacions dels joves. Els joves-adults necessiten saber per quines raons aprenen alguna cosa i quin

benefici els hi comporta. Per suposat, els adults tenen unes necessitats d'aprenentatge específiques, generades pels esdeveniments de la vida (trasllats, obtenir una nova feina, casament, etc.) (Knowles, 1990). En demés, els adults són aprenents de “competència base”; volen aplicar immediatament el què han après (Knowles, 1990). Els formadors haurien de recordar la gent que la participació en el grup i en el compartir històries és voluntari, de forma que els participants poden decidir el què i quan volen compartir, basant-se en els seus propis sentiments i segons el seu propi pas

És important que celebrem els resultats dels participants en els tallers. Pot fer-se de forma informal sempre que alguns participants facin una contribució al treball del grup/ o faci un pas cap els seus propis objectius. Els resultats dels participants es poden donar a conèixer “oficialment”, així com en la forma d'un certificat. Per exemple, CIC Superact ha fet un Acreditat Programa de Formació pels Practicants d'Art i, al final del seu programa, els participants obtindran la qualif- something they could be proud of.

Personal). Podríem crear un certificat semblant pels participants al projecte Aladdin. Ajudaria a atrapar els joves participants no només per haver guanyat moltes habilitats en els tallers, sinó que tindrien un document de qualificació per ensenyar els potencials empleadors... És una cosa tangible i de la que se'n sentirien orgullosos. Una altra forma de mantenir-los enganxats, és també donant-los responsabilitats en el procés. Una manera molt simple és involucrar-los en el treball; l'aprenentatge no es basaria en una relació vertical (el formador és l'únic que té el coneixement), sinó en un nivell horitzontal (cada participant té quelcom a ensenyar i aprendre dels altres). En aquest sentit, els formadors haurien de preguntar els participants de portar idees pròpies per planificar els seus propis tallers, per exemple.

Una altra manera d'involucrar-los en el treball és donar-los responsabilitats en les tasques diàries, per exemple, si algú necessita comprar al supermercat, els formadors donarien la responsabilitat a un o dos participants d'anar al supermercat per ells mateixos i comprar el què el grup necessita. A la tornada, podrien explicar la història de com els hi ha anat!

Una altra clau pràctica interessant de fer servir per mantenir-los enganxats, seria assignar els joves, mentors o tutors. Segons com treballin els joves i l'atmosfera general, hi ha dues formes d'organitzar un programa de Menoria.

En primer lloc, el principi de mentoria, en aquest context, significa que els formadors no poden fer al mateix temps la funció de formadors i de tutors; en altres paraules, els tutors haurien de ser joves que participessin en el taller.

Els formadors podrien intentar de reconèixer el "líder" entre el grup, i assignar-li a ell o ella el paper de "Assistent". Per suposat, el fet de que un dels seus companys ajudi els formadors en donar instruccions i assegurar que les activitats funcionin, segurament faria mantenir l'atenció dels participants.

Un altra forma de fer és en les activitats; la majoria de les activitats es faran en grups de 2 o 3. Per cada activitat, els formadors assignaran un tutor en el grup, ell o ella supervisarà el funcionament de l'activitat i l'intermediari escollit farà evident les dificultats trobades pels altres participants (que no necessàriament expressarien aquestes dificultats si no tinguessin un intermediari...)

Algunes activitats pràctiques per mantenir l'interès de la joventut

El pas més important abans de començar qualsevol activitat és crear un entorn segur i confortable (Zemke, 1995), així com fer un grup força dinàmic entre tots els participants. Per suposat, això els permetrà sentir-se més segurs i més confiats amb ells mateixos i amb els altres, la qual cosa és un pas necessari en el procés d'aprenentatge i, especialment, en el context de Contacontes. Per realitzar aquesta tasca, es poden fer servir diverses activitats "trenca-gels" i/o "escalfaments" a fi de guanyar confiança, fer més fortes les relacions entre els participants, així com crear una bona atmosfera per atreure participants en l'aprenentatge.

Els formadors haurien d'acabar la sessió amb una activitat que animés a adonar-se de les habilitats dels recursos desenvolupats i guanyats durant el dia. És un pas important per fer que els participants s'adonin del significat i el propòsit del què estan fent en els tallers.

Els formadors també haurien de pensar en alguns deures divertits a fer en la sessió següent; primerament, perquè els mantindria atents encara que fossin físicament presents als tallers, i, en segon lloc, reforçaria el desig dels participants de tornar a la pròxima sessió i ensenyar el treball fet en els deures. A més a més, els formadors haurien, també, d'estimular la curiositat dels participants respecte la pròxima sessió, per mantenir-los enganxats al procés.

FORMES ESPECÍFIQUES SEGONS CADA GRUP OBJECTIU

Fins ara, ens hem posat d'acord en alguns aspectes generals que cada formador hauria de tenir en el pensament, per treballar eficaçment amb els joves, així com mantenir-los atrets. De totes formes, també ens hem adonat que cada Grup Objectiu té les seves pròpies especialitats que també s'han de tenir en compte. Les sessions següents, de tota forma, detallaran les especialitats de cada Grup Objectiu, mentre se centren en les mateixes principals preguntes: Com treballar amb ells? Com mantenir-los enganxats?



JOVES AMB POBRES CAPACITATS LINGÜÍSTIQUES

En el capítol següent, aconseguirem alguns punts importants i alguns mètodes, que s'han de considerar quan treballem en l'organització de tallers de Conta-contes intergeneracional amb joves amb pobres capacitats lingüístiques.

Ja s'ha mencionat la importància de donar els joves responsabilitats en les seves tasques diàries; és encara millor en els joves amb baixes capacitats lingüístiques. D'altra banda, és important pels joves que estan ansiosos d'aprendre un nou idioma, que el

procés d'aprenentatge no es fa només en la "classe" sinó en les "situacions reals". Donar-los responsabilitats (com comprar a la carnisseria, els hi mostra la nostra confiança en la seva capacitat de comunicar-se en un nou llenguatge. D'altra banda, una forma interessant de connectar les seves experiències amb el "món exterior", serien les activitats de Conta-contes; en primer lloc, els ajudaria a obrir-se i compartir les seves històries i, en segon lloc, segurament els hi donaríem el sentiment de fer algunes

coses més “concretes” que només “explicar històries”.

Al mateix nivell, una altra activitat que es podria organitzar seria anar a la biblioteca amb els participants i llegir algunes històries. Això també, té l'avantatge de connectar amb Conta-contes i amb el procés d'aprenentatge de la llengua de la “vida real”.

Finalment però no menys important, els tallers haurien d'oferir-los la possibilitat de compartir una història de la seva pròpia cultura, així com treballar en contes sobre tòpics que els hi captessin el seu interès ((per exemple, Històries Personals, Històries Reals, etc.) També, seria interessant ensenyar-los el treball dels Narradors de contes de les seves pròpies cultures, per mantenir-los interessats en els tallers.

JOVES AMB UN POBRE REREFONS EDUCATIU I/O BAIXES CAPACITATS SOCIALS I COMUNICATIVES

En la secció següent, arribarem a alguns punts que son importants quan ens adrecem els Grups de Conta-contes intergeneracional, involucrant els joves participants amb un baix rerefons educatiu i/o amb pobres capacitats socio-emocionals. Aquests dos Grups Objectius es solapem significativament, la qual cosa és la raó per la que discutim les formes en la que atreure'ls i treballar amb ells sota el mateix subcapítol.

Abans d'anar i presentar alguns mètodes que siguin útils quan treballem amb ells, ens agradaria aclarir el què volem dir per competències d'aprenentatge socio-emocionals.

L'Aprenentatge Socio-Emocional (SEL) és un concepte introduït per l'Associació col·laboradora en l'Aprenentatge Socio-Emocional (CASEL), una organització fundada als Estats Units, i definida com el desenvolupament de les 5 àrees de competències principals, totes les quals poden més endavant desglossar-se en les capacitats socio-emocional més bàsiques:-

- 🧞 Auto-coneixement.
- 🧞 Auto-gestió.
- 🧞 Consciència social.



🧞 Habilitats relacionades.

🧞 Capacitat de decisió responsable.

Les primeres dues competències son sobre el coneixement i la gestió de nosaltres mateixos.

L'auto-coneixements significa que podem reconèixer les nostres emocions, necessitats i motivacions; trobar el què son les nostres forces i debilitats, coneixent-nos nosaltres mateixos i desenvolupant un sentit ben fonamentat d'auto-confiança.

L'auto-gestió vol dir que no només ens coneixem nosaltres mateixos, sinó que també podem gestionar/regular les nostres emocions i també, el nostre comportament, podem expressar les nostres necessitats de forma assertiva, podem fixar objectius que estiguin en línia amb les nostres forces i puguin ser resistents en els casos d'enfrontar reptes, ser responsables del nostre propi comportament i el nostre benestar.

Les pròximes dues competències son sobre la percepció i "gestió" dels altres.

La consciència social significa tenir empatia envers els altres, reconèixer el seus sentiments, les seves necessitats i preocupacions, podem entendre les seves situacions, som capaços d'entendre la seva perspectiva. Desenvolupant les habilitats relacionades, som capaços d'iniciar i mantenir relacions interpersonals que valguin la pena, podem comunicar-nos contundentment, cooperar amb els altres, enfrontar conflictes i podem ajudar els altres i podem buscar l'ajuda d'ells sempre que la necessitem. Finalment, la capacitat de decisió responsable significa que, mentre treballem cap els nostres objectius i interactuem amb altres que ens prenen en compte a nosaltres mateixos i el benestar d'altre gent, ens adherim a les normes socials i comportem, èticament, amb compassió.

Com atraure'ls?

Per atraure el jovent amb antecedents desfavorits, els tòpics coberts per les sessions de grup els hi haurien de ser rellevants. És per això que convidem els Sèniors que han conquerit reptes semblants als participants joves, s'hi enfrontin ara. També és important que els joves-adults involucrats, entenguin com el taller els podria ajudar a formular futurs objectius, descobrir futures oportunitats i compenetrar-se amb els camins per treballar cap a ells.

Podem millorar el compromís dels participants si els hi donem moltes oportunitats de sentir-se enfortits dins del grup, per exemple, els líders de grup deurien voler suggerir tòpics al principi, però l'agenda podria modificar-se basant-se en els interessos dels participants i les necessitats, segons els beneficis del taller.

S'accepta de bon grat que els participants fixin les "regles" del grup de treball, juntament. Per establir les regles i respectar-les, les seves competències d'aprenen-

tatge sòcio-emocional poden enfortir-se (per exemple, auto-coneixement, reconeixement de les seves pròpies necessitats i desitjos, auto-gestió: controlar les emocions i comportament, etc.)

És important crear confiança en el grup. Compartir històries personals i lluitar (no només passa) seria una bona manera de complir aquest objectiu. Per atraure participants és important que estiguin oberts a debatre les seves històries i donar respostes sinceres de la seva experiència a les preguntes dels altres participants. D'aquesta forma els oients poden aprendre més sobre les matèries específiques que son, personalment, les més apropiades per a ells.

Els joves participants també haurien de compartir les seves històries, per poder-se sentir que son escoltats i entesos. Segons un recent estudi (Morelli, Torre i Eisenberg, 2014), sentir-se entesos activa àrees del cervell que s'associen amb recompensa i connexió social, no seria sorprenent que sigui una recompensa social i ajudi a enfortir les relacions.

L'atracció –conjuntament amb el grup de cohesió– pot consolidar-se, si els participants del taller creen alguna cosa junts. Per exemple, podrien fer un blog al principi i, més tard, afegir-hi nous continguts, després de cada sessió. El contingut reflectiria els interessos de cada participant, la creació del blog de comú acord enfortiria les capacitats de cooperació dels participants (així com altres habilitats, intrigants). També es mantindrien els participants actius entre les sessions de tallers (i, per tant, ens proporcionaria continuïtat).

Com treballar amb ells?

Ja hem mencionat anteriorment, alguns punts rellevants. És important que les sessions siguin interactives, que els participants puguin discutir les àrees que més volen aprendre i, com a conseqüència, l'agenda és bastant flexible.

Com els Sèniors, els rols dels models han de compartir històries sobre les seves debilitats i faltes i no només els seus èxits, els joves participants poden sentir-se més còmodes amb les seves pròpies desavantatges (reals o no), també.

A més de parlar sobre debilitats i faltes, també és important reconèixer les forces de la gent, amb les històries que comparteixen. Inclús si no se'n adonen, molt probablement ja tenen moltes capacitats, mètodes i idees de les que refiar-se i desenvolupar en un futur a fi d'obtenir els seu objectius. Destacant aquestes forces i reconeixent les seves pròpies debilitats, els joves participants poden imposar les seves opcions més realment i poden començar a planificar els pròxims passos a seguir. En el compartir les històries personals, també s'hi poden introduir els Jocs de rol, a més a més. Mentre que compartir històries és un mètode molt bo per obrir-se a la gent, evocar emocions entre els participants, connec-

tar amb la gent, els Jocs de rol poden ajudar els participants a practicar capacitats específiques d'una forma juganera i experimental. Per exemple, poden mostrar com, generalment, intenten resoldre un conflicte i poden agafar idees addicionals de com la mateixa situació pot ser tractada de diferents maneres. També poden triar aquestes noves opcions en els Jocs de rol, en l'entorn segur de confiança del taller.

Endemés del treball en grup, el treball en parelles pot ser beneficiós també, ja que dona una oportunitat de ser més actiu en l'establiment d'una intimidació menys social. Els Jocs de rol tan es poden fer servir en grups nombrosos com en parelles.

BIBLIOGRAFIA

Morelli, S. A., Torre, J. B., & Eisenberger, N. I. (2014). The Neural Bases of Feeling Understood and Not Understood. *Social Cognitive and Affective Neuroscience*, nst191.

About Social Emotional Learning:

<http://www.casel.org/social-and-emotional-learning/core-competencies/>

About SEPE (Supporting Employability and Personal Effectiveness) Qualification:

<http://www.superact.org.uk/accredited-training/>



CONTA-CONTES

QUÉ ÉS EXPLICAR HISTÒRIES?

Explicar històries s'ha anat descobrint cada vegada més, com una eina forta per posar en moviment els processos socials. Explicar històries involucra al mateix temps, el narrador i l'escoltador i els posa en contacte uns amb els altres, la qual cosa fa vàlids els projectes d'Explicar històries pels projectes que volen connectar la gent. Aquesta connexió entre els éssers humans és necessària per treballar cap a una societat sostenible i pacífica.

L'explicar històries també s'ha aplicat en molts camps. Prova de la seva vàlua, per exemple, en projectes amb la Gent gran, que el Conta-contes els hi ajuda a mantenir el seu passat i història, o en projectes per immigrants que fan servir el Conta-contes per reforçar la seva identitat. El Conta-contes també ha estat descobert pels homes de negocis com una metodologia per guiar organitzacions, a través de reorganització/transició, canvis culturals o per desenvolupar un bon lideratge.

Què és exactament Explicar històries i com utilitzar-ho? En aquest capítol, farem un petit resum de l'Art de Conta-contes i les nombroses aplicacions que pot tenir.

Que volem dir per Conta-contes?

En el currículum de les Universitats de Ciències Aplicades d'Oslo i Akershus, s'ofereixen cursos de Conta-contes pel Departament de Tecnologia, Art i Disseny, el Conta-conte Tradicional es descriu de la següent forma:

“El Conta-contes Tradicional és un art i una forma de comunicació que crea imatges internes en la imaginació del escoltador, més que ensenyar-ho o dramatitzar-ho amb imatges visibles. El Conta-contes Tradicional es fa en una comunicació

bidireccional oberta i directa entre el narrador de contes i l'audiència i permet la interacció entre els presents.”

Aquesta definició es refereix a una particular tradició i podríem excloure un nombre d'estils i tècniques en Conta-contes. Encara que la definició destaca com cosa essencial en els Tradicionals Conta-contes l'habilitat de crear imatges. Això emfatitza el paper actiu del escoltador en la sessió de Conta-contes.

Basada en la definició anterior, i la importància del escoltador en l'Art de Conta-contes, podem definir diferents usos de Conta-contes, ambdós en el camp Artístic i Aplicat. Generalment, podem distingir dos tipus importants de Conta-contes:-

- Conta-contes teatral.
- Conta-contes aplicat.

En el Conta-contes aplicat, podem distingir 4 sub-categories:

-  Conta-contes social.
-  Conta-conte organitzatiu (o en companyia de Conta-contes)
-  Conta-contes curatiu.
-  Conta-contes corporatiu.

Conta-contes teatral

El Conta-contes teatral és un art de representació interactiu. La representació es fa utilitzant paraules i accions per revelar els elements i imatges de un conte mentre que afavoreixen la imaginació del escoltador.

El missatge, subtext o significat es transmet a través del mateix conte explicat. En aquest particular projecte, la naturalesa dels contes es treballarà autobiogràficament, fent històries a partir de les vides dels participants. Un element important de Conta-contes és l'absència del "Quart Mur", és el mur imaginari davant de l'escenari entre el representador/actor/ballari i l'audiència. Encara que l'actor, generalment, portarà a escena la seva atenció, creant un imaginari quart mur entre ell mateix i l'audiència, el Conta-contes parlarà directament a l'audiència i, contínuament, rebrà la seva inspiració d'ells.

El representant no ha de ser necessàriament un professional i la localització no ha de ser un veritable teatre, pot també ser un pub, club o centre social, sempre que hi hagi una "separació" entre l'explicador i l'oïdor.

Conta-contes aplicat

Conta-contes aplicat és el Conta-contes utilitzat amb molts altres contextos més que el teatral. Conta-contes aplicat comparteix moltes tècniques amb el Conta-contes teatral. Utilitzar estructures narratives i estimular la imaginació és tant important dins del camp de Conta-contes aplicat. Per suposat, l'Escotar Apreciatiu és molt important!

Distingim quatre categories en els Conta-contes aplicat. Aquesta classificació és bastant arbitrària, doncs el desplegament de Conta-contes en diferents situacions és gairebé la mateixa. Difereix, principalment, en la situació de Grups Objectius. Depenent de si els Conta-contes s'utilitza en organitzacions, barris, companyies, comunitats culturals o de gènere, entorns terapèutics o qualsevol altre entorn.

El Conta-contes social i organitzatiu/en companyies, son gairebé el mateix. Ambdós es centren en el canvi i desenvolupament d'un "grup de gent". La diferència entre els dos és el Grup objectiu. Mentre que el Conta-contes organitzatiu tracta amb processos amb companyies i organitzacions, el Conta-contes social s'utilitza en un context social i comunitari. L'ensenyament amb Conta-contes (o Conta-contes educatiu), és una part de l'ampli ordre d'usos de Conta-contes social i/o Conta-contes organitzatiu. Per aquesta raó, ens centrarem sobre aquest particular tipus de Conta-conte, aquí sota.

El principal focus de Conta-contes curatiu o terapèutic és l'ús de contes de fades i arquetips de ficció en diferents processos curatius i/o terapèutics. Les Històries Reals poden formar també part del procés terapèutic. Hi ha moltes semblances entre Conta-contes socials i Conta-contes curatius, encara que l'últim es centri més en el desenvolupament personal així com el primer tracti més sovint sobre els canvis en les comunitats. Conta-contes curatiu s'utilitza sovint com una de les eines amb un procés terapèutic molt més gran, portat a terme amb un certificat de Terapeuta.

Molts Conta-contes no consideren el Conta-contes corporatiu com un veritable Conta-contes. El Conta-contes corporatiu es refereix a la creació de contes sobre marques, companyies i organitzacions. És part del màrqueting i ajuda a incrementar les vendes. Encara que s'utilitzin estructures narratives, el Conta-contes corporatiu, normalment, no inclou l'oïdor i no hi ha o molt poca interacció. Les companyies tan sols diuen les seves històries, com per exemple, només les envien. És per això que Conta-contes corporatiu sovint no es consi-

dera que és Conta-contes real, en el sentit de la definició abans mencionada.

Tothom pot dir una història! Els sers humans som Conta-contes. És un talent que se'ns ha donat. Però no tothom se'n adona.

En els projectes de Conta-contes no s'ensenya la gent a explicar un conte. Només els hi fem obrir el ulls de les seves habilitats per explicar un conte.

EL VALOR DE APLICAR TÈCNIQUES DE CONTA-CONTES

Tothom pot dir una història! Els sers humans som Conta-contes. És un talent que se'ns ha donat. Però no tothom se'n adona. En els projectes de Conta-contes no s'ensenya la gent a explicar un conte. Només els hi fem obrir el ulls de les seves habilitats per explicar un conte.

Conta-contes és la forma més antiga de comunicació i sempre ha estat una manera de comunicar idees, pensaments i compartir valors. Conta-contes permet a un mateix ser un medi perfecte de crear i desenvolupar diàlegs entre la gent d'una varietat de diferents procedències. Conta-contes ens ajuda a definir qui som. Conta-contes connecta amb la gent i comunitats.

Conta-contes és un estri que estimula el respecte, l'enteniment mutu i l'acceptació d'una forma responsable que, moltes vegades, és més profund que moltes altres disciplines que ajuden a unir la gent, fent servir les experiències personals i autèntiques amb les que es bases els contes.

Escotar és tant important com el Contar-contes. Els participants també aprenen a escoltar i respondre. Aprendre a escoltar l'altre és una competència que els participants poden utilitzar especialment en situacions de conflicte en les què hagin d'enfrontar-se en les seves pròpies vides. Escoltar algú és sovint el principi d'una solució. El procés positiu d'escoltar la història d'un altre, facilita l'escoltador a vocalitzar la seva pròpia història, creences i experiències. La profunda naturalesa de Conta-contes és, com sempre ha sigut, que un conte generalment tendeix a conduir a un altre.

Crear i, sobre tot, explicar un conte és una habilitat molt útil. Algú que pot explicar una bona història, serà realment capaç de connectar amb l'oïdor i serà premiat amb una audiència concentrada i interessada.

Això també contribueix a incrementar l'autoconfiança. Algú que pot explicar un conte també pot articular les seves pròpies aspiracions, problemes i pors, així com articular les dels altres.

COMPETÈNCIES

-  Conta-contes aplicat pot utilitzar-se en moltes situacions diferents i processos, contribuint-hi competències diferents. Les principals competències poden dividir-se en quatre categories:
-  Communication Competences, including acquiring language skills
-  Social Competences including entrepreneurial skills
-  Intercultural Competences
-  Communication Competences

Conta-contes és un instrument molt fort en les capacitats lingüístiques. Conta-contes pot ser un suport en l'aprenentatge d'un idioma (estranger). Moltes organitzacions utilitzen Conta-contes en projectes lingüístics per refugiats i immigrants.

Conta-contes també es pot fer servir per unes millors comunicacions en companyies, o en crear millors presentacions. Un discurs inaugural en que s'utilitzen tècniques de Conta-contes és més atractiu i interessant i l'efecte serà molt més poderós.

Conta-contes pot tenir, també un ús indegut. Un bon ganxo, normalment, és un gran Narrador, el mateix passa amb molts polítics prometent el món els seus votants. No obstant, els efectes positius d'utilitzar Conta-contes invaliden els negatius en la majoria de casos.

Competències socials

Ja ens hem referit en molts aspectes socials de Conta-contes. Crear comprensió, incrementar l'autoestima i arribar a conèixer estan entre els aspectes més importants. Per suposat que l'efecte catàrtic de Conta-contes és també d'una gran importància. "L'alliberament i alleujament", com Stuart Packer, narrador a "Superact", l'anomena. Conta-contes ajuda molta gent a trobar un camí per tractar amb les seves emocions i els seus sentiments. Quan es crea un entorn segur (crear un entorn segur és una de les principals condicions per un projecte exitós), la gent desitja compartir moltes històries. D'aquesta forma, Conta-contes pot ser curatiu, encara que el Narrador hauria de conèixer el fet de que ell o ella no és un terapeuta (veure més avall).

Competències (Inter) Culturals

Conta-contes és una eina important en el treball intercultural i d'identificació. Tractar amb la identitat i amb altres identitats és un dels principals tòpics en la societat actual. L'altre, i sovint la por dels altres, és una idea potent. Com va dir Gne Knudsen Hoffman, "Un enemic és un de qui la història no ha sentit parlar".

Crear un enteniment intercultural, explicar contes els uns als altres és una de les claus. Per suposat, l'aprenentatge de la nostra cultura i identitat és tan important, com l'autoestima permet a la gent fer-se respectar i, inclús apreciar les identitats dels altres. Els contes populars, els reals i els històrics contribueixen a aquest reforç de la nostra pròpia identitat. Evidentment, recalquem aquesta flexibilitat i el tenir coneixement que sempre hi ha històries pròximes a la nostra història i el fet de que totes les històries son iguals a les altres, és realment important. Històries nacionals i dominants son sovint les llavors d'una guerra i també moltes vegades hi ha històries que s'utilitzen per suprimir-n'altres; o històries que es prohibeixen. Els immigrants de l'Oest a Amèrica se'ls va intentar esborrar les cultures indígenes prohibint les seves històries (i el seu idioma). En una societat intercultural equilibrada, hi ha un espai per cada història de cada comunitat i inclús de cada individualitat. Respectar la Lectura és tan important com explicar, amb el reconeixement d'altres identitats i cultures.

Conta-contes és un eina molt forta per lluitar amb els prejudicis. La imatge de l'altre està basada sovint en la primera vista. Quan te-

nim temps per escoltar la història d'un altre, moltes vegades aprenem alguna cosa completament diferent. Descobrim l'ésser humà darrere la imatge. Aquest principi s'utilitza en, per exemple en els projectes de la Biblioteca Humana que s'inicien en diferents països (després de la seva invenció a Roskilde, Dinamarca, al 2001). Els individus estan convidats activament a escoltar la història d'algú més. La major part de les vegades acaba en un diàleg sobre la història que s'ha explicat, sobre les diferències i sobre les semblances. Ambdós, el Narrador i l'oïdor deixen la Biblioteca Humana amb un canvi d'actitud i plens de pensaments positius.

Conta-contes en viu versus Conta-contes digital

Sovint, la gent recorda que Conta-contes és una experiència única, que no és repetible. Encara que una història es pugui re-explicar, la experiència d'escoltar una història particular en un moment particular en un lloc particular, sembla ser única, sempre. La majoria dels Narradors de contes i fans del

Conta-contes admiren aquest fet, però altres tendeixen a preguntar-se si les històries no es podrien gravar per les futures generacions i audiències absents. Aquest és l'anomenat Conta-contes digital i segons Stuart Packer, és la següent millor cosa. Pot no tenir l'encant ni el poder de Conta-contes en viu, però té altres avantatges. Conta-contes digital pot arribar a obtenir audiències més grans i pot fer-se servir a qualsevol hora i a qualsevol lloc, certament utilitzant internet.

Això fa que el Conta-contes digital sigui l'eina perfecta per tenir Històries històriques i, algunes vegades, Històries Personals i mantenir-les vives. Certament, poden utilitzar-se en projectes sobre la història recent, explicada de primera ma per la gent. Sovint els Narradors i els Entrenadors de Contes treballen en Residències per Gent gra, per recollir històries de prèvies dècades. Gravant-les, les guarden i ensenyen a les noves generacions i, per tant, la herència cultural intangible roman viva.

Conta-contes digital també es pot usar per recordar gent. StoryCorps, una organització americana treballa amb desenvolupar mètodes de gravació d'històries personals, algunes vegades explicades per

gent en l'estadi terminal de la seva malaltia, algunes vegades portades per gent d'un grup determinat. En l'últim exemple, el conte també poden utilitzar-se per la defensa, actualment. Una història Personal gravada pot ser un èxit en els medis socials i pot utilitzar-se per aconseguir uns objectius determinats (com l'acceptació, respecte, etc.). Desafortunadament, veiem que aquests mètodes algunes vegades són captats per empreses comercials i organitzacions que obliden que la autenticitat és també un aspecte clau en Conta-contes.

Els "Perills" de Conta-contes

El cas mencionat més amunt, és un dels exemples dels inconvenients de Conta-contes. Gairebé com qualsevol altre eina creativa, en mans incorrectes, fer servir Conta-contes pot portar a un deteriorament de la situació. Un clar exemple és que una persona fraudulenta també és un molt bon Narrador de contes. El mateix passa amb els bons polítics, que fan servir històries per convèncer la gent perquè els voti, la majoria en desacord dels seus vots després perquè no ha estat capaç d'actuar d'acord amb les paraules utilitzades en les seves històries. De totes formes, sabem com treballen els polítics i els tramposos i, senzillament, no esperem que millorin les seves habilitats en Conta-contes amb el propòsit de decebre'ns.

Un problema més gran amb els projectes dels Conta-contes, per exemple en la resolució de conflictes, és que els participants de cadascun dels projectes comenci a creure la seva pròpia història i tendeixi a oblidar d'escoltar la història del altre. Repetir un conte moltes vegades sense subratllar "la elabora-

ció de la fase" de la valoració de l'atenció és tan important en aquests tipus de projectes de Conta-contes que ens pot portar a distanciar-nos més entre dos (o més) conflictes individuals o grupals, segurament quan tots els participants depenen de la seva pròpia veritat. La recerca en un projecte de Conta-contes que es va fer a Irlanda del Nord —un projecte que intentava portar Catòlics i Protestants a conviure en barris molt propers a Belfast— assenyalava que això passava en un parell de casos i perquè el projecte no era exitós en tots els fronts (Bush, 2011). Per aquesta raó, els exercicis focalitzats en la Valoració de la atenció haurien d'involucrar-se en el mètode desenvolupat per Conta-contes aplicat i el formador hauria de fer conèixer, constantment, del delicat balanç entre explicar i escoltar.

Els projectes de Conta-contes, tan el Aplicat com el Artístic, poden provocar emocions fortes. Tothom que ha treballat algun cop amb Conta-contes, ha experimentat això moltes vegades. Algunes vegades t'enfrontes amb problemes profunds dels participants. Pot passar això quan expliques un conte, per primera vegada. El mateix entorn que el formador ha creat, pot fer sentir-se segurs els participants en atrevir-se a compartir coses que no haurien compartit abans. Ho fan directament, o amagat en un conte. De totes formes, cada formador hauria de saber el fet de que ell o ella no és (moltes vegades) terapeuta i hauria de ser prou perceptiu per transferir el participant a un expert. Passa (molt sovint) que els Narradors i els Formadors de Conta-contes intenten resoldre ells mateixos problemes greus, la qual cosa no és gens bona ni per ells ni per la persona necessitada d'ajuda.

CONTA-CONTES EN GRUP

Ja ens hem adonat que Conta-contes és una eina molt potent en la comunicació amb grups i en connectar gent. L'explicar i escoltar facilita que la gent es conegui l'un amb l'altre i aprengui de l'altre i, per tant, es comprenguin mútuament.

Per aquesta raó, considerem el grup de treball com una part essencial dels projectes de Conta-contes aplicat. Portar gent junts

en una habitació i facilitar-los un a estructurar perquè comencin a parlar els uns amb els altres, és un dels punts inicials de cada projecte. Les tècniques narratives i de diàleg són molt importants en aquest procés. Potser, el més important és tenir un objectiu clar de quins haurien de ser els resultats del grup. Només reunir la gent sense una clara idea podria inclús perjudicar el procés.

Realment, depèn de la composició del grup quins mètodes podrien aplicar-s'hi per treballar. Treballar amb un grup de dones grans que vulguin compartir històries de barri, és una forma molt més fàcil que treballar que amb joves jueus i àrabs d'Israel. Per tant, per cada projecte es necessita fer un programa específic, basat en el coneixement del treball amb grups específics.

Per suposat, algunes condicions es poden aplicar a tot el treball de grup en els projectes de Conta-contes. La gent s'ha de sentir segura en el grup. Crear un entorn segur és necessari si vols que la gent parli sobre coses personals i es deixi anar. Es recomana mencionar això immediatament, al principi d'un treball en grup. El formador arribarà a un acord amb el grup sobre que tot el que es digui en aquella habitació, quedarà a l'habitació. El formador necessita trobar un camp comú, en el que tots els participants puguin relacionar-se i on es pugin trobar.

L'últim, el camp comú, pot crear-se fent servir mètodes variats. Alguns formadors utilitzen la tècnica dels contes populars per crear aquest camp comú. Per exemple: molts contes existeixen en moltes cultures diferents, algunes vegades amb petites diferències, sovint moltes vegades pel fet de que moltes d'aquestes històries han passat verbalment i gradualment canvien en la diàspora de tribus i poblacions. Després d'adonar-se de les diferències, la gent aviat trobarà l'altre a la base de la història, el missatge que conté i la saviesa que hi pots trobar.

Altres fan servir històries personals, sovint de la primera infantesa dels participants. Els usos d'aquest material autobiogràfic pot ser molt dur perquè la gent no es diferenciï ells mateixos dels altres pel motiu dels seus diferents antecedents culturals o creences, des de que van néixer i en els nostres primers anys de les nostres vides. Aquest fenomen només apareix més tard, quan la gent comença a establir la seva identitat. El procés d'elaborar aquestes memòries en històries estimula el narrador a connectar amb el lloc en el que és lliure de la seva identitat nacional, internacionalitzar temes universals que existeixen en la seva vida personal i compartir-les amb els oients. A través de treballar i escoltar els altres i les seves històries, la realització del quan compartim com individus, encara que vinguem de mons completament diferents, surt a la superfície.

Els dos mètodes es poden aplicar al treball

amb grups que continguin gent amb (potencialment) interessos conflictius o opinions. De totes formes, només es produirà un correcte impacte quan l'èmfasi en escoltar sigui clar des del primer moment i quan el respecte mutu entre tots els participants s'hagi establert des de l'inici del treball en grup.

Amb altres grups serà més fàcil establir un camp comú. Els reptes dels participants en compartir històries curtes sobre una barriada o un específic període de temps pot fer miracles al connectar la gent. Es poden fer diferents exercicis per això, com molts dels exercicis que es descriuen en el Manual de Scherezade o exercicis desenvolupats pels mateixos formadors.

L'avantatge del treball amb grups és que tens els narradors i l'audiència (Oients apreciats i crítics) junts en el mateix espai. Una bona forma d'utilitzar el potencial d'aquest fet és demanar els participants de treballar junts en petits grups per ajudar-se els uns amb els altres en recopilar i crear històries. Això influeix la dinàmica d'un projecte d'una forma positiva com els participants poden canviar immediatament si la idea funciona, discutir problemes i posar a prova formes de fer propostes. Endemés, mostrar la teva inseguretat és més fàcil en un grup petit que davant d'una audiència més gran. Ajuda la gent a treballar la seva autoestima.

També és aconsellable involucrar el grup sencer en el feed-back. A la gent se la forma sent crític d'una forma constructiva i se li ensenya que amb la col·laboració la qualitat de les històries creixen a un nivell inesperat. En segon lloc, mirant com els altres participants expliquen les seves històries i "forçats" a fer un feed-back, la gent també mirarà la seva història en comparació a la història que han de jutjar i descobrirà les fortaleces i debilitats de les seves pròpies històries, més fàcilment.

Generalment, els participants d'un programa de Conta-contes té més en comú amb les audiències a les quals volen explicar les seves històries que amb el formador. Així, els companys participants són de molt lluny els millors jutges d'una història i els millors consellers de com fer-ho millor. La tasca del formador és, principalment, dirigir o facilitar aquest procés d'una manera clara i convenient.

Encara que diferents formadors pensin de forma diferent sobre la forma ideal

d'un grup, es comparteix la opinió de que el Conta-contes aplicat no és molt adequat per fer servir en grups grans. L'atenció dels participants ha de tenir, el focus d'ambdós explicar i escoltar i la concentració demanada pel formador, qui remar-

ca que un grup ideal és el grup de sis a dotze persones. Amb menys participants és difícil tenir un grup dinàmic i interactuar, amb més participants es perd l'habilitat de prestar atenció a tots els participants.

CONTA CONTES COM A EINA PER MILLORAR LES COMPETÈNCIES LINGÜÍSTIQUES

Conta-contes és una eina completa pel desenvolupament de capacitats lingüístiques. Efectivament, ens permet no separar els mons culturals d'una persona. Segons una perspectiva sociolingüística (Bulut, 2011), a través de Conta-contes podem acostar-nos als dos mons (cosa que implica com a mínim dues referències culturals); el mon interior (comunitat, família, etc.) i el mon exterior (societat, aula, tallers, etc.) (Clerc, 2010). Els dos idiomes i les dues cultures dels aprenents són dos mons que necessiten apropar-se. En aquest sentit, les tècniques de Conta-contes ajuden a coordinar els idiomes i les cultures i, encara més, ajuden al aprenent a sentir-se més segur i confortable en el procés d'aprenentatge. Finalment però no menys important, el narrador pot realçar la bellesa d'un idioma amb el Conta-contes i, d'aquesta manera estimular els aprenents a aprendre i practicar aquest idioma.

Conta-contes té molts valors clau per ambdós l'individu que explica el conte i la gent que escolta el conte que s'explica.

Molt abans que els aprenents representin la explicació dels seus contes, hauran d'escoltar com s'expliquen els contes, en primer lloc. L'idioma està en l'arrel de la cultura d'un mateix. En aquest sentit, és important donar els joves-adults riques experiències amb paraules, sons, entonacions, entonació i ritme mentre que hi donem un significat amb l'ús del llenguatge (Scherezade, 2011:23). El que és més, escoltar històries és una experiència social que ajudarà a desenvolupar la narrativa oral. Per suposat, escoltar i expli-

car contes pot donar els adults un coneixement que els ajudarà a parlar, escoltar, i, inclús, llegir i escriure (Scherezade, 2011:23).

Fins ara, hem obtingut alguns beneficis en escoltar Conta-contes, millorant les capacitats lingüístiques. Les avantatges següents de Conta-contes, s'enfronten, principalment, a les capacitats que adquirirà l'aprenent mentre explica un conte, però que pot aplicar-se d'alguna forma, també, a la situació en la que els aprenents escolten contes d'altres.

En primer lloc, Conta-contes ens anima a parlar (Kirkpatrick, 2012). En efecte, Conta-contes és una veritable eina que ajuda a millorar la fluïdesa dels joves-adults amb pobres capacitats lingüístiques en els terminis de la comunicació. Mitjançant el Conta-contes s'adquiriran habilitats que els ajudaran a comunicar-se en la seva rutina diària. Aquestes capacitats inclouen: desenvolupament de la memòria, capacitats d'observació, desenvolupament del vocabulari, conseqüències, resoldre problemes, atracció en les formes de llenguatge i fer auguris (Parker Watkiss, 2010),

El desenvolupament del vocabulari és una qüestió primordial en el procés d'aprenentatge d'un idioma. En aquest sentit, els contes tradicionals normalment ofereixen un vocabulari molt més ample i una gramàtica més complexa que una conversació planera (Scherezade, 2011:23). En les referències socials i culturals acordades amb Conta-contes, poden proposar-se i

utilitzar-se com un camí per guanyar més vocabulari, aquests temes:

La vida diària: menjar, formes de seure a la taula.

🧞 Relacions interpersonals: per exemple relacions entre gèneres, relacions familiars i estructurals, relacions amb diferents generacions.

🧞 Valors i comportament cap a: classes socials, grups socioprofessionals, etc.

🧞 “Formes”: per exemple, convencions sobre la hospitalitat que es dona i es rep (regals, menjar), tabús en parlar i comportament.

🧞 Rituals: així en religió, rituals lligats al naixement, casament, mort... (Clerc, 2010).

Conta-contes permet el desenvolupament d'algunes competències verbals, com:

🧞 Competències físiques: aprendre a “fer un discurs” (veure, respirar, posició del cos, etc.), atrevir-se a parlar per ser escoltat (pronunciar, parlar lentament).

🧞 Competències de comunicació: adreçar-se a gent que no sap un conte per fer-los entendre'l, aprendre “com dir” (utilitzar el vocabulari apropiat, formar-se per parlar en públic), i aprendre a escoltar els altres (Escoltar apreciatiu).

🧞 Competències lingüístiques: diàlegs, canvi de temps (present, passat, futur), coordinar paraules, usos preposicionals i seqüències de temps, frases repetitives.

CONTA-CONTES COM UN INSTRUMENT EN EL DESENVOLUPAMENT DE LES CAPACITATS EN EMPRENEDURIA

Quan volem dir alguna cosa en l'ús de Conta-contes adquirim capacitats emprenedores si és necessari per definir la empremadoria i determinar les classes d'empremadories en les que volem centrar-nos. La CEO d'una companyia financera internacional necessita altres habilitats per dirigir el seu negoci i no només un jove autònom que porta una petita companyia de càterring

Un empremador es defineix com un individu que organitza o opera un negoci o negocis. El mèrit de la invenció del terme empremador, generalment, és per l'economista francès Jean-Baptiste Say, encara que l'economista irlandès-francès Richard Cantillon és qui l'havia definit primer (Brewer, 1992).



Aspectes importants de l'emprenedoria són la capacitat i el desig de desenvolupar, organitzar i dirigir l'aventura d'un negoci amb tots els seus riscos, per treure'n profit. L'exemple més obvi de l'emprenedoria és l'inici d'un nou negoci.

En economia, l'emprenedoria combinada amb terra, labor, recursos naturals i capital pot produir un benefici. L'esperit empenedor es caracteritza per innovar i assumir riscos, i és una part essencial de l'habilitat d'una nació en triomfar en un mercat globalment competitiu sempre canviant i en creixement.

Principalment, ens centrarem amb aquest esperit empenedor. Segons el nostre punt de vista, això va més lluny que la pura perspectiva econòmica. La majoria d'explicacions i interpretacions d'emprenedoria ens porten a un benefici superlatiu. Creiem que un esperit empenedor és necessari també, per iniciar tots els projectes sostenibles, en ambdós, els negocis i els camps socials o culturals. En efecte, un esperit empenedor és una de les claus característiques d'un ciutadà actiu.

Què volem dir per esperit empenedor? En diferents estudis d'emprenedoria, es mencionen diverses característiques. Per tant, aquí sota, resumim les més importants:-

Un empenedor és:

-  Segur de si mateix i multi-capacitats. La persona que pot fer el producte, vendre'l i comptar diners, però sobretot també té la seguretat que li permet moure's en aigües desconegudes.
-  Segur en afrontar dificultats i circumstàncies desfavorides.
-  Capacitats innovadores. No un "inventor" en el sentit tradicional, sinó algú que és capaç d'excavar un nou forat en el mercat, sovint invisible als altres. "Un innovador".
-  Resultats orientatius. Tenir èxit requereix el treball que només ve de marcar gols i objectius i trobar plaer obtenint bons resultats.
-  Prendre riscos. Reeixir vol dir prendre riscos mesurats. Sovint els

emprenedors amb èxit, s'exposen a prendre riscos d'una manera gradual, a cada escenari s'exposen només a una limitada i mesurada suma de risc personal i es mouen d'un a un altre indret per prendre cada decisió.

-  Compromès totalment. Treball dur, energia i mentalitat oberta, són elements essencials en el perfil de l'emprenedor.
-  Oient bo o actiu. Un empenedor desitja escoltar les idees dels altres i, després, actuar amb ells.

Algunes d'aquestes característiques no poden formar-se fent servir Conta-contes, tals com la capacitat de prendre riscos. Es podria dir que els contes sobre prendre riscos podrien ajudar-nos! Conta-contes pot ser una eina potent en desenvolupar habilitats de lideratge i incrementa la persuasió de la teva presentació.

Al final, l'emprenedoria és tot sobre la venda en que la teva companyia i el teu producte tinguin la sort del èxit. Vendre no vol dir només obtenir clients per comprar els teus productes, va des de tenir empleats matiners per treballar per a tu per gairebé res, a persuadir els medis de comunicació que es fixin en tu, persuadir els inventors a donar-te suport en la realització dels teus futurs plans.

Així és com Conta-contes entra en nivells diferents. El coneixement d'estructures narratives poden ajudar l'emprenedor a dissenyar la història de la teva empresa o projecte d'una forma clara i entenedora. El saber com involucrar històries personals o universals en aquesta presentació, ajudaran a comprometre els altres en la seva història i la seva visió. L'emprenedor les agafa en un viatge virtual, a través de tots els teus començaments i moments "de riure", per veure que no només el món necessita la seva visió del futur, sinó que és inevitable (Martin, 2015). En aquest procés d'atracció, enlloc de batallar amb els prejudicis naturals i l'escepticisme que els altres porten a la taula, l'emprenedor els convenç i, probablement, inclús els hi interessa, a escoltar més. Els líders de veritat són capaços de causar aquest efecte amb els seus discursos, afectant, en primer lloc, els empleats i, en segona instància, els seus clients.

El poder en explicar una bona història, que persuadeixi els altres, contribueix a l'augment de l'autoestima.

La creativitat és important per un emprenedor. Ell o ella necessita resoldre problemes constantment, la qual cosa requereix la capacitat de pensament creatiu i atrevir-se a “perdre el control” per un moment. Les dues qualitats poden adquirir-se amb Conta-contes, doncs explicar un conte també ens repta a usar la teva fantasia i estimula la teva creativitat però també ens força a desfer-nos d’algunes certeses, perquè em d’explicar el conte amb el “aquí” i el “ara”, amb gairebé cap suport de mecanismes. Per suposat, algunes persones aniran a la presentació d’un PowerPoint amb una estructura narrativa o llegiran un conte amb paper, com exemples de Conta-contes. Per nosaltres, no obstant, això no és Conta-contes perquè:-

🏮 Falta la interacció del que presenten l’espai.

🏮 Ensenya imatges, més que crear-les, al cap de l’oient.

Un veritable Narrador –i per tant, un veritable emprenedor- llegeix la cara de la seva audiència i és capaç d’ajustar el seu conte segons el que percep. Encara que hi haurà una línia bàsica en el que vol compartir amb el seu oient, el conte mai es fixarà, abans. Per molta gent, és una idea espantosa. Busquen seguretat i senten que posar un discurs sencer en un PowerPoint els hi dona seguretat, sense adonar-se que un PowerPoint-presentació o una lectura, sovint inclús debilita la seva representació. Mirar la gent, com Steve Jobs. Ell va ser capaç d’explicar la història dels seus productes en escena, sense utilitzar cap text escrit, des de la seva ment, confiant en ell mateix en

explicar la història correctament. Això es va convertir en una història real que es va retransmetre per tot el món, perquè inspirava, per tant la gent va creure en la seva visió. Va tenir Steve Jobs una gran visió? Probablement, però sabia com compartir aquesta visió fent servir tècniques de Conta-contes, de segur.

Ja hem parlat breument sobre l’escoltar, però volem subratllar que escoltar és molt important per un emprenedor, també. Ser capaç d’escoltar el que els teus clients i accionistes volen, et dona un gran avantatge perquè pots respondre les seves necessitats. Pots usar Conta-contes també, per trobar què opinen del teu producte. Sovint, quan una història dona pas a més perspectiva, és perquè son tan crítics com són. El context et facilita el que un emprenedor pot utilitzar immediatament per millorar el producte o servei.

Els joves amb qui treballarem, potser no seran un nou Steve Jobs. Per suposat, és útils per a ells adquirir com a mínim algunes capacitats emprenedores per enfortir-los i donar-los oportunitats pel futur. Aquest capítol deixa clar que el rol de Conta-contes com un instrument per desenvolupar aquestes capacitats emprenedores, pot ser. Aconsellem els formadors i semblants, que se centrin en:

Desenvolupar les capacitats explicatives dels participants, ensenyant-los a crear un conte clar i comprensible i a trobar solucions creatives; deixem-los experimentar el valor de confiar amb els seus propis talents i, així, incrementar la seva autoestima.



CONTA-CONTES COM UN INSTRUMENT PEL DESENVOLUPAMENT DE CAPACITATS SOCIALS I COMUNICATIVES

Ser capaç d'explicar, i ser escoltat, són els dos pilars en el desenvolupament de les capacitats socials. La gent que poden expressar-se per ells mateixos, seran escoltats. La gent que es escoltada, serà respectada, la seva autoestima creixerà i seran capaços d'interactuar activament a la societat. Conta-contes pot ajudar la gent a expressar-se d'una manera potent i autèntica.

El coneixement d'estructures narratives pot ajudar la gent a explicar el seu conte d'una forma que els altres volen escoltar. Pots formar gent fàcilment utilitzant estructures narratives. L'Heroi de les Mil Cares (1949) de Joseph Campbell, és un bon punt d'inici. Descriu el viatge d'un heroi en disset etapes, dividida en tres fases principals:

 Sortida

 Inici

 Retorn

En la Sortida una part de la narració, l'heroi o protagonista viu en el mon normal i rep una notificació per anar a una aventura. L'heroi és reticent en seguir l'anunci, però és ajudat per la figura d'un conseller. La secció de l'Inici comença quan l'heroi travessa el llinar del desconegut o "mon especial", on s'enfronta amb proves o tasques, tant sol com amb l'assistència dels ajudants.

L'heroi eventualment arriba a la "cova més oculta" o la crisi central de la seva aventura, on ha de patir "la terrible ex-

periència" en que es converteix en el principal obstacle o enemic, resisteix l'apoteosi i guanya la seva recompensa (un tresor o elixir).

L'heroi, després, ha de tornar al mon normal amb la seva recompensa. Pot estar enganyat pels guardians del mon especial, o pot estar dubtós en retornar, i pot estar rescatat o forçat per tornar amb la intervenció de l'exterior.

En la secció del Retorn, novament l'heroi traspasa el llinar entre els mons, retornant al mon ordinari amb el tresor o elixir que ha guanyat, que es pot fer servir en benefici del seu amic. El mateix heroi s'ha transformat amb l'aventura i guanya saviesa o poder espiritual sobre els dos mons.

La estructura d'un viatge es pot aplicar a molts contes i explicant contes de fades, contes populars i llegendes, descobrim que tots tenen aquesta estructura. Coneixedors d'aquesta estructura general podem ajudar tothom a explicar un conte, d'una forma important.

Un altre aspecte de Conta-contes, és l'ús de la imaginació i l'habilitat d'estimular la imaginació del oient. Molta gent no s'adona del seu talent en fer servir paraules per captar la imaginació del treball de l'oiat. Exercicis fàcils poden fer que la gent conegui el seu talent, exercicis per usar la fantasia, creativitat i improvisació. Pintar pintures en la nostra ment!

Havent organitzat varis tallers en els que hem format gent a expressar-se per ells mateixos, sabem el desenvolupament que molta gent ha fet i s'han adonat del poder d'explicar el seu conte, i del de ser escoltat, ja que hauria de ser igual o encara més important.

UN EXEMPLE POTENT:

Fa dos anys (aquest exemple és del Bureau Barel als Països Baixos), formàvem un jove palestí d'Israel, en un grup mixt jueu/àrab. Va explorar les possibilitats d'anar a Síria, a lluitar allà. Estava frustrat i tenia la intuïció de que la seva història no seria escoltada (tenia una història molt traumàtica). El vàrem reptar a adornar la seva història i dir-la. Va ser dur per a ell, però el grup sencer va apreciar la seva història. Immediatament després de les últimes paraules, tothom el va abraçar. Això va ser una experiència de canvi de vida. Literalment, el noi va dir "Vaig disparar bales a la audiència, però em van retornar roses". Al cap d'una setmana, ja no va voler anar a Síria mai més, en canvi va decidir començar a protestar per la pau amb els seus nous amics.

Aquest exemple ens ensenya que és important donar espai a totes les històries i no ignorar-ne cap, encara que no ens agradin. Preparar algú per explicar la seva història l'ajudarà a trobar un lloc respectable dins de la societat. Expressar-se un mateix és el primer pas per trobar l'altre i crear una comprensió mútua.

Podem utilitzar Conta-contes a altres nivells també dins de les estratègies de la comunicació. Ja ens hem referit en aquest capítol a la emprenedoria, al parlar de les presentacions. És important que ens ado-

nem del efecte positiu de l'ús de les estructures narratives i de les tècniques de Conta-contes en les conferències, presentacions i discursos. La recerca ens ensenya que els contes tenen un efecte més gran en l'audiència que només ensenyant textos i imatges. Stephen Denning ho explica en el seu llibre "La guia del líder en Conta-contes":-

"...contes exciten la imaginació de l'oient i creen estats consecutius de tensió (perplexitat i rebuig) i alliberament de la tensió (interna i determinació). Per la qual cosa, l'oient no és un receptor passiu d'informació, sinó que desencadena un Pensament Actiu (Strawson, 2004). L'oïdor hauria de reflexionar sobre el significat del conte i intentar treure'n profit. Per aquest procés, l'oient queda seduït, i se li fomenta l'atenció i l'interès (Charon, 2004). The listener must consider the meaning of the story and try to make sense of it. By this process, the listener is engaged; attention and interest are fostered (Charon, 2004)

L'ús de les tècniques Conta-contes en les estratègies de comunicació es poden aprendre. És important recalcar els estudiants que el Formador no els hi ensenya moltes coses noves. Ell o ella només els fa que s'adonin del talent que ja tenen.



BIBLIOGRAFIA

Brewer Anthony, 1992, Richard Cantillon: Pioneer of Economic Theory, London ; New York, Routledge, 210 p.

BULOT, T., BLANCHET, P., 2011, Dynamiques de la Langue Française au 21ème Siècle : Une Introduction à la Sociolinguistique [URL : www.sociolinguistique.fr]

CLERC Stéphanie, « Le Conte en Classe d'Accueil, Support de Développement des Compétences Linguistiques, Discursives, Référentielles et Socioculturelles », Tréma [En ligne], 30 | 2008, mis en Ligne le 01 Novembre 2010, [URL : <http://trema.revues.org/126>]

Denning Stephen, 2011, The Leader's Guide to Storytelling: Mastering the Art and Discipline of Business Narrative, Revised and Updated Edition., San Francisco, CA, Jossey-Bass, 348 p.

Kenneth Bush, Paddy Logue et Stephanie Burns, 2011, The Evaluation of Storytelling as a Peace-building Methodology, Belfast, (coll. « Irish Peace Centres Experiential Learning Series »).

Kirkpatrick, R., 2012, Stories Always

Parker Watkins, L., 2010, The Educational Benefits of the Art of Storytelling

Tilman Fromelt, Dorinda Dekeyser, Els Borghys, Eliza Stefanova, Stefanie Talley, Cecile Stola, Heidi Dahlsveen, Hilde Madso Jacobsen, Ida Junker, Tomas Carlsson, Patsy Lang et Iwan Kushka, 2011, Sheherazade : 1001 Stories for adult learning, Alden Biesen, 121 p.

Website :

SEANTELLS : Buvala, S. www.seantells.com

FINANCIAL POST : Karl Martin for, The Next 36 | January 12, 2015

CONCLUSIÓ

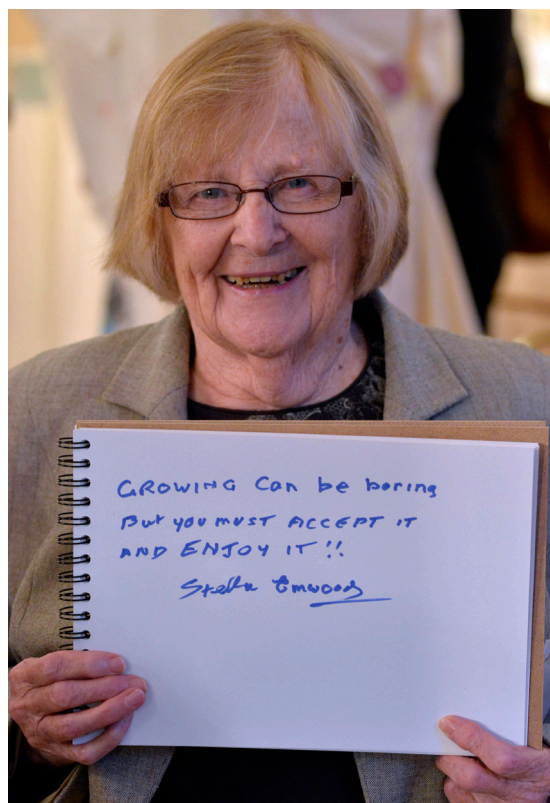
El projecte Aladdin ens condueix al desenvolupament de Llenguatge bàsic, Comunicació i Capacitats Emprenedores per els Joves-Adults Desfavorits, a través del tallers intergeneracionals oferts pels Sèniors jubilats voluntaris en risc d'exclusió, amb les tècniques de Conta-contes.

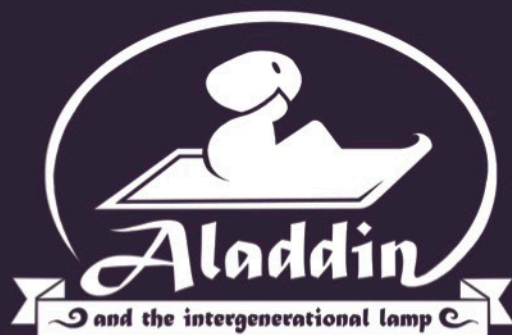
Aquesta guia ha estat escrita pels cinc socis d'organitzacions europees que tenen una experiència rellevant i complementària i experiència de formadors en com a mínim en un domini del projecte:

Per suposat, Superact (UK) i The Storytelling Centre (NL) són experts en tot tipus d'activitats relacionades amb les tècniques de Conta-contes: Superact (UK) porta la formació per adults i joves amb situacions desfavorides, organitzen esdeveniments a gran escala, desenvolupen materials formatius, propagació de Conta-contes com un instrument en la educació per adults, mentre que The Storytelling Centre (NL) organitzen cursos d'estiu i cursos bàsics de Conta-contes i projectes de disseny i producció i programes de formació en el camp de treball amb Conta-contes a comunitats conflictives.

KEPES (HU), Élan Interculturel (FR), DEMÀ (CAT), Superact (UK) tots tenen experiència en el treball amb Sèniors i amb projectes intergeneracionals. The Storytelling Centre (NL) té experiència en el treball amb gent jove. Élan Interculturel (FR) són experts en Relacions Interculturals, mentre que tots els altres socis tenen experiència amb el treball amb immigrants i/o minories.

Esperem que amb aquest material, us sentiu més preparats per llençar-vos a un procés de treball intergeneracional i idear activitats basades en Conta-contes pel desenvolupament del llenguatge/aprenentatge per aprendre les competències pels joves en situacions desfavorides.







Our Partners



Storytelling
CENTRE



KÉPES
FOUNDATION



élan interculturel



Erasmus+

Este proyecto fue financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta publicación contrata sólo a su autor y la Comisión no es responsable del empleo que podría ser hecho por la información que está contenida allí

Aladdin and The Intergenerational Lamp

www.aladdinproject.eu