

**Società Dolce in campo**

## Ritorna 'Cronisti in classe'

ORLANDI ■ A pagina 12 e 13

# «Orgogliosi di questo progetto Insegna ai ragazzi a riflettere»

*La Società Dolce sponsor principale di 'Cronisti in classe'*

**TORNA** anche quest'anno il campionato di giornalismo del Resto del Carlino 'Cronisti in classe', arrivato quest'anno alla decima edizione, e dedicato agli studenti delle scuole medie di città e provincia. Protagonisti gli alunni di dodici scuole: le Nicholas Green di Argelato, vincitrici della scorsa edizione 2014, e in città Cerreta, Maestre Pie, Guido Reni, San Luigi, Malpighi, Salesiani, Zappa, Jacopo della Quercia, Testoni-Fioravanti, Zanotti e Leonardo da Vinci. Compito per i ragazzi, per la durata dell'anno scolastico, sarà occuparsi di redigere una pagina di giornale composta da tre pezzi su temi di attualità e spunti di riflessione concordati in classe; saranno pubblicate sul quotidiano tutti i martedì e i giovedì. A fine anno, una giuria selezionerà gli elaborati migliori ed eleggerà la scuola vincitrice. In più, anche quest'anno ci sarà il 'Premio Multimedia Extra': i ragazzi avranno la possibilità di sfruttare le loro conoscenze informatiche per pubblicare su YouTube video o creare una fotogallery di massimo 20 immagini a completare i temi trattati negli articoli cartacei; i link andranno inviati all'indirizzo: [multimediacampionato@ilcarlino.net](mailto:multimediacampionato@ilcarlino.net), specificando la scuola di provenienza. Inoltre, oltre a foto e video anche le pagine per il quotidiano cartaceo saranno il giorno successivo pubblicate online in formato pdf, e i lettori potranno votare la pagina preferita: il pezzo più cliccato si aggiudicherà l'ulteriore premio speciale 'Superclick'. Main sponsor dell'iniziativa si conferma la cooperativa sociale 'Società Dolce', mentre per la prima volta si potrà contare sulla trasmissione radiofonica Caterpillar di Radio2 come media partner.

**IL CAMPIONATO** di giornalismo 'Cronisti in classe' del Resto del Carlino è ormai un appuntamento fisso per gli studenti di numerose scuole medie della città e della provincia e lo sa bene Carla Ferrero, vice presidente della cooperativa sociale 'Società Dolce', da anni main sponsor dell'iniziativa.

### Ferrero, come ha deciso la Dolce di investire e credere in questa iniziativa?

«Siamo molto orgogliosi di fare parte di 'Cronisti in classe', un'iniziativa molto valida anche per il gran numero di scuole che ogni anno riesce a coinvolgere. La nostra cooperativa è sempre stata

presente a Bologna e in gran parte della provincia con attività educative dedicate alle scuole d'infanzia e materne, al sostegno per i ragazzini affetti da handicap e al pre e post scuola: con questo progetto abbiamo la possibilità di ampliare i nostri orizzonti, di diffondere il nostro apporto alla città curando l'educazione anche attraverso iniziative esterne».

### Come si è evoluta negli anni l'esperienza del campionato?

«Il punto di forza è proprio la sua



Peso: 1-3%,12-70%

capacità di espansione: negli anni è diventato un appuntamento fisso per molte scuole e per gli studenti, i ragazzi partecipano attivamente con entusiasmo e gioia. Ultimamente i giovanissimi si rifugiano sempre più nel mondo virtuale dei social, con un'ottica individualista che prevale sul concetto di gruppo; inoltre, spesso sono bombardati di notizie che non approfondiscono criticamente e prendono un po' come vengono. Invece grazie a quest'iniziativa possono lavorare in gruppo e assieme discutere, rielaborare i temi che andranno a trattare per i loro articoli».

**Cosa resterà secondo lei ai giovani che prenderanno parte a questa esperienza?**

«Credo che si porteranno per sem-

pre nel loro bagaglio di esperienze l'importanza del mondo che li circonda, dell'avere una visione d'insieme non superficiale su problematiche anche non strettamente personali. Impareranno a interessarsi all'esterno, a farsi delle proprie idee senza prendere per oro colato la prima cosa che capita di leggere in rete e soprattutto a discutere assieme. Sapranno poi confrontare i propri punti di vista, rielaborarli e farsi portavoce di pensieri sviluppati in gruppo, assieme a compagni e insegnanti».

**La Dolce ha spesso a che fare con giovanissimi e preadolescenti: cosa cercano i ragazzini oggi?**

«Sono curiosi e interessati a quanto li circonda, ma spesso non hanno gli strumenti per analizzare quanto scoprono e rischiano di prendere per verità assoluta la prima opinione che incontrano. C'è dell'altro: sempre di più, il loro bisogno principale è quello di essere ascoltati e stimati da adulti e

coetanei. Questo campionato offrirà loro esattamente queste possibilità, sarà l'occasione giusta per crearsi idee ed opinioni autonome e mostrare a tutti quanto valgono, attraverso l'analisi critica delle notizie e il dover illustrare poi il proprio punto di vista, esprimendo anche la propria creatività a genitori e amici».

**Federica Orlandi**

## L'IMPEGNO

**«Il punto di forza di questa iniziativa è che spinge al confronto con gli altri»**



## Numeri in crescita

**LA SOCIETÀ Dolce**, impegnata nell'erogazione dei servizi alla persona (nidi d'infanzia, anziani, disabili, privato sanitario e assistenziale, solo per fare alcuni esempi) ha dimostrato di sapere andare in controtendenza sul versante occupazione: nel 2013, infatti, contava 2.681 lavoratori impiegati, 178 in più rispetto all'anno precedente. Il 93% dei lavoratori della Dolce ha un contratto a tempo indeterminato, il 24,4% sono giovani tra i 19 e i 34 anni, l'87,6% sono donne («grazie - sottolinea la cooperativa - agli interventi messi in atto per la conciliazione dei tempi di vita e di lavoro»).



**PODIO** I primi classificati dell'edizione 2013-14: i ragazzi della scuola media Nicholas Green di Argelato, giudati dal professor Ruggeri. Sopra, Carla Ferrero vicepresidente della Società Dolce



Peso: 1-3%,12-70%