

Identificare e supportare la fragilità genitoriale sul territorio: le buyer personas come metodo di analisi e strumento di ricerca-formazione

Claudia Andreatta (Istituto Universitario Salesiano Venezia); Luciana Rossi (Istituto Universitario Salesiano Venezia)

Quali famiglie accedono ai servizi territoriali? Cosa le accomuna e in cosa differiscono? Quali sono i loro bisogni e come rispondiamo a essi? Queste sono alcune delle domande che hanno guidato un percorso di ricerca e formazione con operatori dei servizi dell’Ambito Territoriale Sociale 7(Conegliano), 8 (Asolo) e 12 (Venezia). Tale iniziativa si colloca nell’ambito dello stanziamento da parte della Regione Veneto di fondi dedicati a implementare e coordinare il sistema di presa in carico degli utenti degli ambiti territoriali sociali; l’intento è quello di individuare proposte di intervento rivolte alle persone a rischio di vulnerabilità e a “nuclei familiari multiproblematici, contribuendo a ridurre il rischio di povertà ed esclusione sociale” (Dgr.Veneto/69 del 26.01.2023).

Gli interventi di ricerca-formazione (Asquini, 2022) si sono inseriti in questa progettualità proponendo una riflessione sui concetti di vulnerabilità e fragilità familiare. Questi sono stati esplorati nel corso di 5 focus group organizzati in forma laboratoriale e condotti negli ambiti territoriali sociali.

Complessivamente i partecipanti raggiunti durante i focus sono stati 56. La provenienza professionale dei partecipanti ai focus group, composti da operatori del sociale (educatori, assistenti sociali e operatori) e insegnanti, profili con vasta esperienza lavorativa, ha imposto un’accurata riflessione preliminare per identificare un metodo che consentisse in primo luogo di valorizzarne l’esperienza professionale nel riflettere sulle definizioni di “fragilità” e “vulnerabilità”, in secondo luogo di realizzare una mappatura delle tipologie di famiglie che si rivolgono ai loro servizi. Per fare ciò si è presa a prestito dal mondo del marketing la metodologia delle “buyer personas” (Cooper, 1998) che viene generalmente utilizzata per identificare, anche visivamente, le tipologie di clienti destinatarie dei prodotti o servizi che si intendono promuovere. Gli operatori sono stati invitati a immaginare le famiglie che incontrano nella loro quotidianità come stakeholder dei servizi. Questa tecnica ha consentito di realizzare e condividere una mappatura di tipologie di famiglie fragili, evidenziando i motivi di accesso ai servizi, le caratteristiche comuni, le peculiarità e i bisogni di cui si fanno portatrici. La natura prevalentemente grafica del lavoro realizzato con le buyer personas è risultata cruciale per riflettere assieme agli operatori sul fatto che i topoi familiari emersi variano in modo significativo in funzione del bacino di utenza e dei servizi coinvolti pur nell’utilizzo di protocolli e strumenti univoci. Altresì sono state identificate alcune macro-tipologie di “Famiglie fragili” come esito dell’intersezione di due variabili, ovvero il “tempo di

permanenza nei servizi” e la “speranza di uscita dalla tutela degli stessi”, e ipotizzate tre tipizzazioni di famiglie: “rotte”, le “fragili” e “in situazione di fragilità” (Bernardini 2022). Il confronto tra i differenti servizi ha permesso inoltre di tracciare alcuni profili di fragilità, in termini di “cause della fragilità” stessa (Di Blasio, 2018), che esprimono fattori di rischio talvolta prevedibili, etichettate come “oggettive”, “interiori”, “relazionali” oppure “esterne”, ma anche analizzate in funzione di due dimensioni interpretative ovvero il “posizionamento”, interno o esterno al soggetto, e il livello di controllabilità o incontrollabilità. I profili sono stati poi definiti in funzione delle tipologie di fragilità espresse da alcune coppie dicotomiche capaci di facilitare il posizionamento delle singole situazioni familiari all’interno di un continuum tra due posizioni polari. La ricerca ha fatto emergere alcune evidenze: in primo luogo come la richiesta iniziale di definire un “vocabolario comune” a tutti i servizi sia non solo complessa da realizzare ma anche impoverente perché incapace di descrivere una realtà ricca e articolata e che sia preferibile auspicare una “prospettiva consapevole e condivisa” sul mondo della fragilità umana (Miatto, 2022), capace di generare categorie di analisi comuni ma allo stesso tempo centrate su dimensioni strutturali e non di contenuto.

In secondo luogo, i focus group hanno messo in luce anche la consapevolezza che talvolta i servizi stessi possono configurarsi come “vulneranti”, che aumentano cioè la vulnerabilità dei nuclei familiari. Alcuni esempi possono essere individuati nelle situazioni in cui il sistema di accesso alle informazioni, ai servizi e agli aiuti risulti troppo complesso sul piano burocratico, informativo e operativo (Canevaro, 2015). Accade così che un sistema nato per tutelare le famiglie o i minori paradossalmente contribuisca a rinsaldare - e talvolta a creare - situazioni di dipendenza e di fragilità.

Una terza dimensione rilevante rimanda alla necessità di distinguere le richieste che le famiglie rivolgono ai servizi dagli effettivi bisogni che queste famiglie sottendono (Serbati e Petrella 2021), attivando dunque uno sguardo educativo integrale

La ricerca-formazione è stata fondamentale per condividere tra servizi la necessità di definire processi, strumenti di assessment e procedure orientati a favorire nelle famiglie vulnerabili una maggiore consapevolezza delle proprie risorse e dei propri limiti, attivando processi intenzionali di miglioramento (Casalini & Cini, 2012).

Infine, questo lavoro risulta particolarmente significativo anche nella sua intera genesi rappresentando un esempio di come il mondo dei servizi possa trovare nell'accademia un supporto nell'interpretazione della realtà territoriale in cui opera. Tale collaborazione tra pratiche operative e riflessioni scientifiche contribuisce a creare una comprensione più approfondita e integrata delle problematiche sociali, favorendo l'adozione di interventi maggiormente mirati ed efficaci.