

PROGRAMMA

**IL FILO DI ARIANNA: ARTE COME IDENTITÀ CULTURALE
DALLE REGIONI ALL'EUROPA**



**EUROPEAN YEAR
FOR CITIZENS
2013
ANNO EUROPEO
DEI CITTADINI**

**IL FILO DI ARIANNA:
ARTE COME
IDENTITÀ CULTURALE**



Organizzazione:

Associazione I.C.S.

International Communication Society

Sede Legale: Via Paolo Buzzzi 46 E

00143 Roma

Corrispondenza:

P.O. Box 204 - Ufficio postale

Piazza San Silvestro, 19

00187 Roma

C.F. e IVA 03649021007

Tel. +39 06 70453308

Fax +39 06 77206257

e-mail: icsociety@tin.it

sito web: www.culturalidentity.eu

A. FINALITÀ DEI PROGETTI 2012-2013

La cittadinanza dell'Unione e i diritti che ne derivano sono tra i principali pilastri dell'Unione europea. A breve l'Unione festeggerà il ventesimo anniversario della cittadinanza dell'Unione, introdotta il 1° novembre 1993 con il trattato di Maastricht, e la Commissione europea ha proposto di proclamare il 2013 "Anno europeo dei cittadini".

"La libera circolazione, diritto più apprezzato nell'UE, fa rima con cittadinanza dell'Unione. L'eliminazione sistematica all'interno dell'Unione degli impedimenti alla libera circolazione di beni, servizi e persone produce enormi vantaggi per le imprese e i cittadini. È per questo che intendo costruire sulle nostre realizzazioni facendo in modo che i cittadini possano viaggiare, fare acquisti, studiare o stabilirsi in un altro Stato membro in tutta facilità", ha affermato Viviane Reding, Vicepresidente e Commissaria europea per la giustizia e la cittadinanza. "Come può il cittadino europeo godere a pieno dei suoi diritti se non li conosce? Oggi ben il 48% degli europei pensa di non essere abbastanza informato in proposito. L'Anno europeo dei cittadini permetterà di infondere un cambiamento e diventerà l'occasione per ricordare cosa l'Unione europea può fare per ciascuno di noi."

B. ORIENTAMENTI DI BASE PER I TEMI PROPOSTI

L'Associazione ICS&PARTNERS intende portare a conoscenza del mondo scolastico una breve sintesi dei risultati di ricerche e studi effettuati recentemente in Italia e in Europa sui temi che di seguito si propongono, affinché siano utili a docenti e studenti come orientamento per la partecipazione al bando 2012/2013.

Alla fine del semestre di Presidenza europea della Danimarca, giugno 2012, il Ministro Danese per la Cultura, Mr. Uffe Elbak, ha reso noti i risultati del Team Culture, mediante un Manifesto. Ha infatti costituito una task force di artisti, pensatori e attivisti culturali affermati per poterli fare incontrare con il mondo politico europeo presentando gli esempi migliori dell'arte e della cultura. **Da qui il Manifesto per il Team culture: "Turn to culture".**

"In qualità di cittadini e quindi esseri umani, dobbiamo sia da un punto di vista individuale che collettivo, trovare una risposta efficace alla crisi. Per questo ci rivolgiamo alla cultura. I nostri tentativi di rispondere alla domanda "Cosa possono fare l'arte e la cultura in un periodo di crisi?" riflettono tre ampi temi:

L'APPRENDIMENTO CON LA CULTURA

LA COOPERAZIONE E L'ISPIRAZIONE CULTURALE

Riteniamo che lo scambio e la cooperazione culturale possano giocare un ruolo attivo nella formazione di comunità regionali e locali ed ispirare le persone che sono al loro interno.

La cultura è la vita che noi viviamo e gli orizzonti che noi condividiamo, e la cultura ha tante possibilità di rafforzare e rinnovare le comunità in tutta l'Europa colpite dalla crisi.

POTERE CREATIVO

COINVOLGIMENTO DEMOCRATICO DEI CITTADINI

È estremamente importante enfatizzare i valori democratici e il potere delle persone tramite la risoluzione dei problemi in modo creativo.

La cultura – e gli individui che la creano – può prendere parte nella formulazione di come il processo democratico e politico può e deve svilupparsi.

INDUSTRIE CREATIVE E L'INNOVAZIONE CULTURALE

Questo tema esplora il potenziale dei settori creativi e le prospettive radicali nell'innovazione culturale. Nuove idee, nuova energia e la creazione di valori possono venir fuori da un pensiero artistico e creativo.

B.1. GLI ITINERARI CULTURALI EUROPEI

Uno studio su "Impatto degli itinerari culturali europei sull'innovazione e competitività delle Piccole e Medie Imprese" realizzato dalla CE e dal Consiglio d'Europa, ha valutato l'impatto e il potenziale in termini di crescita e innovazione che la promozione di itinerari culturali transnazionali ha sulle piccole e medie imprese sul settore turistico.

L'Europa è una destinazione chiave per il turismo culturale con moltissimi siti culturali e un flusso enorme di visitatori nazionali e internazionali motivati da un punto di vista culturale. Si stima che il turismo culturale rappresenti circa il 40% di tutto il turismo europeo.

La grande varietà del patrimonio culturale europeo sia materiale che non, rappresenta per l'UE un importante vantaggio competitivo sul quale costruire una solida politica del turismo.

Inoltre, il fatto che il patrimonio culturale in senso lato (che comprende anche le tradizioni locali e le minoranze culturali) non sia concentrato nelle capitali e città europee, ma al contrario ben diffuso in tutti i territori europei e nella campagna, non è da trascurare.

Di conseguenza investire nel turismo culturale rappresenta uno strumento in grado di divulgare i benefici a tutti i cittadini, ad un ampio spettro di piccole e medie imprese generando nuovi flussi turistici, nuovi posti di lavoro, nuove industrie culturali e creative, e opportunità di crescita regionale.

Inoltre, la rigenerazione delle aree industriali a scopi turistici è spesso un'alternativa valida per evitare il declino delle aree industriali dismesse che danno origine a perdita del lavoro, alla depopolazione e altre conseguenze sociali dannose.

Il cosiddetto "turismo industriale" è un modo per dar vita nuovamente a quelle zone degradate da un punto di vista economico e sociale: esso può assicurare una rapida conversione delle attività economiche, generare nuovi introiti e evitare l'impoverimento della cultura e identità locale radicata nella produzione industriale.

In questo senso, i prodotti turistici che danno enfasi al patrimonio industriale hanno anche un'importante componente culturale e danno valore alla cultura europea.

B.2. DESIGN FOR BETTER LIFE/IL DESIGN PER UNA VITA MIGLIORE

Helsinki è stata nominata capitale mondiale del design, World Design Capital 2012 con eventi che dureranno tutto l'anno. A questo proposito è stata pubblicato in settembre, un documento dal titolo **Design for Growth and Prosperity** che evidenzia l'importanza del design: *"Il design non ha una definizione concordata comunemente e alla parola vengono dati diversi significati in diversi contesti. Molto spesso il design è associato all'aspetto estetico degli oggetti, mentre in realtà la sua applicazione è molto più ampia. Una revisione delle definizioni fatta dai professionisti del design evidenzia l'ampia natura del design e il suo potenziale di integrare considerazioni estetiche e funzionali come pure per esempio quelle ambientali, della sicurezza, del costo e quelle intangibili, in prodotti, servizi e sistemi."*

Il design è un importante parte del processo innovativo. Le ricerche rivelano come le aziende mosse dal design risultano essere più innovative di altre. Il design viene considerato sempre più uno strumento strategico per l'innovazione che ha come centro l'utente.

Da qui la definizione di "Design for better life/Il design per una vita migliore".

C. PARTECIPAZIONE AL BANDO 2012/2013:

Sono invitati a partecipare gli studenti delle Scuole medie statali e paritarie di primo (10-14 anni) e secondo grado (14-18 anni) e delle Università degli Studi (19 – 24).

I lavori potranno essere realizzati mediante le nuove tecnologie della comunicazione (Cd Rom, Internet, Video, Webquest, StoryTelling) oltre che il tradizionale prodotto cartaceo (in questo caso si chiede anche la realizzazione di una sintesi in PowerPoint). Il prodotto propriamente detto dovrà essere accompagnato da una sintesi al massimo di una cartella, e da una breve bibliografia e una sitografia.

Sono ammessi alla selezione non più di 2 lavori per ogni Istituzione scolastica.

La presentazione di tutti i lavori multimediali dovrà essere accompagnata da una sintesi in digitale e cartacea.

E' possibile allargare la partecipazione a studenti di altri Paesi europei mediante gemellaggi, programmi Erasmus, o altre forme di collaborazione.

Comunicazioni: Adesioni entro il **28 febbraio 2013**; invio lavori entro il **16 giugno 2013**

Gli eventi per le Giornate dell'Identità Culturale 2013 avranno luogo dal mese di novembre.

Al ricevimento del modulo di adesione allegato, verrà inviata una scheda di partecipazione da spedire insieme al lavoro

C. INFORMAZIONI E RIFERIMENTI

Inviare una e-mail a: icsociety@tin.it, oppure un fax al numero 0677206257.

**LE IDENTITÀ DEL TERRITORIO COME DESIGN PER UN SISTEMA DI SVILUPPO
CULTURALE E ECONOMICO**

L'Associazione I.C.S. International Communication Society & PARTNERS, promuove la Sessione 2013 del programma "Il Filo di Arianna: Arte come Identità culturale", in collaborazione con il Ministero dell'Istruzione Università Ricerca e con Enti pubblici e privati.

A seguito delle considerazioni esposte e lasciando libera l'interpretazione del bando, si suggeriscono i seguenti temi di ricerca:

1. PERCORSI

1.1 Archeologia industriale: la storia socio-economica del territorio attraverso le strutture produttive industriali

1.2 "Cineturismo" (movie tourism) nelle location cinematografiche e televisive ovvero i luoghi utilizzati per le riprese di un film o di serie televisive

1.3 Paesaggi e Personaggi: luoghi legati ai grandi personaggi della cultura italiana (arte, letteratura, scienza)

1.4 I Luoghi e il Sacro. La percezione del Sacro nel tempo ha modellato il territorio: scoprirne la stratificazione a partire dall'architettura sacra, in rapporto con l'urbanistica e con il disegno del paesaggio (In collaborazione con la Fondazione Cardinale Cusano onlus)

2. TUTTI IN TRENO PER GUSTARE IL PAESAGGIO

(in collaborazione con la Fondazione Cardinale Cusano onlus):

I viaggi in treno, le stazioni hanno da sempre affascinato gli artisti e hanno suscitato in pittori, scrittori, illustratori, cantanti, fotografi, cartellonisti, cineasti, il desiderio di riprodurre con le loro arti specifiche quel microcosmo cangiante, dinamico ed evocativo che connota questo modo di viaggiare.

Suggerite un percorso significativo con mappe, caratteristiche del paesaggio e fermate da utilizzare per visitare i luoghi limitrofi e evidenziarne gli aspetti più importanti.

2.1 "Dalfinestrino": disegni, foto, realizzazioni con qualunque tecnica che identifichino il paesaggio come si vede dal finestrino nei percorsi elaborati. I lavori migliori costituiranno un cyber murales fruibile nel sito web e stampato su materiale vario in copie da inserire, per esempio, nelle stazioni di fermata del treno del percorso interessato.

3. PROGETTI SPECIALI E INNOVATIVI

3.1 La LIUTERIA e il SUONO come design dell'identità territoriale lombarda/ the LUTHERIE and SOUND as Lombard territorial identity design. Acronimo LutherieSound.

Il percorso previsto dal progetto dovrebbe partire da Milano per percorrere le zone interessate (es. Bergamo, Brescia, Salò, il Lago di Garda, il Vittoriale degli italiani (Gardone Riviera) e concludersi a Cremona.

In collaborazione con l'Ufficio Scolastico regionale della Lombardia, il progetto LutherieSound sarà inserito nel programma dell'EXPO 2015. Si intende partecipare, con partners europei, ai bandi della Commissione europea.

3.2 COMUNICARE I MUSEI COME PERCORSI DI ECCELLENZA

Una raccolta spesso eterogenea di opere mette in difficoltà il visitatore, sopraffatto dall'enorme quantità di opere, stanze, percorsi. Per quanto ben curata, l'organizzazione delle opere e la loro contestualizzazione non sarà mai tale da soddisfare tutte le diverse tipologie di pubblico e le diverse esigenze.

Come garantire allora questa flessibilità nel museo? Il digitale, e il concetto di rete e ipertesto in particolare, ci vengono in soccorso: non possiamo modificare i mattoni ma possiamo adattare e rendere flessibili i percorsi, i collegamenti fra un'opera e l'altra. Come in un ipertesto, appunto, i nodi (i pezzi del museo) sono univoci (per identità e collocazione) ma i percorsi per collegarli (gli itinerari compiuti dal pubblico) possono essere molteplici, così come pure i livelli di lettura.

3.3 SULLE STRADE DEL BEL CANTO. L'OPERA LIRICA COME FILO CONDUTTORE DEL MADE IN ITALY. ACRONIMO (OPERAITALY)

Il progetto parte dalla enunciazione che "L'opera lirica e la musica sinfonica costituiscono ricchezze culturali e patrimonio identitario dello Stato italiano e sono, ancora oggi, uno dei prodotti culturali di eccellenza che meglio rappresenta nel mondo il Made in Italy."

3.4 LA LUNGA LINEA DEL BENESSERE E DELLA SALUTE: LE TERME

Un soggiorno alle terme è sempre rigenerante, per l'efficacia dei trattamenti praticati, dei servizi offerti, ma soprattutto per l'incanto dei paesaggi in cui le strutture sono inserite. L'Italia conta diverse destinazioni termali conosciute e rinomate in tutto il mondo che formano percorsi di grande interesse per il benessere fisico e mentale.

4. ARTE E DESIGN COME IDENTITA' DEL PRODOTTO

Riservato agli studenti degli Istituti pubblici e privati di Istruzione secondaria di secondo grado e Istruzione superiore (compresi gli Istituti professionali e Tecnici ed i Laboratori Artigiani Università e Accademie Belle Arti) – età 15-25 anni - affinché presentino i loro **progetti per la realizzazione di prodotti destinati a molteplici usi con materiale tessile che potrà essere usato singolarmente o insieme anche ad altri materiali proposti liberamente dai partecipanti al concorso.**

Requisiti per la partecipazione:

Ogni lavoro da presentare al Concorso sarà il risultato dello svolgimento di un progetto che partendo dall'Arte, attraverso il Design e l'Innovazione arrivi ad una produzione. La partecipazione potrà essere singola o in gruppi composti da un massimo di 3 componenti ciascuno.

Per favorire lo scambio di idee ed esperienze a livello europeo, è prevista la partecipazione di uno o più giovani di un Paese europeo; oppure può essere prevista la presenza di membri di Paesi partner (uno o più di uno) all'interno dei gruppi.

Ciascun gruppo dovrà nominare un suo membro come capogruppo, al quale sarà conferita la delega a rappresentare il gruppo stesso nelle operazioni di concorso. A tutti i componenti dei gruppi sarà riconosciuta la paternità del progetto. Un concorrente non potrà far parte di più di un gruppo.

5. ARDESIS CAKE DESIGN PER VALORIZZARE IL TERRITORIO E LA NUOVA IMPRENDITORIALITA'

L'Associazione I.C.S. International Communication Society (ICS) e l'Associazione Italiana Cake Designers (A.I.C.D.) in collaborazione con Enti pubblici e privati a livello nazionale e regionale, e con il Patrocinio dei Ministeri interessati, promuove un **BANDO DI CONCORSO N.1 GIOVANI** per giovani studenti dai 15 ai 25 anni e un **BANDO DI CONCORSO CAKE DESIGNERS – DONNE OVER 25 professioniste**, che hanno come oggetto, per l'edizione 2013 dell'ARDESIS FESTIVAL, la realizzazione di torte secondo le tecniche del Cake Design, ispirate ai simboli del territorio italiano, rifacendosi alla tradizione estetica rinascimentale di una gastronomia "da spettacolo" e reinterpretandoli e valorizzandoli secondo l'estetica contemporanea del cake design.

Le ispirazioni per l'ARDESIS CAKE DESIGN possono riferirsi a qualsiasi espressione formale, artistica, tecnologica, storica o paesaggistica dei territori italiani.

Le "dolci" realizzazioni coroneranno, come esempio di nuova imprenditorialità giovanile per la valorizzazione del territorio, **l'EUROPEAN ENTERPRISE DAY, la giornata che l'ICS & Partners dedicano al dibattito sull'educazione all'imprenditoria in Italia.**

ARDESIS BIRTHDAY CAKE DESIGN

Non potevano mancare in questi "dolci momenti" i giovanissimi studenti – delle scuole primarie e medie di primo grado - che potranno partecipare all'iniziativa:

DI SEGNA LA TUA TORTA DI COMPLEANNO

Per l'ARDESIS BIRTHDAY CAKE DESIGN potrai ispirarti a qualsiasi espressione formale, artistica, tecnologica, storica o paesaggistica del tuo territorio.

Per PARTECIPARE al concorso, basterà inviare un disegno della torta che desideri ricevere per il compleanno.

E' ammessa, per ogni classe, la presentazione al massimo di 2 lavori.

Nella e-mail bisognerà inviare i dati anagrafici costituiti da nome, cognome, data di nascita, indirizzo dell'istituto scolastico e nome, cognome, telefono, email del docente.

Premi: Il primo classificato della scuola primaria e il primo classificato della scuola media di primo grado, riceveranno, per il compleanno, la torta che hanno disegnato. All'istituto scolastico di riferimento sarà assegnata la Targa della edizione dell'ARDESIS BIRTHDAY CAKE DESIGN.

Premi: I Rappresentanti dei progetti selezionati saranno invitati agli eventi, e se provenienti da fuori sede avranno il rimborso delle spese di viaggio e l'ospitalità gratuita ove necessaria.

A tutti i progetti selezionati sarà consegnato un Diploma ed una Targa all'Istituto di provenienza.

I Premi consisteranno in tecnologie (computer e simili), visite gratuite a musei e mostre, volumi su temi di interesse didattico. Ai docenti, oltre il Diploma sarà consegnata una Medaglia e una certificazione del lavoro svolto che sarà inviata per conoscenza all'Istituto dove prestano servizio, all'Ufficio Regionale Scolastico e al Ministero dell'Istruzione Università Ricerca.

Per i vari temi si aggungeranno premi specifici messi a disposizione da Enti collaboratori e sponsor.

Maggiori informazioni e le schede di adesione possono essere scaricate dal sito www.culturalidentity.eu. Nel suddetto sito, in prima pagina, in evidenza, oltre il bando è possibile accedere al periodico ICS 2012 dove sono riportate informazioni dettagliate per la partecipazione ai vari settori del concorso.

Ente coordinatore: Associazione ICS International Communication Society

P.O. Box 204, Ufficio Postale Piazza San Silvestro, 19 - 00187 Roma.

Tel. +390670453308; fax +390677206257; e-mail: icsociety@tin.it

sito web: www.icsociety.eu; www.culturalidentity.eu