



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



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



**COMUNE DI
PAVONE CANAVESE**

Organizzazione:

Comune di Pavone Canavese -TO

Piazza Municipio,1

Tel. 0125 51445-0125 51552

Email: aprile.comune.pavone@gmail.com
e

I.C.S. International Communication
Society. Sedi: Roma e Torino

Corrispondenza:

P.O. Box 204 - Ufficio postale

Piazza San Silvestro, 19

00187 Roma

Tel. 06 70453308

Fax 39 06 77206257

e-mail: icsociety@tin.it

sito web: www.culturalidentity.eu

**INVITO AI GIOVANI UNDER 25 DELLA REGIONE PIEMONTE PER
PARTECIPARE NEGLI ANNI 2013 E 2014**

**CON PROPOSTE ALL'OPEN CREATIVE FACTORY DEL PROGETTO
IL MEDIOEVO COME OPEN FACTORY DELL'EUROPA UNITA**

Primo Step:

**Dal Borgo Medievale di Torino al Castello di Pavone Canavese
*Il Filo di Arianna dell'attività dell'architetto e archeologo Alfredo
d'Andrade nel centenario della sua scomparsa***

promosso da

- Associazione culturale I.C.S. International Communication Society
- Comune di Pavone Canavese

Finalità

Il 2013 è stato dichiarato Anno Europeo dei Cittadini, con l'obiettivo di incoraggiare e rafforzare la partecipazione civica e democratica attiva dei cittadini dell'Unione: in questo ambito si colloca il progetto Medioevo come Open Factory dell'Europa unita e l'invito rivolto ai giovani a riappropriarsi del proprio territorio tramite la cultura, la conoscenza del patrimonio materiale e immateriale per integrare il passato con il presente e proporre azioni di sviluppo e rinnovamento per il futuro.

A questo proposito, l'ICOMOS, **-organizzazione internazionale non-governativa che opera per la conservazione dei monumenti e nei siti nel mondo-**, durante la conferenza di Stoccolma (1998), dove è stata approvata una solenne "Dichiarazione in occasione del 50° anniversario della Dichiarazione universale dei diritti dell'uomo" ha affermato che "il diritto al patrimonio culturale fa parte integrante dei diritti dell'uomo in considerazione della natura insostituibile del patrimonio materiale e immateriale e delle minacce di cui è oggetto in un mondo in continuo mutamento. Questa legge genera responsabilità per gli individui e le società come per le istituzioni e gli stati. Proteggere oggi, significa salvaguardare il diritto delle generazioni future".

Ampliando e sviluppando la formulazione dei "diritti culturali", l'ICOMOS ha enucleato altri cinque diritti fondamentali in materia culturale:

- il diritto al rispetto dell'autentica testimonianza costituita dal Patrimonio culturale, come espressione della propria identità culturale nell'ambito della grande famiglia umana;
- il diritto a una migliore conoscenza del proprio Patrimonio e di quello degli altri;
- il diritto al buon uso del Patrimonio;
- il diritto di partecipare alle decisioni concernenti il Patrimonio e i valori culturali di cui si è portatori;
- il diritto di associarsi per la difesa e per la valorizzazione del Patrimonio culturale.

Obiettivi

Contribuire a promuovere la partecipazione attiva del pubblico al fine di rendere i luoghi della cultura (da quelli più tradizionali, a quelli più innovativi) luoghi di dialogo, di interazione, di partecipazione anche emotiva, di costruzione condivisa di contenuti, di progetti, di allargamento della conoscenza, di strumento di inclusione sociale.

La crescita della società della conoscenza è, infatti, strettamente legata alla partecipazione attiva e responsabile dei "cittadini", di tutti i cittadini, perché possano essere realmente portatori dei diritti e dei doveri di cittadinanza. Tale premessa rende ineludibile la necessità di promuovere il "consumo" culturale, non solo rispetto a nuovi target di cittadini, ma anche indirizzandolo verso un'offerta ampia e diversificata che sappia valorizzare, al contempo, le risorse del territorio, a partire dalle realtà geografiche più isolate, dai patrimoni meno noti o meno "pubblicizzati", ma non meno importanti.

Priorità

Parlando degli interventi urgenti nel settore dei beni culturali e della cura del patrimonio culturale, intesa come un grande tema collettivo, che tocca anche la società civile, *Maria Vittoria Marini Clarelli, Soprintendente Galleria Nazionale d'Arte Moderna, Roma*, pone al primo posto degli interventi **"l'educazione nelle scuole e la sensibilizzazione dell'opinione pubblica, per superare l'indifferenza pratica verso la conservazione della nostra eredità che conduce da un lato al vandalismo anche spicciolo e dall'altro a prendere decisioni politiche che mettono la cultura sempre all'ultimo posto. Se gli italiani non si appassionano per primi ai loro beni, allora c'è un deficit di democrazia, di esercizio del diritto alla cultura."**

Alessandro Laterza, Editore e Presidente della Commissione Cultura di Confindustria e Vicepresidente di Confindustria per il Mezzogiorno fa presente che per Confindustria la cultura è un tema che riveste un ruolo così centrale e determinante che lo ha inserito all'interno del suo Progetto per l'Italia, "Crescere si può, si deve", come uno dei principali driver per lo sviluppo economico del Paese. Le cose da fare sono tante, gli interventi da mettere in campo molteplici, fra cui **"Rafforzare l'istruzione artistica e qualificare l'offerta formativa postdiploma nei campi del restauro, della valorizzazione e della gestione dei beni e delle attività culturali."**

L'Italia possiede risorse inestimabili e illimitate che troppo spesso rimangono dimenticate o trascurate. **La cultura della formazione, della ricerca e delle arti rappresenta il cuore e la testa di un Paese. Non sostenerla significa lasciar morire la nostra identità, la nostra storia e il nostro ingegno. Senza dimenticare che le bellezze artistiche e culturali, oltre alla valenza di attrazione turistica, sono cifra fondante e ambasciatori riconosciuti del made in Italy: uno stile di vita e di lavoro che impronta i più diversi settori del "saper fare" italiano nel mondo."**

Ester Coen. storica dell'arte e docente all'Università dell'Aquila: "In un momento così drammatico di crisi bisogna mettere in atto tutti i metodi, anche quelli che parrebbero logici e scontati, per rivalutare e dare nuova forza alla nostra cultura, **immaginando una strategia della crescita strettamente basata sulle competenze e sulle ricchezze esistenti del territorio italiano. Rivalutare e potenziare aree e luoghi di interesse turistico – anche quelli meno noti – attraverso una politica di valorizzazione dei beni culturali coordinando tale impegno con la crescita di posti lavoro per laureati giovani e meno giovani. Incrementare l'offerta della rete turistico-alberghiera promuovendo l'immagine coordinata di un'eccellenza legata alla cultura e ai suoi straordinari prodotti locali.**

– "Colpisce la mancanza, in chi è chiamato a fare scelte nel campo della gestione del patrimonio culturale del nostro Paese, di due doti apparentemente opposte, ma entrambe indispensabili: una solida conoscenza (del patrimonio stesso e in particolare delle priorità di intervento) e una vivace e vivificante fantasia, intesa come capacità di immaginare modalità inedite di produzione e fruizione della cultura" (giornalista Fabrizio Federici).

Ripartire dal nostro patrimonio artistico e culturale

Il 41,3% degli Italiani sente che le cose meravigliose che sono presenti nel nostro Paese possono costituire la molla che ci farà ripartire e che potrebbe permettere un rilancio dell'Italia che comprende il business turistico, ma è anche la linfa vitale a cui attingere, per ritrovare orgoglio e voglia di fare (dati CENSIS).

Ripartire, quindi, non da progetti faraonici che impegnano enti, tempo, riunioni e una volta elaborati sono ormai improponibili poiché nel frattempo sono cambiate le condizioni economiche e ambientali ma dalla creazione di modelli sperimentali di piccola entità, flessibili e riproducibili, affinché costituiscano una rete di cosiddette best practices: quello che in ambito europeo viene definito, per le piccole e medie imprese "small business act" deve essere importato nel mondo della cultura e della creatività: e in questo ambito si muove il programma "Il Filo di Arianna: Arte come Identità culturale" promosso dall'I.C.S. International Communication Society&Partners che, a partire dal 2014 intende costruire progetti sperimentali partendo dai giovani non come passivi riceventi delle opere e del patrimonio culturale, ma con un ruolo forte di interazione e dialogo, di contributo alla creazione dell'esperienza estetica e conoscitiva. Le esperienze anche in Italia, nella didattica, non sono poche, ma è necessaria una sistematizzazione dei progetti, dei metodi usati, dei risultati per aiutare nel proseguimento e nell'allargamento dei lavori.

L'Invito

Per una prima risposta alle considerazioni esposte, i promotori del progetto Medioevo O.F. invitano i giovani under 25 che risiedono nella Regione Piemonte ad avanzare idee propositive nell'ambito dell'Open Creative Factory del primo step del progetto stesso.

Il progetto nasce da una analisi del contesto territoriale della Regione Piemonte, con l'obiettivo prioritario di individuare azioni ed interventi mirati ad avvicinare i cittadini all'identità del proprio territorio ad iniziare dalla cultura e dall'arte e, al contempo, elaborare strumenti e strategie di promozione e valorizzazione del patrimonio culturale anche in vista dei grandi movimenti di visitatori che porterà l'Expo 2015.

Il progetto propone come primo step, la realizzazione di un percorso da Torino a Pavone Canavese, che rappresenti un ponte tra passato, presente, futuro e contribuisca a custodire e valorizzare “un patrimonio culturale ricchissimo, frutto di arte e scienza, espressioni della genialità umana, individuale e collettiva” e nello stesso tempo costituisca il primo tassello di un percorso che si allarghi all’Europa.

Con queste premesse, il progetto Medioevo O.F. si inserisce nelle linee politiche europee del turismo e in particolare ai risultati di 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, che 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.

Un prodotto transnazionale è composto da una serie di servizi e attività del turismo offerti sul territorio di vari Paesi intorno ad un tema comune. Tale prodotto può assumere la forma di: itinerario o fisico (basato sull’infrastruttura fisica), o virtuale (che unisce posti/destinazioni/attrazioni che hanno un legame concettuale) o un’offerta di turismo tematico.

Il prodotto turistico transnazionale deve essere concepito, strutturato e sviluppato intorno ad un tema comune: la scelta è stata così quella di individuare il Medioevo come ambito culturale ed artistico che abbraccia il Piemonte ma anche altre regioni e l’Europa.

L’obiettivo a breve termine del progetto Medioevo O.F. è quello di avvicinare un vasto pubblico alla conoscenza del Medioevo che è stato alla base dell’Europa attraverso la figura e l’opera poliedrica di Alfredo d’Andrade, archeologo e architetto del quale nel 2015 si celebrano i cento anni dalla sua morte.

Inoltre, data la sua nascita in Portogallo e l’attività svolta a livello europeo come restauratore ed ideatore di castelli medievali, ben si presta ad incarnare quelle qualità per le quali l’Italia e l’Europa viene apprezzata nel settore dell’arte e della cultura.

Le riflessioni dalle quali è nata l’dea del progetto hanno tenuto conto, infatti, di vari fattori e di dati che, in parte, riguardano lo scenario territoriale di riferimento, in parte riguardano la domanda di cultura dei cittadini, adottando un concetto di cultura quanto più ampio possibile. Siamo partiti dal considerare la cultura secondo una accezione ampia ed articolata che riguarda “l’insieme degli aspetti spirituali, materiali, intellettuali ed emozionali unici nel loro genere che contraddistinguono una società o un gruppo sociale” e non comprende “solo l’arte e la letteratura, ma anche i modi di vita, i diritti fondamentali degli esseri umani, i sistemi di valori, le tradizioni e le credenze» (Unesco, 1982), un luogo privilegiato di “saperi”, locali e globali, rappresentati da conoscenze, sistemi politici, prodotti artistici, interpretazione storica degli eventi, costumi, orientamenti religiosi e che comprendono il sapere, le credenze, l’arte, la morale, il diritto, il costume e ogni altra abitudine acquisita dall’uomo, quale membro di una società. **Ne consegue che l’accesso di ciascun cittadino alla cultura**, quale insieme di “prodotti” materiali (tangibili, es. un’opera architettonica, un museo, ecc) ed immateriali (intangibili, es. la lingua, una manifestazione folkloristica) che rappresentano il patrimonio sociale di un territorio, di un Paese, di un gruppo e che si esprime in un bagaglio di conoscenze e di pratiche in gran parte trasmesse di generazione in generazione, costituendone l’appartenenza etno-identitaria, **deve essere garantito e promosso in ogni modo, anche perché la riscoperta, valorizzazione, rafforzamento della propria identità culturale è presupposto per esercitare il “diritto di cittadinanza”.**

Le proposte dovranno ipotizzare servizi e prodotti che, a titolo esemplificativo dovranno essere finalizzati a: Incrementare i visitatori del patrimonio artistico scelto; Incrementare i servizi culturali rivolti ai visitatori (visite guidate, laboratori didattici divulgativi, strumenti audiovisivi, ...); Proporre servizi sul web; Trovare modalità idonee per rafforzare l’integrazione del patrimonio artistico con il marketing territoriale (recettività, trasporti, eventi, turismo culturale in genere, ecc).

Destinatari i giovani under 25, in gruppi non inferiori a tre partecipanti, residenti nella Regione Piemonte, con la presentazione di una o più idee progettuali (v. scheda allegata).

La Partecipazione al bando è totalmente gratuita.

Per l'anno 2013 la presentazione delle idee progettuali con la motivazione della scelta e sviluppo potenziale dovrà avvenire entro il 25 ottobre 2013 in forma multimediale mediante allegati email o con l'invio di un CD o DVD in 2 copie; per l'anno 2014 la presentazione delle idee progettuali dovrà avvenire entro il 30 giugno 2014.

Le idee progettuali selezionate dalla giuria, composta da esperti nei vari settori del progetto, saranno presentate dai giovani partecipanti in eventi dedicati del programma "Il Filo di Arianna: Arte come Identità culturale" nel mese di novembre 2013 - alla valutazione del pubblico per la graduatoria finale e per l'assegnazione di 5 borse di studio da 2.000 euro per i primi classificati e 5 borse di studio di 1.000 euro per i secondi classificati, per favorire la stesura completa del progetto entro il mese di giugno 2014. Una prima parte, pari al 50% della somma sarà liquidata all'avvio del progetto; il restante 25% sarà liquidato entro il mese di marzo 2014, previa valutazione del lavoro svolto e il restante 25% alla presentazione del progetto. Per i giovani di età inferiore ai 18 anni, le borse di studio saranno gestite dagli istituti scolastici di riferimento

La consegna ufficiale delle borse di studio avrà luogo durante l'evento dell'Ardesis Festival 2013 previsto a Torino il 12 novembre 2013.

Per il 2014 l'assegnazione delle borse di studio avrà luogo durante gli eventi dell'Ardesis Festival nel mese di novembre 2014.

I gruppi di giovani che vorranno poi costituirsi in cooperative o microimprese per i servizi permanenti alla gestione e allo sviluppo del percorso, saranno incoraggiati con misure idonee.

Indicazioni

La base di partenza del progetto è la creazione di una rete territoriale dei luoghi della Regione Piemonte interessati dal Medioevo e quindi l'analisi di un determinato territorio in termini artistico-culturali, economici, artigianali, tecnologici quali Musei, Spazi espositivi, Scuole d'Arte, Conservatori e Accademie, Botteghe degli Artigiani: "spina dorsale" del territorio per allargarsi agli altri beni del territorio, all'enogastronomia, all'ambiente, agli eventi culturali connessi al Medioevo o identificativi del territorio che si svolgono annualmente.

Le indicazioni che seguono sono di massima e possono essere integrate o sostituite:

- Carlo Magno e la nascita dell'Europa;
- Alfredo d'Andrade architetto e archeologo nel centenario della sua scomparsa;
- Il percorso e i luoghi: Musei, Beni culturali e ambientali, Natura, Enogastronomia Musica, Letteratura Storytelling e aneddoti;
- Musica, bevande e cibo nei banchetti del Medioevo;
- I 100 oggetti dei Musei del Piemonte che fanno la storia del Medioevo;
- Ideazione di un template per il sito MedioevoOpenFactory.eu contenente i percorsi prescelti e le informazioni connesse di tipo turistico quali trasporti, informazioni, dati, supporti;
- Editoria cartacea e multimediale: I percorsi del Medioevo, storia del Medioevo e dei suoi protagonisti con storytelling e aneddoti per un vasto pubblico, il Medioevo per i più piccoli;
- Ideazione carte topografiche dei luoghi;
- il Cinema e il Medioevo; la Letteratura e il medioevo; l'Arte (pittura e scultura) e il Medioevo;
- I gadget in tessuto tecnologico per i Musei e i luoghi del percorso;
- L'Ars Cake Design come espressione del territorio;
- I Servizi per il progetto e l'imprenditorialità giovanile;
- Ideazione di un'Agenzia turistica e di Punti informativi per residenti, turisti italiani e esteri.

Tutela della Privacy

I dati personali di cui i soggetti attuatori dell'invito vengano in possesso in occasione dello stesso, verranno trattati nel rispetto del D.lgs. 196/03 "Codice in materia di protezione dei dati personali".

Proprietà dei prodotti

Il materiale inviato non sarà restituito. Tutti i prodotti derivanti dai progetti vincitori potranno essere utilizzati liberamente dagli enti organizzatori, che potranno anche duplicarli e diffonderli.

Info: inviare e-mail a: icsociety@tin.it; Tel. 06 70453308; Fax 06 77206257 oppure aprile.comune.pavone@gmail.com; Tel. 0125 51445-0125 51552
Indirizzo per spedizioni: Associazione I.C.S. International Communication Society
Casella Postale 204 Ufficio Postale - Piazza San Silvestro, 19 – 00187 ROMA