



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



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](mailto:icsociety@tin.it)  
sito web: [www.culturalidentity.eu](http://www.culturalidentity.eu)

**BANDO 2013/2014**

**PROGRAMMA**

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

**A) ORIENTAMENTI DI BASE PER I TEMI PROPOSTI**

**Think different!**

Il 2014 è stato proclamato *Year of the Brain in Europe*, con l'intento di cambiare il modo in cui gli Europei pensano. Ciò è particolarmente importante nell'attuale congiuntura economica e sociale quando diventano prioritari concetti come "creatività" "innovazione" "talento" e la possibilità di offrire ai giovani maggiori opportunità di affermarsi nel mondo del lavoro.

**La mancanza di comprensione e attenzione per i processi cognitivi ha un effetto negativo sulla organizzazione dell'istruzione; maggiore attenzione e importanza dovrebbe essere data alle idee e all'innovazione, con l'obiettivo di offrire ad ogni individuo la migliore possibilità di raggiungere il suo potenziale.**

Oltre all'individuazione di malattie e malesseri ed alla necessità di diagnosi precoci come quelle relative ai disturbi legati allo sviluppo neurologico e ai deficit cognitivi dei bambini, **la conoscenza delle neuroscienze aiuta ad una migliore valorizzazione del proprio curriculum scolastico e della propria carriera, oltre alla comprensione di che cosa significa essere umani.**

Il cervello è l'organo preposto al controllo e alla coordinazione di tutte le funzioni vitali; la corteccia celebrale, la parte evolutivamente più recente, si presenta suddivisa in due parti uguali e simmetriche: l'emisfero destro e l'emisfero sinistro. Tali metà, sebbene appaiano molto simili dal punto di vista anatomico, svolgono compiti tanto differenti quanto complementari. Funzionano secondo un sistema crociato: l'emisfero sinistro coordina la parte destra del corpo, mentre quello destro controlla quella sinistra. Da vari esperimenti è risultato che l'emisfero destro elabora i dati in modo rapido, spaziale, non verbale, sintetico e globale. L'emisfero sinistro, al contrario, analizza i particolari, scandisce lo scorrere del tempo, programma, svolge funzioni verbali, di calcolo, lineari e simboliche. Le differenti funzioni svolte dai due emisferi si integrano a vicenda, permettendo così di percepire ed elaborare la realtà nella sua completezza.

**Nella corteccia prefrontale del cervello ha sede la creatività, considerata la chiave per il nostro futuro.** Questo ci riporta alla duplice etimologia del termine: quella latina, *creo*, capacità immaginativa, e quella greca, *kraino*, che significa compiere, realizzare. **La creatività non è solo immaginazione e talento, ma implica anche la capacità di mettere in pratica le idee.**

La creatività si configura come una vera e propria idea profetica, provvista di un'incisiva reale forza promozionale della libertà e dell'imprenditorialità umana. **Grazie alla sua capacità di 'programmare' cultura, di realizzare valori (di libertà, giustizia, lealtà, amore, esteticità ecc.), la creatività si configura come opzione formativa fondamentale, principio regolativo della crescita umana per il quale trova piena giustificazione e assume consistenza la locuzione coniata dal pedagogista Mario Mencarelli di umanesimo dell'autenticità.**

I valori a cui è improntata questa attitudine che richiama l'uomo a una dimensione etica, sono: *personali*, cioè mirati all'autorealizzazione della personalità secondo una molteplicità di direzioni in una società pluralistica; *storico-sociali*, comprensivi dei beni che assicurano all'uomo una convivenza caratterizzata da civiltà e rientrano nell'universo sociale e giuridico-politico; *culturali*, nel significato di cultura intesa sia in senso antropologico-sociale, che richiede lo sviluppo di una coscienza interculturale, sia in senso tradizionale, quale patrimonio delle opere che l'umanità ha creato e che arricchisce costantemente nel tempo (in campo artistico-letterario, scientifico, filosofico, etico-politico, ed anche nel settore dei costumi e del folklore).

Purtroppo, nel linguaggio comune, il termine creatività viene inteso erroneamente come capacità di pochi eletti, oppure come dimensione contrapposta alla logica e alla razionalità. Anche in campo scientifico si sono inevitabilmente diffuse alcune 'semplificazioni' sul concetto di creatività. Un'indagine condotta da Teresa Amabile, studiosa di Management alla Harvard Business School, rivela come si sia diffusa una cultura che vede la creatività solo come funzionale all'efficienza e all'innovazione aziendale: il contrassegno della creatività non può essere quello di una dimensione efficientista, ma quello di una dimensione prettamente 'umanistica'.

Indubbiamente, nella cosiddetta *società dell'informazione e della conoscenza* la creatività assume un'importanza strategica a livello sia individuale sia organizzativo: coloro che sanno pensare creativamente riescono a risolvere problemi esistenti, o a riconoscere e risolvere nuovi problemi e ad aprire nuovi orizzonti.

**«La stagione postfordista chiede un'organizzazione del lavoro il cui centro e la cui risorsa fondamentale sono rappresentati da una soggettività non caratterizzata tanto dalla qualificazione tecnico-professionale, quanto dalla capacità di sostenere la complessità delle relazioni interpersonali, la filosofia e i processi dell'innovazione» (Rossi, 2009, pp. VIII-IX).**

La creatività è dunque un importante fattore adattivo per i singoli, per le imprese, per le organizzazioni, per i sistemi sociali e ha enormi ripercussioni sui sistemi educativi.

Per combattere l'attuale rapida obsolescenza delle conoscenze occorre abilitare modalità di pensiero creativo, come sottolineava Delors nel rapporto *Nell'educazione un tesoro* (1997): «Più che mai, il ruolo fondamentale dell'educazione sembra essere quello di dare agli individui la libertà di pensiero, di giudizio, di sentimento e d'immaginazione di cui essi hanno bisogno per poter sviluppare i propri talenti e per rimanere per quanto è possibile al controllo della propria vita».

Questo imperativo non è di natura semplicemente individualistica: a quanto insegna la recente esperienza, ciò che potrebbe apparire soltanto come un mezzo dell'individuo per difendersi contro un sistema alienante o percepito come ostile, offre talvolta alle società anche le migliori possibilità di progresso. Parlando dell'educazione e del suo ruolo nel mondo: «Il suo approccio è sempre pluridisciplinare, anche per combattere contro uno dei suoi peggiori mali, la frammentazione dei saperi; la sua visione è globale, planetaria».

Di solito si parla di educazione alla creatività pensando a percorsi da attuare nella scuola primaria o, nella migliore delle ipotesi, in quella secondaria. Nel curriculum universitario non si dà molto rilievo all'argomento. Numerosi studi sottolineano invece come si possa educare alla creatività a qualsiasi età.

**Educare alla creatività in ambito universitario significa integrare la formazione curricolare con percorsi diversi, personalizzati, che non implicino tanto l'acquisizione di tecniche e metodi di creatività, quanto la *forma mentis* adatta all'innovazione.** La creatività non dovrebbe riguardare rare occasioni "di convivialità" ma dovrebbe entrare a fare parte del curriculum universitario. Del resto se esaminiamo il concetto medievale di *universitas*, possiamo osservare come tutti gli attributi della creatività che abbiamo identificato, fossero già presenti in quella nozione: comunità di maestri e alunni; totalità, in riferimento alle aree dello scibile che possono essere insegnate; universalità dei risultati dello sforzo di ricerca, caratterizzato da un rigore metodologico che ne rende intersoggettivamente validi gli esiti; aspirazione alla costruzione di un'unità del sapere che possa essere tale sia in rapporto alla cultura del tempo, sia in rapporto alla sintesi che ciascuno ne elabora attraverso il proprio percorso formativo.

**L'Associazione ICS&PARTNERS intende attivare una sperimentazione in collaborazione con i docenti interessati affinché nei loro percorsi di ricerca con gli studenti, rispondendo alle tematiche del bando, tengano presenti modalità nuove di attivazione della creatività e le inseriscano nella progettazione dei percorsi didattici, informandone il Comitato scientifico dell'Associazione ICS. Potrà essere data, così, notizia della sperimentazione all'EBC European Brain Council, Consiglio di coordinamento formato da organizzazioni europee in neurologia, neurochirurgia, psichiatria, da organizzazioni e società delle industrie farmaceutiche e biotech; l'EBC lavora in collaborazione con il Parlamento europeo e la Commissione, i governi nazionali.**

#### **B. PARTECIPAZIONE AL BANDO 2013/2014**

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.

**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 2014**; invio lavori entro il **30 giugno 2014**

Gli eventi per le Giornate dell'Identità Culturale 2014 avranno luogo dal mese di novembre.

Al ricevimento della scheda di adesione allegata (scheda A o scheda B), verrà inviata una scheda di partecipazione da spedire insieme al lavoro.

### **C. INFORMAZIONI E RIFERIMENTI**

Inviare una e-mail a: [icsociety@tin.it](mailto:icsociety@tin.it), oppure un fax al numero 0677206257.

## **BANDO 2013/2014**

### **ARTE E CULTURA DEL TERRITORIO MOTORE DEL TURISMO E DELL'ECONOMIA**

L'Associazione I.C.S. International Communication Society & PARTNERS, promuove la Sessione 2014 del programma "Il Filo di Arianna: Arte come Identità culturale", in collaborazione 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**

Si propone come base di partenza del progetto la creazione di una mappa territoriale dei luoghi interessati dal percorso di riferimento e quindi l'analisi 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 o identificativi del territorio che si svolgono annualmente.

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

**-Il percorso e i luoghi: Musei, Beni culturali e ambientali, Natura, Enogastronomia Musica, Letteratura Storytelling e aneddoti;**

**-Editoria cartacea e multimediale: Il percorso, la sua storia, i suoi protagonisti con storytelling e aneddoti per un vasto pubblico, oppure per i più piccoli;**

**-Ideazione carte topografiche dei luoghi;**

**-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.**

#### **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. 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.

#### **4. ARS CAKE DESIGN**

L'Associazione I.C.S. International Communication Society (ICS) e l'UNIONE ARS CAKE DESIGNERS (UNIARS.CD) promuovono un **BANDO DI CONCORSO 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 2014 dell'ARDESIS FESTIVAL, la realizzazione di torte secondo le tecniche del Cake Design, ispirate al patrimonio artistico e culturale del territorio italiano, rifacendosi alla tradizione estetica rinascimentale di una gastronomia "da spettacolo" e reinterprestandoli e valorizzandoli secondo l'estetica contemporanea del cake design.

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..

#### **5. PROGETTI SPECIALI E INNOVATIVI**

##### **5.1. La LIUTERIA e il SUONO come design dell'identità territoriale lombarda**

Un apposito invito ai giovani per la partecipazione è riservato ai residenti nella Regione Lombardia

##### **5.2. 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.*

Un apposito invito ai giovani per la partecipazione è riservato ai residenti nella Regione Piemonte

**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 borse di studio, 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 aggiungeranno premi specifici messi a disposizione da Enti collaboratori e sponsor.

**Maggiori informazioni, i bandi e le schede di adesione possono essere scaricate dal sito**

**[www.culturalidentity.eu](http://www.culturalidentity.eu).**

*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](mailto:icsociety@tin.it)*

*sito web: [www.icsociety.eu](http://www.icsociety.eu); [www.culturalidentity.eu](http://www.culturalidentity.eu)*