

CULTURAL IDENTITY DAYS



NETWORK IDENTITÀ
CULTURALI
2007/2009

con il Patrocinio
della Presidenza del
Consiglio dei Ministri



IL FILO DI ARIANNA:
ARTE COME IDENTITÀ
CULTURALE



Fondazione
Cardinale Cusano
Onlus

Sede operativa del
Comitato Scientifico e
Organizzativo:
Comune di Salò (BS)
Lungolago Zanardelli, 55

Coordinamento



Associazione
Scientifica I.C.S.
International
Communication
Society
P.O. Box 204
Ufficio Postale
P.zza San Silvestro, 19
00187 Roma - Italia
Tel. +39 06 70453308
Fax +39 06 77206257
e-mail: icsociety@tin.it
www.icsociety.net

ANNO EUROPEO DELLA CREATIVITÀ E DELL'INNOVAZIONE 2009

Introduzione

È necessario che l'Europa rafforzi la sua capacità di creazione e innovazione per motivi sia sociali che economici. Il Consiglio europeo ha ribadito in più occasioni l'importanza dell'innovazione affinché l'Europa possa dare una valida risposta alle sfide ed alle prospettive della globalizzazione. Nel dicembre 2006, ad esempio, esso ha rilevato che "L'Europa ha bisogno di un'impostazione strategica volta a creare un ambiente favorevole all'innovazione in cui la conoscenza sia convertita in prodotti e servizi innovativi"

L'economia moderna, puntando sul valore aggiunto ottenuto grazie ad un impiego più adeguato delle conoscenze e su una rapida innovazione, presuppone il potenziamento delle capacità creative di base dell'intera popolazione. Sono necessarie, in particolare, capacità e competenze che consentano a chi le possiede di adeguarsi al cambiamento, ravvisando in esso un'opportunità, e di essere aperto a nuove idee che stimolino l'innovazione e la partecipazione attiva ad una società culturalmente diversificata e basata sulla conoscenza.

La capacità innovativa è vincolata alla creatività quale attributo personale basato su competenze e valori culturali ed interpersonali. Per sfruttarne l'intero potenziale, occorre renderla universalmente accessibile. Nel marzo 2007, il Consiglio europeo, nel presentare il concetto di "triangolo della conoscenza" comprendente l'istruzione, la ricerca e l'innovazione ha riconfermato **il ruolo dell'istruzione e della formazione in quanto fattori determinanti per rafforzare la creatività, migliorare le prestazioni dell'innovazione e della competitività.**

La proclamazione di un Anno europeo è un mezzo efficace per rispondere a queste sfide, consistente nel sensibilizzare l'opinione pubblica, diffondere informazioni sulle buone pratiche, stimolare la ricerca, la creatività e l'innovazione e favorire il dibattito sul piano politico e il cambiamento. Intervenendo a livello comunitario, nazionale, regionale e locale e favorendo al contempo la partecipazione delle parti interessate, è possibile che si creino sinergie tra le attività di informazione e sensibilizzazione e che ciò contribuisca, a sua volta, a incentrare il dibattito politico su un tema specifico.

L'obiettivo prefissato per il 2009 consiste nel promuovere la creatività e la capacità di innovazione quali competenze chiave per tutti. Tale obiettivo è in sintonia con la comunicazione della Commissione "Un'ampia strategia dell'innovazione per l'UE" in cui si afferma che **"l'innovazione deve potersi fondare su un solido sistema di istruzione, che promuova il talento e la creatività fin dalla più giovane età"**. Il programma di apprendimento permanente rappresenta pertanto un importante strumento a sostegno di tale iniziativa. Altre politiche e programmi in settori correlati, quali, ad esempio, l'impresa, la società dell'informazione, la ricerca, la coesione o lo sviluppo rurale, contribuiranno, se del caso, alla realizzazione di detto Anno europeo.

Contesto

La creatività è una dote umana che si palesa in molti ambiti e contesti, ad esempio nell'arte, nel design e nell'artigianato, nelle scoperte scientifiche e nell'imprenditorialità, anche sul piano sociale. Il carattere sfaccettato della creatività implica che la conoscenza in una vasta gamma di settori - sia tecnologici che non tecnologici - possa essere alla base della creatività e dell'innovazione. **L'innovazione è la riuscita realizzazione di nuove idee; la creatività è la condizione sine qua non dell'innovazione.** Nuovi prodotti, servizi e processi, o nuove strategie e organizzazioni presuppongono nuove idee e associazioni tra queste. Possedere competenze quali il pensiero creativo o la capacità proattiva di risolvere problemi è pertanto un prerequisito tanto nel campo

socioeconomico quanto in quello artistico.

Gli ambienti creativi e innovativi - le arti, da un lato, e la tecnologia e l'impresa, dall'altro - sono spesso alquanto distanziati. L'Anno europeo contribuirà in larga misura a collegare questi due mondi, dimostrando con esempi concreti l'importanza di equiparare i concetti di creatività e di innovazione anche in contesti diversi, quali la scuola, l'università, le organizzazioni pubbliche e private.

Le qualità fondamentali, pilastri della capacità creativa e innovativa, sono la motivazione e lo spirito di iniziativa. I fondamenti di tali qualità si acquisiscono nelle prime fasi dello sviluppo personale. **La creatività occupa una parte importante dei programmi di studio dei primi anni di scuola, che decresce, tuttavia, drasticamente con l'avanzare del percorso educativo. Riuscire a mantenere vivo l'interesse dei bambini e dei giovani per la creatività rappresenta pertanto una delle principali sfide per i sistemi educativi. Possibili soluzioni sono, ad esempio, una maggiore enfasi nelle discipline creative, lo sviluppo di nuovi metodi di apprendimento e l'incentivo a diverse attività extracurricolari.**

La pressione crescente a favore dello sviluppo di capacità creative, innovative e critiche presuppone l'inadeguatezza dei metodi didattici tradizionali basati sull'insegnamento frontale. Essi vengono sostituiti da modelli più consoni alle esigenze del discente e basati sulla partecipazione attiva di quest'ultimo al processo di riflessione e di interpretazione. L'apprendimento è un processo comune in una dinamica di cambiamento delle pratiche e abitudini sociali sul piano della creatività. Una cultura organizzativa favorevole all'apertura e alla creatività è la premessa indispensabile della riuscita dell'apprendimento e dell'innovazione.

Per lavorare in sintonia con la Decisione del Parlamento Europeo e del Consiglio dell'Unione Europea che ha proclamato il 2009 l'Anno Europeo della Creatività e dell'Innovazione, l'Associazione I.C.S. International Communication Society promuove per l'anno scolastico 2008/2009 il bando di concorso:

CREATIVITA' E INNOVAZIONE PER L'EUROPA CON L'ARTE E LE NUOVE TECNOLOGIE DELLA COMUNICAZIONE

che affianca ed allarga agli altri Paesi europei le metodologie e le esperienze del progetto *"Il filo di Arianna: Arte come identità culturale"*. Ciò in sintonia con gli **obiettivi generali** dell'Anno europeo 2009:

1. L'obiettivo generale dell'Anno europeo della creatività e dell'innovazione è di sostenere gli sforzi degli Stati membri per promuovere la creatività attraverso l'apprendimento permanente in quanto motore dell'innovazione e fattore chiave dello sviluppo di competenze personali, professionali, imprenditoriali e sociali, nonché del benessere di tutti gli individui nella società.

2. L'obiettivo specifico dell'Anno europeo della creatività e dell'innovazione consiste nel mettere in evidenza, tra l'altro, i seguenti fattori che possono contribuire a stimolare la creatività e la capacità d'innovazione:

- a) creare un ambiente propizio all'innovazione, alla flessibilità e all'adattabilità in un mondo in rapida evoluzione, nonché ad una gestione creativa della diversità; occorre tener conto di tutte le forme d'innovazione, compresa l'innovazione sul piano sociale e societario;
- b) stimolare la sensibilità estetica, lo sviluppo emozionale, il pensiero laterale e l'intuizione e favorire la creatività in tutti i bambini fin dalla tenera età, anche nelle attività prescolastiche;
- c) sensibilizzare all'importanza della creatività, dell'innovazione e dello spirito imprenditoriale sia per lo sviluppo personale che per la crescita economica e l'occupazione; favorire una mentalità imprenditoriale, in particolare fra i giovani;
- d) promuovere nel campo della matematica, delle scienze e delle tecnologie l'insegnamento di competenze sia di base che avanzate favorevoli all'innovazione tecnologica;
- e) sollecitare l'apertura al cambiamento, alla creatività e alla risoluzione di problemi in quanto competenze favorevoli all'innovazione e applicabili ai più disparati contesti professionali e sociali;
- f) aprire ulteriormente l'accesso a varie forme di espressione creativa eliminando le disuguaglianze nell'accesso alle stesse, lungo l'intero percorso scolastico, in particolare durante gli anni più formativi per i giovani in modo da rimuovere gli ostacoli al loro sviluppo personale;
- g) sensibilizzare il pubblico sull'importanza della creatività, della conoscenza e della flessibilità ai fini di un'esistenza prospera ed appagante in un'epoca segnata da rapidi progressi tecnologici

- e da una sostenuta integrazione globale; offrire alle persone i mezzi per migliorare le loro prospettive di carriera in tutti i settori in cui la creatività e la capacità di innovazione svolgono un ruolo importante;
- h) rinsaldare i legami tra le arti, le imprese, le scuole e le università;
 - i) sviluppare la creatività e la capacità di innovazione tramite attività non formali ed informali destinate ai giovani;
 - j) incoraggiare coloro che non sono presenti sul mercato del lavoro a sviluppare il loro potenziale creativo ai fini della loro autorealizzazione e coloro che sono alla ricerca di un impiego a migliorare la loro attrattiva sul mercato del lavoro;
 - k) promuovere il design quale attività creativa che contribuisce significativamente all'innovazione, nonché le capacità di gestione dell'innovazione e della progettazione, ivi comprese nozioni di base in materia di protezione della proprietà intellettuale;
 - l) mettere l'accento sull'apertura alla diversità culturale in quanto mezzo per stimolare la comunicazione interculturale e l'arricchimento reciproco in campo artistico, nonché
 - m) sviluppare la creatività e la capacità di innovazione nelle organizzazioni private e pubbliche attraverso la formazione, e incoraggiare tali organizzazioni a utilizzare al meglio le capacità creative degli individui, siano essi lavoratori, clienti o utilizzatori.

Proposta

Partendo dal concetto di arte come migliore esempio di creatività: un quadro, un'immagine, una architettura "è come un mattoncino del Lego, che preso singolarmente è solo un inutile parallelepipedo, dai banali connotati, ma capace di mutarsi in qualcosa di straordinario se assemblato intelligentemente ad altri suoi simili, dove una sommatoria di elementi singolarmente banali diviene un insieme innovativo.": nel caso del progetto "Il filo di Arianna" si arriva ad assemblare all'immagine il chi è, a collocarla nel periodo storico, nella geografia dei luoghi, nelle tecniche pittoriche... "In questo scenario imparare ed insegnare le regole di assemblaggio dei mattoncini colorati, ossia padroneggiare tecnicamente un mezzo di produzione creativa, è condizione necessaria ma non unica per creare e diventare un creativo. Avere le giuste idee, qualcosa da dire e realizzare ma non padroneggiare gli strumenti adatti per comunicarlo è peccato meno grave di avere uno strumento e vivere la fase ideativa come puro pretesto per utilizzarlo. **Perché è immensamente più facile imparare un software rispetto all'imparare un nuovo modo di approcciare l'esistente.**

L'innovazione, poi, significa ridisegnare. Un mondo in permanente trasformazione in cui **il verso è multiplo**: architettura, moda, design, grafica, arti visive, il cosiddetto *design thinking* è quanto di più vicino ci sia all'esperienza rinascimentale di incrocio tra arte, spirito e tecnologia, di cui le invenzioni di Leonardo rimangono l'esempio più elevato. E' in questa dimensione che va ripensato anche **il senso dell'innovazione.**

Il Rinascimento ha costruito la sua straordinaria unicità sulla capacità di giocare la propria intelligenza condivisa su diversi livelli e con **protagonisti eccellenti** (i maestri del Rinascimento) impegnati **nell'atto della creazione**. La Rete e le nuove comunità di progetto possono assumere oggi un ruolo simile a quello della bottega rinascimentale, creando le condizioni di confronto e di **condivisione** non solo a livello nazionale, ma anche europeo, che in passato esistevano nell'esperienza delle botteghe artigianali o d'arte: per questo ad esempio si parla oggi - in considerazione del grande contributo di Internet a questo tipo di progetti - di Rinascimento 2.0. La previsione è che questo possa avvenire in tempi accelerati.

Esemplificare praticamente la creatività e l'innovazione partendo dall'arte e dai beni culturali, è un modo per comunicare a livello europeo le comuni radici culturali europee.

Partecipazione:

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), **in collaborazione con analoghe istituzioni scolastiche di uno o più Paesi appartenenti all'Unione Europea.**

I lavori potranno essere realizzati mediante le nuove tecnologie della comunicazione (Cd Rom, Internet, Video) 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 in digitale e cartacea al massimo di una cartella, e da una sintetica bibliografia e una sitografia.

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

Si può concorrere per le seguenti sezioni:

1- Sezione Generale:

La ricerca può essere condotta sia come excursus su un determinato tema (es. architettura delle costruzioni abitative e/o delle città, teatro, mezzi di trasporto, comunicazione, moda, ecc.) o come messa in evidenza di fenomeni nuovi, oppure riguardanti un determinato periodo storico (periodo romano, medioevo, rinascimento, ecc.).

2- Sezione Arte Sacra:

Ricerca sul patrimonio culturale dell'Arte Sacra: arte per lo spazio della celebrazione liturgica, arte a soggetto religioso cristiano, arte cristianamente ispirata, in relazione al tempo e allo spazio e alla letteratura.

3- Sezione Storia locale:

La ricerca può essere condotta sia come excursus su un determinato tema o come messa in evidenza di fenomeni originali della propria realtà locale oppure infine come indagine su un determinato periodo della propria storia locale.

4 - Comunicazioni :

Inviare l'adesione al concorso entro il **30 novembre 2008**

Inviare i lavori entro il **15 maggio 2009**.

Gli eventi per le Giornate dell'Identità Culturale 2009 avranno luogo dal mese di ottobre al mese di novembre.

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

5 - Selezione:

Una giuria qualificata nei diversi settori della cultura italiana e europea e nell'uso delle nuove tecnologie selezionerà in eventi locali e nazionali i lavori migliori che come detto verranno a far parte del progetto che si è precedentemente presentato. In ogni caso tutti i lavori troveranno una loro collocazione o una loro segnalazione in un sito internet specifico dedicato al "Filo di Arianna", che potrà costituire una specie di portolano per attività di ricerca e di approfondimento didattico con la possibilità di essere un vero e proprio progetto "in progress" aperto alla dialettica fra scuola e istituzioni, luogo di una sinergia che ha la finalità di dare voce alle forze più vivaci presenti nel mondo della scuola e contribuire alla loro autonoma espressione.

6 - Informazioni:

Al bando di concorso sarà data ampia diffusione nei siti del Ministero Pubblica Istruzione, delle Università e degli Enti collaboratori. Sarà inoltre inserito nel sito dell'Associazione I.C.S. International Communication Society www.icsociety.net

Per qualsiasi informazione di approfondimento si invita ad utilizzare l'e-mail: icsociety@tin.it e le risposte, insieme alla domanda, saranno inserite in uno spazio apposito nel sito dell'ICS e dei siti che intendono collaborare (sarà fornito l'elenco). Sarà poi previsto uno spazio per eventuali suggerimenti e comunicazioni sia degli Istituti partecipanti che di Enti interessati al progetto.

7 - Premiazione:

I lavori migliori delle varie sezioni in cui si articola il progetto, saranno premiati con viaggi nelle "identità culturali" dei Paesi europei, prodotti multimediali e saranno inseriti nella pubblicazione sull'identità italiana in fase organizzativa.

☒ *Ente coordinatore:*

Associazione ICS

International Communication Society,

P.O. Box 204, Ufficio Postale

Piazza San Silvestro, 19, 00187 Roma.

Tel. +39 0670453308; fax +39 06 77206257;

e-mail: icsociety@tin.it;

sito web: www.icsociety.net

SCHEDA DI ADESIONE

**CREATIVITA' E INNOVAZIONE PER L'EUROPA
CON L'ARTE E LE NUOVE TECNOLOGIE DELLA COMUNICAZIONE**

SPAZIO RISERVATO I.C.S.

DATA RICEZIONE

CODICE /□□□

DATI ADESIONE

Nome della scuola partecipante

Indirizzo

cap / città

Telefono e Fax

e-mail

Nome e dati delle Scuole di altri Paesi europei che collaborano al lavoro

Indicare un referente a cui far pervenire le comunicazioni

-
1. SCUOLA MEDIA / 5^a ELEMENTARE
2. SCUOLA SUPERIORE
3. UNIVERSITA'
4. ALTRO (*SPECIFICARE*)
-

Aggiungere eventuali altre informazioni

Inviare ad Associazione I.C.S. via fax oppure e-mail

*Associazione ICS
International Communication Society,
P.O. Box 204 Ufficio Postale
Piazza San Silvestro, 19
00187 Roma
Tel. 06/70453308; fax 06/77206257;
e-mail: icsociety@tin.it;
sito web: www.icsociety.net; www.icsociety.it*