

# Lo Storytelling Culturale.

Guida metodologica per gli Educatori

## Contenuti

<b>Parte 1</b> .....	3
Patrimonio culturale come portatore di valori.....	4
L'uso della narrazione come formula di promozione del patrimonio culturale.....	13
Vantaggi e benefici del dialogo intergenerazionale e interculturale.....	22
Anziani come veicoli di valori, storia e patrimonio culturale.....	33
I vantaggi derivati dal ridare operatività agli anziani e dalla loro inclusione nella società dell'informazione.....	42
<b>Parte 2</b> .....	51
Descrizione del metodo educativo e istruzioni per l'utilizzo dei risultati.....	52
<b>Parte 3</b> .....	63
Buone pratiche .....	64



# Storytelling 55+

COMPETENCES OF THE ACTIVE SENIOR

## Parte 1



Erasmus+



LUBLIN REGIONAL  
TOURIST ORGANISATION



LJUDSKA  
UNIVERZA  
ROGAŠKA  
SLATINA



**Storytelling 55+**

COMPETENCES OF THE ACTIVE SENIOR

# Patrimonio culturale come portatore di valori

Tutto ciò che esiste ha un passato, quindi il patrimonio culturale è un fenomeno antico e comune quanto la storia dell'umanità. Ha accompagnato l'uomo fin dalla notte dei tempi, indipendentemente dall'epoca, dalla razza, dalla religione o dal livello di sviluppo della civiltà. È interessante notare che, sebbene riguardi un passato più o meno lontano, in realtà vive "qui e ora", in un tempo e in una comunità specifici. Si tratta sia di una questione psicologica - che riguarda gli stati interiori di coscienza di un individuo - sia di un fenomeno sociale, economico e politico, che ha più le proprietà di un processo che di un fatto specifico.

In altre parole, il patrimonio culturale è un'immagine del passato che, con l'aiuto dei valori da esso irradiati, "...si appropria di un passato indifferente che non appartiene a nessuno e lo trasforma nel nostro passato emotivamente definito, il che avviene proprio grazie ai valori in esso ancorati". Il patrimonio culturale diventa un'interpretazione comprensiva del passato che può essere codificata, trasmessa alle generazioni successive e da queste recepita con l'uso di un codice fisso, ovvero i valori culturalmente definiti e condivisi.

Per iniziare in modo etimologico, va detto che il concetto di "patrimonio" è più spesso definito come tradizione, eredità sociale, storia, deposito, dono delle generazioni precedenti, identità o eredità. In termini semantici, la parola "patrimonio" (francese *patrimoine*, tedesco *Kulturerbe*, italiano e spagnolo *patrimonio*) deriva dal linguaggio giuridico (latino *patrimonium*, cioè proprietà ancestrale, eredità), in cui l'eredità era originariamente definita beni materiali trasmessi di generazione in generazione. Questo significato originario si ritrova ancora nel senso della parola inglese "heritage" e in quello francese di "héritage". Nel linguaggio colloquiale contemporaneo, "patrimonio" è diventato un concetto ambiguo che espande e arricchisce costantemente la sua portata semantica ed è soggetto a continui cambiamenti. Possiamo quindi constatare che il termine stesso "patrimonio culturale" è un concetto complesso e sfaccettato e, come il concetto di cultura, incommensurabile e difficile da definire in modo univoco. Il più delle volte, il patrimonio è definito come tutto ciò che rimane del passato e ciò che consideriamo di nostra proprietà, o ciò che una determinata comunità considera la sua eredità. Tuttavia, questo modo di definire il patrimonio lascia troppo spazio a interpretazioni e designazioni diverse. Seguendo questa strada, possiamo utilizzare la definizione di "patrimonio culturale" usata dal Programma nazionale per lo sviluppo delle scienze umane, che ha iniziato la sua missione nel febbraio 2011. Questa definizione è doppiamente interessante se ricordiamo che il programma ha previsto un sostegno finanziario per progetti nel campo del "patrimonio nazionale", che a sua volta ha imposto la necessità di specificare con precisione la sua portata e la designazione dei beneficiari del programma.

Pertanto, adottando il concetto di "patrimonio culturale" dal punto di vista del fornitore del progetto, possiamo definire un certo stock di cose immobili e mobili con i relativi valori spirituali, nonché fenomeni storici e morali considerati come base per la protezione legale per il bene di una società specifica e del suo sviluppo. In questo contesto è importante anche il principio della trasmissione intergenerazionale, creato da valori storici, patriottici, religiosi, scientifici e artistici comprensibili e accettati, che sono importanti per l'identità e la continuità dello sviluppo politico, sociale e culturale, per dimostrare verità e commemorare eventi storici, per coltivare un senso di bellezza e di civiltà comunitaria.

L'Unione europea rispetta e rafforza il patrimonio culturale dei singoli Stati membri, lasciando loro la facoltà di decidere la propria politica in materia. Tuttavia, va notato che il patrimonio culturale europeo è sostenuto da una serie di politiche, programmi e fondi dell'UE, in particolare nell'ambito del programma Eu-

ropa Creativa. Anche altre politiche dell'UE in vari settori (ricerca, innovazione, istruzione, ambiente, cambiamento climatico, politica regionale) tengono sempre più in considerazione le questioni relative al patrimonio culturale. Di conseguenza, sono disponibili finanziamenti per il patrimonio culturale nell'ambito di programmi come Horizon 2020, Erasmus +, Europa per i cittadini e i Fondi strutturali e di investimento europei. Gli Stati membri dell'UE cooperano nel campo del patrimonio culturale attraverso il Consiglio per l'istruzione, la gioventù, la cultura e lo sport (EYCS), mentre il Gruppo di esperti della Commissione sul patrimonio culturale, operativo dal 2019, fornisce consulenza su come attuare la politica dell'UE in materia di patrimonio culturale. Ne fanno parte gli Stati membri, i Paesi associati, le reti europee del patrimonio culturale, il cosiddetto III Settore (organizzazioni sociali) e le istituzioni dell'UE.

Una delle iniziative più importanti a livello europeo è il Quadro d'azione europeo per il patrimonio culturale, che sottolinea la direzione comune delle azioni per il patrimonio a livello europeo. Questo quadro stabilisce una serie di quattro principi e cinque aree principali di azione continua per il patrimonio culturale europeo:

Quattro principi fondamentali:

1. approccio olistico
2. mainstreaming/integrazione;
3. elaborazione di politiche basate su dati concreti
4. approccio multi-stakeholder.

Cinque aree di azione permanente:

1. Un'Europa inclusiva: Partecipazione e accesso per tutti;
2. un'Europa sostenibile: soluzioni intelligenti per un futuro coerente e sostenibile;
3. un'Europa resiliente: proteggere il patrimonio in pericolo;
4. un'Europa più innovativa: mobilitare la conoscenza e la ricerca;
5. un partenariato globale più forte: rafforzare la cooperazione internazionale.

Possiamo quindi constatare che il patrimonio culturale è l'eredità materiale e spirituale non solo delle generazioni precedenti, ma anche dello sforzo del nostro tempo. Più in generale, significa un valore (materiale o immateriale) trasmesso dagli antenati e che definisce la cultura che ci circonda quotidianamente. È interessante notare che per secoli e millenni le persone sono nate, vissute e morte senza la consapevolezza di partecipare, trasformare, creare e coltivare una certa "cultura" e il suo patrimonio. Intere generazioni hanno vissuto nella catena della "lunga durata" completamente senza capire che rappresentano, creano e coltivano una cultura separata, con tutti i suoi significati e valori simbolici. È impossibile determinare il momento esatto in cui una determinata cultura e il suo patrimonio culturale sono diventati un fenomeno così riconoscibile e distintivo da poter parlare di unicità. Tuttavia, nel catalogo delle varie cause di questa specifica "autocoscienza culturale", due sono uniche e le più probabili.

Il primo è lo sviluppo della scienza, e in particolare della ricerca e delle scienze sociali del XIX secolo, da cui gli antropologi sono giunti alla conclusione che le persone che vivono in comunità diverse rappresentano varie culture, diversi stili di vita e i valori più disparati. Inoltre, i ricercatori hanno ripetutamente dimostrato che un determinato gruppo sociale può vivere e funzionare secondo un proprio modello di vita, spesso molto specifico e originale, senza essere consapevole della propria peculiarità e unicità. Solo attraverso questa prospettiva esterna, come se si fosse armati di fatti e cifre, è stato possibile distinguere e caratterizzare una determinata cultura, i suoi valori e il patrimonio culturale coltivato al suo interno. La ricerca condotta ha mostrato, tuttavia, che in molte comunità locali e regionali era (ed è tuttora) abbastanza comune il fatto che un alto numero di valori centrali condivisi (somiglianza di visione del mondo) non è correlato a un'alta percentuale della loro percezione sociale. Capita spesso che gli abitanti di un determinato paese (non importa se si tratta di una grande città o di un piccolo villaggio) che si comportano in modo simile e hanno opinioni simili su questioni socialmente importanti, quando vengono interrogati sui loro valori, diano risposte diverse. Ne consegue che i valori culturali sono spesso inconsci e la stessa partecipazione alla cultura locale è per molti abitanti (di solito meno istruiti) sconsiderata, ripetitiva e riprodotta meccanicamente.

La seconda situazione, molto più interessante, era lo scontro di una determinata cultura con una cultura estranea. Aggiungiamo: estranea, in quanto si notava chiaramente il contrasto prevalente tra questa e la nostra cultura. Questa improvvisa "auto-realizzazione" ha mostrato che tutto ciò che accade all'interno di una data cultura, ciò che le persone pensano, fanno e credono, avviene intenzionalmente, secondo regole e leggi stabilite (spesso completamente non codificate e liberamente interpretate, ma condivise). È solo a contatto con il mondo esterno che nasce la consapevolezza di appartenere a un'altra, "propria" cultura e gruppo sociale, che tanto più viene percepita come unica (anche se contraria ai fatti), tanto più viene valutata e tanto più svolge un ruolo importante nel processo di integrazione e radicamento locale dell'individuo. Tuttavia, è un errore credere che il patrimonio culturale di un determinato gruppo sociale sia il prodotto di un insieme predeterminato e socialmente isolato. Al contrario, deve essere considerato come parte di un sistema culturale più ampio a livello locale, regionale e nazionale. Il patrimonio culturale di una determinata comunità è strettamente determinato e collegato a molti livelli da relazioni multilaterali, sia verticali che orizzontali. Durante questi contatti derivanti da condizioni reciproche, si verifica un processo di diffusione culturale reciproca, che nella tradizione di ogni comunità locale, regionale e nazionale è un fenomeno ben noto. Nel corso della loro storia, molte comunità (nonostante un notevole grado di conservatorismo) dotate di un patrimonio culturale come filtro del "bene e del male" hanno assorbito e assimilato nel corso dei secoli elementi nuovi, anche culturalmente lontani. Il passato e il futuro, la tradizione e la modernità, la durata e lo sviluppo non sono stati di vita opposti per uno specifico gruppo sociale, ma si rafforzano e si completano a vicenda. Il passato e il futuro sono inestricabilmente legati dalla "cinghia di trasmissione" del presente.

Questa cintura ha un duplice scopo: 1) preservare il patrimonio culturale, 2) trasmetterlo alle generazioni future in modo sapiente. In questo caso, il termine "in modo abile" è molto importante, perché non tutti i gruppi sociali e non tutte le società vogliono farlo e, anche se lo fanno, non sempre sono in grado di trasmettere il proprio patrimonio. È una capacità sviluppata ed esercitata e, come ogni altra capacità della società, può essere rafforzata, sviluppata e rivitalizzata, ma anche disintegrata e indebolita fino a scomparire

completamente. Se uno specifico gruppo sociale (più o meno grande) conosce il valore e utilizza abilmente il proprio patrimonio culturale, la costruzione del presente e del futuro è più sicura, più semplice e basata su solide fondamenta. A sua volta, il rifiuto del patrimonio, o almeno la sua errata interpretazione, la relativa selettività o una strategia di coltivazione inefficace portano sempre a gravi disturbi nel funzionamento, o addirittura alla scomparsa di intere comunità. Ogni presente, anche il più moderno, non riesce a liberarsi dall'influenza del passato. Nessuna generazione può fare a meno delle persone che hanno vissuto prima. Senza i loro valori, norme e modelli di comportamento, credenze, costumi e prodotti materiali. Ogni nuova generazione, quando costruisce il proprio futuro, non lo crea "da zero", perché anche se si presume che sia completamente ricostruito, sarà comunque un investimento effettuato in un'area "attrezzata" dalle generazioni precedenti e questa "attrezzatura" sarà il suo patrimonio culturale. Possiamo quindi constatare che, per garantire un corretto sviluppo della società, devono essere soddisfatte armoniosamente due condizioni. La prima è l'apertura ai cambiamenti, all'innovazione e all'adattamento alle esigenze moderne. La seconda è il profondo radicamento nel patrimonio culturale come deposito delle conquiste e della saggezza delle generazioni precedenti. Il mantenimento delle giuste proporzioni tra queste sfere garantisce uno sviluppo armonioso e relativamente sicuro della società. Naturalmente, a seconda delle esigenze e del "momento storico", le loro proporzioni reciproche possono cambiare, ma devono sempre avvenire contemporaneamente. La mancanza di questo equilibrio porta a situazioni patologiche in cui, da un lato:

1) il patrimonio culturale è adorato come valore autotelico e con devota riverenza, come se fosse "in ginocchio". Qualsiasi cambiamento non è gradito, perché tutto ciò che è antico viene santificato in nome della tradizione, della Patria e di altri principi. In questa convenzione, il termine "patrimonio culturale" è gravemente mutato perché manca del naturale dinamismo che spinge in avanti chi lo vive. E chi, anche se volesse, sa che "in ginocchio" (pur tenendo conto della tradizione) non andrà lontano.

2) tutto ciò che è vecchio viene liquidato come superato, sbiadito e anacronistico. Si mettono in discussione tutte le conquiste dei predecessori, si sottolineano solo gli elementi che confermano la correttezza della negazione. Si preferisce l'atteggiamento di un rivoluzionario che guarda al passato con riluttanza o addirittura con disprezzo. Entrambe le situazioni, pur essendo estremamente diverse, portano a molti fenomeni patologici, come la stagnazione, l'estremo isolamento, l'ostilità verso tutto ciò che è estraneo, la lotta con le manifestazioni della modernità, oppure il caos, la confusione e infine il collasso. Pertanto, ciò che serve è il suddetto equilibrio, l'apertura ai cambiamenti mantenendo la capacità di valutare correttamente i fenomeni in corso. La corretta comprensione del patrimonio culturale e dei valori che ne derivano consiste nel mantenere e trasferire la capacità di coltivare l'eredità degli antenati pur mantenendo la dinamica dei cambiamenti in atto. L'atteggiamento corretto si manifesta nel fatto che la comunità assume un atteggiamento di rispetto, apprezzamento e persino di piacere nei confronti del proprio passato, ma è un atteggiamento critico, cioè la comunità valuta e verifica costantemente il proprio passato, traendone conclusioni attuali sul proprio presente e futuro. Il patrimonio culturale, inserendo una generazione vivente nel caleidoscopio del suo passato, indirizza l'attenzione dei contemporanei verso le conclusioni derivanti dalle esperienze delle generazioni precedenti, aiutando così a prendere le giuste decisioni per il futuro. Tali decisioni sono mature, perché non solo derivano dalle conoscenze e dalle esperienze della generazione attualmente in vita, ma contengono anche tutta la saggezza della vita e tutti gli "alti e bassi" dei nostri antenati. Pertanto, queste decisioni sono gravate da un minor rischio di errori e fallimenti e le azioni basate su di esse portano generalmente i risultati attesi, vantaggiosi per un determinato gruppo e per l'intera società.

Il patrimonio culturale è un ambito in cui il futuro si intreccia con il passato, l'antichità e la modernità, la durata e lo sviluppo, come dimostrano i nuovi prodotti materiali e spirituali. Pertanto, l'atteggiamento verso il passato gioca un ruolo estremamente importante in ogni gruppo sociale, decidendo del suo destino presente e futuro. Se il passato viene valutato in modo significativamente o completamente negativo o, peggio ancora, se viene distorto e falsificato, la volontà della società di conoscerlo si affievolisce, insieme alla capacità di trasmetterne anche gli elementi più preziosi. Questo porta all'inasprimento del conflitto generazionale e alla destabilizzazione dell'identità dell'individuo e del gruppo in cui opera. Purtroppo, come dimostrano la ricerca e la pratica sociale, il patrimonio culturale non richiede solo l'accettazione e la "conservazione" da parte delle generazioni attuali.

Sarebbe troppo semplice, sconsiderato e in qualche modo meccanico. Il Prof. Leon Dyczewski scrive direttamente che l'eredità del passato "richiede un rapporto personale sotto forma di riflessione su di essa, di valutazione, di esperienza e infine di trarre conclusioni da essa per costruire il futuro. Vivendo nel presente, siamo quindi saldamente ancorati al passato e ugualmente impegnati a costruire il futuro. Il prevalere di questo atteggiamento in una nazione/società ne garantisce lo sviluppo armonioso". In linea con quanto detto, possiamo concludere che il patrimonio culturale non è accompagnato da un semplice atto di acquisizione, in quanto include non solo una componente di scelta, ma anche un atto di coinvolgimento degli eredi nei confronti degli artefatti materiali e non materiali del passato. Implica quindi la necessità di un'entità che accetti i valori ereditati e un atteggiamento emotivo nei loro confronti. Il patrimonio culturale diventa una sofisticata collezione di valori trasferiti e, come ogni collezione di valore, richiede una selezione professionale e ponderata. Si tratta quindi di una scelta consapevole che determina l'identità di chi l'ha compiuta. Dal punto di vista ontologico, il patrimonio culturale è quindi un processo piuttosto che un fatto o un oggetto specifico. Un processo in cui i valori vengono costantemente ridefiniti, trasformati, selezionati e interpretati da un numero sempre maggiore di nuovi eredi e utenti. Diamo quindi per scontato che il patrimonio, per molte ragioni diverse, sia importante, quasi fondamentale, nella vita di ogni comunità. È interessante, tuttavia, capire cosa rende un determinato manufatto importante in termini di patrimonio e quali tipi di manufatti siano. Ogni elemento del passato diventa automaticamente un "patrimonio" o è soggetto a una verifica iniziale? Se viene effettuata una selezione, su quali basi e in base a quali fattori determinanti? Per cercare di rispondere a queste e ad altre domande simili, dobbiamo partire dal concetto di cultura e dai suoi valori.

Non intendo analizzare il concetto di "cultura" nemmeno in modo simbolico, perché si tratta di una materia sfaccettata e capiente come la mente umana. Come curiosità, aggiungerò solo che durante la preparazione della mia tesi di dottorato ho trovato quasi 200 definizioni di "cultura" nelle fonti disponibili. Partiamo quindi dal presupposto che la cultura è una condicio sine qua non, cioè una condizione necessaria nella vita di ogni gruppo sociale. È molto più facile per noi definire il concetto di valore, perché analizzando le dichiarazioni di molte autorità mondiali nel campo degli studi culturali, della sociologia e di altre scienze sociali, si giunge facilmente alla conclusione che i valori culturali sono il fondamento di base di ogni cultura. Anche se la parola stessa "valore" può avere un significato non solo culturale, in quanto si trova anche in filosofia, psicologia e persino economia, in senso culturale assume il significato di "principio". Sono i valori che determinano una determinata cultura, la sua forma, la sua forza e il suo grado di impatto non solo su un

individuo, ma anche sull'intera società in cui un determinato individuo opera. Inoltre, la forza dell'impatto dei valori culturali di un determinato gruppo sociale può essere così significativa che il loro impatto sulla vita di un individuo si ripercuote anche su chi vive isolato da una determinata comunità. Ad esempio, i valori derivanti dalla cultura nazionale polacca sono vicini ai polacchi che vivono in esilio in varie parti del mondo.

I valori culturali determinano e decidono la qualità e le direzioni dello sviluppo della cultura di ogni gruppo sociale, anche il più piccolo, e di ogni nazione e società. Molti studiosi di cultura sottolineano con forza la loro importanza, alcuni si spingono addirittura oltre, come Henryk Elzenberg, che sostiene che i valori plasmano la storia e il futuro delle nazioni. Vale la pena notare che nella cultura esistono valori con diversi gradi di intensità di impatto sui destinatari. È quindi possibile distinguere valori specifici che svolgono un ruolo significativo e che sono apprezzati più di altri. Essi determinano l'essenza di una determinata cultura e la sua specificità unica. Sebbene vi sia una sorta di consenso tra i ricercatori sul loro significato, la loro stessa definizione può essere diversa. Sono noti come valori di base, principali, primari, dominanti, fondamentali. A mio parere, una delle espressioni più accurate di questo tipo di valori è stata utilizzata dal prof. Leon Dyczewski, che li chiama semplicemente valori centrali. Il prof. Dyczewski, uno dei più grandi specialisti nel campo della sociologia culturale, ha sottolineato più volte che nella cultura di una nazione/società, i valori centrali (core) sono quelli su cui c'è un consenso comune, su cui si basa l'organizzazione del sistema sociale, e che regolano le relazioni reciproche tra i membri della società e la stessa con altre società e sono la base dell'identità culturale. La loro rimozione da parte della "modernizzazione" o dal dominio di un'altra società porta alla rottura della struttura sociale e all'indebolimento della propria cultura, o addirittura alla sua scomparsa. Nella cultura di ogni gruppo sociale (più o meno grande), nazione, società, i valori centrali fungono da elemento di identificazione nel sistema "proprio/straniero", grazie al quale i gruppi sociali sono identificati come comunità culturalmente diverse che possono mantenere vitalità e creatività all'interno della propria cultura. La perdita dei valori centrali da parte di una determinata comunità, di una specifica nazione, porta alla sua completa disintegrazione, all'anarchia, al relativismo morale e alla totale incapacità di trasmettere i propri valori alle generazioni successive.

Attorno a questi valori si concentrano idee e ideali etici, sociali, religiosi e politici, credenze, norme, leggi, sistemi di organizzazione, gestione e lavoro. Sono quelli che più spesso stimolano l'azione, sono registrati e diffusi nella creatività artistica, nelle attività di individui e gruppi, nei modelli di vita quotidiana, nelle gesta eroiche, nelle canzoni, nelle opere letterarie, nelle storie, nelle fiabe, negli edifici, nei templi e nei luoghi di culto, nei luoghi di memoria nazionale e in altri manufatti. Tra le varie creazioni contenute nel patrimonio culturale, le più rappresentative sono quelle che meglio incarnano i valori centrali. A sua volta, questo fatto fa sì che tali prodotti culturali ottengano posti d'onore nel "pantheon" dei manufatti centrali del patrimonio di una determinata cultura. Si tratta di un feedback comprensibile che si verifica grazie ai valori centrali. Sorge quindi la domanda: quali sono i valori di riferimento e come possiamo definirli o descriverli?

Citando il prof. Leon Dyczewski, il valore culturale può essere definito come segue: "è un valore socialmente sancito, tipico di una determinata cultura, interiorizzato da tutti i membri della società, che li aiuta a fare delle scelte, indica l'obiettivo e i mezzi dell'azione e rafforza l'azione stessa all'interno del campo socio-culturale in cui è inserita". Ogni valore culturale (come definito sopra) ha un proprio significato per la so-

cietà in cui opera e per i suoi membri. Il criterio oggettivo del suo significato è la sua collocazione nel sistema di valori culturali o, in altre parole, il suo ruolo nella società, se contribuisce al suo sviluppo e in che misura. Un criterio soggettivo per il significato del valore culturale è il suo posto e il suo ruolo nella vita e nella struttura della personalità degli individui, cioè se e in che misura determina le loro scelte e i loro comportamenti e se è o meno un fattore di sviluppo.

Nonostante l'enorme diversità dei valori culturali, la loro sistematizzazione e analisi permette di distinguere alcune caratteristiche che possono definirli. In primo luogo, il valore culturale è trascendentale rispetto alle persone che si identificano con esso, il che significa che esiste indipendentemente e al di fuori di queste persone. In secondo luogo, ha un carattere universale, ossia è sovraindividuale e atemporale, cioè viene adottato da un numero illimitato di persone nello stesso momento o in periodi diversi della storia di una determinata società. In terzo luogo, ha una forza vincolante, cioè incoraggia i comportamenti coerenti con un determinato valore e viceversa - scoraggia i comportamenti non coerenti con esso. Infine, richiede comprensione, attenzione, sforzo nelle scelte e sacrificio, che nel caso dei valori più alti, come la famiglia, la fede e la Patria, richiede il sacrificio della libertà, della salute e persino della vita.

Il patrimonio culturale, che crea un nuovo tipo di cultura delle comunità locali contemporanee, è in realtà un complesso mosaico di elementi di diversi livelli di cultura, variegati in termini di valore, portata e potere di influenza. Nella più semplice giustapposizione, ignorando il criterio temporale e la natura polistadiale delle sue componenti, il patrimonio culturale di una data comunità comprende elementi quali: la cultura popolare tradizionale basata su valori locali e regionali, che è la fonte dei valori tradizionali; la cultura nazionale basata su valori etnici; e una cultura universalistica basata su un ethos universale. La diversità genealogica degli elementi che compongono il patrimonio culturale e la cultura di una determinata comunità fa sì che gli elementi della cultura popolare, nazionale e universalistica si combinino e si modifichino a vicenda, causando difficoltà nella loro chiara demarcazione.

Anche le proporzioni della forza d'influenza di particolari livelli di cultura variano. La sovrapposizione di elementi non identici, spesso reciprocamente esclusivi, porta a disturbi nella sfera dei valori comuni, nel rapporto con la tradizione locale, nella sua continuità, nella persistenza della memoria collettiva e, soprattutto, nella coerenza delle connessioni interne intorno ai valori primari. I coefficienti di tempo e di spazio indicano che le tendenze all'unificazione si affiancano a quelle alla differenziazione e che le trasformazioni della cultura locale seguono un corso di sviluppo tutt'altro che schematico. Esistono alcune regolarità generali, come quella secondo cui più la cultura popolare tradizionale influenza gli abitanti, meno la cultura nazionale e universalistica avrà un impatto sulla cultura locale. Allo stesso modo, l'influenza trascurabile della tradizione sulla forma e sul livello della cultura locale crea condizioni favorevoli per l'eccessiva assimilazione di elementi esterni. Tuttavia, queste sono solo alcune regolarità generali che, a causa della complessa rete di interrelazioni, non sempre si verificano nella realtà. Come conseguenza di questo modo di percepire l'influenza del patrimonio culturale sui valori culturali rappresentati in una determinata comunità, si può notare che oggi esistono molti tipi diversi di cultura locale all'interno della società, che si differenziano non solo per la cultura popolare tradizionalmente plasmata, ma soprattutto per i valori professati, l'apertura verso altre culture e il senso di separatezza comunitaria e individuale. Non è quindi un caso che la realtà culturale contemporanea

di molte comunità venga definita un “miscuglio” o caos culturale che, in casi estremi, contraddice il minimo tentativo di ordinamento. Tuttavia, in ogni cultura, anche la più primitiva, esiste un nucleo comune, un “punto focale” specifico, dove risiedono valori particolarmente importanti per la cultura locale e l’identità culturale, che costituiscono la “spina dorsale” di ogni cultura. I valori fondamentali (da alcuni chiamati valori primari, centrali, principali, dominanti o autoctoni) determinano anche l’essenza e la specificità della cultura locale, che trae il massimo dal patrimonio culturale locale. I valori centrali traggono la loro forza dal fatto che vi è un consenso universale e un rispetto assoluto nei loro confronti. Essi costituiscono una matrice di comportamenti socialmente desiderabili e una scala di valutazioni in relazione a elementi di altri ambienti culturali. È grazie ai valori professati che il gruppo viene identificato come una comunità culturalmente diversa dalle altre. L. Dyczewski, sottolineando la loro importanza nel processo di trasferimento del patrimonio culturale, afferma che la perdita dei valori porta “(...) alla rottura della struttura sociale e all’indebolimento o addirittura alla scomparsa dell’intera cultura (...), e alla sua disintegrazione come comunità autentica e creativa in grado di sopravvivere e di trasmettere i propri valori alle generazioni successive”.

Il patrimonio culturale è un paesaggio trasformato dall’uomo che costituisce la storia dei luoghi e delle persone in questi luoghi. Si tratta di un’“eredità” unica degli antenati che determina l’identità, che a sua volta è responsabile dell’integrazione della comunità nella dimensione locale, regionale, nazionale ed europea. Si tratta di una mobilitazione per un’attività comune, che l’Unione Europea vuole rafforzare attraverso le sue azioni, le sue idee e l’insieme della sua politica. I programmi operativi dell’UE mirano non solo a riconoscere il patrimonio culturale come patrimonio condiviso, ma anche a sensibilizzare l’opinione pubblica sulla nostra storia e sui nostri valori comuni e a promuovere un senso di appartenenza a uno spazio culturale europeo comune. La politica dell’UE attuata nell’ambito dell’approccio integrato mira a rafforzare progressivamente il ruolo del patrimonio culturale, proteggendo la sua diversità e rafforzando allo stesso tempo il senso di comunità. Allo stesso tempo, prevale l’approccio integrato, in cui si riconosce che le dimensioni tangibili, intangibili e digitali del patrimonio culturale sono inseparabili e interrelate. D’altra parte, le azioni concrete in questo settore dovrebbero incoraggiare una più ampia comprensione degli ideali, dei principi e dei valori che sono radicati nel patrimonio culturale europeo, in particolare quelli che costituiscono la base dell’integrazione europea, sostenere l’educazione nel campo del patrimonio culturale e la sua corretta interpretazione. Nel dicembre 2017, il Consiglio europeo ha dichiarato esplicitamente che il patrimonio culturale è una solida base della comunità europea e una garanzia della sua continuità in futuro.

# L'uso della narrazione come formula di promozione del patrimonio culturale

Il patrimonio culturale come memoria del passato e la sua interpretazione è una qualità sia dell'individuo che della comunità. Tuttavia, ciò che ricordiamo del passato non è solo una semplice ricreazione di ciò che è stato, ma una creazione specifica di vari elementi tratti dalla storia. Sebbene questo processo sia una risposta diretta al bisogno „geneticamente umano” di antichità nella nostra vita, il criterio fondamentale per estrarre e interpretare gli elementi del passato è la loro relazione con il presente e il futuro. La persistenza e la conservazione della nostra identità richiedono la consapevolezza che tutto ciò che ci circonda ha una sua storia e quanto più questa memoria si spinge nel passato, tanto più influisce sulla nostra identità culturale. La maggior parte delle persone e delle comunità sente naturalmente il bisogno, o addirittura la necessità, di documentare e comunicare la propria storia. È per questo che ogni comunità descrive e documenta la propria storia e si preoccupa che i suoi membri la conoscano e sentano il bisogno di trasmetterla alle generazioni successive. Ne abbiamo testimonianza fin dal passato più remoto, quando le possibilità di documentare e trasmettere la storia erano molto più limitate di oggi. Il passato veniva registrato in narrazioni orali, per iscritto, in modelli di comportamento tramandati di generazione in generazione e infine attraverso prodotti materiali, sia utili che simbolici (ad esempio templi, tombe, reliquie, memoriali, monumenti).

Al giorno d'oggi, il progresso tecnologico ha rivoluzionato le possibilità di conservare e trasmettere il patrimonio culturale sotto forma di registrazioni audio e video di qualità sempre migliore e di supporti digitali, nonché di connessioni Internet e trasmissioni satellitari. Esistono istituzioni e persone specializzate che si occupano professionalmente di queste tematiche. Tutti i resoconti relativi al passato sono ricercati e sviluppati da storici che si preoccupano della credibilità dei fatti, della cronologia e delle circostanze in cui si sono verificati. Un ricercatore storico professionista, in un certo senso, si „trasporta” nell'epoca studiata, per ricreare ciò che è accaduto nella storia nella forma più fedele possibile. Sulla base del materiale raccolto, il ricercatore determina e spiega i fatti, stabilisce le circostanze del loro verificarsi e ricrea la realtà di allora in modo contestuale, in modo da poter apprendere e comprendere i motivi delle azioni e delle decisioni prese. Non a caso la storia è chiamata maestra di vita (latino: *Historia magistra vitae est*) perché, come scrive David Hume, „fornisce il materiale in base al quale possiamo osservare e conoscere i meccanismi permanenti della condotta e del comportamento umano”. Vediamo quindi lo stesso meccanismo che avviene nel processo di coltivazione del patrimonio, dove il passato influenza direttamente e indirettamente il presente e il futuro.

Tuttavia, scoprire e trasmettere il patrimonio culturale non richiede necessariamente anni di studio culminati con un'attività professionale. Non è nemmeno necessario passare giornate intere in archivi e musei cercando di decifrare documenti illeggibili che si sbriciolano tra le mani, né documentare le esposizioni museali. Non ci vuole molto per diventare un ricercatore e un propagatore del proprio patrimonio culturale. È sufficiente volerlo conoscere, e non necessariamente solo attraverso le storie degli individui noti dalle prime pagine dei giornali e degli eventi che hanno determinato il destino della nazione. Il patrimonio culturale inizia con una singola persona, perché ognuno porta con sé una storia affascinante, una storia speciale e del tutto unica della propria vita. È un'abbondanza di eventi, esperienze e relative emozioni racchiuse in ogni singola biografia. È una testimonianza individuale di un'epoca irrimediabilmente passata, ma ancora viva nei ricordi che sono il perfetto „deposito di sfruttamento” per un ricercatore dilettante. La parola „dilettante” qui non significa „non professionista”, ma un appassionato che mette il cuore in quello che fa, cambiando la pro-

spettiva del patrimonio culturale dal livello collettivo a quello individuale. In questo concetto molto promettente, è necessario anche cambiare la formula di promozione di questo patrimonio, passando dal metodo tradizionale a uno molto più adattato ed efficace, ovvero lo storytelling. Tuttavia, prima di discutere in modo più dettagliato l'uso della formula dello storytelling nel contesto della promozione del patrimonio culturale, esaminiamo prima il metodo stesso.

In poche parole, lo storytelling è un modo specifico di comunicare un marchio o un prodotto che racconta una storia specifica. Gli specialisti di marketing hanno notato che da tempo ci siamo allontanati dai „ cliché ” pubblicitari, che erano molto persuasivi, letterali e spesso (soprattutto nella prospettiva dei tempi attuali) persino noiosi o primitivamente imbarazzanti. Attualmente c'è un'enorme crisi di fiducia nei confronti dell'intero settore del marketing e della pubblicità. I destinatari si avvicinano alla pubblicità con un granello di sale. Compra, chiama, non aspettare, il migliore, l'unico giusto, l'unico nostro - sono slogan che si ripetono come un mantra in ogni blocco pubblicitario. Ognuno di noi ha già letto centinaia di cartelle e testi in cui si trovano frasi come „ un team di esperti ”, „ la massima qualità al prezzo più basso ”, „ per il comfort dei nostri clienti ”, „ per soddisfare le esigenze dei nostri clienti ” e simili. Questo caos di parole vuote significa che, a dire il vero, non solo nessuno ha più voglia di leggerli, ma anche dal punto di vista del copywriting - nessuno ha più voglia di scriverli. Ci si può quindi chiedere se queste pubblicità abbiano ancora un senso e da dove provengano.

Molto probabilmente hanno origine da distorsioni ed errori nel flusso sociale delle informazioni. Molte aziende moderne, a volte anche grandi società internazionali che commissionano servizi di marketing, non si rendono ancora conto di quali siano le tendenze attuali del marketing e intendono ancora operare secondo schemi vecchi e collaudati. D'altra parte, non tutte le società di marketing vogliono o sono in grado di convincere i propri clienti su come agire e su quali metodi portino i migliori risultati. Allora chiediamoci: come si valuta il funzionamento del marketing tradizionale?

Nel corso degli anni il marketing tradizionale è stato un innegabile re del marketing. Spesso viene definito marketing dirompente. Da dove deriva questo nome? Nella pubblicità tradizionale, il marchio impediva alle persone di parlare tra loro, perché non c'era spazio per un dialogo a due vie. Il monologo costantemente ripetuto, che a volte si trasformava in gibberish e newspeak dei marketer, rendeva le persone stanche e quindi indifferenti al messaggio pubblicitario. Lo conferma il rapporto speciale 2019 dell'Edelman Trust Barometer, secondo cui 3 persone su 4 evitano attivamente la pubblicità. La stragrande maggioranza dei destinatari della pubblicità si sente ridotta a un unico gruppo e completamente anonima - proprio come se fosse percepita come denaro proprio che si cerca di accaparrarsi da parte di aziende altrettanto anonime e senz'anima.

Pertanto, qualcosa doveva cambiare. Da qui lo sviluppo del marketing coinvolgente, in cui i marchi si concentrano sulla costruzione di relazioni attraverso i contenuti. Non è che le persone siano per natura completamente contrarie alla comunicazione dei marchi. Sono diffidenti nei suoi confronti. Vogliono un rapporto sincero e genuino, basato sulla fiducia e sul rispetto reciproci. Questa condizione è soddisfatta dallo storytelling, che è un esempio di narrazione incentrata sulla costruzione di una relazione. Si concentra sulla creazione e sul rafforzamento di un legame con il destinatario ed entra in un diverso grado di coinvolgimen-

to - coinvolge le emozioni. Quando i consumatori ascoltano una storia, la assorbono molto più facilmente di semplici fatti o cifre. Sono in grado di relazionarsi e identificarsi con essa, in un certo senso, e quando coinvolgono la loro storia personale nel processo, possiamo essere certi che ricorderanno anche il nostro messaggio. Avviando questo tipo di conversazione con il destinatario, possiamo aspettarci una maggiore interazione da parte sua rispetto a quando il marchio „semplicemente” annuncia o pubblicizza qualcosa.

In altre parole, storytelling significa frasi ben scelte che possono e di solito hanno un enorme potere sulle persone e influenzano le loro decisioni e la loro percezione del mondo. Gli psicologi, a loro volta, confermano che il cervello umano, nel valutare il valore delle parole, memorizza quelle che ritiene importanti nella memoria a lungo termine. Ascoltando storie diverse, il nostro ippocampo (parte del cervello), situato in profondità nel prosencefalo, riceve i dati dai sensi e li trasforma in esperienza. Se si forniscono fatti puri, invece, si attiva solo la parte del cervello responsabile delle funzioni semantiche (linguistiche). Questo è il motivo per cui ricordiamo il 70% delle informazioni contenute in vari tipi di storie e solo il 10% di quelle contenute in relazioni, dati e statistiche.

L'81% delle persone afferma che ciò che influenza in ultima analisi le loro decisioni di acquisto è la fiducia. Ciò significa che hanno bisogno di sapere chi o cosa è una determinata azienda, perché dovrebbero essere interessati ad essa, quali esigenze soddisfa e cosa potrebbero avere in comune con l'azienda. Quanto meglio un marchio riesce a trasmettere questi elementi, tanto più è facile coinvolgere le persone e costruire nel tempo relazioni di valore basate su sentimenti ed emozioni specifiche. È estremamente importante perché quando valutiamo un'azienda (un marchio) ci basiamo sulle sensazioni piuttosto che sui fatti. Queste sensazioni influenzano poi la nostra fedeltà, la fiducia e l'intenzione di acquistare prodotti o servizi di questa particolare azienda o marchio. Si tratta quindi di capire come suscitare efficacemente queste emozioni nei destinatari e farle rimanere nei clienti più a lungo.

Qui entra in gioco il metodo dello storytelling, vecchio come il mondo ma attualmente riscoperto. È un esempio di strumento che permette di raggiungere i clienti con la propria storia e di condividere la storia del marchio attraverso ogni tipo di contenuto creato dall'azienda. L'uso del marketing narrativo inizia a essere sempre più popolare tra i marchi di quasi tutti i settori del mercato. Le aziende notano che le pubblicità realizzate in questo modo raggiungono il pubblico in modo più efficace, portando popolarità non solo al prodotto promosso, ma anche all'intero marchio. La storia dell'azienda (marchio) è una combinazione di molti elementi, tra cui chi o cosa è una determinata azienda, a cosa tiene, come soddisfa le esigenze e aiuta le persone. In parole povere, è la storia del perché esiste. La storia del marchio fornisce anche la risposta alle persone sul perché dovrebbero voler entrare in contatto con esso.

Lo storytelling è un esempio di un modo inedito di sviluppare il dialogo con le persone attraverso i contenuti, indipendentemente dal fatto che li pubblichiamo in un folder pubblicitario, in un opuscolo informativo, sul nostro sito web, sui social media o li inviamo via e-mail. La condivisione della storia di un marchio è uno dei modi più efficaci per attirare l'attenzione, coinvolgere le persone e incoraggiarle ad acquistare i prodotti. Inoltre, i destinatari sono molto più propensi ad accettare questo tipo di messaggi, anche se si rendono conto che una determinata storia ha un significato nascosto ed è fondamentalmente una pubblicità.

Perché non è forse più piacevole guardare uno spot con una trama e un messaggio importante, e non un'altra pubblicità appariscente e diretta che ha un solo obiettivo: convincerci ad acquistare un prodotto? Oltre alla pubblicità di prodotti e servizi o alla promozione di un marchio, lo storytelling (marketing narrativo) funziona altrettanto bene nel caso delle campagne sociali. Questo è molto promettente in termini di utilizzo dello storytelling come forma di promozione del patrimonio culturale.

Viviamo in un mondo in cui ogni persona e ogni comunità ha la propria storia, è in grado di raccontarla e può raggiungere un vasto pubblico. Questo è solo un sottoprodotto dell'era di Internet. Tuttavia, il termine „può” non significa che lo farà sicuramente. La storia deve soddisfare determinati requisiti che le consentiranno di distinguersi da migliaia di altre e di suscitare l'interesse dei destinatari. Per questo, come in ogni azione (soprattutto di marketing), è necessario conoscere tecniche adeguate e utilizzare strategie d'azione senza le quali le nostre ambizioni, anche se le più utili e nobili, non raggiungeranno nulla.

Prima di tutto, all'inizio, dobbiamo porci la domanda fondamentale sull'oggetto (o soggetto) della promozione del nostro patrimonio. Dobbiamo sapere chi (o cosa) e perché vogliamo promuovere, e se la nostra scelta ha un potenziale inutilizzato. È importante perché anche nel caso di artisti la cui eredità culturale è indiscutibile, dobbiamo decidere se vogliamo promuovere il creatore o la sua opera? Perché qualcuno oggi ricorda i tratti della personalità di Leonardo da Vinci, Peter Rubens, Vincent van Gogh, qualcuno sa com'era Fryderyk Chopin in privato? Probabilmente nessuno o quasi, a parte le persone che si occupano professionalmente di storia dell'arte o che ne sono veramente appassionate. Allo stesso tempo, i dipinti di Rubens o van Gogh, o la musica di Chopin, sono noti a milioni di persone in tutto il mondo e suscitano costantemente grandi emozioni. Lo stesso vale per la letteratura o per altri campi dell'arte. Certo, le biografie colorate degli artisti evocano certe emozioni tra il pubblico, ma proprio perché diventano anche certi tipi di storie. Tuttavia, quando si giudica un artista, la cosa più importante è la sua opera, non l'artista stesso. Pertanto, si può certamente affermare che il già citato Fryderyk Chopin è amato da tutti, nonostante non si abbia la più pallida idea di nemmeno un giorno della sua vita. A volte accade il contrario: anche se le opere di un determinato artista possono essere classificate come mediocri o addirittura deboli, la sua biografia (posa da eroe, scandalista, filantropo, attivista sociale, anticonformista) è una sceneggiatura cinematografica già pronta.

Possibilità ancora maggiori sono offerte dalla selezione appropriata degli artefatti del patrimonio culturale tangibile e intangibile in termini di destinatari delle nostre attività. Si tratta di una questione fondamentale, perché dobbiamo rispondere alla domanda: il fatto che qualcuno o qualcosa sia importante per noi lo sarà anche per gli altri? Cosa distingue la nostra storia e la rende unica? Che si tratti di persone, cose o eventi del passato, c'è sempre un motivo per cui sono così speciali. Il pubblico vuole sapere qual è e perché è unico per lui.

Contrariamente alle apparenze, trovare un argomento per un progetto di questo tipo è piuttosto facile. Basta guardarsi intorno: la storia vive davvero intorno a noi. Può includere biografie interessanti, storie di famiglia, strade, città, architettura locale, natura, monumenti e luoghi di memoria nazionale, rituali locali, costumi o elementi di abbigliamento. Va anche ricordato che a volte le questioni che inizialmente sembrano banali possono essere un elemento importante del patrimonio culturale delle singole comunità e della

loro storia. Pertanto, nel selezionarli, occorre prestare molta attenzione, perché molti temi e storie possono apparire più interessanti per altre persone di quanto si possa pensare. Possiamo affrontare certe storie da soli, oppure organizzare un gruppo di persone interessate a un determinato argomento. In questo modo si aprono ampie possibilità di azione, che non necessitano dell'appoggio di istituzioni professionali con migliaia di risorse finanziarie, e che presentano molti vantaggi: soprattutto, possono essere realizzate con un esborso finanziario trascurabile. È sufficiente rifornirsi di apparecchiature di registrazione e fotografiche, e l'unico costo sarà il biglietto o il carburante per raggiungere le città o i villaggi vicini. I costi restanti dipenderanno dall'utilizzo del materiale raccolto. Potrebbe trattarsi di un incontro in un centro comunitario o in una scuola locale. O forse una videoconferenza o una presentazione multimediale? O ancora un sito web, una fanpage su Facebook o un profilo Instagram? Se si tratta di progetti di gruppo - sia nella fase di raccolta dei materiali sia durante la preparazione della storia - c'è l'opportunità di scambiare opinioni e pensieri e di vivere il progetto insieme. I progetti locali sono anche attività a beneficio della comunità in cui viviamo, che conosciamo e da cui abbiamo già ricevuto molto - abbiamo i nostri ricordi personali. Grazie alle storie e alla narrazione, possiamo restituire qualcosa. I progetti individuali e di piccolo gruppo possono essere organizzati praticamente da chiunque abbia un'idea interessante e dimostri un impegno adeguato durante la realizzazione della storia.

In secondo luogo, alle persone piace la narrazione. Anche se può sembrare una tautologia, va detto che una storia interessante non sarà mai noiosa. Lo storytelling è una storia che ci permette di capire chi sono i nostri ascoltatori, cosa desiderano, cosa li appassiona e perché fanno quello che fanno. Con l'aiuto di una buona storia, raggiungeremo tutti i punti sensibili dei destinatari e quindi, in un certo senso, non dovremo continuamente incoraggiarli a scoprire e coltivare il loro patrimonio culturale. Inizieranno a cercarlo e a scoprirlo da soli. Utilizzando lo storytelling, dobbiamo solo interessare (o preferibilmente „affascinare”) i nostri destinatari con la nostra storia. Come un ammiratore, seduciamo le persone a cui raccontiamo una determinata storia, le ispiriamo, guadagniamo fiducia e presentiamo ciò che vogliamo mostrare in modo interessante. Inoltre, dobbiamo sempre ricordare la necessità di instillare nei destinatari una certa visione del mondo, in modo da stimolare la loro immaginazione e il desiderio di scoprire e coltivare il patrimonio.

Usando lo storytelling, si dovrebbero sviluppare abilità che attirino l'attenzione dei destinatari su cose che sottolineino la loro unicità, sia nella storia stessa che nelle sue connessioni con i destinatari. Prestiamo inoltre attenzione al fatto che non tutte le versioni della storia possono essere comunicate in modo interessante e unico. Non si tratta di distorcere o addirittura falsificare i fatti, ma del modo e della forma della loro presentazione. Pertanto, è molto più facile ed efficace comunicare la propria visione del patrimonio - una visione sviluppata e ben pensata che porti un messaggio specifico. Lasciare che sia il destino a decidere se la nostra storia affascinerà il pubblico è un rischio grande e del tutto inutile.

A dire il vero, la narrazione non è un incantesimo che farà sì che i nostri ascoltatori sentano e assorbano esattamente ciò che volevamo trasmettere loro. La verità è che non abbiamo il controllo completo sugli artefatti promossi del nostro patrimonio culturale. Spesso hanno una vita propria e non sempre si adattano alla nostra idea. Tuttavia, la storia che raccontiamo fa parte di ciò che vogliamo comunicare e di come le persone percepiscono il nostro messaggio. Sebbene questo sia talvolta problematico, è importante avere il

controllo sull'intero processo di comunicazione, perché l'intera idea di narrazione non è altro che un esempio di creazione consapevole. Se non siamo in grado di comunicare e promuovere il nostro patrimonio culturale, le persone scriveranno le proprie narrazioni su di esso o, peggio, lo calpesteranno completamente o lo ignoreranno.

Un'abile narrazione è oggi un enorme „valore aggiunto” nel mondo del marketing, anche se non garantisce un successo immediato. Una preparazione adeguata è estremamente importante. Prima di iniziare a recitare, dobbiamo raccogliere la giusta quantità di materiali di vario tipo, fare una selezione oculata, pensare attentamente a cosa e come vogliamo trasmettere. Una buona storia richiede una riflessione e una pianificazione adeguate. Non esiste una buona storia senza un messaggio. Dobbiamo ricordare che la storia è sempre scritta per un motivo, quindi se vogliamo creare una determinata narrazione, dobbiamo sapere qual è il suo scopo. L'obiettivo della nostra storia (da non confondere con una morale) deve essere definito fin dall'inizio e deve guidarci durante l'intero processo creativo, proprio come un faro guida una nave sulle onde agitate dell'oceano.

In terzo luogo, nello storytelling, come in ogni strumento di marketing, esistono metodi e tecniche di persuasione che devono essere assolutamente utilizzati come elementi di promozione efficace del patrimonio culturale. Uno di quelli fondamentali è il coinvolgimento emotivo del destinatario, uno degli elementi più difficili della narrazione, ma anche uno dei più importanti. Dobbiamo condurre la nostra storia in modo tale da far sì che il destinatario si immerga in una determinata storia, che la veda come un riferimento alla sua vita, che si identifichi con determinati valori e con i protagonisti, che si emozioni per ciò che è accaduto o accadrà nella storia. Se riusciamo a fare questo, sarà il primo successo, o almeno una parte importante di esso.

Se scegliamo un personaggio del nostro patrimonio culturale che vogliamo divulgare, dobbiamo ricordare che la conditio sine qua non dell'efficacia delle nostre attività è la simpatia che il destinatario deve provare nei confronti della persona divulgata. In altre parole, il protagonista della nostra storia deve essere simpatico, il che non significa che debba essere perfetto. È sufficiente che mostri qualità superiori alla media e che cerchi di essere migliore. Se poi si dice anche che di tanto in tanto qualcosa è andato storto per lui, è ancora meglio. Sarà più facile identificarsi con lui, perché anche per noi non tutto funziona alla perfezione. Inoltre, osservando la realtà, possiamo facilmente notare che i personaggi che si avvicinano alla perfezione, ottengono anche molti avversari solo perché sono irritati dai continui successi del personaggio. I nostri protagonisti possono essere imperfetti e difettosi, ma devono essere espressivi, con valori e punti di vista distintivi. I personaggi incolore, statistici e stereotipati sono semplicemente noiosi e insipidi, non vogliamo pensare o ricordare di loro. Non succederà nulla di male se la nostra storia presenta personaggi ambigui che a volte possono irritare il pubblico - questo li dividerà, susciterà conflitti interni e l'ambivalenza delle emozioni. Alcuni saranno contro di loro, altri si identificheranno con il nostro eroe emotivamente combattuto.

Un altro elemento importante della narrazione nella promozione del patrimonio culturale è la persona del narratore. Va ricordato che lo storytelling non deve riguardare la nostra storia personale, non può raccontare direttamente di noi, ma di un evento interessante, di un personaggio, di un manufatto materiale o immateriale del patrimonio - quindi gli elementi che interesseranno davvero i nostri ascoltatori e destinatari.

Naturalmente, questo non significa che non dovremmo essere presenti. Al contrario, siamo un elemento importante della storia, ma il più importante è il suo soggetto. Noi, in quanto narratori, dobbiamo suscitare simpatia nel destinatario, che ci apprezza ed è felice di essere stato informato di questa storia in modo così interessante. Anche il linguaggio della nostra narrazione è di grande importanza, poiché molte persone esperte in un determinato campo cadono nella trappola della conoscenza specifica: sono convinte che tutti coloro che li ascoltano abbiano un bagaglio di conoscenze e un vocabolario altrettanto ampio del loro. Pertanto, si comportano come se volessero impressionare il pubblico con i loro orizzonti. Questo è un errore fondamentale. Quando scriviamo di storia, non siamo esperti, ricercatori, appassionati, non siamo nemmeno testimoni di un evento - siamo un esploratore che scrive da una persona all'altra. Deve essere un messaggio accessibile, comprensibile, di colore emotivo, come se fosse una sorta di racconto di una serata sociale o di un falò.

D'altra parte, è importante non fingere di essere qualcuno che non siamo. Nella narrazione, l'autenticità del narratore stesso non è l'unica cosa importante, un altro aspetto essenziale è il suo atteggiamento nei confronti delle situazioni, delle persone e delle esperienze descritte. Una storia interessante non può essere trattata come un resoconto o un protocollo. Deve contenere gli elementi dell'autore stesso, i suoi stati emotivi, i suoi pensieri e le sue osservazioni. Tuttavia, non bisogna esagerare, perché il pubblico dovrebbe apprezzare il narratore non per avergli fatto notare in continuazione quanto sia grande, interessante e affascinante, ma per aver raccontato una storia grande, interessante e affascinante. A quel punto, senza fingere di essere qualcun altro, si potrà fare sul serio. Questo non significa che il narratore debba presentarsi come un individuo onnisciente a cui tutti gli elementi della storia sono subordinati. Accompagna l'ascoltatore a scoprirla, proprio come lui stesso non era sicuro della sua fine. Quando racconta, intreccia alcuni fili della sua storia con l'ascoltatore, lo guida attraverso la storia, pone domande aperte. All'inizio, può anche suggerire all'ascoltatore di sapere qualcosa che l'ascoltatore vorrebbe tanto sapere. Si tratta di un trucco molto semplice, ampiamente conosciuto e utilizzato non solo nello storytelling ma anche in tutto il marketing. Tuttavia, ciò non toglie che sia davvero efficace, soprattutto in termini di promozione del patrimonio culturale.

Infine, ci sono gli aspetti formali dello storytelling, come la frequenza delle interazioni, la lunghezza della storia, la drammaturgia e la moralizzazione. La narrazione può essere divisa in due tipi: occasionale (a volte chiamata incidentale) e continua. La differenza principale tra loro è la lunghezza della trama principale, cioè se ogni storia è raccontata in qualche modo separatamente, o se tutte insieme formano una serie specifica, con la trama principale e i personaggi comuni. Entrambe le tecniche citate sono utilizzate per promuovere il patrimonio culturale ed è difficile dire quale sia più efficace. Certamente, molti fattori indicano che la narrazione continua dà una maggiore scala di coinvolgimento del pubblico e di emozioni suscitate in esso, ma in molti casi non è possibile applicarla. Pertanto, la „soluzione di Salomone” consiste nell'affermare che il continuous storytelling è uno strumento più forte, che evoca cioè sentimenti più forti nei destinatari, ma se confrontato con l'incidental storytelling, perde nella categoria dell'universalità e della facilità d'uso.

Un'altra questione formale, solo apparentemente insignificante, è la lunghezza della nostra storia, perché, contrariamente all'opinione generalmente prevalente, „la lunghezza conta”. È generalmente accettato che „la fame è meglio della sazietà”. Allo stesso tempo, non è detto che una storia breve funzioni meglio di una lunga e viceversa. La verità è che la lunghezza della storia dovrebbe essere ottimale per raccontare qual-

cosa, ma anche per non essere noiosa o semplicemente per non consumare il tempo libero del nostro pubblico. Vale la pena notare che questo optimum dipenderà in larga misura dai nostri destinatari. Gli adolescenti, che hanno una concentrazione naturalmente ridotta, avranno aspettative di tempo completamente diverse dagli anziani. Le variabili sono davvero tante, quindi il tipo di pubblico va sempre analizzato con attenzione.

**Innovazione.** L'ideazione di una storia interessante richiede molto lavoro. Tutte le idee ad hoc possono sembrare ottime, ma solo in superficie. In pratica, capita spesso che la storia che viene in mente immediatamente faccia indovinare subito all'ascoltatore quello che viene dopo. Quale sarà l'effetto? Disinteresse. Il momento in cui il destinatario sa già a metà della storia come andrà a finire è il momento in cui il suo interesse diminuisce o scompare del tutto. A volte ascolta solo per educazione, o con molta meno attenzione. Pertanto, è importante pensare attentamente a ciò che vogliamo includere nella storia e rifiutare ripetutamente varie idee „ovvie”, in modo da sorprendere il destinatario con qualcosa di veramente unico e originale. Se riusciamo a inserire nella nostra storia alcuni „colpi di scena” di questo tipo, elementi che sorprendono l'ascoltatore, è molto più probabile che si interessi alla storia e le dedichi molta più attenzione. Scoprirà il mondo che abbiamo preparato per lui, unendosi alla nostra storia e dimostrando un impegno crescente. D'altra parte, questo non significa che la nostra storia debba tenere costantemente gli ascoltatori con il fiato sospeso, sul filo del rasoio. Ogni storia ha passaggi noiosi e poco movimentati. Certo, in certi momenti devono risuonare e non c'è niente di male in questo. Tuttavia, nel contesto dell'efficacia della narrazione, è importante accorciare questi momenti o addirittura ometterli - naturalmente quando è possibile, senza danneggiare l'intera trama.

Alla fine, invece della conclusione, dovremmo riflettere sulla morale e sul messaggio della nostra narrazione. Ognuno di noi ha vissuto un momento in cui le storie migliori ci hanno lasciato insoddisfatti. Seguiamo una storia fantastica e alla fine ci sentiamo un po' a pezzi dal punto di vista emotivo e cominciamo a pensarci, ad analizzarla, a elaborarla, a tornare su di essa, a relazionarci con essa e a chiederci di cosa si trattasse, chi avesse ragione, quale fosse l'approccio giusto e così via. In altre parole, una buona storia dovrebbe far riflettere. Pertanto, vale la pena raccogliere questo guanto di sfida e ricordare che vale la pena mostrare il volto umano della storia e del nostro patrimonio culturale. Con questa azione non rischiamo nulla, perché le persone vogliono interagire con altre persone e la nostra storia riguarda loro. Permettendo agli ascoltatori di dare uno sguardo approfondito al nostro patrimonio culturale e condividendo la storia della nostra famiglia, della nostra città e della nostra patria, rendiamo più facile per le persone conoscere chi siamo veramente. E, soprattutto, facciamo in modo che si fidino di noi e raccontino le loro storie. Possiamo così pensare a ciò che ci piace di loro. Un taccuino in cui annotare le storie più interessanti e le pratiche sperimentate sarà una buona idea. Alla fine, riuscirete a creare un'ampia base di idee e di cose a cui vale la pena prestare particolare attenzione. I buoni appunti sono stati alla base di molti bestseller e quindi funzioneranno benissimo anche durante la narrazione. E non dimentichiamo la cosa più importante: l'empatia e l'apertura verso il destinatario. Ciò che noi troviamo importante e interessante non è detto che lo sia anche per il nostro destinatario.

# Vantaggi e benefici del dialogo intergenerazionale e interculturale

Come iniziare un dialogo? Una domanda che a volte ci poniamo quando vogliamo iniziare una conversazione con qualcuno che non conosciamo o aprire un argomento con cui non siamo molto a nostro agio. Nel prossimo capitolo esploreremo due tipi di dialogo. Quello tra persone di generazioni diverse e quello tra persone che provengono da un background culturale diverso. Esploreremo anche come le storie e la narrazione possano aiutarci a mettere le persone in condizione di iniziare e portare avanti un dialogo costruttivo. Per alcune persone non è molto difficile portare avanti una chiacchierata superficiale. Ma cosa succede quando si aprono argomenti più profondi, a volte controversi o difficili. Quelli che mettono in mostra il nostro sistema di valori e sfidano le nostre convinzioni. Perché parlare del tempo è sicuro. Che dire della migrazione, delle pratiche religiose, dei diritti delle donne, ecc. Vediamo cosa serve per creare e persistere nel dialogo. Cosa potremmo imparare dagli altri, ma soprattutto da noi stessi. Ci troviamo di fronte a questo problema soprattutto quando cerchiamo di iniziare o portare avanti una conversazione significativa con qualcuno con cui non abbiamo molto in comune, o almeno così pensiamo. Pensate ai membri più anziani delle vostre famiglie, a quanto siano esasperati dal comportamento dei bambini e degli adolescenti di oggi. Forse se iniziasimo con loro una conversazione significativa sulla loro giovinezza, si ricorderebbero che anche i loro anziani pensavano che il mondo sarebbe finito con la loro generazione. Il dialogo potrebbe anche aiutarli a vedere gli sviluppi nello stile di vita e nell'educazione delle generazioni più giovani. Una conversazione probabilmente non cambierà molto su larga scala, ma è un inizio. Soprattutto se si stabilisce l'accettazione di ascoltare le storie degli altri senza giudicare. Viviamo in un mondo pieno di contraddizioni. Da un lato il mondo è piccolo come non lo è mai stato, ma dall'altro c'è tanto odio, stereotipi, xenofobia infiltrati nei mass media, nei social media e nelle conversazioni di tutti i giorni. La narrazione è uno strumento potente quando si pensa al dialogo interculturale e intergenerazionale. Le storie sono universali. Portano con sé valori profondamente radicati che condividiamo come umanità.

### Ci vogliono due

*Il dialogo è uno scambio conversazionale scritto o parlato tra due o più persone e una forma letteraria e teatrale che rappresenta tale scambio. Come strumento filosofico o didattico, in Occidente è associato principalmente al dialogo socratico sviluppato da Platone, ma si trovano antecedenti anche in altre tradizioni, tra cui la letteratura indiana. Il termine dialogo deriva dal greco dialogos e conversazione; le sue radici sono dia - attraverso e logos - discorso, ragione. Il primo autore che utilizza il termine è Platone, nelle cui opere è strettamente associato all'arte della dialettica. Il latino ha ripreso il termine come dialogus.<sup>1</sup>*

Come si legge nella definizione del termine, il dialogo è uno scambio tra due o più persone. La parola cruciale è dialogo. Al giorno d'oggi usiamo il termine dialogo molto liberamente. Anche quando descriviamo un dibattito o un colloquio. Il dialogo è equamente distribuito tra l'ascolto e la conversazione e tutti i partecipanti dovrebbero contribuire con il loro apporto. Il dialogo è probabilmente una delle forme più impegnative di conversazione, poiché di solito pensiamo a quello che diremo dopo e non ascoltiamo quello che il nostro interlocutore ha da dire.

<sup>1</sup> <https://en.wikipedia.org/wiki/Dialogue>

Il dialogo è particolarmente difficile da realizzare quando le emozioni (ad esempio, la paura) sono elevate. Quando le parti coinvolte nel dialogo provengono da prospettive molto diverse, di solito è difficile avviare il dialogo, per non parlare di un dialogo costruttivo. Oggi non abbiamo molti esempi di buon dialogo nei mass media. Siamo costantemente esposti a dibattiti estremi e a semplici scontri nei media, nei programmi televisivi, ecc. Il dibattito è rumoroso, orientato all'azione e in troppi casi sgarbato nei confronti dell'avversario. Nel dialogo, invece, si ha un interlocutore che si rispetta e si ascolta. Il dialogo di solito richiede molto più tempo e pazienza, che noi non abbiamo.

### Dibattito contro dialogo<sup>2</sup>

Discutete o portate avanti dei dialoghi? Date un'occhiata alle differenze.

Dibattito	Dialogo
L'obiettivo è quello di „vincere” la discussione affermando le proprie opinioni e screditando le altre.	L'obiettivo è capire le diverse prospettive e conoscere altri punti di vista.
Le persone ascoltano gli altri per trovare difetti nelle loro argomentazioni.	Le persone ascoltano gli altri per capire in che modo le loro esperienze plasmano le loro convinzioni.
Le persone criticano le esperienze degli altri come distorte e non valide.	Le persone accettano le esperienze degli altri come reali e valide.
La gente sembra decisa a non cambiare il proprio punto di vista sulla questione.	Le persone sembrano essere in qualche modo aperte ad ampliare la loro comprensione del problema.
Le persone parlano sulla base di ipotesi fatte sulle posizioni e le motivazioni degli altri.	Le persone parlano soprattutto in base alla propria comprensione ed esperienza.
Le persone si oppongono l'una all'altra e cercano di dimostrare che l'altra ha torto.	Le persone lavorano insieme per raggiungere una consapevolezza comune.

### Storie come punto di partenza

Le storie sono un ottimo strumento per avviare un dialogo. Le storie non ci minacciano. Immaginate di essere messi in una situazione e di dover dare un contributo su argomenti che toccano alcune delle vostre paure, aspettative, ecc. La maggior parte delle persone non si sentirebbe a proprio agio in questa situazione. Quindi possiamo farlo in due modi. Possiamo raccontare una storia personale o, se non ci sentiamo a nostro agio, parlare di un eroe. Le persone si legano a una storia, chi la ascolta e chi la racconta, anche se non è una storia personale. Le storie sono progettate e hanno quel potere che ci permette di riconoscere in esse parti di noi stessi.

<sup>2</sup> Schirch, L. e Campt, D. (2007) Il piccolo libro del dialogo per i soggetti difficili. New York: Good Books, 10

Il maestro narratore Richard O'Neill descrive il ruolo delle storie: *Le storie aiutano tutti noi a dare un senso al nostro mondo e al posto che occupiamo in esso. La narrazione può essere autenticamente descritta come la creazione di senso umano.*<sup>3</sup>

### Più o meno nello stesso periodo

Per pensare al dialogo intergenerazionale, dobbiamo innanzitutto considerare come definiamo una generazione e perché ci sono dei divari tra le generazioni che a volte rendono il dialogo difficile.

generazione<sup>4</sup>

sostantivo generazione (GRUPPO DI ETÀ)

- Tutte le persone della stessa età all'interno di una società o di una particolare famiglia.
- Un periodo di circa 25-30 anni, in cui la maggior parte dei bambini umani diventa adulta e ha figli propri.
- Tutti gli esseri viventi di un gruppo che nascono o iniziano a esistere più o meno nello stesso momento e sono imparentati con uno che esisteva in un momento precedente.
- Prima, seconda, terza, ecc. generazione

La divisione delle generazioni sta diventando sempre più netta. Soggetto in cui far parte di una generazione significa avere tutte le caratteristiche che fanno di te un baby boomer, una generazione x, y, z o un millennial. Stiamo esagerando con gli stereotipi generazionali? Come per tutte le teorie, è bene (come ci insegnano i vecchi racconti popolari) prenderle con le molle. Etichettare le persone esclusivamente in base all'età può portare a future divisioni invece di far dialogare ciò che vogliamo ottenere. Le generazioni, in generale, sono definite dai numeri. Possiamo concordare sul fatto che le generazioni hanno cose in comune, ad esempio il sistema scolastico di un periodo, la cultura popolare, gli eventi sociali e politici, ecc. D'altra parte, i membri di una generazione crescono in microcomunità molto diverse, con una serie di valori molto diversi che li rendono individui unici. Potremmo quindi dire che i divari tra le generazioni derivano da esperienze di vita molto diverse e valutate in modo diverso da generazione a generazione. Riconoscere le esperienze delle diverse generazioni come valide è quindi un buon punto di partenza per il dialogo intergenerazionale.

### Cosa possono fare le storie per tutte le generazioni

Come si è detto più volte in questo capitolo, le storie svolgono un ruolo fondamentale nella comunicazione umana, forse non ne siamo del tutto consapevoli ma sono ovunque. *La narrazione può avere una funzione es-*

<sup>3</sup> [Narrazione intergenerazionale, Piccole storie - Grande impatto! \(tts-group.co.uk\)](https://www.tts-group.co.uk/narrazione-intergenerazionale-piccole-storie-grande-impatto/)

<sup>4</sup> <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/generation>

senziale nella nostra vita. Spesso pensiamo in forma di storia, parliamo in forma di storia e diamo significato alla nostra vita attraverso la storia.<sup>5</sup> Il dialogo intergenerazionale è particolarmente importante nelle famiglie e nelle comunità in cui generazioni diverse entrano in contatto e condividono spazi, privati o pubblici. Le generazioni più giovani lottano con la loro identità e il loro ruolo. In questo caso, conoscere la propria storia può essere utile: *Conoscere e condividere la storia delle proprie origini è complementare all'attuale attenzione rivolta alla conoscenza e alla condivisione del proprio patrimonio geografico, o del luogo da cui si proviene.*<sup>6</sup> Ma come facciamo a conoscere noi stessi? Ascoltando le storie dei nostri nonni e dei nostri genitori. *Questo senso allargato di sé viene definito "sé intergenerazionale", che non solo dà fondamento all'individuo, ma fornisce anche un contesto più ampio per comprendere e affrontare le esperienze e le sfide della vita. Questo legame tra le generazioni sembra contribuire alla resilienza in tutte le fasi della vita.*<sup>7</sup> Non è molto diverso per le generazioni più anziane, che spesso lottano con la loro identità, ma a un livello diverso rispetto ai giovani. Anche loro hanno grandi cambiamenti nella loro vita, soprattutto dopo il pensionamento, e lottano con il loro ruolo all'interno della famiglia e della comunità. Non molto tempo fa gli anziani erano considerati leader delle comunità, custodi delle storie, ecc. Soprattutto nei Paesi occidentali, questo ruolo è stato preso e le loro esperienze di vita non sono più considerate preziose. Attualmente viviamo nel mito di uno stile di vita nuovo, fresco e altamente produttivo, che non è sostenibile. Per evitare la sensazione di essere spinti ai margini della società, possiamo usare le storie come strumento. *La narrazione di storie agli anziani ha molteplici funzioni. Da un punto di vista fisiologico, ricordare e condividere le storie di vita migliora l'autostima, l'umore, il benessere e aumenta il senso di controllo e di padronanza della vita quando si invecchia. La ricerca ha anche associato la reminiscenza al miglioramento del benessere psicologico, alla riduzione dei sentimenti di solitudine e depressione e all'aiuto degli anziani a trovare un significato nella loro vita.*<sup>8</sup> La condivisione è la forma più antica e potente di comunicazione umana. È una forma che unisce le persone. Fin dai primi anni di vita è un modo coinvolgente per imparare, rafforzare la creatività, l'empatia, l'autoconsapevolezza, lo scopo morale e la riflessione. Attraverso i mondi immaginari, i bambini possono anche esplorare questioni più complesse come il bene e il male e iniziare a costruire il proprio sistema di valori. Come narratori, tutte le generazioni contribuiscono con le loro esperienze e i loro punti di vista. Le storie non vengono giudicate, ma ascoltate ed eventualmente apprese, soprattutto a livello inconscio.

## Chi siamo

La cultura è uno dei concetti più complessi che conosciamo. Questo dimostra quanto siano complessi gli esseri umani, poiché la cultura è il prodotto del nostro impegno. *La cultura comprende, tra gli altri elementi, il linguaggio, le idee, le credenze, i costumi, i codici, le istituzioni, gli strumenti, le tecniche, le opere d'arte, i rituali e le cerimonie. L'esistenza e l'uso della cultura dipendono da una capacità posseduta solo dagli esseri umani.*<sup>9</sup> L'UNESCO definisce la cultura come *l'insieme delle caratteristiche spirituali, materiali, intellettuali ed emotive distintive*

5 R. Atkinson, *The Life Story Interview*, Sage, (1998). Da [Facilitare la narrazione intergenerazionale per gli anziani in casa di riposo: Un caso di studio - IOS Press](#)

6 [„Da chi vieni?": L'importanza delle storie di famiglia - Martha Driessnack, 2017 \(sagepub.com\)](#)

7 [„Da chi vieni?": L'importanza delle storie di famiglia - Martha Driessnack, 2017 \(sagepub.com\)](#)

8 [„Da chi vieni?": L'importanza delle storie di famiglia - Martha Driessnack, 2017 \(sagepub.com\)](#)

9 <https://www.britannica.com/topic/culture>

di una società o di un gruppo sociale, che comprende non solo l'arte e la letteratura, ma anche gli stili di vita, i modi di vivere insieme, i sistemi di valori, le tradizioni e le credenze (UNESCO, 2001).<sup>10</sup> Viviamo in un mondo globalizzato dove, a livello superficiale, sembra che i nostri valori siano sempre più simili, ma questo non significherebbe forse meno conflitti? Viviamo in un mondo di conflitti, manipolazioni e divisioni costanti, dove le persone al potere usano le nostre convinzioni come uno degli strumenti principali per aumentare l'odio verso gli altri, chiunque essi siano. Istituzioni come l'UNESCO lavorano per promuovere la diversità culturale e mostrare che la diversità è qualcosa che dovremmo celebrare e vedere come un punto in comune, non come qualcosa da usare l'uno contro l'altro. La Dichiarazione Universale sulla Diversità Culturale<sup>11</sup> invita le nazioni e le istituzioni a lavorare insieme per la conservazione della cultura in tutte le sue forme e per politiche che aiutino a condividere le idee tra le culture e a ispirare nuove forme di creatività. La Dichiarazione interpreta la "cultura" in senso ampio e collega la conservazione della cultura a questioni centrali dei diritti umani.

Punti salienti della dichiarazione:

### **La diversità culturale: patrimonio comune dell'umanità**

La cultura assume forme diverse nel tempo e nello spazio. Questa diversità è incarnata dall'unicità e dalla pluralità delle identità dei gruppi e delle società che compongono l'umanità. In quanto fonte di scambio, innovazione e creatività, la diversità culturale è necessaria all'umanità come la biodiversità lo è alla natura. In questo senso, è patrimonio comune dell'umanità e dovrebbe essere riconosciuta e affermata a beneficio delle generazioni presenti e future.

### **Dalla diversità culturale al pluralismo culturale**

Nelle nostre società sempre più diversificate, è essenziale garantire un'interazione armoniosa tra persone e gruppi con identità culturali plurali, varie e dinamiche, nonché la loro volontà di vivere insieme. Le politiche di inclusione e partecipazione di tutti i cittadini sono garanzia di coesione sociale, vitalità della società civile e pace. Così definito, il pluralismo culturale dà espressione politica alla realtà della diversità culturale. Indissociabile da un quadro democratico, il pluralismo culturale favorisce lo scambio culturale e lo sviluppo delle capacità creative che sostengono la vita pubblica.

### **La diversità culturale come fattore di sviluppo**

La diversità culturale amplia la gamma di opzioni aperte a tutti; è una delle radici dello sviluppo, inteso non solo in termini di crescita economica, ma anche come mezzo per raggiungere un'esistenza intellettuale, emotiva, morale e spirituale più soddisfacente.

### **Dialogo**

### **interculturale<sup>12</sup>**

Viviamo in un ambiente culturale molto diversificato. A causa delle migrazioni, della costruzione di un'identità nazionale più forte e dell'identità delle minoranze. Sempre più gruppi sono alla ricerca di un'identità culturale distinta. Tutto ciò è forte-

10 <https://unstats.un.org/unsd/statcom/doc10/Bg-FCS-e.pdf>

11 <https://en.unesco.org/about-us/legal-affairs/unesco-universal-declaration-cultural-diversity>

12 [https://www.coe.int/t/dg4/intercultural/concept\\_EN.asp](https://www.coe.int/t/dg4/intercultural/concept_EN.asp)

mente influenzato dalla globalizzazione, dall'interdipendenza tra tutte le regioni del mondo e dall'accessibilità di informazioni istantanee che non sono necessariamente di alta qualità e obiettive. Le persone vivono in ambienti multiculturali e gestiscono le loro molteplici connessioni culturali. Possiamo considerare la diversità culturale come un possibile vantaggio economico, sociale e politico, se sviluppata e gestita in modo adeguato. D'altro canto, l'aumento della diversità culturale comporta nuove sfide sociali e politiche. La diversità culturale è spesso usata come un fattore scatenante della paura e del rifiuto. Ne conseguono stereotipi, razzismo, xenofobia, intolleranza, discriminazione e violenza. Tutto questo minaccia la pace e l'essenza stessa delle comunità locali e nazionali. Il dialogo, la modalità più antica e fondamentale di conversazione democratica, è una risposta al rifiuto e alla violenza. Il suo obiettivo è quello di vivere insieme in pace. Sviluppare un senso di comunità e di appartenenza in un mondo multiculturale. Il termine "dialogo interculturale"<sup>13</sup> è ancora solo vagamente definito nel discorso politico. Dimostrare che a volte è più facile a dirsi che a farsi.

Il Consiglio d'Europa ha delineato gli obiettivi del dialogo interculturale:

- Condividere le visioni del mondo, capire e imparare da chi non vede il mondo con la nostra stessa prospettiva;
- Identificare le somiglianze e le differenze tra le diverse tradizioni e percezioni culturali;
- Raggiungere un consenso sul fatto che le controversie non devono essere risolte con la violenza;
- Contribuire a gestire la diversità culturale in modo democratico, apportando i necessari adattamenti a tutti i tipi di assetti sociali e politici esistenti;
- Colmare il divario tra chi percepisce la diversità come una minaccia e chi la vede come un arricchimento;
- Condividere le migliori pratiche, in particolare nei settori del dialogo interculturale, della gestione democratica della diversità sociale e della promozione della coesione sociale;
- Sviluppare congiuntamente nuovi progetti.

Il Consiglio d'Europa definisce anche i "fattori abilitanti" che caratterizzano un dialogo interculturale vero e significativo:

1. Pari dignità di tutti i partecipanti;
2. Impegno volontario nel dialogo;
3. Una mentalità (da entrambe le parti) caratterizzata da apertura, curiosità e impegno e dall'assenza del desiderio di "vincere" il dialogo;

---

<sup>13</sup> In passato, il Consiglio d'Europa ha raramente offerto suggerimenti per una definizione di dialogo interculturale (l'eccezione più rilevante è la "Dichiarazione di Opatija" del 2003). Ai fini del processo di consultazione per il "Libro bianco sul dialogo interculturale", la seguente formulazione preliminare può servire come riferimento: "Il dialogo interculturale è uno scambio di opinioni aperto e rispettoso tra individui e gruppi appartenenti a culture diverse che porta a una più profonda comprensione della percezione globale dell'altro."

4. La disponibilità a considerare sia le somiglianze che le differenze culturali;
5. Un grado minimo di conoscenza delle caratteristiche distintive della propria e dell'“altra” cultura;
6. La capacità di trovare un linguaggio comune per comprendere e rispettare le differenze culturali.

### Condividiamo storie

*Il mondo è sempre più interconnesso, ma questo non significa che gli individui e le società vivano davvero insieme - come dimostrano le esclusioni subite da milioni di poveri, donne, giovani, migranti e minoranze escluse. Oggi sono disponibili più informazioni, tecnologie e conoscenze che mai, ma è ancora necessaria un'adeguata saggezza per prevenire i conflitti, sradicare la povertà o rendere possibile a tutti l'apprendimento per vivere in armonia in un mondo sicuro.<sup>14</sup> Vivere in un mondo in cui cerchiamo di stabilire un'identità personale, di vivere con e all'interno dell'identità della nostra comunità e di stare al passo con i rapidi cambiamenti del mondo ci ha portato a un bivio in cui ci troviamo come umanità. Impariamo ad essere aperti, rispettosi, accettanti. Ma come raggiungere questo obiettivo?*

Le storie ci offrono un potente strumento sotto forma di temi universali:

*Un tema universale è quello che si concentra su un elemento della condizione umana e tratta concetti o preoccupazioni che interessano i membri della razza umana, indipendentemente dal luogo in cui vivono, dal loro background, dal tipo di personalità o da altri fattori unici. In altre parole, i temi universali si rivolgono o hanno un significato per le persone, indipendentemente dalle differenze individuali o culturali. I temi universali si concentrano su aspetti comuni dell'esistenza che, in qualche modo, hanno un impatto su tutte le persone. Il fatto che possano essere rilevanti per tutti è ciò che li rende idee universali.<sup>15</sup> Concetti come: resistenza, tradizioni, potere, famiglia, lotta, amore, morte, ecc. sono al centro delle storie di tutto il mondo, raccontate per generazioni a prescindere dal background culturale. Si manifestano in forme diverse a seconda dei diversi valori e schemi mentali. Ma la maggior parte di noi ha una reazione emotiva quando si trova di fronte a uno degli universali e questo è un buon punto di partenza per un dialogo tra persone che provengono da contesti culturali diversi, con diverse convinzioni, ecc. La maggior parte delle persone ha delle paure, e attraverso le storie possiamo dividerle e conoscerci; forse condividiamo più di quanto pensiamo.*

### Vantaggi e benefici

*Il nostro bisogno di confrontarci con la storia è universale e duraturo e, in sostanza, è il mezzo che cambia, piuttosto che il messaggio. I diari sono diventati blog e post su Facebook; il teatro greco, sceneggiature; e la piazza - notizie, attualità e reality.<sup>16</sup>*

<sup>14</sup> <https://en.unesco.org/themes/intercultural-dialogue>

<sup>15</sup> <https://examples.yourdictionary.com/universal-themes-common-concepts-literature-life>; Temi universali: Concetti comuni nella letteratura e nella vita di [Mary Gormandy White, M.A.](#)

<sup>16</sup> <https://www.goodsams.org.au/article/universal-and-enduring-power-of-story/> Il potere universale e duraturo della storia di Monica Dutton

## Dialogo intergenerazionale

L'uso della narrazione come strumento di dialogo intergenerazionale presenta diversi vantaggi e benefici.

Variano a seconda delle fasce d'età;

### **I bambini**

- Imparare attraverso le storie.
- Esplorare e stabilire i valori.
- Diventare narratori; sviluppare la creatività, l'immaginazione, le abilità orali, ecc.
- Entrare in stretto contatto con membri di diverse fasce d'età e ampliare la loro cerchia sociale.
- Imparare a conoscere tutti gli individui che vivono nelle diverse comunità.

### **Giovani**

- La narrazione li aiuta a esplorare la loro identità.
- Si dà voce alla gente.
- Possono "nascondersi" dietro una storia. Possono dare le loro emozioni a un personaggio.
- Migliorare le capacità di dialogo, ascolto attivo e accettazione.
- Imparate che i problemi persistono attraverso le generazioni, cambiano solo forma.

### **Adulti**

- Bisogna rallentare per ascoltare le storie.
- Le storie fanno rivalutare le loro decisioni e la loro vita.
- Stabilire un legame con i propri figli e/o genitori.
- Offrite loro una via di dialogo.
- Riportare in auge abilità come l'immaginazione, la creatività e così via, che consideriamo principalmente come qualcosa da esplorare per i bambini.

### **Anziani**

- Si dà uno scopo di condivisione delle storie.
- Di solito sono più interessati alle storie e alla conservazione del patrimonio.
- Assumere un ruolo attivo nella comunità.
- Hanno una vita di esperienze alle spalle.
- Può entrare in contatto con le nuove generazioni che vivono uno stile di vita molto diverso.
- Invece di giudicare, cercate di ascoltare e capire.

## Dialogo interculturale

Abbiamo parlato di come le storie possano mostrarci cose che abbiamo in comune tra le varie culture. La narrazione può anche superare l'ostacolo della lingua, poiché a volte non è necessario capire la lingua per comprendere la storia. Le storie si raccontano con il corpo e con la voce, non solo con le parole. Conoscere gli "altri" è uno degli strumenti principali per conoscere se stessi. La migrazione e la coesistenza di culture diverse è una pratica storica molto antica. Non è una novità che stiamo affrontando oggi. Ma a causa della globalizzazione stiamo vivendo in un mondo molto bipolare, in cui alcune città (in particolare) vivono e promuovono la loro diversità culturale e altre comunità fanno davvero fatica ad accogliere persone di altre culture. Dobbiamo chiederci in che tipo di mondo vogliamo vivere. Naturalmente il dialogo è uno scambio a due vie e tutte le parti in causa devono sforzarsi di accettare ed essere accettate.

Una volta raggiunto questo obiettivo, possiamo vedere i vantaggi di:

- Ridurre la paura dell'ignoto.
- Arricchire la nostra vita con nuove conoscenze.
- Uscire dal nostro cono di comfort e imparare cose nuove su noi stessi.
- Ampliare la nostra cerchia sociale.
- Adattarsi più facilmente alla nuova realtà sociale e culturale.
- Adattarsi alla nuova comunità e creare legami al suo interno.
- Migliorare le capacità comunicative e linguistiche.

### **Idee pratiche**

In questo capitolo abbiamo parlato del dialogo e dei suoi benefici. Ecco alcune idee pratiche su come implementare lo storytelling come strumento per creare un dialogo tra generazioni, culture o entrambe.

#### Che cos'è la paura

Nelle fiabe popolari ci sono molte storie che includono le paure. Tutte hanno la stessa caratteristica: l'ignoto. Le storie in cui la paura è un fattore importante possono essere utilizzate come punto di partenza del dialogo sul perché e su cosa abbiamo paura.

Per prima cosa possiamo analizzare la storia dal punto di vista del personaggio, delle sue paure e del loro superamento, per poi proseguire con domande quali:

- Perché i genitori hanno così tanta paura per noi?
- Che cosa temevate quando eravate giovani?
- Qual era/è la vostra paura di trasferirvi nel nuovo ambiente.
- Come teme che la sua comunità cambierà.

## Il cibo come linguaggio universale

Non ci sono molte comunità e persone che non apprezzino il cibo e non gli riservino un posto speciale nelle loro tradizioni. Il cibo è un tema universale che può innescare numerose conversazioni. Dalla preparazione del cibo insieme, all'apprendimento di nuove ricette e delle storie che stanno dietro al cibo. I ricordi che il cibo porta con sé possono essere un buon modo per entrare nel dialogo sul tipo di cibo che ci piaceva da bambini, su dove si è mai punito con il cibo. I gusti e le antipatie che avevamo o abbiamo, ecc.

Lo storytelling non è solo sedersi o stare in piedi ad ascoltare una storia. Può essere uno scambio molto informale e breve con un impatto duraturo. Inoltre, la combinazione di lavoro e narrazione può essere molto utile per le persone che non si sentono a proprio agio nel parlare, poiché le loro mani sono occupate e devono dividere la loro attenzione e sono più rilassate nel raccontare la storia mentre copiano qualcosa.

## Mappa delle storie

Conosciamo le mappe standard dei luoghi. Perché non creare mappe con storie? Scegliendo temi universali per le storie da inserire in una mappa, tutte le generazioni possono partecipare con le loro storie. Storie di felicità, relax, lotta, apprendimento, ecc. In questo modo possono vedere che condividono esperienze, solo che queste cambiano forma, formato e, naturalmente, tempo.

In questo modo i luoghi possono diventare “più grandi” per alcuni membri della comunità. Molti membri della stessa comunità culturale tendono a vivere e a sperimentare piccole parti geografiche della comunità. Con una mappa di questo tipo vedono che altri vivono esperienze simili alle loro, ma in tutta la comunità.

Per i nuovi arrivati una mappa come questa potrebbe aiutarli a entrare più rapidamente in contatto con un luogo. Trasferendosi in un nuovo posto si lasciano lì tutti i ricordi e le storie. Il nuovo posto è vuoto per loro. Quando i luoghi, gli edifici, ecc. ricevono le loro storie, anche se provengono da altri, questi luoghi acquistano un significato e a volte le persone si collegano ad essi più facilmente.

## **Altre fonti:**

Interpret Europe (2017) *Coinvolgere i cittadini con il patrimonio culturale europeo: come utilizzare al meglio l'approccio interpretativo*. Witzenhausen: Interpret Europe.

<https://www.inst-antontrstenjaka.si/slike/272-1.pdf>

<https://www.gu.org/resources/>

<https://link.springer.com/article/10.1007/s10912-022-09735-4>

<https://www.tts-group.co.uk/blog/2022/08/17/intergenerational-storytelling-tiny-stories-big-impact.html>

<https://content.iospress.com/articles/journal-of-ambient-intelligence-and-smart-environments/ais200552>

<https://www.boltonclarke.com.au/news-resources/corporate-news/intergenerational-storytelling-increases-social-connections/>

# Anziani come veicoli di valori, storia e patrimonio culturale

Gli anziani svolgono un ruolo di fondamentale importanza come veicoli di valori, storia e patrimonio culturale all'interno delle società. Le conoscenze ed esperienze di vita contribuiscono a riportarli come depositari e vettori di valori e pratiche culturali storiche, sempre rivolti alle generazioni più giovani.

La comunità più adulta è infatti naturalmente individuata come custode di pratiche, usanze, rituali, tradizioni artigianali, culinarie, artistiche, musicali e coreutiche di una specifica collettività: informazioni tramandate oralmente di generazione in generazione, di cui non sempre si ritrova una formulazione scritta. La cultura, infatti, è conoscenza trasmessa a livello interpersonale, ed essenziale per la sopravvivenza della specie umana: un contenitore di soluzioni comportamentali fondamentali, difficilmente elaborabili come singoli individui<sup>1</sup>.

E proprio prima del linguaggio scritto, della stampa, e della più recente comunicazione di massa, la cultura nelle società umane è stata per la maggior parte veicolata da persone considerate culturalmente competenti<sup>2</sup>, come gli anziani. Infatti, le comunità sono sempre state attivamente coinvolte nel trasferimento di informazioni, scambi che sono avvenuti in base al genere, alle relazioni di parentela, oppure tra generazioni distanti o tra pari<sup>3</sup>.

Senza un'efficace trasmissione di valori, storie e cultura in generale, lo sviluppo di abilità complesse, sia individuali che comunitarie, risulterebbero molto difficili o impossibili da concretizzare: una diffusione che, appunto, solitamente parte direttamente dalle generazioni più mature e si direziona verso quelle successive.

La prima definizione di cultura, e tra le più celebri nella sua accezione etnoantropologica, è quella dell'antropologo britannico Edward Burnett Tylor, definita nel saggio *Primitive Culture* del 1871 come "quell'insieme complesso che include la conoscenza, le credenze, l'arte, la morale, la legge, il costume e qualsiasi altra capacità e abitudine acquisita dall'uomo come membro di una società"<sup>4</sup>.

La cultura è certamente per la maggior parte alimentata dalla memoria sociale (definibile anche come tradizione storica), tramandata in forme diverse, come quella orale, scritta, figurativa, oppure in forma mista: ogni prodotto culturale è quindi naturalmente anche sociale.

Numerosi saggi e studi riguardanti la tradizione storica popolare riportano come l'oralità, il popolare e la socialità non possano prescindere dall'essere caratteristiche essenziali della definizione di cultura che vengono completati e integrati dal gesto. In campo demologico, un'ulteriore distinzione viene posta tra la definizione di cultura materiale, trasmessa principalmente per pratiche e tecniche legate a oggetti e strumenti, usanze e credenze, e quella di cultura orale, alla quale viene attribuito come valore principale l'essere strumento e mezzo di trasmissione privilegiato di una tradizione più popolare<sup>5</sup>.

1 R. Boyd, P.J. Richerson, *Culture and the Evolutionary Process*. Chicago: The University of Chicago Press, 1985

2 M. Tomasello, A.C. Kruger, H.H. Ratner, *Cultural learning*, Behavioral and Brain Sciences, 16 (3), 1993

3 L.L. Cavalli-Sforza, M.W. Feldman, *Cultural transmission and evolution: A quantitative approach*, Princeton University Press, 1981

4 E. B. Tylor, *Primitive Culture: Researches into the Development of Mythology, Philosophy, Religion, Art, and Custom*, London: J. Murray, 1871-1872

5 P. Bogatyreva, R. Jakobson, *Die Folklore als eine besondere Form des Schaffens*, Nijmegen-Utrecht: Donum natalicium Schrijnen, 1929

Gli anziani possiedono una ricchezza culturale accumulata nel corso della loro vita assistendo ai cambiamenti della società e vivendo in prima persona specifici eventi storici. Condividendo valori, morale e principi etici, gli anziani forniscono spunti di riflessione sulla resilienza, la perseveranza e la gestione delle sfide. Risulta necessario specificare che i valori e il patrimonio culturale tramandati dalle generazioni più mature non rappresentano un'unica storia ma più molteplici e sfaccettati racconti, che riportano un vissuto rappresentante l'individuo e nel contempo il collettivo.

Racconti, azioni e cose perdono la loro essenza e potenza se non trasmessi e, se non inseriti in un contesto di scambio, vengono privati del loro senso e del loro valore sociale. Il tramandato naturalmente si trasforma, cambia, evolve nei luoghi e nel tempo: l'insieme di verbale, gesto e patrimonio materiale, infine divengono nel suo complesso storia.

Un altro ruolo fondamentale nei processi di partecipazione e trasmissione dei saperi degli anziani è svolto dall'ambiente vissuto: l'uomo ed il suo contesto sono di per sé inseparabili<sup>6</sup>. La consapevolezza del territorio rafforza l'identità del singolo, un forte il legame che permette la costruzione di una connessione tra mondo interno ed esterno dell'individuo<sup>7</sup>.

Ciò determina lo sviluppo di una maggiore comprensione del ruolo fondamentale svolto dalla persona singola, come portatrice di identità storiche, e nel contempo favorisce una maggiore tutela dell'ambiente circostante, di cui l'intera comunità appartenente si sente responsabile. La conoscenza del patrimonio culturale locale è quindi essenziale per la genesi di un'identità culturale comunitaria e per la formazione dell'identità soggettiva.

La complessità del patrimonio culturale ha significati plurimi materiali e simbolici: sono luoghi di conoscenza, di socialità, ma anche di consumo, e che attivano processi cognitivi ed affettivi<sup>8</sup>. L'attenzione comunitaria destinata al patrimonio culturale favorisce lo sviluppo di un sentimento di appartenenza e la propensione a un atteggiamento propositivo verso il mondo culturale in generale.<sup>9</sup> Il legame che si instaura con un luogo che si riconosce proprio condiziona inevitabilmente l'identità del singolo individuo: tale riflessione si sviluppa in modo più complesso quando riferita alle relazioni che intercorrono tra anziani, luoghi e comunità. L'anziano si rapporta in modo dinamico con l'ambiente circostante, influenzando e lasciandosi influenzare, favorendo la gestione di crisi o cambiamenti interni o esterni a una determinata cultura<sup>10</sup>.

Le istituzioni nazionali e sovranazionali rivolgono sempre più una maggiore attenzione alle esigenze specifiche delle persone anziane e del loro potenziale creativo, tanto che nel 2002 l'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS) propone il concetto di invecchiamento attivo come "il processo di ottimizzazione delle opportunità di salute, partecipazione e sicurezza per migliorare la qualità della vita delle persone che invec-

6 W.H. Ittelson, *Environmental perception and contemporary perceptual theory*, New York: Academic Press, 1973

7 M. Bonnes, G. Secchiaroli, *Psicologia ambientale: introduzione alla psicologia sociale e ambientale*. Roma: Carocci, 1998

8 P. Cavallero, *Beni culturali-ambientali: un patrimonio di comunicazione fra generazioni*, Turismo e Psicologia, 2014

9 P. Cavallero, B. Bertocci, S. Campinoti, *Alla scoperta di Certaldo: indagine sulla realtà culturale di un gruppo di anziani*, Turismo e Psicologia, 2011

10 M. Bonaiuto, E. Bilotta, F. Fornara, *Che cos'è la psicologia architettonica*, Roma: Carocci, 2004

chiano”<sup>11</sup>. Tale concetto è stato poi ripreso e adottato anche dai paesi dell’Unione Europea e dalle Nazioni Unite, predisponendo programmi specifici per l’attuazione di progetti volti a favorire un invecchiamento fisico e psicologico in salute, ma contemporaneamente anche una maggiore inclusione sociale<sup>12</sup>.

Le istituzioni svolgono un ruolo cruciale nella creazione di ambienti inclusivi e accessibili, volti alla promozione di dialoghi intergenerazionali: tali interventi e cambiamenti influenzano non solo l’immagine degli anziani, ma anche il loro stesso atteggiamento nei confronti della vecchiaia.

L’invecchiamento attivo è, in sintesi, un concetto di promozione positiva e impegnata dell’anzianità, un processo che mira a massimizzare le opportunità, le capacità e la qualità della vita delle persone anziane, consentendo loro di continuare a partecipare attivamente alla società. Esso apporta benefici sia individuali che comuni, contribuendo al miglioramento della qualità della vita, al benessere e alla realizzazione di comunità più forti e inclusive.

È proprio per una crescente dinamicità degli anziani, e grazie a un generale accrescimento del benessere sociale e alla maggiore attenzione istituzionale rivolta alle fasce più adulte della popolazione, che oggi molte persone anziane sono partecipanti attivi, ideatori e promotori di eventi culturali. I gruppi anziani della popolazione sono considerati individui portatori di risorse, esperienze e contributi da offrire alla società, e dei quali valorizzarne le capacità e le opportunità da condividere con la comunità. Infatti, tale target ha la peculiarità di essere al contempo spettatore e ricettore, creatore e trasmettitore di valori, storie e cultura: il coinvolgimento di persone in fascia di età molto adulta in attività culturali nuove è altresì un modo di soddisfare bisogni di auto-realizzazione e auto-sviluppo<sup>13</sup>.

La capacità di raccontare è tra le abilità di trasmissione più sviluppate tra gli anziani, i quali dimostrano di possedere un’ampia conoscenza delle storie tradizionali. A conferma, sono state svolte numerose ricerche e studi sulla trasmissione delle storie orali a diverse latitudini del mondo. Tutte giungono alla stessa conclusione: nella maggior parte delle società, anche quelle completamente diverse l’una dall’altra, gli anziani sono il gruppo che più spesso racconta e tramanda storie, cultura e conoscenze.

Tali studi confermano che le informazioni trasmesse attraverso la narrazione passano perlopiù dalle generazioni più mature a quelle più giovani, in particolare grazie ai nonni<sup>14</sup>. Quest’ultimi sono spesso indicati come fonte di ispirazione dai nipoti, per lo sviluppo e l’approfondimento di propri interessi e passatempi personali, come musica, letteratura, sport, ecc<sup>15</sup>. I nonni sono quindi i primi responsabili della trasmissione intergenerazionale della cultura e dei valori, e senza alcun dubbio figure difficilmente sostituibili.

11 *The World Health Report 2002: Reducing Risks, Promoting Healthy Life*, WHO, 2002

12 A. Walker, T. Maltby, *Active ageing: A strategic policy solution to demographic ageing in the European Union*. Int. J. Soc. Welf., 2012

13 O. Koropetska, *Self-Realization of Seniors as a Way of Overcoming Social Exclusion*. In: M. Stawiak-Osińska, S. Chrost, *Situation, Education and Activation of Elderly People in Europe*, Kielce: Agencja Reklamowa TOP- Drukarnia Cyfrowa, 2014

14 E. Schniter, N. T. Wilcox, B. A. Beheim, H. S. Kaplan, M. Gurven, *Information transmission and the oral tradition: Evidence of a late-life service niche for Tsimane Amerindians*, *Evolution and Human Behavior* (vol. 39), 2018

15 K. Kowalczyk, *Rola dziadków w naszym życiu*, Warszawa: CBOS, 2012

È quindi evidente come le giovani generazioni e le società hanno naturalmente individuato tra i ruoli attivi degli anziani quello di detentori di memoria, di veicolo di cultura, incarnazione di valori senza tempo. La creazione e costruzione di legami intergenerazionali è essenziale: la memoria si trasforma e diviene fondamentale strumento identitario<sup>16</sup>. L'anziano si fa custode di conoscenze, competenze, esperienze e tradizioni, favorendo una definizione di un patrimonio culturale comune. L'interazione attiva intergenerazionale favorisce un senso di appartenenza e identità culturale, ma altresì la promozione di un apprendimento reciproco di idee e memorie da prospettive diverse.

È proprio negli ultimi decenni che la cura nel preservare le tradizioni e il contributo alla creazione di cultura, sono avvertite come una forte esigenza sociale e civile<sup>17</sup>. È in un dialogo intergenerazionale che si ritrova il giusto equilibrio tra attenzione alle tradizioni e produzione di nuova cultura.

I rapporti tra giovani e anziani sono sicuramente mutati nel corso dei secoli. Se nelle società agricole o industriali le relazioni che intercorrevano tra le generazioni erano meramente di tipo funzionale (e quindi più statiche e passive), nella contemporaneità non vi è più un semplice tentativo di replicare il passato ma i legami sono ripensate in termini e modalità molto diversi. Il dialogo intergenerazionale è quel processo cardine nella comunicazione e scambio di idee, esperienze e punti di vista tra persone di diverse fasce d'età, di confronti volti a una reciproca comprensione e condivisione di conoscenze.

Il patrimonio culturale prodotto dalla fascia più anziana di una comunità è prezioso, ma è necessario che sia comunicato e elaborato in modo nuovo, per divenire risorsa e occasione di crescita. La condivisione di esperienze di vita, il racconto di storie, conoscenze e competenze, quando sono intergenerazionali, non possono essere unidirezionali - dal più vecchio al più giovane - ma si svolgono anche nel senso opposto.

Un semplice esempio sono i nipoti che condividono le loro competenze tecnologiche con i nonni, mentre quest'ultimi offrono una visione critica sull'utilizzo della tecnologia stessa, basata sulle proprie esperienze. Uno scambio arricchente per entrambe le parti coinvolte, un contributo nella ricerca di soluzioni più innovative e sostenibili.

Il dialogo intergenerazionale è fondamentale anche per la costruzione di una società inclusiva e armoniosa. È importante che le amministrazioni, a tutti i livelli, e le comunità si pongano come promotori attivi in tal senso, creando spazi e opportunità per l'interazione tra le diverse generazioni. Solo attraverso il dialogo e la condivisione, è possibile costruire un futuro migliore.

Anche l'Europa e le sue istituzioni pongono e propongono gli anziani nella veste di importanti attori sociali, cittadini attivi e responsabili degli aspetti culturali comunitari. Ne è un esempio la firma della Convenzione di Faro<sup>18</sup>, sottoscritta nel 2005 in Portogallo, e al momento ratificata da 24 paesi membri del Consiglio

16 M. Halbwachs, *La memoria collettiva*, Milano: Unicopli, 2001

17 A. Jakubowska, E. Kłosiewicz, M. Mękarski, *Changing the image of elderly people in Poland: the senior citizen as an important audience member and creator of culture*, In: *ENCATC Journal of Cultural and Policy*, Brussels, 2015

18 [Council of Europe Framework Convention on the Value of Cultural Heritage for Society \(CETS No. 199\)](#) - Council of Europe

d'Europa<sup>19</sup>. Il trattato riconosce il patrimonio culturale come “fattore cruciale per la crescita sostenibile, lo sviluppo umano e la qualità della vita, introducendo il diritto al patrimonio culturale”<sup>20</sup>, ovvero il diritto, individuale o collettivo<sup>21</sup>, di “trarre beneficio dal patrimonio culturale e a contribuire al suo arricchimento” (*Convenzione di Faro*, art. 4). L'oggetto della convenzione è una nozione di cultura nel suo senso più ampio e antropologico, ma viene altresì introdotto il concetto innovativo di eredità culturale.

A livello istituzionale viene quindi gradualmente abbandonata l'idea di un patrimonio culturale statico, immobile e immutabile, archiviando di conseguenza la concezione degli anziani come semplici trasmettitori. All'interno della Convenzione di Faro viene inoltre riportata nello specifico la definizione di *Heritage Community* - tradotta in italiano come comunità patrimoniale o comunità di eredità - come “un insieme di persone che attribuisce valore ad aspetti specifici dell'eredità culturale, e che desidera, nel quadro di un'azione pubblica, sostenerli e trasmetterli alle generazioni future” (*Convenzione di Faro*, art 2b). I valori diffusi dalle persone anziane sono oggi riconosciuti come risorse, per una maggiore crescita culturale, per rafforzare la coesione e la sicurezza sociale, per un miglioramento della qualità di vita e per uno sviluppo sostenibile<sup>22</sup>.

È sempre più frequente che molti anziani dedichino il loro tempo libero al volontariato, partecipando ad attività di organizzazioni no-profit, associazioni di quartiere, gruppi religiosi o altre iniziative che promuovono il bene comune. E perciò è determinante per la salvaguardia del patrimonio, dei valori e della storia degli anziani, una decisione comunitaria di trasmissione alle generazioni future, nell'ottica di un'azione pubblica. L'orientamento delle istituzioni nazionali e transnazionali è incrementare un processo decisionale partecipato “dal basso”, intrapreso dai relativi portatori di interesse, caratterizzati da un'alta responsabilità morale nei confronti del patrimonio culturale di riferimento<sup>23</sup>.

Le comunità che decidono di sostenere il proprio bagaglio culturale comunitario e di trasmetterlo alle generazioni prossime, permettono l'avviamento di un processo di crescita collettiva di consapevolezza e responsabilità nei confronti del patrimonio culturale stesso. Vengono disincentivati quei processi di selezione e identificazione del patrimonio culturale solo a opera di studiosi ed esperti, mentre piuttosto le ricerche accademiche e scientifiche si muovono di concerto e a sostegno della comunità stessa.

Includendo la popolazione anziana nella struttura sociale e incoraggiando a svolgere un ruolo partecipativo nei processi decisionali che li riguardano, si aumenta la consapevolezza collettiva sull'importanza del patrimonio trasmesso. Consultare i gruppi di persone adulte nelle decisioni che riguardano la gestione e la conservazione del patrimonio culturale, è un prezioso punto di partenza per preservare le tradizioni, proteggere i siti storici, organizzare eventi culturali e promuovere la valorizzazione dei patrimoni culturali locali.

19 [Chart of signatures and ratifications of Treaty 199](#), June 2023 - Council of Europe

20 Dario Franceschini, Ministro per i beni e le attività culturali e per il turismo, in merito alla ratifica italiana della convenzione di Faro, 23 settembre 2020

21 D. Manacorda, *La „Convenzione di Faro” e la tradizione culturale italiana*, In: *La valorizzazione dell'eredità culturale in Italia. Atti del convegno*, Il Capitale culturale, 2016

22 D. Manacorda, *Il patrimonio culturale tra politica e società*, in *DigitCult*, in *Scientific Journal on Digital Cultures*, 2018

23 M.L. Picchio Forlati, *Il patrimonio culturale immateriale. Venezia e il Veneto come patrimonio europeo*, Padova: Edizioni Ca' Foscari, 2014

Gli anziani sono quindi riconosciuti come testimoni valenti in quanto detentori di saperi complessi, rappresentanti di valori e storie di cui sono anche portatori<sup>24</sup>, offrendo approcci originali su sfide personali, professionali e sociali e condividendo conoscenze che possano essere d'aiuto all'altro.

Ben si inserisce nelle questioni legate alla narrazione e alla trasmissione di valori e storie, la promozione di azioni educative e formative di alfabetizzazione digitale, incoraggiate da una cultura dello sviluppo degli anziani. La necessità di crescita e sviluppo di competenze è anche uno degli obiettivi dell'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile<sup>25</sup>. Sottoscritta nel 2015 dai governi dei paesi membri delle Nazioni Unite, l'Agenda è costituita da 17 Obiettivi generali, che si sviluppano in un programma d'azione più vasto di target e traguardi da raggiungere in ambito ambientale, economico, sociale e istituzionale entro il 2030. Garantire una formazione continua pone le basi a qualsiasi cittadino di essere individuo responsabile, in grado di impegnarsi con la collettività per il conseguimento un interesse comune.

La formazione permanente è infatti un'ulteriore attività di inclusione e di maggiore sviluppo delle competenze e della partecipazione attiva dei gruppi sociali più anziani, importante opportunità per promuovere un continuo apprendimento e lo sviluppo personale. Oggi, sono attivi numerosi programmi di formazione o di aggiornamento rivolti alle generazioni meno giovani. Singoli progetti o programmi ben strutturati, volti a favorire la loro partecipazione attiva, consentire loro di acquisire nuove competenze e conoscenze, e migliorare la loro qualità di vita complessiva.

Ne sono un chiaro esempio l'istituzione di numerose "Università della Terza Età" sparse in tutto il territorio europeo e mondiale<sup>26</sup>. La formazione continua ha un'utilità molto impattante per il singolo sia per la collettività, come il mantenimento di una buona salute mentale, il miglioramento di abilità cognitive, l'espansione di reti sociali e maggiore senso di realizzazione personale. È quindi importante che le comunità, le istituzioni educative e le organizzazioni sostengano progetti e programmi di *lifelong learning* per gli anziani, accessibili e adatti alle loro esigenze.

I rapidi processi di digitalizzazione in corso impongono alle persone anziane un adattamento repentino ai cambiamenti, e di essere sempre più parte attiva per aumentare o mantenere a livelli adeguati la propria qualità di vita, l'inclusione e il benessere individuale e sociale. Le proposte di formazione permanente si inseriscono in questo senso come offerta essenziale per questa fascia d'età, supportandoli nell'apprendimento continuo e nello sviluppo di competenze digitali e di cittadinanza<sup>27</sup>.

Oltre all'apprendimento orale di valori e testimonianze, nella sua vita l'anziano ha vissuto e sperimentato un numero rilevante di altre esperienze: per questo, logicamente, è considerato come influente depositario di memorie. Nel momento in cui la memoria diviene narrazione, esplose anche una dimensione creativa propria e unica, in cui gli eventi superano i riferimenti strettamente storici, assumendo più la forma di

24 G. Tuzi, *La comunità autonoma di Cantabria: patrimonio immateriale e istituzioni culturali*, Casa Editrice Leo S. Olschki, 2008

25 [Sustainable Development Goals, SDGs](#) - UNC

26 M. Formosa, *Lifelong learning in later life: The Universities of the Third Age*. Lifelong Learning Institute Review, 2010

27 M. Repetto, M. Talarico, *Digital storytelling e civic engagement nella formazione permanente*, Formazione & Insegnamento XIX – 1, 2021

racconto storico, una storia filtrata da un soggetto<sup>28</sup>. Rendere tangibile e visibile la memoria delle comunità, ha un forte significato di ricostruzione di una propria storia, un fondamento per la realizzazione di un'identità collettiva.

Narrare è strumento determinante di interpretazione della realtà, un confronto concreto con l'ambiente sociale vissuto, un modo per afferrare concetti dello spazio circostante e trasmetterlo agli altri<sup>29</sup>. La narrazione, oltre ad avere la chiara funzione di memoria, si attiva come background in cui inserire le scelte individuali e di gruppo sociale<sup>30</sup>. Raccontare è quindi un'attività decisiva per gli anziani, forma espressiva che aiuta a mettere a fuoco ciò che li circonda, e a fornire un chiaro significato alle esperienze vissute, facilitando i processi di sviluppo sociale, organizzativo, e dell'apprendimento. Il punto di vista narrativo degli anziani è chiaramente connesso alle scelte attuate dagli stessi durante la propria esistenza, che si intrecciano e condizionano fortemente l'attribuzione di significato degli eventi e della realtà circostante attualmente vissuta<sup>31</sup>.

Con il racconto e la partecipazione attiva nella trasmissione e rielaborazione di valori, storia e patrimonio culturale, le persone anziane favoriscono l'altro a interessarsi alla cultura, di beneficiare delle loro conoscenze, esperienze e capacità. L'apprendimento non è subito passivamente, ma all'opposto viene recepito e fatto proprio, in una costruzione dinamica e creativa, attraverso anche l'interpretazione. La tradizione è motivo di crescita e formazione di nuove esperienze solo se affrontata criticamente, e reinvestita di nuovi significati<sup>32</sup>.

Concludendo, gli anziani sono narratori preziosi di storie e valori che costituiscono la complessità della cultura di una comunità. Attraverso la narrazione orale, si preservano e trasmettono le tradizioni, le credenze popolari e le esperienze personali che riflettono quella specifica identità culturale. La ricchezza di esperienze e conoscenze accumulate li rende dei veri tesori viventi per le generazioni future.

Con le loro storie, si pongono come protagonisti nell'essere veicolo di memoria collettiva, soggetti essenziali nel tramandare la diversità e la ricchezza delle usanze e valori, pienamente inseriti in un dialogo di scambio intergenerazionale e in un mondo in continua evoluzione. Gli anziani spesso sono anche testimoni diretti di eventi storici, e possono offrire inedite prospettive sul passato, permettendo alle generazioni future una migliore comprensione dei contesti storici che li hanno preceduti. È quindi importante promuovere un dialogo aperto e una reciproca comprensione e rispetto tra le diverse generazioni, per favorire relazioni arricchenti per entrambe le parti.

In sintesi, gli anziani sono narratori preziosi di storia e cultura. È perciò necessario valorizzare e preservare le loro storie e le loro conoscenze, garantendo loro un ruolo attivo nella società. La loro voce può essere solo che una risorsa inestimabile per il futuro.

28 W. Storr, *The Science of Storytelling: Why Stories Make Us Human and How to Tell Them Better*. Abrams ed., 2020.

29 J. Bruner, *Actual minds, possible words*, Cambridge: Harvard University Press, 1986

30 G. Chiosso (ed.), *Elementi di pedagogia. L'evento educativo tra necessità e possibilità*, Brescia: La scuola, 2002

31 A. Smorti, *Narrazioni. Cultura, memorie, formazione del Sé*, Firenze: Giunti, 2007

32 G. Benelli, *Memoria e identità nell'interazione tra giovani e anziani*. In: *Le Università della Terza Età fra "archivi" delle tradizioni e "laboratori" del futuro: il ruolo della memoria e dei rapporti intergenerazionali*. Torino: UNITRE - Università delle Tre Età, 2010

## RIFERIMENTI

# I vantaggi derivati dal ridare operatività agli anziani e dalla loro inclusione nella società dell'informazione

## Introduzione

Nell'attuale era digitale in rapida evoluzione, è essenziale riconoscere il valore e il potenziale degli anziani nella società dell'informazione. Poiché la tecnologia continua a plasmare le nostre vite, è fondamentale garantire che gli anziani non vengano lasciati indietro. Ridando operatività agli anziani e includendoli nel panorama digitale, possiamo attingere alla loro vasta conoscenza, esperienza e saggezza, promuovendo una società più inclusiva e interconnessa.

Abbiamo osservato e partecipato a cambiamenti di natura socio-economica. Questi cambiamenti stanno avvenendo in tutto il mondo. Il catalizzatore di questi cambiamenti sono le moderne tecnologie dell'informazione e della comunicazione (TIC). Esse contribuiscono a trasformazioni significative in quasi tutti i settori della vita economica e sociale. L'insieme di questi fenomeni è noto come *società dell'informazione*. Per essere un membro attivo e consapevole di questa società è essenziale possedere competenze adeguate nel campo dell'uso delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione. Tuttavia, la mancanza di tali competenze porta all'esclusione digitale. In realtà, l'esclusione dal digitale presuppone la perdita dei vantaggi che esso offre, generando danni sociali ed economici alle persone che non vi hanno accesso e generando (o esacerbando) disuguaglianze tra i diritti delle persone e dei popoli con possibilità e competenze diverse nella sfera digitale.

Il digitale, infatti, è diventato uno strumento fondamentale nella vita dei cittadini. L'istruzione e la formazione, la condivisione, la discussione sono ormai parte della realtà virtuale e passano anche attraverso la Rete. Inoltre, recentemente la pandemia di Covid-19 ha reso ancora più urgente la necessità di avere accesso a Internet per ogni lavoratore o studente, in Italia e nel mondo. Ma non in tutti i casi il passaggio al digitale è stato facile o possibile, perché non in tutti i Paesi e in tutte le famiglie la connessione e gli strumenti sono disponibili allo stesso modo. Qualcuno, quindi, è rimasto escluso da questo meccanismo, per mancanza di mezzi o di competenze, e tra i Paesi e persino tra gli stessi individui si è creato il *digital divide*.

Che cos'è il *digital divide*? *Digital divide* si riferisce alla distanza che esiste tra coloro che hanno accesso alle tecnologie digitali, come computer e Internet, e coloro che ne sono esclusi. Esiste anche un *digital divide* di secondo livello, che si manifesta nei Paesi avanzati che hanno quasicompletamente superato il problema dell'accesso alla Rete: in questi casi si apre un altro divario, che riguarda le competenze di fruizione degli individui. Il *digital divide* indica quindi sia la differenza di accesso alle tecnologie sia la differenza di competenze specifiche necessarie per utilizzarle.

Il *digital divide* può essere utilizzato per indicare il divario tra persone diverse nella stessa area geografica, le differenze tra regioni o Paesi dello stesso Stato o le differenze tra nazioni. In generale, è possibile distinguere il *digital divide* in tre tipi:

- Globale: indica le differenze esistenti tra i diversi Paesi del mondo, dai più ai meno sviluppati;
- Sociale: si riferisce alle discrepanze all'interno dei singoli Paesi;
- Democratico: si riferisce alle disuguaglianze nella partecipazione alla vita politica e sociale da parte degli individui di un Paese, in base all'uso consapevole delle nuove tecnologie.

Le categorie più colpite dal *digital divide* e che rischiano di essere escluse dalle nuove tecnologie sono le donne che vivono in condizioni particolari o in determinate culture, gli immigrati, le persone con disabilità e tutti gli individui con un basso livello di istruzione ma, cosa più rilevante per questo studio, gli anziani che spesso non hanno le competenze necessarie per utilizzare gli strumenti informatici.

Per valutare la situazione relativa alla digitalizzazione in Italia, soprattutto a seguito dell'emergenza sanitaria legata al Covid-19, l'Istat ha redatto il Rapporto 2020 sul Benessere Equo e Sostenibile (BES), che analizza la situazione in Italia, con particolare attenzione alla propensione della popolazione alla digitalizzazione. Per evidenziare l'eventuale *digital divide*, l'Istat ha utilizzato indicatori come la disponibilità in famiglia di almeno un computer e di una connessione a Internet, in modo da valutarne l'effettivo utilizzo. Ciò che emerge dal rapporto è un aumento dell'utilizzo delle tecnologie digitali, anche a seguito della pandemia, ma con tassi diversi a seconda dell'età e del sesso degli individui e dell'area in cui vivono. Sono queste diversità a generare il *digital divide* italiano. Lo svantaggio persiste al Sud, tra le donne e gli anziani.

Secondo il rapporto Istat, in Italia sono presenti differenze geografiche, con il Sud in maggiore svantaggio digitale. Un altro fattore di differenza è individuato nel genere degli individui, ma il *digital divide* varia anche in base alle diverse fasce d'età: quasi tutti i 15-24enni, infatti, navigano in rete, ma la percentuale cala sensibilmente negli individui di 60-64 e 65-74 anni. Inoltre, anche il livello di istruzione degli individui è un fattore da tenere in considerazione. Secondo il rapporto, infatti, a seconda del livello di istruzione cambiano le competenze e le capacità di accesso alla Rete. Complessivamente, nel 2019, poco più della metà degli occupati tra i 25 e i 64 anni aveva competenze digitali (di base o elevate), un dato che rappresenta una differenza di 15 punti percentuali rispetto alla media europea. Questo, spiega il rapporto, "conferma che il nostro Paese è ancora caratterizzato da un *digital divide* di primo livello legato all'accesso"<sup>1</sup>.

Un quadro simile è stato offerto dall'edizione 2022 del Digitization of Economy and Society Index (DESI), che ha collocato l'Italia al 18° posto tra i 27 Stati membri dell'Unione Europea<sup>2</sup>. "Dagli indicatori di quest'anno", si legge nel rapporto, "emerge che l'Italia sta colmando il gap con l'Unione Europea nelle competenze digitali di base. Tuttavia, la situazione non è positiva dal punto di vista del capitale umano, dove l'Italia si colloca al 25° posto: "Più della metà dei cittadini italiani non ha nemmeno le competenze digitali di base" e, nonostante il 46% delle persone abbia almeno le competenze digitali di base, il nostro Paese si colloca al di sotto della media UE del 54%. Questi dati evidenziano il gap italiano rispetto alla media europea della digitalizzazione"<sup>3</sup>.

Allo stesso tempo, vale la pena notare che le analisi demografiche della popolazione italiana indicano che la nostra società sta invecchiando molto rapidamente. Tra i più importanti cambiamenti demografici in atto nella società italiana si possono citare i seguenti fenomeni:

- Nel 2022, la popolazione residente in Italia ammontava a 58,98 milioni, con una diminuzione di quasi un milione negli ultimi quattro anni.

1 ISTAT Report on Equitable and Sustainable Well-being (BES), 2020 - <https://www.istat.it/it/files/2021/10/BES-Report-2020.pdf>

2 The 2022 edition of the Digital of Economy and Society Index (DESI) - <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/digital-economy-and-society-index-desi-2022>

3 Dati Eurostat, 2022 - <https://ec.europa.eu/eurostat/data/database>

- il numero di nascite in costante diminuzione negli ultimi anni. Tra il 2010 e il 2021, questa cifra è scesa da circa 550.000 a 400.000 neonati. Nel 2022, nasceranno quasi sette bambini ogni 1.000 abitanti, circa due bambini in meno rispetto al 2002.
- La diminuzione del tasso di natalità è legata anche all'invecchiamento della popolazione. I dati sulla distribuzione per età della popolazione italiana mostrano che la quota di persone fino a 14 anni è diminuita costantemente. Successivamente, la percentuale di popolazione di 65 anni e più è cresciuta, superando la popolazione giovane di circa il 12%. Nel 2023, l'età media degli italiani era di 46,3 anni. Le previsioni indicano che l'età media aumenterà in futuro. Infatti, potrebbe raggiungere i 53,6 anni entro il 2050.

In questo rapporto esploriamo i numerosi vantaggi che derivano dall'attivazione degli anziani e dalla loro integrazione nella società dell'informazione, evidenziando il potere trasformativo che essa possiede per gli individui, le comunità e la società nel suo complesso.

### I. Superare l'isolamento sociale e la solitudine

L'isolamento sociale e la solitudine sono problemi pressanti per gli anziani, soprattutto per quelli in pensione o che vivono da soli. Quasi il 28% degli italiani sopra i 65 anni vive da solo, di cui circa 1,3 milioni non hanno accesso a una rete sociale, secondo l'Istituto Nazionale di Statistica.

Includere gli anziani nella società dell'informazione offre una soluzione efficace per mitigare queste sfide. Le piattaforme digitali offrono opportunità di interazione sociale e di connessione, consentendo agli anziani di rimanere in contatto con i propri cari, di impegnarsi in conversazioni significative e di costruire nuove relazioni.

Le piattaforme dei social media consentono agli anziani di riconnettersi con i vecchi amici, di unirsi a gruppi basati sugli interessi e di partecipare a comunità virtuali. Possono condividere esperienze, discutere di interessi comuni e offrirsi sostegno reciproco. Le videochiamate e i servizi di messaggistica online consentono agli anziani di avere conversazioni faccia a faccia con familiari e amici, indipendentemente dalla distanza geografica. Queste interazioni colmano il divario creato dalla separazione fisica, riducono il senso di isolamento e migliorano il benessere generale.

Inoltre, Internet apre le porte per incontrare nuove persone e stabilire connessioni al di là dell'ambiente circostante. Gli anziani possono impegnarsi in forum online, partecipare a club virtuali e frequentare webinar, ampliando le loro reti sociali e promuovendo un senso di appartenenza. Queste vie digitali offrono l'opportunità di entrare in contatto con persone che la pensano allo stesso modo, di stringere amicizie e di impegnarsi in conversazioni intellettualmente stimolanti.

## II. Migliorare il funzionamento cognitivo e il benessere mentale

Coinvolgere gli anziani nella società dell'informazione ha un profondo impatto sul loro funzionamento cognitivo e sul loro benessere mentale. Con l'avanzare dell'età, le capacità cognitive possono diminuire, ma l'uso delle tecnologie digitali può aiutare a stimolare il cervello, a promuovere l'agilità mentale e a migliorare le capacità cognitive degli anziani.

Le risorse educative online danno agli anziani opportunità di apprendimento permanente. Corsi virtuali, esercitazioni e biblioteche digitali offrono una ricchezza di conoscenze su vari argomenti, consentendo agli anziani di esplorare nuovi interessi e acquisire nuove competenze. Impegnarsi nell'apprendimento continuo aiuta gli anziani a mantenere la mente attiva, a migliorare la conservazione della memoria e a promuovere la flessibilità cognitiva.

Le applicazioni per l'allenamento del cervello e i giochi interattivi progettati appositamente per gli anziani offrono stimoli e sfide mentali. Queste applicazioni forniscono esercizi che mirano alla memoria, all'attenzione, alla risoluzione di problemi e ad altre abilità cognitive. L'uso regolare di questi strumenti digitali può contribuire a mantenere la vitalità cognitiva e a ritardare il declino cognitivo legato all'età.

Inoltre, Internet è una risorsa preziosa per gli anziani per accedere alle informazioni relative alla loro salute e al loro benessere. Le piattaforme sanitarie online forniscono informazioni affidabili e aggiornate sulla gestione delle patologie croniche, sull'invecchiamento sano e sulla prevenzione. I anziani possono tenersi informati sulle ultime ricerche, sulle opzioni terapeutiche e sulle scelte di vita che promuovono una salute ottimale. Le comunità di supporto online consentono agli anziani di entrare in contatto con altre persone che affrontano problemi di salute simili, fornendo una piattaforma per condividere esperienze, chiedere consigli e offrire sostegno reciproco. Queste connessioni possono avere un impatto positivo significativo sul benessere mentale<sup>4</sup>.

## III. Aumentare l'indipendenza e la qualità della vita

L'inclusione degli anziani nella società dell'informazione consente loro di vivere in modo più indipendente e migliora la loro qualità di vita complessiva. Gli strumenti e i servizi digitali offrono soluzioni pratiche che consentono agli anziani di superare varie barriere e migliorare la loro vita quotidiana.

Le applicazioni mobili e i dispositivi medici digitali svolgono un ruolo cruciale nella gestione della salute e del benessere. Gli anziani possono utilizzare queste tecnologie per tenere traccia dei programmi di cura, monitorare i segni vitali e gestire le condizioni croniche. I promemoria e le notifiche assicurano l'aderenza ai regimi farmacologici e il monitoraggio dei dati aiuta gli anziani e i loro fornitori di assistenza sanitaria a monitorare i progressi e a prendere decisioni informate. Tali dispositivi possono anche rilevare cadute o emergenze, inviando avvisi agli assistenti o ai servizi di emergenza.

<sup>4</sup> Czaja S. J., Charness N., Fisk A. D., Hertzog C., Nair S. N., Rogers W. A., Sharit J. (2006). Factors predicting the use of technology: Findings from the Center for Research and Education on Aging and Technology Enhancement (CREATE). *Psychology and Aging*, 21, 333-352

I servizi di teleassistenza sono diventati sempre più popolari e consentono agli anziani di ricevere consultazioni mediche a distanza. Le videochiamate o le chat online consentono di accedere ai professionisti del settore sanitario senza la necessità di spostarsi fisicamente. Ciò è particolarmente vantaggioso per gli anziani con difficoltà motorie o che vivono in aree remote con accesso limitato alle strutture sanitarie. I servizi di teleassistenza aumentano la convenienza, riducono i tempi di attesa e migliorano i risultati dell'assistenza sanitaria per gli anziani.

I servizi di acquisto e consegna online sono un altro aspetto che migliora notevolmente l'indipendenza degli anziani. Gli anziani possono facilmente acquistare online generi alimentari, articoli per la casa e altre necessità, eliminando la necessità di spostamenti fisici e di sollevamenti pesanti. Le piattaforme di commercio elettronico, pensate per le esigenze degli anziani, offrono un'ampia gamma di prodotti e servizi specificamente progettati per migliorare la loro vita quotidiana. Questa comodità promuove l'autonomia e consente agli anziani di vivere in modo più indipendente.

#### **IV. Opportunità economiche e occupazionali**

L'inclusione degli anziani nella società dell'informazione non solo è vantaggiosa per gli individui, ma contribuisce anche all'economia. Gli anziani possiedono un patrimonio di conoscenze, competenze ed esperienze acquisite nel corso della loro vita. Potenziando le loro competenze digitali, possono sfruttare queste risorse per cogliere diverse opportunità di lavoro, di imprenditorialità e di condivisione delle conoscenze.

Molti anziani trovano soddisfazione e uno scopo nel perseguire un lavoro part-time o freelance durante gli anni della pensione. Le tecnologie digitali garantiscono agli anziani piattaforme per offrire i loro servizi come consulenti, coach o liberi professionisti. Possono utilizzare le loro competenze in settori come consulenza, coaching, scrittura o attività creative, rivolgendosi a un pubblico globale attraverso le piattaforme online. Queste opportunità consentono agli anziani di continuare a contribuire con le loro competenze, generare reddito e rimanere attivamente coinvolti nella società.

L'imprenditorialità è un'altra strada che trae vantaggio dall'inclusione degli anziani nella società dell'informazione. Gli anziani possono creare la propria attività, sfruttando la loro esperienza e le loro conoscenze del settore. Che si tratti di un negozio online, di una società di consulenza o di un servizio specializzato, gli anziani possono attingere al mercato digitale per raggiungere clienti in tutto il mondo.

La possibilità di entrare in contatto con una base di clienti globale elimina le limitazioni geografiche e apre nuove strade per il successo imprenditoriale.

Inoltre, gli anziani apportano prospettive ed esperienze preziose alla forza lavoro. Incoraggiare la collaborazione intergenerazionale e la condivisione delle conoscenze crea un ambiente di lavoro più dinamico e diversificato. Gli anziani possono fungere da mentori, condividendo la loro saggezza e guidando i colleghi più giovani, beneficiando al contempo delle conoscenze e delle nuove prospettive delle generazioni più giovani. Questo scambio di conoscenze e competenze favorisce una cultura del lavoro vivace e porta all'innovazione e alla crescita.

La ricerca curata da Valerio Mancini, Direttore del Centro di Ricerca della Rome Business School, è molto attinente e interessante a questo proposito. Gli adulti di età superiore ai 50 anni contribuiscono al PIL globale per 45 miliardi di dollari e nel 2050 questa cifra raggiungerà i 96 miliardi di dollari. Grazie alla loro capacità di spendere in beni e servizi, nel 2020 la popolazione over 50 sosterrà un terzo dei posti di lavoro mondiali, ovvero poco più di 1 miliardo di posti di lavoro, generando 23 miliardi di dollari di reddito da lavoro. Entro il 2050, si prevede che gli over 50 sosterranno 1,5 miliardi di occupazioni (pari al 38% dei posti di lavoro mondiali) e il loro impatto sul reddito da lavoro dovrebbe più che raddoppiare, raggiungendo i 53 miliardi di dollari.

L'impatto è forte, quindi, anche in termini di spesa: già nel 2020, l'Italia è al primo posto con una percentuale di spesa degli over 50 del 67,7%, seguita da Hong Kong (60,8%), Grecia (60,4%) e Danimarca (60,2%). In termini monetari, in Italia il valore aggiunto attribuibile ai settori economici in cui la Silver Economy ha un impatto diretto è di almeno 43,4 miliardi di euro: a fronte di una spesa media mensile delle famiglie italiane di circa 2.571 euro, la coppia di over 65 senza figli spende mensilmente circa 2.674 euro. In questo contesto, "il nostro Paese è ben posizionato in settori cardine della silver economy come la prevenzione, la salute e l'assistenza domiciliare avanzata, grazie ai primati industriali nella mobilità e nella nutraceutica", afferma Valerio Mancini, autore dello studio<sup>5</sup>.

## V. Colmare il divario generazionale

L'inclusione degli anziani nella società dell'informazione promuove la comprensione e la collaborazione intergenerazionale, colmando il divario tra le generazioni. Incoraggiando gli anziani ad adottare le tecnologie digitali, essi possono entrare in contatto con i familiari e gli amici più giovani, favorendo relazioni più forti e il sostegno reciproco. Videochiamate, messaggistica istantanea e piattaforme di social media consentono agli anziani di comunicare con i nipoti, condividere esperienze, storie e consigli. Queste interazioni rafforzano i legami familiari e creano ricordi duraturi tra le generazioni.

I programmi e le iniziative intergenerazionali che promuovono l'alfabetizzazione digitale offrono agli anziani e ai giovani l'opportunità di imparare gli uni dagli altri. Gli anziani possono condividere le loro esperienze di vita, le loro competenze e le loro intuizioni, mentre le generazioni più giovani possono offrire una guida per orientarsi nel panorama digitale. Questo scambio di conoscenze favorisce la comprensione, abbate gli stereotipi e crea una società armoniosa che valorizza i contributi di tutte le generazioni. Inoltre, incoraggia la collaborazione su vari progetti, sfruttando i punti di forza collettivi di più gruppi di età per affrontare le sfide della società e guidare un cambiamento positivo.

<sup>5</sup> Valerio Mancini, Research Center of the Rome Business School, *Silver economy and demographic aging in Italy* - <https://romebusinessschool.com/blog/rome-business-school-study-silver-economy-16-million-over-65s-in-italy-in-2030-a-huge-business/>

## VI. Implicazioni e considerazioni politiche

Per realizzare appieno i benefici dell'attivazione degli anziani nella società dell'informazione, è fondamentale affrontare le barriere che incontrano e implementare politiche di supporto. I governi, le organizzazioni non profit e le comunità dovrebbero investire in programmi di formazione per l'alfabetizzazione digitale, adattati alle esigenze degli anziani, fornendo loro le competenze e le conoscenze necessarie per navigare con sicurezza nel panorama digitale. Questi programmi dovrebbero offrire una guida graduale, che copra le competenze informatiche di base, l'uso di Internet e le applicazioni specifiche rilevanti per i loro interessi e la loro vita quotidiana.

Inoltre, è essenziale dare priorità a progetti tecnologici accessibili e facili da usare, per garantire che gli anziani possano impegnarsi pienamente con le piattaforme digitali. Le interfacce utente devono essere intuitive, con istruzioni chiare e indicazioni visive che rispondano alle esigenze degli anziani. Caratteristiche come caratteri più grandi, contrasto regolabile e comandi vocali possono migliorare l'usabilità per gli anziani con disabilità visive o fisiche.

Un accesso a Internet accessibile e affidabile è fondamentale anche per l'inclusione degli anziani nella società dell'informazione. I governi dovrebbero adoperarsi per fornire pacchetti internet a prezzi accessibili, pensati appositamente per gli anziani, garantendo loro l'accesso alle risorse e ai servizi online necessari. Si possono anche istituire programmi di assistenza finanziaria per sostenere gli anziani nell'acquisto di dispositivi digitali, come smartphone, tablet o computer.

La collaborazione tra governi, organizzazioni non profit e comunità è essenziale per creare un ecosistema di supporto per l'attivazione degli anziani nella società dell'informazione. Si possono creare partnership per creare centri comunitari o hub digitali dove i anziani possano accedere alla formazione, ricevere assistenza tecnica e impegnarsi in reti di supporto continue. Questi centri possono fungere da spazio fisico per i anziani per connettersi, imparare e condividere esperienze, favorendo ulteriormente la loro inclusione nel mondo digitale.

### Conclusioni

Rendere nuovamente operativi gli anziani e includerli nella società dell'informazione produce numerosi benefici per gli individui, le comunità e la società nel suo complesso. Abbattendo le barriere, dotando gli anziani di competenze digitali e fornendo loro risorse, possiamo sfruttare il loro immenso potenziale e combattere il divario digitale.

Come si può realizzare questo obiettivo? Ogni Paese, nel tempo, ha implementato le proprie strategie nazionali per cercare di ridurre le differenze tra chi ha accesso alle tecnologie digitali e alle competenze complete e chi, al contrario, è svantaggiato.

L'Italia, a questo proposito, ha adottato una Strategia Nazionale per le Competenze Digitali per eliminare l'attuale gap con gli altri Paesi europei simili all'Italia entro il 2025, in modo da rendere il digitale una

reale opportunità di crescita sociale ed economica per tutte e tutti, abbattendo l'analfabetismo digitale e sviluppando un necessario percorso di cambiamento culturale in tutti i settori della società. Altri interventi, invece, sono di natura più pratica, dall'erogazione di incentivi economici, che possono aiutare ad attivare la connessione a Internet o ad acquistare dispositivi adeguati, allo sviluppo di infrastrutture adeguate per la diffusione della Rete a banda ultralarga, con un'elevata velocità di connessione. In questo modo, si vuole garantire ai cittadini una copertura completa, in modo da ridurre, se non eliminare, il *digital divide*, in tempi in cui l'accesso alle nuove tecnologie è diventato essenziale in quasi tutti gli ambiti della vita.

In conclusione, sulla base dell'analisi e delle informazioni presentate in questo documento, possiamo affermare che, dall'attenuazione dell'isolamento sociale al miglioramento delle funzioni cognitive, al potenziamento dell'indipendenza, alla promozione dei legami intergenerazionali e delle opportunità economiche, l'inclusione degli anziani nel mondo digitale porta a una società più inclusiva e vivace.

Riconoscendo e valorizzando la saggezza e l'esperienza degli anziani, creiamo un futuro che abbraccia i contributi di tutte le fasce d'età, arricchendo il nostro viaggio collettivo nell'era digitale. È attraverso sforzi concertati, politiche di sostegno e iniziative di collaborazione che possiamo creare una società dell'informazione inclusiva, a beneficio di individui di tutte le età. È fondamentale lavorare insieme per attivare i anziani e liberare il loro pieno potenziale nell'era digitale.

## FONTI

- The 2022 edition of the Digital of Economy and Society Index (DESI) - <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/digital-economy-and-society-index-desi-2022>
- ISTAT Report on Equitable and Sustainable Well-being (BES), 2020 - <https://www.istat.it/it/files/2021/10/BES-Report-2020.pdf>
- Eurostat Data - <https://ec.europa.eu/eurostat/data/database>
- Czaja S. J., Charness N., Fisk A. D., Hertzog C., Nair S. N., Rogers W. A., Sharit J. (2006). Factors predicting the use of technology: Findings from the Center for Research and Education on Aging and Technology Enhancement (CREATE). *Psychology and Aging*, 21, 333-352
- Valerio Mancini, Research Center of the Rome Business School, *Silver economy and demographic aging in Italy*
- <https://romebusinessschool.com/blog/rome-business-school-study-silver-economy-16-million-over-65s-in-italy-in-2030-a-huge-business/>



**Storytelling 55+**

COMPETENCES OF THE ACTIVE SENIOR

## Parte 2



**Storytelling 55+**

COMPETENCES OF THE ACTIVE SENIOR

# Descrizione del metodo educativo e istruzioni per l'utilizzo dei risultati

## INTRODUZIONE

Un programma completo per lo sviluppo delle competenze di narrazione si compone dei seguenti elementi:

1. Corso di formazione „CulturalStorytelling”: schemi di lezione e multimedia per gli anziani.
2. Set di carte per la narrazione - carte per la narrazione del patrimonio culturale locale.
3. Questo e-book che fornisce una guida metodologica per gli educatori.

Il programma è stato sviluppato come risultato del progetto „Active Senior Competence - Storytelling 55+”, realizzato tra il 2020 e il 2023 da organizzazioni di Polonia, Slovenia e Italia nell’ambito del programma Erasmus+, Educazione degli adulti, Azione 2 Partenariati strategici.

Il progetto è il risultato di una partnership internazionale avviata e guidata dalla Lublin Regional Tourist Organisation (LROT), un’organizzazione la cui missione è creare l’immagine del Lublin Voivodeship come regione attraente dal punto di vista naturale e culturale. L’organizzazione svolge un ruolo educativo legato al trasferimento di conoscenze sul patrimonio storico e culturale della regione. L’organizzazione impiega specialisti nel campo del turismo, dell’informazione, della promozione e persone impegnate in attività educative. Le strutture della LROT comprendono l’ufficio dell’organizzazione, il Centro di informazione turistica e culturale di Lublino e il Punto di informazione turistica ed economica presso l’aeroporto di Świdnik. L’organizzazione riunisce oltre 90 enti: amministrazioni locali, organizzazioni turistiche locali, imprenditori, istituzioni culturali e università.

L’organizzazione partner capofila è la slovena Ljudska Univerza Rogaska Slatina. È un ente senza scopo di lucro con una ricca storia di educazione e formazione degli adulti, soprattutto all’interno della comunità locale. All’interno delle sue strutture è presente un’Università della Terza Età molto attiva, che offre diverse attività formative per gli over 55. Tra queste, corsi di lingue, corsi di informatica, corsi di salute, conferenze, laboratori, escursioni e molto altro.

Il secondo partner è l’Unione degli Assessorati alle Politiche Socio-sanitarie dell’Istruzione e del Lavoro della Sicilia. Si tratta di un’associazione di enti pubblici locali con sede a Palermo, fondata nel 2005. L’unione riunisce 31 comuni, le sue attività mirano a migliorare l’efficienza della spesa pubblica, ma anche a impegnarsi in vari progetti finalizzati all’educazione degli adulti, alla formazione dei dipendenti pubblici, ma anche in attività legate al dialogo intergenerazionale. L’organizzazione sostiene attività innovative a livello comunitario.

Il progetto „Active Senior Competencies - Storytelling 55+” prevedeva lo sviluppo di materiali didattici innovativi destinati agli educatori che conducono varie forme di educazione informativa (ad esempio, laboratori) per gli anziani. Ai fini del progetto, abbiamo definito gli anziani come persone con più di 55 anni, senza limiti di età. Ci rendiamo conto che si tratta di una sezione molto ampia di età e che una persona di 55 anni non può essere considerata „anziana”, in quanto è nel pieno della sua vita e ancora attiva professionalmente. Tuttavia, i nostri materiali didattici sono abbastanza versatili da poter servire gruppi diversi; inoltre, sono

applicabili alla realizzazione di progetti intergenerazionali, in cui i partecipanti sono di diverse generazioni. I risultati che abbiamo sviluppato supportano le competenze culturali di narrazione del nostro pubblico, nonché le competenze nelle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (TIC). Lo strumento supporta gli anziani nell'acquisizione delle competenze di narrazione culturale, in particolare nel trasferimento di conoscenze ed esperienze alle giovani generazioni.

L'eredità culturale definisce chi siamo, ci racconta la storia, ci permette di comprenderla, di trarne conclusioni ed è portatrice di identità. È un enorme tesoro e allo stesso tempo uno spazio di incontro e di scambio, una fonte di ispirazione e di sperimentazione creativa. Affinché il patrimonio mantenga il suo valore e il suo significato, richiede un'attenzione e un lavoro costanti, un continuo ri-racconto, un trasferimento dalle vecchie alle giovani generazioni. Accade che ciò che costituisce il patrimonio per alcuni sia incomprensibile ed estraneo per altri. La modernità porta con sé dei rischi: una storia lineare spesso perde l'attenzione a favore di un video su YouTube o di un breve reportage sui social media. Allo stesso tempo, le moderne tecnologie portano con sé grandi opportunità: con esse è possibile raccontare la storia del patrimonio in un modo completamente nuovo. Tuttavia, ciò richiede la giusta dose di conoscenze e competenze. Per questo motivo, abbiamo creato una partnership per creare un programma e strumenti innovativi e aggiornati per sostenere il lavoro di educatori, formatori e animatori di istituzioni come università della terza età, centri comunitari, ONG, biblioteche, circoli per anziani e altri.

Al programma ha lavorato un'équipe internazionale interdisciplinare di circa 10 esperti. Si tratta di persone con molti anni di esperienza in settori quali la creazione di materiali educativi e formativi, la gestione di laboratori per adulti, la specializzazione in narrazione, storia, patrimonio culturale, conoscenza del territorio.

## METODI DI INSEGNAMENTO

Un metodo di insegnamento deve essere inteso come un modo deliberatamente e sistematicamente applicato da parte di un educatore di lavorare con gli studenti, che permette loro di padroneggiare le conoscenze insieme alla capacità di utilizzarle nella pratica. La classificazione dei metodi di insegnamento non è omogenea, esistono diverse suddivisioni dei metodi di insegnamento, che dipendono dai criteri di suddivisione adottati. Se prendiamo come criterio di divisione l'attività del partecipante, allora possiamo distinguere tra metodi di somministrazione e metodi di attivazione. I metodi didattici sono quelli in cui la fonte della conoscenza è l'istruttore (formatore, docente). Sono caratterizzati dall'attività della persona che trasmette la conoscenza, cioè che conduce le lezioni, mentre i partecipanti sono i destinatari dei contenuti trasmessi. Questi metodi sono principalmente finalizzati alla presentazione di argomenti nuovi che possono essere appresi principalmente attraverso la trasmissione verbale. L'attività dell'ascoltatore è finalizzata alla ricezione del messaggio, alla sua comprensione e al suo ricordo. L'efficacia dei metodi dipende principalmente dalle conoscenze, dalle competenze pedagogiche e dalla personalità dell'educatore, nonché dalle condizioni organizzative e tecniche in cui si svolge l'insegnamento. Tra i metodi di somministrazione si annoverano, ad esempio, la lezione, il racconto, la descrizione, la dimostrazione, l'istruzione.

I metodi di attivazione, invece, sono quelli che, nel processo di apprendimento, presuppongono l'at-

tività dei partecipanti alle lezioni, che è maggiore di quella del formatore. Il gruppo dei metodi attivanti comprende quelli che, nel processo di insegnamento-apprendimento, creano le condizioni per una partecipazione attiva dei discenti alle lezioni didattiche. Tra questi metodi possiamo citare: discussione, lavoro di gruppo, esercitazioni pratiche, brainstorming, dialogo, metodo situazionale, metodo del progetto. I metodi di attivazione, in cui sono coinvolti i sensi, consentono la piena formazione delle competenze. Le conoscenze e le abilità acquisite nell'azione sono adattabili e facilmente adattabili ad altri ambiti dell'attività umana.

Al processo cognitivo sono collegate due tipologie di attività: l'attività mentale e l'attività cognitiva. L'attività mentale può essere stimolata innescando operazioni mentali desiderate, ad esempio creando una situazione problematica. L'attività cognitiva può essere indotta attraverso la soluzione pratica di situazioni legate alla vita quotidiana o alla pratica lavorativa. Nell'educazione degli adulti, la scelta di un metodo appropriato è particolarmente importante, poiché spesso gli allievi hanno già molta esperienza alle spalle e possono valutare criticamente metodi scelti in modo inadeguato. All'interno del nostro programma, incorporiamo entrambi gli approcci all'apprendimento, ma con un'enfasi sui metodi di attivazione che coinvolgono i partecipanti.

### **“CORSO DI FORMAZIONE” NARRAZIONE CULTURALE**

Il corso „CulturalStorytelling” è composto da quattro moduli tematici complementari tra loro. Ognuno di essi consiste in una serie di quattro workshop progettati per due ore di lezione, cioè 90 minuti.

Per sistematizzare il materiale, è stata utilizzata una convenzione di denominazione appropriata, ossia uno schema di numerazione per i singoli scenari di workshop, dove M sta per modulo e W per workshop. Lo schema è il seguente:

**M\_modulo\_W\_no di un workshop all'interno di un modulo.** Ad esempio:

M1W1 sta per uno scenario del workshop n. 1 che fa parte del modulo n. 1.

M3W2 sta per uno scenario del laboratorio n. 2 che fa parte del modulo n. 3.

Ogni scenario è stato integrato da materiale multimediale (ad esempio, una presentazione in Power-Point) - almeno 1, e in alcuni casi di più - e da materiale di supporto opzionale (ad esempio, fogli di lavoro) che sono stati numerati secondo una convenzione simile. Il numero progressivo del materiale è stato aggiunto dopo il trattino, la lettera M sta per multimedia, la lettera R per risorse aggiuntive. Ad esempio:

M3W4-M01 indica la risorsa multimediale n. 1 per il workshop n. 4 che fa parte del modulo 3.

M2W3-R01 indica la risorsa aggiuntiva n. 1 per il laboratorio n. 3 che fa parte del modulo 2.

MODULO I	MODULO II	MODULO III	MODULO IV
Workshop 1 M1W1 90 minuti	Workshop 1 M2W1 90 minuti	Workshop 1 M3W1 90 minuti	Workshop 1 M4W1 90 minuti
Workshop 2 M1W2 90 minuti	Workshop 2 M2W2 90 minuti	Workshop 2 M3W2 90 minuti	Workshop 2 M4W2 90 minuti
Workshop 3 M1W3 90 minuti	Workshop 3 M2W3 90 minuti	Workshop 3 M3W3 90 minuti	Workshop 3 M4W3 90 minuti
Workshop 4 M1W4 90 minuti	Workshop 4 M2W4 90 minuti	Workshop 4 M3W4 90 minuti	Workshop 4 M4W4 90 minuti

Per ogni laboratorio è stato sviluppato uno scenario dettagliato per l'educatore. Tutti gli scenari sono stati preparati secondo uno schema omogeneo, illustrato nella tabella seguente.

FASI	OBIETTIVI	PROCEDURE – CORSI DELLE ATTIVITÀ	FONTI, MATERIALI, RISORSE
Nome della fase e durata in minuti	Indicazione dell'obiettivo specifico da perseguire in una particolare fase del workshop.	Un'istruzione dettagliata per il formatore/educatore, compresa una descrizione di ciò che deve essere fatto e in quale sequenza	Identificazione di ciò che è necessario per svolgere una determinata fase, ad esempio utensili per scrivere, fogli di carta, materiali stampati, computer e proiettore, accesso a Internet, ecc.

Gli scenari formano un percorso coerente, ma è possibile scegliere e attuare solo alcuni di essi senza compromettere la qualità del sostegno. La scelta può essere dettata da una diagnosi dei bisogni del gruppo interessato, dalle possibilità tecniche e organizzative, dal tempo limitato, ecc.

## ELENCO E DESCRIZIONE DEI MODULI

### MODULO I: INTRODUZIONE ALLA NARRAZIONE

DESCRIZIONE DEL MODULO: L'obiettivo è quello di introdurre i partecipanti al mondo della narrazione e di insegnare loro le competenze di base per la creazione e l'utilizzo delle storie. Ogni workshop si concentra su diversi aspetti della narrazione e fornisce strumenti pratici che possono essere applicati in diversi contesti.

#### Workshop (M1W1) - Perché abbiamo bisogno di storie? - il ruolo e la funzione delle storie nella cultura

In questo workshop i partecipanti apprenderanno l'importanza e la funzione della narrazione nella nostra cultura. Impareranno perché la narrazione è un potente strumento di comunicazione e quali benefici può apportare a livello personale e sociale. Il pubblico apprenderà che cos'è la letteratura popolare e il suo scopo nella cultura (passata e presente). Il ruolo e l'importanza del patrimonio culturale (tangibile/intangibile, sociale/spirituale) saranno evidenziati e gli ascoltatori faranno riferimento a esempi specifici. Il metodo principale è la discussione attiva, moderata dall'educatore.

## **Workshop 2 (M1W2) - Come costruire e raccontare una buona storia?**

I partecipanti apprenderanno gli elementi chiave della costruzione di storie di successo. Saranno introdotti a diverse strutture narrative e tecniche per creare storie coinvolgenti. Attraverso esercizi pratici e analisi di esempi, i partecipanti avranno l'opportunità di affinare le proprie capacità di costruire narrazioni convincenti per il pubblico. Di conseguenza, il pubblico imparerà che cos'è la narrazione e come sviluppare e costruire una storia (quali tecniche possono aiutare, ad esempio le tecniche che utilizzano l'immaginazione). Il metodo principale consiste nel coinvolgere i partecipanti in esercizi pratici.

## **Workshop 3 (M1W3) - Come usare le emozioni nella struttura di una storia?**

Questo workshop si concentra sul ruolo delle emozioni nella narrazione. I partecipanti impareranno a usare le emozioni come strumento per creare una connessione con il pubblico e suscitare le risposte desiderate. Avranno l'opportunità di apprendere le tecniche per manipolare le emozioni attraverso la scelta di parole appropriate, la costruzione della tensione e la creazione di torsioni emotive. Il pubblico imparerà cos'è il „viaggio del protagonista”, come preparare una base per una storia e come svilupparla. Il workshop include esercizi pratici che coinvolgono il lavoro dei partecipanti.

## **Workshop 4 (M1W4) - Dialogo intergenerazionale - come parlare ai giovani**

L'ultimo workshop del modulo si concentra sull'importanza del dialogo intergenerazionale nella narrazione culturale, soprattutto nelle comunità locali. I partecipanti al workshop, cioè gli anziani, avranno l'opportunità di apprendere strategie e tecniche per una comunicazione efficace con i giovani, tenendo conto delle differenze generazionali. Svilupperanno la capacità di creare storie comprensibili, interessanti e coinvolgenti.

## **MODULO II: PATRIMONIO CULTURALE LOCALE**

DESCRIZIONE DEL MODULO: mira a sviluppare le competenze di narrazione dal punto di vista dell'individuo. I partecipanti impareranno a riscoprire aspetti interessanti di eventi passati e luoghi interessanti del loro territorio, ad apprezzarli e a reinterpretarli.

## **Workshop 1 (M2W1) - “Piccole patrie” - come parlare in un linguaggio interessante del proprio luogo sulla terra**

In questo workshop i partecipanti acquisiranno le competenze per parlare del luogo in cui vivono, in cui hanno vissuto per anni, in modo interessante e accattivante. Impareranno a utilizzare una serie di tecniche linguistiche che permetteranno loro di presentare il patrimonio culturale locale, le attrazioni e le caratteristiche uniche del loro luogo di residenza. Impareranno la definizione di „piccola patria” e il metodo di narrazione, e impareranno a creare e presentare le proprie storie.

## **Workshop 2 (M2W2) - “Un po’ di grande storia” - come parlare di eventi storici importanti da una prospettiva individuale**

I partecipanti si eserciteranno a raccontare eventi storici significativi, ma concentrandosi sulla prospettiva individuale. Le tecniche narrative saranno esplorate per sostenere un approccio emotivo, mostrando il contesto individuale e il significato di questi eventi. Il metodo utilizzato è l’ascolto attivo.

## **Workshop 3 (M2W3) - La storia del luogo - Come scoprire luoghi interessanti nella vostra zona che raccontano storie e come parlarne alle generazioni più giovani**

Questo workshop si concentra sulla scoperta di luoghi interessanti nel proprio territorio che fanno parte del patrimonio culturale locale, anche se in apparenza possono sembrare poco interessanti. I partecipanti impareranno a scoprire le affascinanti storie ad essi associate e a trasmetterle alle giovani generazioni. Scopriranno un luogo interessante associato a un personaggio storico e impareranno a parlarne in modo interessante, adattando il linguaggio ai giovani ascoltatori.

## **Workshop 4 (M2W4) - Patrimonio culturale immateriale - come parlare di usi, costumi e rituali**

Alla fine del modulo, ai partecipanti viene proposto il tema della costruzione della consapevolezza e del rispetto del patrimonio culturale immateriale. I partecipanti saranno incoraggiati a riflettere e a discutere il ruolo del patrimonio immateriale nella formazione dell’identità culturale e nel rafforzamento della comunità. Svilupperanno abilità comunicative come comunicare in modo chiaro, raccontare storie con passione e coinvolgere efficacemente un pubblico diverso.

### **MODULO III: NARRAZIONE ONLINE**

**DESCRIZIONE DEL MODULO:** Una serie di lezioni permetterà ai partecipanti di acquisire le competenze necessarie per raccontare efficacemente storie e promuovere il patrimonio culturale nel mondo online. I workshop si concentrano sugli aspetti tecnici dell’utilizzo di blog, social network e collezioni digitali di beni culturali. I partecipanti apprenderanno i principi della privacy e dell’uso sicuro per utilizzare i social media in modo responsabile. Per completare questo modulo è richiesto l’accesso a computer connessi a Internet.

## **Workshop 1 (M3W1) - Blog e social network, parte 1 - aspetti tecnici dell’impostazione e della gestione dei profili**

In questa classe gli studenti apprenderanno che cosa sono i social media. Impareranno a conoscere i tipi più comuni di social media e le differenze fondamentali tra di essi. Impareranno a creare profili e a utilizzarli in

modo efficace e sicuro. Impareranno a conoscere aspetti tecnici come la creazione di un account, l'aggiunta di post, la gestione delle impostazioni di privacy e l'interazione con altri utenti. L'obiettivo è quello di fornire agli anziani le competenze necessarie per navigare nel mondo dei social media in modo indipendente.

### **Workshop 2 (M3W2) - Blog e social network, parte 2 - preparare contenuti interessanti per promuovere il patrimonio culturale**

Il workshop si concentra sulla creazione di contenuti coinvolgenti per la promozione del patrimonio culturale. I partecipanti apprenderanno le competenze per creare post e articoli accattivanti, integrati da foto e video, che attirino l'attenzione del pubblico e promuovano efficacemente il patrimonio culturale locale. Impareranno le specificità e gli aspetti tecnici della creazione di post efficaci su Facebook e come attirare efficacemente l'attenzione degli utenti di Internet.

### **Workshop 3 (M3W3) - Collezioni digitali di beni culturali**

Questo workshop è incentrato sulla scoperta e sull'utilizzo delle risorse digitali del patrimonio culturale disponibili gratuitamente online - dove trovare informazioni e ispirazione per la narrazione (ad esempio musei virtuali, collezioni bibliotecarie digitalizzate, archivi, ecc.) Gli studenti avranno l'opportunità di esplorare diverse piattaforme e strumenti per accedere a una grande quantità di materiali e conoscenze, sviluppando così le competenze di comunicazione digitale e la capacità di raccogliere e filtrare le informazioni.

### **Workshop 4 (M3W4) - Problemi di sicurezza online e protezione della privacy**

Questo workshop si concentra sui temi della sicurezza online e della privacy. I partecipanti impareranno come prendersi cura delle proprie informazioni personali, come riconoscere i rischi ed evitare le truffe online. L'obiettivo di questo corso è aumentare la consapevolezza dei partecipanti sui potenziali rischi online e fornire loro suggerimenti pratici per un uso sicuro e responsabile di Internet. Sono previste presentazioni da parte del relatore, ma anche esercitazioni pratiche con i partecipanti.

## **MODULO IV: MULTIMEDIA PER LA PROMOZIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE**

DESCRIZIONE DEL MODULO: Questa parte del corso è di natura pratica: fornirà ai partecipanti gli strumenti necessari per creare contenuti multimediali avvincenti e coinvolgenti che catturino l'attenzione del pubblico e mettano in evidenza il ruolo e l'importanza di far conoscere storie e patrimoni interessanti.

### **Workshop 1 (M4W1) - Laboratorio fotografico con l'uso di uno smartphone - come scattare una foto che racconti una storia**

Durante il workshop, gli studenti impareranno a scattare foto attraenti e accattivanti utilizzando uno smartphone. Impareranno le basi della corretta inquadratura dell'immagine, le funzioni creative delle fotocamere sui dispositivi mobili e riceveranno informazioni su come modificare le foto con le app. Acquisiranno competenze sulla composizione, l'illuminazione, la prospettiva e l'inquadratura che li aiuteranno a creare storie di foto visivamente forti. Dopo le esercitazioni pratiche, i partecipanti condivideranno le osservazioni con il tutor e discuteranno insieme i risultati ottenuti.

### **Workshop 2 (M4W2) - Laboratorio cinematografico con l'uso dello smartphone, parte 1 - creazione di scenari semplici per raccontare una storia**

La lezione si concentra sulla creazione di semplici sceneggiature cinematografiche che raccontano una storia legata al patrimonio culturale. Gli studenti acquisiranno le conoscenze sui principi di base della creazione di mini sceneggiature cinematografiche. Impareranno cos'è una sceneggiatura, come è strutturata e come preparare un'idea cinematografica interessante. La visione di film di esempio metterà in luce le soluzioni creative degli autori e le utilizzerà in futuro. Attraverso un esercizio di scrittura di un cortometraggio, i partecipanti potranno mettere in pratica le conoscenze acquisite e ricevere preziosi consigli dal tutor.

### **Workshop 3 (M4W3) - Laboratorio di cinema con l'uso dello smartphone, parte 2 - Laboratorio di cinema con l'uso dello smartphone, parte 1 - creazione di scenari semplici per raccontare una storia**

I partecipanti continueranno ad apprendere le abilità di realizzazione di cortometraggi con l'uso dello smartphone. Sperimenteranno diverse tecniche di ripresa. L'obiettivo è quello di consentire ai partecipanti di creare filmati semplici ma visivamente accattivanti e coinvolgenti per promuovere il patrimonio culturale. Gli studenti impareranno le tecniche per creare progetti video, dall'inizio alla fine. Scopriranno quale deve essere la struttura del progetto, apprenderanno utili suggerimenti per la scrittura e impareranno a creare e montare contenuti video su uno smartphone.

### **Workshop 4 (M4W4) - SOCIAL PER TUTTI! - Introduzione al mondo dei social media**

La lezione finale si concentrerà sulla pubblicazione e la condivisione di materiale multimediale online. I partecipanti impareranno a presentare in modo efficace le loro foto e i loro video su diverse piattaforme online. Gli studenti impareranno cosa sono i siti di social network e quali sono popolari nel mondo. Impareranno le caratteristiche principali di ogni sito e i consigli su come usarli al meglio.

## RISORSE DIDATTICHE - SCHEDE DI NARRAZIONE

Il corso modulare è completato dalle carte di narrazione, note anche come “narrative card”. Le carte sono uno strumento unico e innovativo che viene utilizzato per sostenere il processo di narrazione e creazione di storie. Ogni carta contiene una domanda o una visualizzazione. Si tratta di uno strumento sempre più diffuso per stimolare la narrazione. Si adatta alle esigenze di chi vuole padroneggiare la difficile arte della narrazione consapevole. Le storytelling cards sono uno strumento flessibile e interattivo che incoraggia la partecipazione attiva, sviluppa l’immaginazione, la comunicazione verbale e non verbale e stimola la creatività nella narrazione. Le storytelling cards stanno diventando sempre più popolari, ma vengono utilizzate principalmente nella formazione commerciale. Il nostro intento innovativo è quello di utilizzarle nel dialogo intergenerazionale per la narrazione del patrimonio da parte degli anziani. Le carte sono state preparate in modo da costruire un dialogo intergenerazionale (anziani - giovani). Sono state create sulla base di una rassegna di strutture e modelli narrativi collaudati, ripetuti nelle storie più accattivanti e coinvolgenti. Gli spunti, gli slogan, i suggerimenti, le domande presenti sulle carte diventeranno un pretesto per la narrazione e la conversazione, strutturando e facendo emergere la „conoscenza nascosta”, soprattutto per quanto riguarda il patrimonio immateriale (conoscenze, abilità, pratiche, idee, valori, percezioni, messaggi). Abbiamo sviluppato 60 storytelling cards in 3 set da 20 carte ciascuno:

**Set 1** - Include temi narrativi legati al patrimonio culturale, ad esempio: la vita quotidiana nel passato e oggi; le tradizioni - sono mantenute?; gli eventi storici importanti dal punto di vista dell’individuo; i luoghi significativi della regione (ad esempio, il posto più bello che un anziano ricorda dalla sua giovinezza - com’era in passato e com’è oggi?)

### Esempi di domande del set:

- Quali sono stati i tre eventi più importanti della sua vita e a cosa sono legati?
- Quali luoghi legati alla cultura visitavi quando era giovane?
- Ricorda il suo giocattolo preferito dell’infanzia?

**Set 2** - Contiene domande che possono essere utili per approfondire la storia, riflettere e capire il significato degli eventi.

### Esempi di domande del set:

- Qual è il significato del nome della città in cui vivete?
- Qual è la casa tradizionale della sua zona?
- Pensate a una persona che ha avuto un impatto sullo sviluppo della vostra città.

**Set 3** - Si concentra sull’appello alle emozioni dell’anziano (ad esempio: qual è stato il momento più felice, perché, cosa stava accadendo in quel momento nella zona circostante o nel paese, e temi simili).

## Esempi di domande del set:

- C'è un luogo che considera „un luogo del cuore”?
- Ricorda le sue amicizie d'infanzia?
- Quali sono i rapporti tra lei e i suoi vicini?

## ISTRUZIONI PER L'USO DELLE STORYTELLING CARDS

**Fase 1:** visitate il sito web del progetto da cui volete scaricare le storytelling cards e cercate la scheda che contiene i file PDF con le carte da scaricare. Stampare le carte.

**Fase 2:** Preparare le forbici e ritagliare con cura i cartoncini, cercando di mantenere i tagli precisi lungo i bordi.

**Fase 3:** prepararsi a usare le carte: dopo averle ritagliate, organizzatele in modo da renderle più facili da usare in seguito e poi ordinatele.

**Fase 4:** iniziare la sessione di narrazione. Potete distribuire i cartoncini ai partecipanti, incoraggiarli a sceglierne uno a caso o a guardare i cartoncini e scegliere quelli che attirano la loro attenzione e che si adattano alla loro storia.

**Fase 5:** Creare e condividere le storie - Chiedete ai partecipanti di raccontare una storia usando le carte come punti di riferimento. Incoraggiateli ad aggiungere dettagli e descrizioni per arricchire i loro racconti. L'attività può essere svolta a coppie, in piccoli gruppi o davanti all'intero gruppo.

**Fase 6:** discussione e riflessione - dopo la presentazione della storia, è possibile avviare una discussione su vari aspetti della storia. Incoraggiate i partecipanti a fare domande, esprimere le loro impressioni e osservazioni sulla storia raccontata dagli altri.

Le nostre carte sono di natura universale, applicabili a qualsiasi Paese. Pertanto, non contengono riferimenti a date o eventi specifici, ma metafore e temi universali. Il compito delle schede non è quello di imporre un argomento specifico, ma un pretesto per una conversazione che possa far emergere il potenziale dei partecipanti alle lezioni. Le possibilità di utilizzo sono molteplici: durante incontri e laboratori intergenerazionali, eventi come la „biblioteca vivente”, durante eventi familiari (interazione nonni-nipoti), durante eventi di integrazione (quando le due parti vogliono conoscere più da vicino l'altro e l'intero contesto culturale, il luogo da cui proviene la persona). Possono essere utilizzati anche nelle scuole in occasione di incontri tra giovani e anziani.

Tutti i materiali didattici sopra descritti sono stati resi disponibili gratuitamente sul sito web del progetto: [www.storytelling55.eu](http://www.storytelling55.eu). Tutti i materiali didattici sono stati sviluppati in quattro versioni linguistiche: polacco, inglese, italiano e sloveno.



**Storytelling 55+**

COMPETENCES OF THE ACTIVE SENIOR

## Parte 3



Erasmus+



LUBLIN REGIONAL  
TOURIST ORGANISATION



LJUDSKA  
UNIVERZA  
ROGAŠKA  
SLATINA

# Buone pratiche

**BUONE PRATICHE PER LA DIFFUSIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE ATTRAVERSO LA NARRAZIONE – (Olanda, Italia, Regno Unito, Belgio)**

<p><b>1. Titolo del progetto, programma</b></p>	<p>Digital Innovation in Cultural and Heritage Education in the light of 21st century learning</p> <p>(Innovazione digitale nell'educazione culturale e al patrimonio alla luce dell'apprendimento del XXI secolo)</p>
<p><b>2. Nome dell'organizzazione/ servizio responsabile dell'intervento, con riferimento a Paese ed indirizzo (specifici)</b></p>	<p>Stichting Protestants Christelijk Hoger Beroepsonderwijs Utrecht, Marnix Academie</p> <p>Vogelsanglaan1</p> <p>3571 ZM</p> <p>Utrecht</p>
<p><b>3. Ambito del Patrimonio Culturale</b></p>	<p>TIC (tecnologie dell'informazione e della comunicazione) - nuove tecnologie - cultura e creatività nelle competenze digitali</p>
<p><b>4. Storia del progetto: come è stato concepito, sviluppo e strategie relative al contesto</b></p>	<p>L'integrazione nell'istruzione elementare delle competenze necessarie per affrontare le complesse realtà del XXI secolo, come le 4 C (pensiero Critico, Creatività, Comunicazione e Collaborazione), richiede innovazione. L'educazione culturale e al patrimonio ha il potenziale per integrare l'apprendimento del XXI secolo nell'istruzione, mentre le risorse digitali possono rendere l'educazione culturale e al patrimonio più interessanti per gli studenti.</p> <p>Tuttavia, docenti ed educatori culturali faticano a sfruttare appieno il potenziale degli strumenti di apprendimento digitale. Le scuole investono in attrezzature come lavagne interattive e tablet, ma l'uso che ne fanno è spesso piuttosto limitato. Nel frattempo, gli sviluppatori di risorse in ambito TIC e di narrativa digitale cercano di rendere le tecnologie esistenti più diffuse nell'ambito dell'istruzione. Gli studiosi dell'innovazione (digitale) nell'educazione (culturale e del patrimonio) si trovano ancora di fronte a molti quesiti di ricerca circa gli effetti dell'uso di strumenti e risorse digitali nella didattica.</p>

Data di inizio: 15-09-2015

Data di fine: 14-03-2018

Riferimento del progetto: 2015-1-NL01-KA201-009021

Sovvenzione UE: 287.831,00 €

Il progetto ha i seguenti obiettivi:

1. Migliorare l'integrazione digitale nell'apprendimento, nell'insegnamento, nella formazione e nel lavoro con i giovani a vari livelli: sviluppando un'agenda di ricerca, docenti universitari e scolastici ricevono un quadro teorico sull'uso degli strumenti digitali nella didattica, soprattutto nell'educazione culturale e al patrimonio. Inoltre, l'agenda può costituire la base di nuove ricerche accademiche, fornendo nuovi spunti sull'uso delle risorse digitali nella didattica. Oltretutto, sviluppando e diffondendo una rosa di scenari didattici sull'educazione culturale e al patrimonio che comportino l'uso di risorse digitali, i (futuri) docenti ottengono accesso ad un set di scenari pratici di immediato utilizzo nelle classi. Mettendo a disposizione dei docenti questo set di scenari didattici, il progetto permette l'integrazione del digitale nell'apprendimento e nell'insegnamento in scuola primaria. In ultimo, l'obiettivo del progetto è di predisporre una serie di raccomandazioni per lo sviluppo e l'integrazione delle risorse digitali nell'educazione culturale e al patrimonio, sia nel lungo periodo che per un uso immediato nelle classi degli scenari sviluppati dal progetto, basate sui risultati della fase pilota del progetto stesso.
2. Sviluppare competenze di base e trasversali usando metodi innovativi: l'obiettivo di integrare le risorse e le opportunità digitali nell'istruzione (soprattutto nel campo della cultura e del patrimonio) deve essere visto alla luce dell'apprendimento del XXI secolo. Nel loro lavoro intitolato '21st Century Skills: Learning for Life in Our Times' (2009), Trilling e Fadel creano un quadro di competenze trasversali necessarie per preparare la società alle realtà complesse del XXI secolo, che include le 4 C - pensiero critico, creatività, comunicazione e collaborazione. Gli scenari permettono ai bambini di riflettere criticamente su questioni culturali e del patrimonio, e di collaborare e comunicare in gruppo per trovare soluzioni creative ai problemi posti. Oltre alle competenze trasversali, attraverso diversi compiti che fanno parte degli scenari, viene prestata attenzione anche alle competenze di base come la scrittura e la matematica.
3. Rafforzare il profilo delle professioni didattiche: nell'ambito del progetto, i futuri insegnanti vengono istruiti sull'uso di scenari didattici che coinvolgono risorse digitali ampiamente disponibili. Inoltre, l'obiettivo è di implementare i corsi nel piano di studi dei futuri professori universitari (soprattutto dopo il progetto). Oltretutto, attraverso la loro diffusione, gli scenari didattici diventano disponibili anche per altri insegnanti nell'UE. Istruendo i docenti su quando e come utilizzare le risorse digitali (ulteriore risultato di questo progetto), si rafforza il profilo degli insegnanti stessi.

Partecipanti

Il partenariato consiste di 6 partecipanti in 4 Paesi:

1. MARNIX (Olanda): un collegio di insegnanti, con un programma per diventare esperti in educazione culturale (al patrimonio) e centro di ricerca specializzato nell'interazione (digitale) nella didattica della scuola primaria;
2. LEU (Olanda) facilita l'educazione culturale e al patrimonio in scuole primarie di Utrecht;
3. ATIT (Belgio) società di ricerca e consulenza e mediatore tra fornitori di tecnologie e utenti del settore didattico;
4. LBORO (Regno Unito) specializzata in narrativa digitale, soprattutto nel settore della didattica;
5. COOPCULTURE (Italia) fornisce educazione al patrimonio culturale, sia ai bambini della scuola primaria che ad altri tipi di pubblico;
6. UNIROMATRE (Italia) ha una vasta conoscenza sull'uso della tecnologia in ambito didattico, specialmente nell'educazione (culturale) al patrimonio. Cultuurcompagnie / Plein C e Kunst Centraal - entrambi educatori culturali - sono partner associati che possono condividere risorse digitali usate nell'ambito dell'educazione culturale e al patrimonio.

## 5. Descrizione generale del progetto

***Obiettivi, partecipanti, azioni e possibili criticità, organizzazioni coinvolte, numero e identificazione dei beneficiari, partenariati, budget, periodo di attuazione e altre informazioni utili ad interpretarne natura e risultati***

<p><b>6. Esiti delle pratiche, risultati rilevanti</b></p>	<p>Il progetto ha ottenuto 3 risultati intellettuali, 6 eventi moltiplicatori e 5 incontri.</p> <p>I risultati intellettuali sono:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Agenda di ricerca comune</li> <li>2. Menu di strumenti digitali (pilota)</li> <li>3. Raccomandazioni per l'uso degli strumenti digitali nell'educazione culturale e al patrimonio.</li> </ol> <p>Impatto sui gruppi target:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Partecipanti: preziosa esperienza in ambito UE, preziosa rete di contatti, acquisizione di ulteriori competenze trasversali e di base soprattutto nell'uso di strumenti digitali in classe, metodi innovativi per l'educazione culturale e al patrimonio per le competenze di apprendimento del XXI secolo.</li> <li>- Le organizzazioni partecipanti hanno integrato i risultati nelle loro attività e corsi quotidiani.</li> <li>- Gli studenti di scuola primaria hanno goduto di stimolanti lezioni di cultura e patrimonio culturale.</li> <li>- I docenti di scuola primaria hanno imparato tecniche innovative per le loro lezioni attraverso l'uso di strumenti digitali, nell'ottica dell'apprendimento del XXI secolo.</li> <li>- I colleghi degli insegnanti hanno ricevuto un quadro teorico e saranno in grado di impartire metodi innovativi per le competenze di apprendimento del XXI secolo.</li> <li>- Il settore del patrimonio culturale ha imparato ad innovare l'educazione dei bambini utilizzando gli strumenti digitali.</li> <li>- Le università ottengono un quadro teorico e raccomandazioni per l'uso di strumenti didattici digitali (per l'educazione culturale e al patrimonio) come base per nuove ricerche.</li> <li>- Il settore delle TIC riceve un quadro teorico e raccomandazioni per sviluppare applicazioni adatte alle esigenze di docenti e scuole.</li> </ul>
<p><b>7. Link e fonti</b></p>	<p><a href="https://erasmus-plus.ec.europa.eu/projects/search/details/2015-1-NL01-KA201-009021">https://erasmus-plus.ec.europa.eu/projects/search/details/2015-1-NL01-KA201-009021</a></p> <p><a href="http://www.diche-project.eu/project">http://www.diche-project.eu/project</a></p>

### Breve riassunto (massimo 15 righe)

La fase pilota del progetto è stata realizzata in Italia dall'Università di Roma 3 e da Coopculture. Alla prima fase di reclutamento è seguita una fase di formazione professionale di insegnanti e studenti del corso di laurea in Scienze dell'educazione. I temi della master class riguardavano la didattica museale, l'innovazione digitale attraverso il patrimonio culturale e nuove metodologie didattiche come la narrazione digitale. Insegnanti e studenti sono stati supportati da educatori museali in tour museali a Roma, così da prendere maggiore confidenza con i siti e gli oggetti del patrimonio culturale al centro delle attività di apprendimento. Il menu digitale sviluppato contiene scenari didattici sull'educazione al patrimonio culturale e utilizza strumenti digitali rivolti a studenti dai 6 ai 13 anni. Gli scenari didattici contengono le istruzioni. Il progetto mescola strumenti digitali e narrativi per sviluppare una nuova metodologia didattica. I risultati intellettuali andranno a beneficio di almeno 1050 partecipanti (insegnanti, studenti, ricercatori).

## BUONE PRATICHE PER LA DIFFUSIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE ATTRAVERSO LA NARRAZIONE – (Slovenia, Italia, Serbia)

<b>1. Titolo del progetto, programma</b>	Digital Stories of Small Historic Towns (Storie digitali di borghi storici)
<b>2. Nome dell'organizzazione/ servizio responsabile dell'intervento, con riferimento a Paese ed indirizzo (specifici)</b>	MUZEJI RADOVLJSKE OBCINE  LINHARTOV TRG 1  4240  RADOVLJICA  Gorenjska
<b>3. Ambito del Patrimonio Culturale</b>	Valorizzazione dei musei
<b>4. Storia del progetto: come è stato concepito, sviluppo e strategie relative al contesto</b>	<p>Migliaia di piccole città storiche europee sono minacciate dall'isolamento, dallo spopolamento, dal declino economico e dal cambiamento delle abitudini tecnologiche e di vita. Attivare il patrimonio culturale per il loro sviluppo sostenibile rimane una sfida per musei, imprese e amministrazioni. Mentre l'innovazione viene attuata nei principali musei e siti culturali dell'UE, la mancanza di risorse, competenze e sostegno istituzionale a livello territoriale spesso fa sì che i musei locali rimangano indietro nel recepire l'innovazione. I servizi e l'offerta diventano così statici, obsoleti e poco attraenti, mentre l'interazione con il pubblico risulta limitata e tradizionale. Questo tema ha riunito 4 organizzazioni culturali che rappresentano piccole città storiche in Slovenia, Italia e Serbia e 5 reti di settore come partner associati. I partner ritengono che la presentazione di storie di monumenti, strade e mercati attraverso le nuove tecnologie digitali, unita ad una stretta relazione con il pubblico e alla formazione reciproca, possa consentire agli amministratori locali di fare un grande passo avanti verso una maggiore riconoscibilità delle città. L'obiettivo del progetto è quindi quello di sfruttare al meglio il potenziale delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione per migliorare l'attrattiva "digitale" del patrimonio culturale e promuovere l'interazione con il "nuovo pubblico digitale" nei borghi storici. Attraverso processi di apprendimento condivisi, le organizzazioni culturali locali delle città partecipanti sviluppano e sperimentano un approccio unico e innovativo alla comunicazione digitale con il proprio pubblico e interpreteranno il patrimonio "materiale e immateriale" delle piccole città storiche utilizzando il concetto di "storia digitale", che sarà diffuso e successivamente applicato in altri borghi antichi in tutta Europa. Solo in questo modo i piccoli centri storici e i loro attori culturali potranno uscire dall'ombra delle grandi città e siti culturali. Anche in questo modo, il progetto intende contribuire alla rinascita dei borghi storici.</p>

<p><b>5. Descrizione generale del progetto</b></p> <p><i>Obiettivi, partecipanti, azioni e possibili criticità, organizzazioni coinvolte, numero e identificazione dei beneficiari, partenariati, budget, periodo di attuazione e altre informazioni utili ad interpretarne natura e risultati</i></p>	<p>Data di inizio: 01-09-2016</p> <p>Data di fine: 30-06-2018</p> <p>Riferimento del progetto: 570405-CREA-1-2016-1-SI-CULT-COOP1</p> <p>Sovvenzione UE: 197.978,00 €</p> <p>Programma: Creative Europe</p> <p>Il progetto “Digital stories of small historic towns” in collaborazione con quattro partner - Musei del Comune di Radovljica e Associazione delle città storiche della Slovenia, Comune di Fermo, Italia, Centro per lo sviluppo creativo, Serbia - ha creato, tra l'altro, l'applicazione per dispositivi mobili diStory: una guida interattiva dei centri storici che rappresenta un collegamento tra la tecnologia digitale e la presentazione del patrimonio culturale a una più ampia gamma di visitatori. L'applicazione, chiara e intuitiva, oltre al testo scritto, alle tracce audio e alle immagini, offre un souvenir virtuale in 3D e una serie di attività informative. Una presentazione completa che i visitatori dei siti trovano informativa e divertente.</p>
<p><b>6. Esiti delle pratiche, risultati rilevanti</b></p>	<p>Il risultato principale del progetto è lo sviluppo di una guida alla narrazione. Il contenuto dell'opuscolo è costituito dalle attività descritte dai partner, dalla comunicazione tra i partner e con il pubblico, dai media, dalla presentazione dell'applicazione, dalla piattaforma web diStory, dalle storie digitali.</p> <p>Una parte importante è dedicata al lavoro con diversi tipi di pubblico, perché il progetto prevede di includere tutte le fasce d'età e persone con esigenze diverse, ad esempio i bisogni educativi speciali.</p>
<p><b>7. Link e fonti</b></p>	<p><a href="https://culture.ec.europa.eu/creative-europe/projects/search/details/570405-CREA-1-2016-1-SI-CULT-COOP1">https://culture.ec.europa.eu/creative-europe/projects/search/details/570405-CREA-1-2016-1-SI-CULT-COOP1</a></p> <p><a href="http://www.distory.si/db/upload_file/1532000372/18-07-03-digital-storytelling-brosura.pdf">http://www.distory.si/db/upload_file/1532000372/18-07-03-digital-storytelling-brosura.pdf</a></p>

### Breve riepilogo (massimo 15 righe)

Il progetto mira a dare nuova vita ai borghi storici, minacciati da spopolamento, declino economico e cambiamenti nello stile di vita degli abitanti. Attraverso l'attivazione del loro patrimonio culturale, il progetto ha sviluppato delle linee guida sulla narrazione digitale per i musei, basate sulle esperienze dei partner del progetto.

Il manuale è destinato a musei, siti e altre organizzazioni culturali che operano in contesti locali di piccole dimensioni e che hanno poca esperienza nello sviluppo di approcci digitali all'interpretazione del patrimonio culturale, ma che hanno la necessità e la motivazione di promuovere le relazioni con il pubblico esistente o di attrarne di nuovo.

**BUONE PRATICHE PER LA DIFFUSIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE ATTRAVERSO  
LA NARRAZIONE – (Italia, Germania, Polonia, Ungheria, Regno Unito)**

<p><b>1. Titolo del progetto, programma</b></p>	<p>Europe City-Teller: Cultural mediation &amp; storytelling for tourism between theatre, multimedia and narration (mediazione culturale e storytelling per il turismo fra teatro, multimedia e narrazione)</p>
<p><b>2. Nome dell'organizzazione/ servizio responsabile dell'intervento, con riferimento a Paese ed indirizzo (specifici)</b></p>	<p>EURO-NET VIA LUIGI LAVISTA 3 85100 POTENZA Basilicata</p>
<p><b>3. Ambito del Patrimonio Culturale</b></p>	<p>Creatività e cultura - Turismo</p>
<p><b>4. Storia del progetto: come è stato concepito, sviluppo e strategie relative al contesto</b></p>	<p>Il progetto “Europe City Teller – cultural mediation and storytelling for tourism, between theater, multimedia and storytelling” (acronimo EU-ACT) opera nel settore del turismo culturale europeo, con l’obiettivo di sviluppare un’offerta di qualità, promuovere usi e costumi locali, prestare attenzione alla sostenibilità, proteggere e valorizzare il patrimonio, i paesaggi e la cultura locale. EU-ACT intende integrarsi nella strategia di turismo culturale transnazionale promossa dalla Commissione Europea, che mira a realizzare una serie di attività per promuovere competenze e prodotti turistici transnazionali in relazione a temi specifici con un significativo potenziale di crescita e per rispondere alle preoccupazioni sociali, ai problemi di coesione territoriale e di protezione e valorizzazione dei patrimoni naturali e culturali.</p>

<p><b>5. Descrizione generale del progetto</b></p> <p><i>Obiettivi, partecipanti, azioni e possibili criticità, organizzazioni coinvolte, numero e identificazione dei beneficiari, partenariati, budget, periodo di attuazione e altre informazioni utili ad interpretarne natura e risultati</i></p>	<p>Data di inizio: 01-10-2018</p> <p>Data di fine: 30-06-2021</p> <p>Riferimento del progetto: 2018-1-IT02-KA204-048011</p> <p>Sovvenzione UE: 296.284,00 €</p> <p>L'obiettivo principale di EU-ACT è quello di trasferire a operatori, educatori e mediatori nuove conoscenze e competenze nel campo della mediazione culturale e dello storytelling teatrale e digitale, con lo scopo di co-creare nuovi prodotti turistici culturali spendibili sul mercato. EU-ACT intende accompagnare la realizzazione di questi prodotti attraverso esperienze internazionali promosse da un partenariato strategico, composto da organizzazioni che operano nel campo del teatro, del design e della programmazione digitale, delle metodologie di narrazione applicate al patrimonio culturale provenienti da Italia, Polonia, Ungheria, Germania e Regno Unito.</p>
<p><b>6. Esiti delle pratiche, risultati rilevanti</b></p>	<p>Il progetto ha generato i seguenti 3 prodotti intellettuali:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Interpretazione dal vivo: percorso di visite teatralizzate, con 'guide' in abiti storici che illustrano i principali punti di interesse storico-artistico delle città europee coinvolte;</li> <li>2. Una piattaforma online di approfondimento dei contenuti prodotti dal progetto (per incentivare l'esperienza sia prima che dopo gli eventi);</li> <li>3. Un'app di realtà aumentata per dispositivi mobili, collegata a un guida cartacea / gioco, per: <ul style="list-style-type: none"> <li>- fruire dei contenuti creati in tempo reale,</li> <li>- condurre il pubblico alla scoperta del percorso illustrato.</li> </ul> </li> </ol>
<p><b>7. Link e fonti</b></p>	<p><a href="https://www.europecitytellers.eu/en/">https://www.europecitytellers.eu/en/</a></p>

## Breve riepilogo (massimo 15 righe)

Il progetto EU-ACT ha basato la sua attività su un modello di apprendimento incentrato sull'esperienza diretta. Competenze e conoscenze sono state costruite per essere acquisite al di fuori del contesto tradizionale dell'aula, e comprendono attività di vario tipo come laboratori pratici, analisi di esempi e casi di studio, visite in loco e ricerche di gruppo che includono esperienze dirette. L'apprendimento esperienziale si compone di 4 fasi: 1. la fase delle esperienze concrete, in cui l'apprendimento avviene attraverso le percezioni e, quindi, come interpretazione personale delle esperienze; 2. la fase dell'osservazione riflessiva, in cui l'apprendimento deriva invece dalla comprensione dei significati attraverso l'osservazione e l'ascolto; 3. la fase della concettualizzazione astratta, in cui l'apprendimento deriva dall'analisi e dall'organizzazione logica dei flussi informativi; 4. la fase della sperimentazione attiva, in cui l'apprendimento è il risultato dell'azione, della sperimentazione e della verifica del funzionamento ai fini dell'evoluzione o di cambiamenti. I Work-Package (pacchetti di lavoro) del progetto sono stati sviluppati con l'applicazione di altre metodologie specifiche quali: a) LEARNING BY DOING (dove la chiave dell'apprendimento è imparare facendo, utilizzata soprattutto per lo sviluppo delle visite teatrali di cui al prodotto intellettuale 1). Con questa metodologia, gli obiettivi di apprendimento sono stati configurati nella forma del 'saper fare' anziché del 'sapere che', consentendo ai partecipanti di prendere coscienza del perché è necessario sapere qualcosa e di come una determinata conoscenza può essere utilizzata attraverso simulazioni in cui i partecipanti perseguono un obiettivo professionale concreto applicando e utilizzando le conoscenze e le abilità funzionali al raggiungimento del loro obiettivo; b) GAMIFICATION OF LEARNING (approccio educativo per motivare l'apprendimento utilizzando elementi di gioco nell'insegnamento). Questa metodologia utilizza elementi tipici del gioco in contesti non ludici per incoraggiare la partecipazione e la motivazione. Le sue logiche sono applicabili in molti campi, compreso quello dell'apprendimento. In questo senso, il prodotto intellettuale 3 è diventato un game-based learning, ovvero un gioco esplicitamente progettato da un punto di vista educativo per raggiungere scopi formativi e sviluppare abilità e conoscenze.

**BUONE PRATICHE PER LA DIFFUSIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE ATTRAVERSO LA NARRAZIONE – (Italia, Belgio, Grecia, Paesi Bassi)**

<p><b>1. Titolo del progetto, programma</b></p>	<p>European Heritage Puzzles</p>
<p><b>2. Nome dell'organizzazione/ servizio responsabile dell'intervento, con riferimento a Paese ed indirizzo (specifici)</b></p>	<p>COMUNE DI CASTIGLIONE DEL LAGO Piazza A. Gramsci, 1 06061 Castiglione del Lago Umbria</p>
<p><b>3. Ambito del Patrimonio Culturale</b></p>	<p>Cultura e creatività</p>
<p><b>4. Storia del progetto: come è stato concepito, sviluppo e strategie relative al contesto</b></p>	<p>Data di inizio: 01-09-2018 Data di fine: 31-08-2021 Riferimento del progetto: 2018-1-IT02-KA204-048550 Sovvenzione UE: 79.490,00 €</p> <p>Questo progetto internazionale è il risultato di diversi progetti precedenti: 3 Comenius Regio tra Italia e Belgio, 2 partenariati Grundtvig (istruzione per gli adulti) che hanno aggiunto i Paesi Bassi alla rete e, infine, l'inclusione di un partner cretese grazie alla migrazione di un partecipante italiano in questo Paese! Abbiamo integrato sempre nuove persone, nuovi gruppi/associazioni, partner con o senza esperienza, nativi o migranti, bambini o nonni, ecc. per rendere questo tipo di progetto più popolare e migliorare l'autostima e la fiducia in se stessi di tutti.</p>

## 5. Descrizione generale del progetto

*Obiettivi, partecipanti, azioni e possibili criticità, organizzazioni coinvolte, numero e identificazione dei beneficiari, partenariati, budget, periodo di attuazione e altre informazioni utili ad interpretarne natura e risultati*

Ogni partner di European Heritage Puzzles (EHP) deve ampliare il proprio raggio d'azione per raggiungere un numero sempre maggiore di persone, tra cui quelle svantaggiate sono un target specifico. Il progetto mira a facilitare l'integrazione dei nuovi abitanti nella loro località di arrivo, quindi vuole anche aiutare la comunità locale ad accoglierli con la propria diversità e ricchezza culturale.

Attraverso la sensibilizzazione al patrimonio locale (siti, paesaggio, beni materiali o immateriali) può aiutarli a sviluppare cittadinanza e senso di umanità.

Il patrimonio culturale sarà al centro del progetto. Il partenariato è composto da tre musei (in Grecia, Italia e Belgio) e da due organizzazioni artistiche professionali (Paesi Bassi e Belgio). Quattro Paesi, quattro lingue per un obiettivo comune: mettere insieme persone di generazioni diverse, origini diverse, con abitudini diverse, per condividere la loro storia, quando la accettano. Utilizzare le tecniche teatrali, formare gli adulti alle tecniche informatiche e mescolare entrambe in un gioco innovativo che dà più valore al nostro patrimonio: questo è il modo accattivante che abbiamo scelto per motivare tutte le classi sociali a costruire insieme un ambiente migliore.

### Attività

1 Formazione teatrale a cura del partner olandese.

Bryan Reynolds è il direttore del laboratorio. Nello spettacolo teatrale sono rappresentati tutti i partner, mescolando recitazione e proiezione di video. Quattro giorni per lavorare sulle tecniche, sulla regia, costumi e aspetti tecnici.

2 Laboratorio di narrazione e fumetto condotto dai partner italiani. L'evento finale è un gioco di ricerca (un enigma) che vuole portare il pubblico da un luogo all'altro di ogni Paese, nello stesso momento, interagendo con i diversi partner. Il laboratorio servirà a creare la sceneggiatura del gioco, tenendo conto di tutti i contesti locali.

3 Laboratorio di tecniche informatiche per la valorizzazione e la diffusione del patrimonio storico-culturale, guidato dal partner greco. Follow-up della creazione dello scenario per l'evento finale. Necessità di sviluppare le abilità e le competenze informatiche tra i partecipanti per arricchire le storie locali con concetti e tecniche virtuali.

4 Laboratorio comune con simulazione della performance dell'evento finale condotto dai partner belgi con il supporto di quelli olandesi.

Ogni scenario locale viene messo per iscritto e presentato dall'uno all'altro partner, creando interazione tra tutti i partecipanti e mescolando gli strumenti informatici.

<p><b>6. Esiti delle pratiche, risultati rilevanti</b></p>	<p>Migliore comportamento civico;</p> <p>Maggiore coinvolgimento nello sviluppo sociale della comunità locale;</p> <p>Maggiore senso di appartenenza a un progetto diverso dal solito;</p> <p>Maggiore impegno nella vita sociale e culturale delle nostre città/ comunità;</p> <p>Maggior numero di persone interessate a migliorare le proprie competenze informatiche, linguistiche e sociali;</p> <p>Maggiore sicurezza, grazie alle tecniche teatrali, nel parlare davanti a un pubblico;</p> <p>Migliore partecipazione dei cittadini alla tutela e alla valorizzazione del patrimonio.</p> <p>Risultato tangibile</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Registrazione dello spettacolo finale 'Railroad'</li> <li>- Progetto per il gioco dal vivo in 5 lingue</li> <li>- Gioco virtuale in 5 lingue</li> <li>- Fumetto a soluzione del gioco virtuale e dal vivo in 5 lingue</li> <li>- Sito web del progetto</li> </ul>
<p><b>7. Link e fonti</b></p>	<p><a href="https://euheritagepuzzle.org/project/">https://euheritagepuzzle.org/project/</a></p>

### Breve riepilogo (massimo 15 righe)

L'attività di narrazione svolta nell'ambito del progetto è un gioco di enigmi sviluppato dai partner italiani e disponibile su <https://euheritagepuzzle.org/ehp-game/ehp-game-ita/> nelle lingue del partenariato. Ci sono diversi scenari di gioco disponibili sul sito web, tutti legati alla storia e ai siti del patrimonio culturale. Il gioco è un rompicapo di investigazione e ogni partecipante è coinvolto nella sua risoluzione (soprattutto i bambini). Gli scenari di gioco sono sviluppati come storie, con l'obiettivo di promuovere i siti del patrimonio culturale del progetto.

<b>BUONE PRATICHE PER LA DIFFUSIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE ATTRAVERSO LA NARRAZIONE – (Lussemburgo, Spagna, Polonia, Romania, Macedonia, Estonia)</b>	
<b>1. Titolo del progetto, programma</b>	Fairies still exist, a storytelling time machine (Le fate esistono ancora, una macchina del tempo narrativa)
<b>2. Nome dell'organizzazione/ servizio responsabile dell'intervento, con riferimento a Paese ed indirizzo (specifici)</b>	ReAct Luxembourg 29 Boulevard Grande-Duchesse Charlotte 1331 Lussemburgo
<b>3. Ambito del Patrimonio Culturale</b>	Patrimonio culturale / Anno europeo del patrimonio culturale Patrimonio culturale orale
<b>4. Storia del progetto: come è stato concepito, sviluppo e strategie relative al contesto</b>	n/a
<b>5. Descrizione generale del progetto</b>  <i>Obiettivi, partecipanti, azioni e possibili criticità, organizzazioni coinvolte, numero e identificazione dei beneficiari, partenariati, budget, periodo di attuazione e altre informazioni utili ad interpretarne natura e risultati</i>	Data di inizio: 01-08-2018 Data di fine: 31-07-2019 Riferimento del progetto: 2018-2-LU01-KA105-037341 Sovvenzione UE: 28.216,00 €  I partecipanti hanno creato da zero le proprie favole attraverso cui hanno presentato la realtà attuale dell'Europa vista attraverso i loro occhi. Hanno avuto l'opportunità di (ri)scoprire il potenziale del proprio corpo e di migliorare le proprie capacità di parlare in pubblico. Inoltre, sono diventati più consapevoli della cultura e del patrimonio contenuti e conservati nelle fiabe già da molti anni.
<b>6. Esiti delle pratiche, risultati rilevanti</b>	I partecipanti hanno avuto modo di esplorare le loro capacità di pensiero critico e di migliorarle partecipando a varie discussioni e analisi sulla struttura delle fiabe. Il gruppo ha analizzato le fiabe nazionali e i classici, per poi creare le proprie fiabe da zero. L'eredità culturale contenuta nelle fiabe è stata discussa a fondo e rivelata, dopodiché i partecipanti sono riusciti a incorporare i loro punti di vista e le loro storie personali nella rappresentazione. Questo ha aiutato i giovani a capire quanto sia importante preservare e comprendere la propria cultura e le proprie origini.

<p><b>7. Link e fonti</b></p>	<p><a href="https://erasmus-plus.ec.europa.eu/projects/search/details/2018-2-LU01-KA105-037341">https://erasmus-plus.ec.europa.eu/projects/search/details/2018-2-LU01-KA105-037341</a></p> <p><a href="https://react.lu/storytelling-time-machine/">https://react.lu/storytelling-time-machine/</a></p>
-------------------------------	---

### Breve riepilogo (massimo 15 righe)

Il progetto vuole ispirare i giovani a credere e ad essere consapevoli del fatto che le fiabe contengono un importante patrimonio culturale, trasmesso di generazione in generazione. Il grande gruppo internazionale di questo progetto ha raccolto la sfida di aggiornare le proprie fiabe nazionali e i classici mondiali per adattarli alla situazione attuale europea, un compito in cui hanno superato le aspettative previste. Le attività svolte hanno aiutato i partecipanti a comprendere il legame tra la fiaba come esempio classico di patrimonio culturale e le sue origini. Ogni laboratorio era di tipo non formale e le attività hanno aiutato i partecipanti a comprendere il concetto di patrimonio culturale e a sviluppare le capacità di parlare in pubblico grazie alle favole rappresentate al bar Konrad di Lussemburgo. I partecipanti si sono cimentati nelle basi della fotografia e della videografia e hanno avuto la possibilità di lavorare con una macchina fotografica, oltre che di registrare e montare video.

**BUONE PRATICHE PER LA DIFFUSIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE ATTRAVERSO LA NARRAZIONE – (Grecia, Italia, Repubblica Ceca, Danimarca, Francia, Islanda, Slovenia, Spagna)**

<p><b>1. Titolo del progetto, programma</b></p>	<p>IMPROdigious in Youth Work</p>
<p><b>2. Nome dell'organizzazione/ servizio responsabile dell'intervento, con riferimento a Paese ed indirizzo (specifici)</b></p>	<p>Creative YouthLand (CYOULand)</p> <p>Meletopoulon 4</p> <p>25100 Egio</p> <p>Πελοπόννησος (Peloponneso)</p> <p>Grecia</p>
<p><b>3. Ambito del Patrimonio Culturale</b></p>	<p>Mobilità per l'apprendimento</p>
<p><b>4. Storia del progetto: come è stato concepito, sviluppo e strategie relative al contesto</b></p>	<p>Data di inizio: 01-02-2020</p> <p>Data di fine: 31-07-2021</p> <p>Sovvenzione UE: 28.950,00 €</p> <p>IMPROdigious in Youth Work è un corso di formazione le cui metodologie si basano su tecniche artistiche, creative e di improvvisazione. Si propone di introdurre ed esplorare il concetto di 'improvvisazione' e di introdurre strumenti e tecniche pratiche e divertenti per operatori giovanili, volontari e attivisti. Si concentra sullo sviluppo personale e professionale e su come il lavoro sulla propria consapevolezza, accettazione e senso di iniziativa possa migliorare la qualità delle azioni svolte dagli operatori giovanili, rispondendo adeguatamente alle esigenze dei diversi giovani con cui lavorano. Vogliamo aiutare i nostri partecipanti a trovare tecniche per sviluppare un approccio più efficiente e creativo attraverso l'improvvisazione.</p>

## 5. Descrizione generale del progetto

***Obiettivi, partecipanti, azioni e possibili criticità, organizzazioni coinvolte, numero e identificazione dei beneficiari, partenariati, budget, periodo di attuazione e altre informazioni utili ad interpretarne natura e risultati***

Gli obiettivi principali sono:

1. Sviluppare atteggiamenti responsabilizzanti in modo da saper valorizzare il proprio potenziale.
2. Formare i partecipanti a diventare ancora più flessibili, creativi e reattivi a stimoli, sfide e compiti diversi.
3. Aumentare il livello di conoscenza dei metodi innovativi di educazione esperienziale: improvvisazione e strumenti creativi attraverso il teatro, la danza, la narrazione, utilizzati anche in un contesto naturale.
4. Migliorare le competenze nella creazione e nella realizzazione di attività basate sulla creatività per i giovani con cui lavorano.
5. Aumentare la comprensione di come utilizzare la natura nel percorso educativo e nello sviluppo della creatività dei giovani.
6. Stimolare lo scambio di buone pratiche e la pianificazione di nuove idee e progetti. La nostra metodologia si basa sull'apprendimento esperienziale, sullo scambio interdisciplinare, sull'educazione all'aperto e sui principi dell'educazione non formale. I partecipanti impareranno sperimentando i metodi da loro ideati e riflettendo sull'esperienza. Utilizzando un approccio partecipativo, incoraggiamo lo scambio di esperienze tra i partecipanti e tra loro e la comunità locale, favorendo l'apprendimento tra pari. In questo progetto utilizzeremo anche l'approccio dell'interazione centrata sul tema, che incoraggia i partecipanti a percepire meglio le connessioni tra loro, il gruppo, l'argomento e l'ambiente durante l'apprendimento.

IMPROdigious in Youth Work è un corso di formazione di 8 giorni in Grecia, dove 24 partecipanti provenienti da 9 Paesi e organizzazioni partner sono guidati da 3 formatori esperti e da personale di supporto. Attraverso le attività organizzate, i partecipanti saranno in grado di sviluppare le capacità di improvvisazione alla base dei processi educativi che non possono essere pianificati in anticipo, esploreranno il tema dell'improvvisazione nel lavoro con i giovani e aggiorneranno le competenze e gli approcci dei loro formatori per introdurre metodologie innovative, attraenti e interattive nel campo del lavoro con i giovani. Le attività stimoleranno lo scambio di buone pratiche per formare i partecipanti su come progettare, facilitare e fare il debriefing di sessioni e opportunità di apprendimento non formale esistenti e nuove; saranno affrontate le sfide e le possibilità insite nell'uso dell'improvvisazione nella pratica formale e non formale e nel lavoro con giovani emarginati e gruppi eterogenei.

IMPROdigious in Youth Work segue le priorità di Erasmus+, migliorando le competenze chiave dei partecipanti nel campo dell'educazione giovanile e collegando attività di apprendimento non formale ben condotte con tecniche innovative derivate da tutte le forme di arte, creatività e improvvisazione, e dirette a cambiamenti utili nei gruppi e nelle comunità giovanili. I partecipanti sono operatori giovanili, volontari, mentori e insegnanti di età superiore ai 18 anni, che lavorano con i giovani utilizzando varie attività non formali, lavorano o collaborano regolarmente con le organizzazioni partner come professionisti retribuiti o volontari, e il cui contributo alle loro organizzazioni aumenterà l'impatto del progetto una volta terminata la formazione. Un'attenzione particolare sarà data ai partecipanti con minori opportunità, persone che, per questioni economiche, sociali, geografiche, educative, faticano ad accedere a opportunità di apprendimento e autosviluppo di alta qualità, che difficilmente possono acquisire le conoscenze, le metodologie e le competenze che questo corso di formazione può fornire.

<p><b>6. Esiti delle pratiche, risultati rilevanti</b></p>	<p>I risultati che ci aspettiamo dal progetto riguarderanno lo sviluppo personale e professionale dei partecipanti. Questi saranno incoraggiati a incorporare nuove tecniche e principi di improvvisazione nella loro attività pratica quotidiana, esploreranno nuovi metodi di insegnamento e apprendimento e ricostruiranno la consapevolezza del proprio processo di apprendimento e dei propri bisogni. Eserciteranno le loro capacità di trasformare le idee in azione, miglioreranno la creatività, l'innovazione, la pianificazione e le capacità di gestione. I partecipanti riceveranno ulteriore motivazione, ispirazione, strumenti e nuove intuizioni su come raggiungere il cambiamento che desiderano vedere nei loro gruppi di riferimento e nelle loro comunità attraverso l'improvvisazione. Impareranno ad apprezzare il lavoro creativo con altre persone e a praticare l'espressione creativa di sé. Il lavoro con gli strumenti del teatro e della narrazione fornirà ai partecipanti una maggiore capacità di ascolto attivo, di feedback costruttivo, di espressione creativa e un nuovo atteggiamento nell'esprimere emozioni, sentimenti e opinioni, nel condividere le proprie competenze, nel lavorare con i coetanei e con i giovani della propria comunità e delle istituzioni. Attraverso l'improvvisazione, i partecipanti acquisiranno nuove conoscenze su come supportare l'apprendimento nelle aree di problem solving, gestione di situazioni inaspettate e sviluppo del pensiero critico. Attraverso l'esperienza diretta, i partecipanti saranno motivati e incoraggiati a mettere in pratica le nuove competenze acquisite non solo a casa, ma anche nei luoghi di lavoro o con i loro gruppi target affrontando i loro bisogni, poiché impareranno a utilizzare metodologie innovative che sono efficaci nel coinvolgere gruppi eterogenei, migranti e giovani a rischio di esclusione sociale. Inoltre, le capacità delle organizzazioni coinvolte aumenteranno grazie allo sviluppo dei loro soci, delle reti e delle future cooperazioni. Ci aspettiamo che questo aumenti l'attrattiva e l'inclusività dei loro programmi e delle attività sviluppate nelle loro organizzazioni di origine, con un'influenza sia sui loro gruppi target che sulle stesse organizzazioni partner e su un pubblico più ampio. A livello locale, durante le attività del progetto i partecipanti si impegneranno con la comunità locale di Egio e dintorni. A livello regionale e nazionale, i risultati del progetto saranno condivisi all'interno di una comunità internazionale di operatori giovanili e sociali che potranno costruire programmi educativi trasformativi sul benessere, lo stile di vita, la costruzione di comunità e l'empowerment dei giovani. Lavorando con i leader giovanili e, in ultima analisi, con le persone che diventeranno leader in futuro, speriamo che il progetto abbia un impatto a lungo termine sul modo in cui vengono affrontati i problemi della società. A livello europeo, attraverso la diffusione dei risultati del progetto e l'implementazione delle competenze e del know-how acquisiti attraverso attività nei Paesi partner e altrove, riceveremo preziosi input e feedback da persone provenienti da diversi Paesi, il che consente l'universalità dei metodi e degli argomenti, per cui il nuovo insieme di competenze, e possibilmente anche i progetti preparati, hanno il potenziale per essere utilizzati a livello internazionale e interculturale, pur rimanendo sensibili alle esigenze specifiche. In questo modo l'impatto di questo progetto potrà essere diffuso in tutta Europa.</p>
<p><b>7. Link e fonti</b></p>	<p><a href="https://erasmus-plus.ec.europa.eu/projects/search/details/2019-3-EL02-KA105-005260">https://erasmus-plus.ec.europa.eu/projects/search/details/2019-3-EL02-KA105-005260</a></p>

**Breve riepilogo (massimo 15 righe)**

IMPROdigious è un corso di formazione di 8 giorni che si propone di introdurre ed esplorare i principi dell'improvvisazione, e di sperimentare strumenti e tecniche pratiche e divertenti che possono essere utilizzate nella vita quotidiana, nel lavoro creativo oltre che in altre situazioni e luoghi. Allenare la propria consapevolezza, accettazione e senso di iniziativa può migliorare la qualità delle nostre giornate e delle cose che facciamo. Impareremo a lanciarcì nell'ignoto e a rispondere adeguatamente alle esigenze delle diverse persone e situazioni con cui lavoriamo.

**BUONE PRATICHE PER LA DIFFUSIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE ATTRAVERSO LA NARRAZIONE – (Italia)**

<b>1. Titolo del progetto, programma</b>	n/a
<b>2. Nome dell'organizzazione/ servizio responsabile dell'intervento, con riferimento a Paese ed indirizzo (specifici)</b>	Museo Archeologico Salinas, Piazza Olivella, 90133 Palermo PA
<b>3. Ambito del Patrimonio Culturale</b>	Comunicazione

#### **4. Storia del progetto: come è stato concepito, sviluppo e strategie relative al contesto**

È indispensabile fare alcune considerazioni introduttive per comprendere il significato della rivoluzione che presenteremo. Il Museo Archeologico Antonio Salinas di Palermo, uno dei più importanti musei archeologici per vastità e pregio della collezione (con capolavori di epoca punico-fenicia, greca classica, etrusca, dell'antica Roma e della storia siciliana dalla preistoria al Medioevo [10]) è, a tutti gli effetti, un caso studio di museo sociale e l'intento è di presentarlo come esempio virtuoso di strategie di comunicazione culturale.

Questo Museo ha cercato di recuperare il proprio pubblico dandosi una visione strategica e costruendosi una reputazione online molto forte. Nel saggio in corso di stampa [1] sono stati analizzati: i dati empirici di questa attività di comunicazione, frutto di specifiche strategie e iniziative; le performance numeriche e l'apprezzamento dei visitatori delle diverse piattaforme di social media su cui il Museo opera; il flusso di visitatori durante le attività promosse; i dati di insight dai diversi strumenti di interazione online (principalmente Facebook, Twitter e Youtube); la qualità degli insight di comunicazione e l'impatto che producono in termini di interazioni, apprezzamento, numero di visualizzazioni e tasso di condivisione. Protagonisti di queste strategie e di questi risultati sono la responsabile del Museo, l'archeologa Francesca Spatafora, e il responsabile della comunicazione Sandro Garrubbo. Il caso di Garrubbo è esemplificativo di come, in molti casi, l'Assessorato ai Beni Culturali della Regione Siciliana abbia già al suo interno risorse che, impiegate in ruoli non appropriati, vengono trascurate e sottoutilizzate. Questo catalogatore con esperienza nel settore pubblicitario è diventato il social media e content manager del Museo, e il Salinas deve a lui la grande visibilità che ha raggiunto oggi.

Il risultato finale, atteso da quattro anni, è la riapertura definitiva dell'intera area espositiva. Il restauro della storica struttura che ospita il Museo e la Casa dei Padri Filippini all'Olivella, risalente al XVII secolo, è stato lungo e complesso. L'attesa è stata così lunga che i palermitani si erano dimenticati dell'esistenza del Museo.

## 5. Descrizione generale del progetto

**Obiettivi, partecipanti, azioni e possibili criticità, organizzazioni coinvolte, numero e identificazione dei beneficiari, partenariati, budget, periodo di attuazione e altre informazioni utili ad interpretarne natura e risultati**

Nel 2014 lo staff del Museo ha prestato particolare attenzione a queste circostanze, ponendosi una sfida davvero "garibaldina" [1]: riconquistare il pubblico e rivitalizzare la propria immagine. Nasce così il primo slogan del Museo: "Chiuso per manutenzione, aperto per vocazione", quindi solo "aperto per vocazione" e con la precisa scelta di rifiutare, non usandone la parola, l'idea stessa di chiusura. Tra le numerose iniziative con cui il Salinas ha portato "altrove" parte della sua collezione [11], è degna di nota la mostra "Gli etruschi a Palermo" presso il Real Albergo dei Poveri (17 ottobre 2012, chiusa nel giugno 2013, riaperta nel dicembre 2013 fino al 30 giugno 2015), rinvigorita poi attraverso diverse iniziative, come l'adesione all'evento nazionale #invasionidigitali nell'aprile 2014, che ha permesso agli abitanti di riscoprire un allestimento quasi dimenticato e di risvegliare anche l'attenzione della stampa nazionale. Volendo fornire un dato numerico sull'impatto di #invasionidigitali, questo potrebbe essere per ora quantificato con una crescita del 100% tra i dati di affluenza di maggio 2013 e maggio 2014.

Piccoli eventi hanno dato al Museo la possibilità di riaprire, anche se parzialmente. Con la mostra "Del Museo di Palermo e del suo avvenire. Il Salinas ricorda Salinas 1914 - 2014" (8 luglio 2014 - 31 gennaio 2015), lo staff ha deciso di svecchiare il Museo ispirandosi alla lezione di assoluta modernità sul concetto di appartenenza e accessibilità al patrimonio culturale affermata dal suo grande direttore. Stralci letteralmente rubati alla lezione che il professor Salinas tenne durante la cerimonia di inaugurazione dell'anno accademico del 1873 sono ora slogan da scrivere sui muri e da diffondere sui social media, attraverso un nuovo logo e una campagna condotta con post ad hoc su Facebook e Twitter e brevi video ispirati allo stile spaghetti thriller postati su Youtube [12].

Con la mostra "LIKE - Restauri e scatti. Il volto inedito del Salinas" (13 marzo - 3 maggio 2015), il cui significato rimanda sia al nuovo approccio comunicativo del Museo sia alla metaforica liberazione dalle ingiurie del tempo e dai segni di vecchi restauri che mettono a rischio la corretta interpretazione delle opere d'arte, il Salinas ha aderito alle #invasionidigitali del 2015 (con un esperimento socio-educativo di creazione di riproduzioni 3D dei reperti archeologici, i cui risultati sono in corso di stampa [13]). L'iniziativa ha avuto successo sia per quanto riguarda il pubblico fisico sia per la crescita media dei like settimanali in concomitanza con la mostra (150 invece di un dato medio di 80).

Ma com'è riuscito il Salinas a trovare una propria identità sui social media? In questo contesto non possiamo descrivere voce per voce quanto già discusso altrove [1], tuttavia possiamo fornire alcuni elementi significativi della strategia del museo, basata su parole chiave e idee come "incuriosire", "attrarre", "coinvolgere" e "ispirare" [3]. Il raggiungimento di questi obiettivi è stato ottenuto grazie a strategie incentrate sulla pianificazione dei contenuti dove l'indizio, il riferimento a qualcosa di vicino, la metafora, l'allusione, l'approccio alla vita quotidiana, il "dietro le quinte", l'uso di emoticon nei post sono solo alcuni degli strumenti che il museo ha adottato per creare il proprio stile di comunicazione. A questo si aggiungono immagini accattivanti, sempre abbinate ad hashtag scelti con cura e tagline che non sono più una semplice descrizione tassonomica ma un vero e proprio racconto. Un esempio: la nota metopa del Tempio C di Selinunte, riscoperta nel 1823, che raffigura Perseo che recide la testa della Gorgone Medusa alla presenza di Atena, è stata intitolata "Trio Medusa", dal nome del famoso trio comico italiano.

Nell'analisi condotta sulla qualità della comunicazione abbiamo evidenziato come, abbandonando i termini tecnici tipici del circolo archeologico, siano stati adottati nuovi metodi specifici di narrazione - con una voce narrante che racconta una storia con parole semplici - come strumenti di approccio ai visitatori, oltre che di apprendimento e ricerca di senso. Inoltre, questa inclinazione verso la narrazione è alla base del concept del logo: S sta per Salinas ma anche per Storie che creano comunanza. #Lestoriedituttinoi è diventato, da gennaio 2015, l'hashtag permanente della comunicazione del museo [5]. La pagina Facebook [14] è cresciuta rapidamente dal giorno della sua apertura, già ricca di contenuti, nel marzo 2014 - fino ad oggi, 4.480 like. I like su Facebook e contemporaneamente l'analisi di ciò che forniscono gli insight hanno confermato come la scelta di un buon titolo favorisca la curiosità e la voglia di leggere degli utenti e come sia alta e apprezzata la qualità della conversazione sulla bacheca degli utenti di Facebook.

Tra i dati di insight analizzati nel saggio in corso di stampa [1], merita attenzione la provenienza degli utenti, dal momento che solo un terzo degli utenti proviene da Palermo e appena la metà del totale è collegabile a residenti in Sicilia, a dimostrazione del fatto che non sono stati raggiunti solo utenti da tutto il Paese ma persino da Paesi stranieri. Dall'estero proviene un terzo dei visitatori della pagina Facebook da città al di fuori della Sicilia. È stato menzionato il canale Youtube [15], lanciato il 21 febbraio 2014, unito a Facebook, Twitter, Pinterest e Google+ e utilizzato al meglio per promuovere il museo e i suoi eventi attraverso video appositamente preparati.

Il profilo Twitter [16] è stato aperto nel febbraio 2014 e fino a marzo 2015 il Salinas era l'unica istituzione siciliana di proprietà della Giunta regionale presente su questa piattaforma; oggi conta più di 2.500 follower. Sicuramente un ruolo fondamentale è stato svolto dalla partecipazione all'evento internazionale di live tweeting #Museumweek, sia nell'edizione 2014 (24-30 marzo) - unica tra i musei e le istituzioni siciliane - sia nell'edizione 2015 (23-29 marzo), raggiungendo così un numero consistente di follower (+250 dopo la settimana di #Museumweek 2015) grazie al retweet di diversi profili da tutto il mondo e a una serie di teaser specifici.

Il profilo Google+ [17], attivo da marzo 2014, ha superato le 17.500 visualizzazioni - considerando qui i video Youtube combinati - dimostrando di aver compreso appieno come utilizzare l'aggregazione tra le diverse piattaforme sociali.

In chiusura, il Museo è attivo su Pinterest [18] da marzo 2014 e ha 6 board attive, tra cui una sui tesori del Museo e una sulla mostra su Antonio Salinas.

<p><b>6. Esiti delle pratiche, risultati rilevanti</b></p>	<p>Nel giro di un anno, in linea con quanto recentemente suggerito dagli esperti, il Salinas è riuscito a sviluppare una propria strategia culturale di web marketing, grazie al coinvolgimento degli stakeholder, creando una propria immagine, dotandosi di una brand awareness originale e riconoscibile attraverso un proprio stile e creando una propria comunità ben attiva e coinvolta. A riprova dei risultati raggiunti, si fornisce a conclusione di questo saggio solo un elemento sulla fruizione nell'anno 2014, rimandando a un altro momento un'analisi più dettagliata: il Museo palermitano - ufficialmente chiuso - con la sola affluenza alle mostre sugli Etruschi (16.549 visitatori) e sul Salinas (23.255) ottiene un totale di 39.714 visitatori, superando così un'istituzione consolidata come il Museo Archeologico Paolo Orsi di Siracusa (37.481) [19]. È già stato riconosciuto che il risultato concreto di questo nuovo approccio museale sarà chiaro solo alla riapertura completa del Salinas. Da quel momento in poi, la sfida non sarà solo quella di trovare un pubblico e una reputazione digitale, ma di mantenerli, allineando il luogo digitale di interazione, comunicazione e accoglienza con quello reale e costruendo intorno al Museo una comunità crescente e coinvolta che possa riconoscersi nei valori culturali sostenuti dal Salinas. È auspicabile che, insieme al Museo Salinas, questo vento di cambiamento possa raggiungere definitivamente tutte le altre istituzioni regionali. Per farlo, servono visioni e strategie, che è esattamente ciò che è mancato finora ai decisori politici.</p>
<p><b>7. Link e fonti</b></p>	<p><a href="https://www.coopculture.it/it/poi/museo-archeologico-regionale-antonino-salinas/">https://www.coopculture.it/it/poi/museo-archeologico-regionale-antonino-salinas/</a></p>

### Breve riepilogo (massimo 15 righe)

Il Museo Archeologico si è distinto nel panorama museale italiano, ma soprattutto siciliano, per diventare un caso studio internazionale per le strategie digitali che ha messo in atto per consentire una maggiore valorizzazione culturale, nonostante sia stato chiuso per restauro per molti anni. L'esperienza del Salinas ci insegna che, nonostante la grande crisi che ha colpito molti musei italiani e soprattutto siciliani a causa di una cieca spending review, con una comunicazione museale attraverso i social media e una narrazione ben progettata è possibile cambiare le sorti di un museo che altrimenti sarebbe finito nel dimenticatoio; questo è stato possibile grazie al personale del museo, che a volte ha dovuto sopportare di tasca propria le spese per la comunicazione e l'accesso a internet.

<b>BUONE PRATICHE PER LA DIFFUSIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE ATTRAVERSO LA NARRAZIONE – (Cipro, Italia, Portogallo, Francia, Svezia, Romania)</b>	
<b>1. Titolo del progetto, programma</b>	<p>My Place – My Story: Revisiting Cultural Heritage through Visual Arts and Storytelling</p> <p>(Il mio posto - la mia storia: Rivisitare il patrimonio culturale attraverso le arti visive e il racconto)</p>
<b>2. Nome dell'organizzazione/ servizio responsabile dell'intervento, con riferimento a Paese ed indirizzo (specifici)</b>	<p>Kornos Primary School</p> <p>3 Arch. Makarios</p> <p>7640</p> <p>Larnaka</p> <p>Κύπρος (Cipro)</p>
<b>3. Ambito del Patrimonio Culturale</b>	<p>Nuovi programmi innovativi / Metodi educativi / Sviluppo di corsi di formazione / Creatività e cultura / Patrimonio culturale / Anno europeo del patrimonio culturale</p>
<b>4. Storia del progetto: come è stato concepito, sviluppo e strategie relative al contesto</b>	<p>Il progetto si rifà ai settori prioritari del programma ET 2020 (Istruzione e formazione 2020) e alla priorità orizzontale di promuovere il valore sociale ed educativo del patrimonio culturale europeo, in quanto affronta direttamente le questioni del coinvolgimento attivo degli studenti con il patrimonio culturale locale del passato. Il progetto affronta anche le priorità dell'istruzione scolastica per promuovere l'acquisizione di abilità e competenze da parte degli studenti, in quanto la collaborazione tra studenti, insegnanti e artisti si è concentrata sullo sviluppo di nuove abilità e competenze nella sperimentazione, nella ricerca e nel pensiero creativo attraverso la creazione di arte e linguaggio. Inoltre, il progetto mira a soddisfare la priorità di rafforzare il profilo della professione dei docenti, fornendo agli insegnanti nuovi metodi, strumenti e risorse per elaborare progetti di collaborazione con artisti visivi che rispondono alle esigenze dei loro studenti.</p> <p>Il progetto è iniziato nella scuola primaria di Kornos, una piccola scuola rurale di Cipro. Durante questo primo incontro è stata presentata la revisione delle pratiche esistenti in materia di collaborazioni scolastiche con artisti visivi, nonché l'avvio del nuovo progetto nell'ambito dell'idea My Place - My Story. Durante la prima formazione, durata 3 giorni, è stata utilizzata l'esperienza del personale scolastico per lo sviluppo di progetti con artisti visivi; è stata inclusa la formazione degli educatori su questioni riguardanti le pratiche artistiche contemporanee e il lavoro di scrittura creativa con gli studenti. Parallelamente alla formazione, l'evento ha incluso un laboratorio con l'artista visivo e una passeggiata culturale nell'area e nei punti di riferimento utilizzati durante il progetto.</p>

<p><b>5. Descrizione generale del progetto</b></p> <p><i><b>Obiettivi, partecipanti, azioni e possibili criticità, organizzazioni coinvolte, numero e identificazione dei beneficiari, partenariati, budget, periodo di attuazione e altre informazioni utili ad interpretarne natura e risultati</b></i></p>	<p>Data di inizio: : 01-09-2018</p> <p>Data di fine: 31-08-2019</p> <p>Sovvenzione UE: 52.876,00 €</p> <p>Programma: Erasmus+</p> <p>Il progetto My Place - My Story sottolinea il valore e le connessioni delle arti visive contemporanee e della narrazione nel contesto dell'educazione formale attraverso l'indagine del patrimonio culturale locale.</p> <p>Mettere in contatto gli studenti con la loro cultura locale e aiutarli a rivisitare gli elementi culturali in nuovi contesti può portare a una comunicazione profonda e significativa tra passato e presente, alla comprensione delle idee e delle pratiche locali relative alle arti e ai mestieri, alle relazioni con l'ambiente fisico e alle storie popolari.</p> <p>Il progetto si rivolge a insegnanti e studenti delle scuole partner coinvolte, oltre che alle comunità di insegnanti in Europa e nel mondo.</p> <p>Le attività principali sono state:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Attività di apprendimento, insegnamento, formazione;</li> <li>2. Eventi di formazione per gli insegnanti sull'implementazione e lo scambio di buone pratiche che prevedono la cooperazione delle scuole con gli artisti;</li> <li>3. Sviluppo di risorse didattiche e condivisione delle stesse su uno spazio online / padlet, nella lingua madre di ogni partner e con testo esplicativo in inglese.</li> </ol>
---	--

<p><b>6. Esiti delle pratiche, risultati rilevanti</b></p>	<p>Ai partecipanti sono stati presentati un sito web OER (Open Educational Resources) e la piattaforma gratuita Padlet <a href="https://padlet.com/myplacemystory/erasmusplus">https://padlet.com/myplacemystory/erasmusplus</a>. Questa è stata pensata per incorporare la presentazione del progetto visivo e i materiali didattici prodotti. Nei successivi incontri nei Paesi partner sono stati presentati i progetti di arti visive e di scrittura creativa così come sviluppati nelle scuole partner partecipanti, e si sono svolte discussioni per favorire la sostenibilità del progetto e la sua presentazione attraverso la piattaforma online. Durante l'ultimo incontro si è svolta una discussione approfondita sulla valutazione finale del progetto.</p> <p>In sede di attuazione del progetto My Place - My Story, lo sviluppo della piattaforma Open Educational Resources ha creato l'opportunità di diffonderne le idee e le attività nei Paesi partner.</p> <p>I risultati del progetto presentano un ricco repertorio di metodologie, poiché ogni partner ha affrontato gli obiettivi del progetto in modi diversi.</p> <p>I risultati del progetto sono direttamente collegati al settore prioritario del valore sociale ed educativo del patrimonio culturale europeo, in quanto si rivolgono all'ispirazione e alimentano il rispetto e l'ammirazione verso la tradizione locale del passato, nonché la creazione della cultura contemporanea delle generazioni future. I risultati del progetto sono anche legati al settore prioritario della creazione di nuovi programmi innovativi, metodi educativi e di sviluppo.</p>
<p><b>7. Link e fonti</b></p>	<p><a href="https://padlet.com/myplacemystory/erasmusplus">https://padlet.com/myplacemystory/erasmusplus</a></p> <p><a href="https://erasmus-plus.ec.europa.eu/projects/search/details/2018-1-CY01-KA229-046905">https://erasmus-plus.ec.europa.eu/projects/search/details/2018-1-CY01-KA229-046905</a></p>

### Breve riepilogo (massimo 15 righe)

Il progetto mira a sottolineare il valore e le connessioni delle arti visive contemporanee e della narrazione nel contesto dell'educazione formale attraverso l'indagine di elementi del patrimonio culturale locale. Mettere in contatto gli studenti con la loro cultura locale e aiutarli a rivisitare gli elementi culturali in nuovi contesti potrebbe portare a una comunicazione profonda e significativa tra il passato e il presente, alla comprensione delle idee e delle pratiche locali relative alle arti e ai mestieri, alle relazioni con l'ambiente e alle storie popolari. Le collaborazioni scolastiche con gli artisti sono una parte fondamentale del progetto. L'interesse per le arti visive contemporanee e per la narrazione attraverso queste collaborazioni e la riscoperta del passato culturale locale offrono a studenti, insegnanti e artisti l'opportunità di ricercare, documentare e preservare il passato e di creare un nuovo futuro attraverso la produzione di opere d'arte e di racconti.

<b>BUONE PRATICHE PER LA DIFFUSIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE ATTRAVERSO LA NARRAZIONE – (Lettonia, Romania, Ungheria, Italia, Slovacchia, Spagna)</b>	
<b>1. Titolo del progetto, programma</b>	Once upon a time: fairy tales and myths across Europe (C'era una volta: favole e miti in tutta Europa)
<b>2. Nome dell'organizzazione/ servizio responsabile dell'intervento, con riferimento a Paese ed indirizzo (specifici)</b>	EvolvingYOUth Vecgaujas iela 18 , LV-2163 Carnikava , Vidzeme Lettonia
<b>3. Ambito del Patrimonio Culturale</b>	Patrimonio culturale / Anno europeo del patrimonio culturale ; Creatività e cultura ; Istruzione interculturale / intergenerazionale e apprendimento continuo
<b>4. Storia del progetto: come è stato concepito, sviluppo e strategie relative al contesto</b>	Once upon a time: fairy tales and myths across Europe è stato un progetto KA1 di scambio giovanile che si è svolto dal 31 agosto al 7 settembre a Jūrmala, in Lettonia, coinvolgendo un totale di 40 partecipanti provenienti da Lettonia, Italia, Ungheria e Finlandia. Durante lo scambio i partecipanti hanno promosso l'apprendimento e la sensibilità interculturale attraverso il teatro delle marionette e la narrazione, condividendo fiabe tradizionali, creando e realizzando un racconto interculturale comune sul tema dell'apprendimento interculturale per i giovani e presentandolo al pubblico come spettacolo di marionette ad altri giovani a livello internazionale e locale. Questo progetto è il risultato della cooperazione tra: EvolvingYOUth (Lettonia) - Kulturális Kapcsolatokért Alapítvány (Ungheria) - Associazione per le Relazioni Culturali (Finlandia) - Associazione Studenti per la Città (Italia) - Youthfully Yours SK (Slovacchia).

## 5. Descrizione generale del progetto

*Obiettivi, partecipanti, azioni e possibili criticità, organizzazioni coinvolte, numero e identificazione dei beneficiari, partenariati, budget, periodo di attuazione e altre informazioni utili ad interpretarne natura e risultati*

**Data di inizio:** 01-03-2020

**Data di fine:** 31-10-2020

**Riferimento del progetto:** 2019-3-LV02-KA105-002844

**Sovvenzione UE:** 14.467,00 €

**Programma:** Erasmus+

Lo scopo principale del progetto è quello di trasferire ai giovani i valori europei della diversità, della comprensione interculturale e della sensibilità attraverso l'uso del teatro delle marionette e delle fiabe tradizionali.

Gli obiettivi specifici sono:

- Sensibilizzare all'apprendimento e all'interculturalità attraverso l'uso del teatro dei burattini e della narrazione, condividendo fiabe e storie tradizionali e scoprendo i concetti di identità e diversità;
- Rafforzare i valori europei come la comprensione reciproca, la tolleranza, la cittadinanza attiva e combattere valori negativi quali la xenofobia, il razzismo, l'omofobia e l'euroscetticismo;
- Scoprire e sfruttare il potenziale della narrazione presentando fiabe tradizionali e utilizzando il teatro delle marionette con il feedback di esperti esterni come preziosa procedura di apprendimento per sviluppare la competenza interculturale dei giovani;
- Creare e rappresentare una fiaba interculturale comune sul tema dell'apprendimento interculturale da parte dei giovani e presentarla in pubblico come teatro di marionette per altri giovani a livello internazionale e locale.

Il progetto ha coinvolto 40 giovani provenienti da Lettonia, Italia, Spagna, Finlandia, Romania, Ungheria e Portogallo.

Le attività di scambio si sono svolte a Riga dall'1 al 6 settembre 2020. Le attività si sono basate sul concetto di educazione tra pari e si sono concentrate sulla condivisione di fiabe e storie tradizionali dei diversi Paesi coinvolti, utilizzando per rappresentarle l'arte di strada, come il teatro delle marionette.

<p><b>6. Esiti delle pratiche, risultati rilevanti</b></p>	<p>Le attività svolte hanno dato ai beneficiari la possibilità di sviluppare nuove competenze da utilizzare ad esempio nel volontariato o nel mercato del lavoro. I partecipanti hanno imparato di più sull'interculturalità, sul concetto di teatro e sulla costruzione di marionette, discutendo del contesto europeo e condividendo buone pratiche. I partecipanti possono così creare nuove attività da svolgere per conto di terzi e fornire nuovi strumenti e idee.</p> <p>Inoltre, il progetto ha ampliato la loro rete di contatti e creato nuovi partenariati, e i partecipanti si sono impegnati a condividere il loro patrimonio culturale nazionale.</p>
<p><b>7. Link e fonti</b></p>	<p><a href="https://erasmus-plus.ec.europa.eu/projects/search/details/2019-3-LV02-KA105-002844">https://erasmus-plus.ec.europa.eu/projects/search/details/2019-3-LV02-KA105-002844</a></p>

### Breve riepilogo (massimo 15 righe)

Durante lo scambio i partecipanti hanno promosso l'apprendimento interculturale attraverso il teatro delle marionette e la narrazione, condividendo fiabe tradizionali, creando e realizzando un racconto comune sul tema dell'apprendimento interculturale e presentandolo al pubblico come spettacolo di marionette ad altri giovani a livello locale e internazionale.

Durante lo scambio, i partecipanti hanno anche dovuto condurre laboratori di narrazione, mitologia, cultura, tradizioni e identità, e presentare i balli, le canzoni, i giochi, i cibi e le bevande del proprio Paese, i miti e le fiabe nazionali in gruppi nazionali sotto forma di brevi rappresentazioni teatrali

<b>BUONE PRATICHE PER LA DIFFUSIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE ATTRAVERSO LA NARRAZIONE – (Cipro, Italia, Svezia, Estonia, Grecia)</b>	
<b>1. Titolo del progetto, programma</b>	Recording Tradition
<b>2. Nome dell'organizzazione/ servizio responsabile dell'intervento, con riferimento a Paese ed indirizzo (specifici)</b>	NEOLEA GIA ANTALAGI KAI KATANOISI 27 EZEKIA PAPIOANNOU STREET 1075 NICOSIA Cipro
<b>3. Ambito del Patrimonio Culturale</b>	Istruzione interculturale/intergenerazionale e formazione continua Creatività e cultura Patrimonio culturale/ Anno europeo del patrimonio culturale
<b>4. Storia del progetto: come è stato concepito, sviluppo e strategie relative al contesto</b>	Tradizioni e costumi costituiscono una delle parti più integranti della propria identità culturale. L'identità europea è composta da varie culture, ognuna con il proprio bagaglio di tradizioni, che insieme gettano le basi per la creazione di una più forte identità collettiva europea. Tuttavia, alcune delle tradizioni più antiche d'Europa hanno iniziato a scomparire per svariate ragioni, a volte perché le persone che le praticavano sono diventate troppo anziane, oppure perché sono state sostituite da nuove tradizioni. È quindi necessario che i giovani conoscano le tradizioni del loro e di altri Paesi. In questo modo potrebbero smettere di rifiutarle e usare con saggezza questa conoscenza per andare avanti.

<p><b>5. Descrizione generale del progetto</b></p> <p><i><b>Obiettivi, partecipanti, azioni e possibili criticità, organizzazioni coinvolte, numero e identificazione dei beneficiari, partenariati, budget, periodo di attuazione e altre informazioni utili ad interpretarne natura e risultati</b></i></p>	<p>Data di inizio: 01-08-2018</p> <p>Data di fine: 31-05-2019</p> <p>Riferimento del progetto: 2018-2-CY02-KA105-001299</p> <p>Sovvenzione UE: 28.325,00 €</p> <p>Lo scopo di questo progetto è coltivare l'empatia storica e rendere omaggio alle tradizioni "in via d'estinzione" o dimenticate in tutta Europa. L'obiettivo principale è di permettere ai giovani dei Paesi europei di prendere coscienza delle tradizioni del proprio Paese e di conoscere quelle di altri Paesi che hanno iniziato a scomparire, esplorando e praticando l'arte della narrazione attraverso la fotografia e la creazione di video.</p> <p>L'obiettivo principale del progetto è quello di migliorare la conoscenza delle tradizioni del Paese di origine e di conoscere anche le tradizioni dei Paesi coinvolti.</p> <p>Un ulteriore obiettivo è quello di colmare il divario tra la consapevolezza del passato e quella del presente, soprattutto nelle giovani generazioni.</p> <p>Inoltre, il progetto vuole fornire le competenze per essere in grado di ricercare e imparare di più sul passato e sensibilizzare sulle tradizioni dell'area di destinazione per imparare e utilizzare questa conoscenza e per trasformarla in una professione, combattendo allo stesso tempo la disoccupazione.</p> <p>I partecipanti si familiarizzano con le tecniche di narrazione e videografia nel contesto della comprensione del passato.</p> <p>Il progetto ha coinvolto 40 giovani da ciascun Paese, che hanno trascorso 12 giorni in un villaggio tradizionale di montagna a Cipro.</p> <p>Le attività includevano:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- dimostrazioni da parte di esperti attraverso laboratori su arti, mestieri e cibi tradizionali;</li> <li>- visite a centri folkloristici locali, musei e club giovanili, dove i giovani entrano a contatto con la tradizione;</li> <li>- laboratori sull'esplorazione e la pratica della narrazione attraverso varie forme;</li> <li>- laboratori di fotografia, ripresa e montaggio video;</li> <li>- creazione di siti web;</li> <li>- raccolta di storie orali;</li> <li>- creazione di brevi video;</li> <li>- attività per il tempo libero legate alle tradizioni europee: serata culturale, serata di giochi tradizionali, caccia al tesoro spettrale, ecc.</li> </ul>
---	--

<p><b>6. Esiti delle pratiche, risultati rilevanti</b></p>	<p>La metà dei partecipanti ha un interesse o un coinvolgimento attivo nella tradizione. Questo include la pratica di strumenti musicali, la danza, il teatro, le arti e i mestieri o lo studio della storia. L'altra metà dei partecipanti aveva competenze di base in videografia o fotografia, derivanti dall'interesse personale a filmare, fotografare, utilizzare strumenti di base per la realizzazione e il montaggio di video, come Windows movie maker.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Uso della tecnologia per promuovere la comprensione delle tradizioni e della storia;</li> <li>- Apprendimento di nuove metodologie con un'ampia gamma di implementazioni: narrazione, creazione di contenuti video, raccolta di storie orali, creazione e gestione di siti web;</li> <li>- Aumento delle opportunità di lavoro;</li> <li>- Sviluppo di competenze interpersonali legate al dialogo intergenerazionale;</li> <li>- Sviluppo di nuove idee progettuali e nuove possibilità di collaborazione;</li> <li>- Incoraggiamento dei giovani a diventare moltiplicatori di idee e progetti.</li> </ul>
<p><b>7. Link e fonti</b></p>	<p><a href="https://erasmus-plus.ec.europa.eu/projects/search/details/2018-2-CY02-KA105-001299">https://erasmus-plus.ec.europa.eu/projects/search/details/2018-2-CY02-KA105-001299</a></p>

### Breve riepilogo (massimo 15 righe)

Questo progetto mira a coltivare l'empatia storica e a riscoprire le tradizioni dimenticate in tutta Europa. L'obiettivo è insegnare ai giovani le tradizioni che hanno iniziato a scomparire nei loro Paesi d'origine e far conoscere quelle di altri Paesi. Per raggiungere questi obiettivi, il progetto utilizza la narrazione attraverso la fotografia e il video. Il progetto consiste in uno scambio di studenti in cui sono stati coinvolti 40 giovani, 1 leader e 4 partecipanti provenienti da Bulgaria, Italia, Spagna, Grecia, Svezia, Polonia, Estonia e Cipro. Hanno trascorso 12 giorni in un villaggio tradizionale di Cipro, dove i partecipanti sono stati introdotti alle tradizioni locali e incoraggiati a condividere le loro tradizioni.

Le attività si sono basate sui principi dell'educazione non formale e hanno incluso laboratori, visite a centri locali, creazione di video, ecc.

Il progetto ha sviluppato le competenze dei partecipanti in materia di narrazione, creazione di video, raccolta di storie orali, creazione e gestione di siti web.

<b>BUONE PRATICHE PER LA DIFFUSIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE ATTRAVERSO LA NARRAZIONE – (Italia, Portogallo, Grecia, Turchia)</b>	
<b>1. Titolo del progetto, programma</b>	Safeguarding Intangible and cultural Values and HERitage (Salvaguardia dei valori e del patrimonio immateriale e culturale)
<b>2. Nome dell'organizzazione/ servizio responsabile dell'intervento, con riferimento a Paese ed indirizzo (specifici)</b>	UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI BARI ALDO MORO PIAZZA UMBERTO I 1 70121 BARI Puglia
<b>3. Ambito del Patrimonio Culturale</b>	sviluppo delle capacità nel settore culturale
<b>4. Storia del progetto: come è stato concepito, sviluppo e strategie relative al contesto</b>	<p>Il progetto è stato concepito in seguito allo sviluppo dell'Agenda culturale europea nella seconda metà degli anni '10 e all'Agenda 2030 delle Nazioni Unite sullo sviluppo sostenibile, che riconosce la cittadinanza globale, la diversità culturale e il dialogo interculturale come principi generali dello sviluppo sostenibile. Riconosce che tutte le culture e le civiltà possono contribuire, e sono fondamentali, allo sviluppo sostenibile. La cultura è esplicitamente citata in diversi Obiettivi di sviluppo sostenibile dell'Agenda 2030 e in particolare all'Obiettivo 11 (Città-Patrimonio), Obiettivo 4 (Istruzione) e Obiettivi 8 e 12 (crescita sostenibile/modelli di consumo) in relazione al turismo.</p> <p>Tutto ciò è stato nuovamente confermato dall'adozione, da parte del Consiglio, di un orientamento generale sulla proposta del novembre 2016 per la creazione, nel 2018, di un Anno europeo del patrimonio culturale: celebrare la diversità e la ricchezza del patrimonio europeo. Il 15 febbraio 2017, gli ambasciatori degli Stati membri hanno approvato l'accordo provvisorio raggiunto il 9 febbraio tra il Consiglio e il Parlamento europeo, confermando così la decisione per l'Anno europeo del patrimonio culturale 2018.</p> <p>Da queste premesse nasce l'idea del progetto 'Safeguarding Intangible cultural Values and HERitage - S.I.L.V.HER.', che trova le sue radici nella necessità di progettare un nuovo percorso formativo che abbracci e sfrutti positivamente tutto ciò che deriva dalla trasformazione digitale, fenomeno fortemente incentivato anche a livello nazionale e che prevede una sempre maggiore introduzione di strumenti informatici in tutti gli ambiti. Anche il settore culturale e, più nello specifico, la salvaguardia e la promozione del patrimonio culturale, non sono esenti da questo passaggio.</p>

<p><b>5. Descrizione generale del progetto</b></p> <p><i>Obiettivi, partecipanti, azioni e possibili criticità, organizzazioni coinvolte, numero e identificazione dei beneficiari, partenariati, budget, periodo di attuazione e altre informazioni utili ad interpretarne natura e risultati</i></p>	<p>Data di inizio: 01-10-2018</p> <p>Data di fine: 30-09-2021</p> <p>Riferimento del progetto: 2018-1-IT02-KA203-048412</p> <p>Sovvenzione UE: 286.177,00 €</p> <p>Il progetto S.I.L.V.HER., quindi, si propone di sviluppare un percorso formativo legato al patrimonio culturale, ma che includa anche lo strumento digitale, non solo come mezzo di apprendimento, ma anche e soprattutto come futuro mezzo di sviluppo di un settore strategico e che sostenga anche un processo di riconoscimento della sua identità europea. Proprio per questo nasce l'esigenza di realizzare questo progetto a livello transnazionale.</p> <p>Il corso misto sarà suddiviso in due tipi di attività: formazione online e mobilità transnazionale in forma di sessioni di formazione faccia a faccia.</p> <p>Il corso sarà suddiviso in tre moduli:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gestione di progetti culturali;</li> <li>- Narrazione digitale del patrimonio culturale immateriale;</li> <li>- Realtà aumentata e virtuale nel settore culturale.</li> </ul>
<p><b>6. Esiti delle pratiche, risultati rilevanti</b></p>	
<p><b>7. Link e fonti</b></p>	<p><a href="https://www.silvher.eu/about/">https://www.silvher.eu/about/</a></p> <p><a href="https://silvher-learn.eu/course/view.php?id=3">https://silvher-learn.eu/course/view.php?id=3</a></p>

### Breve riepilogo (massimo 15 righe)

Il progetto ha sviluppato un corso denominato „Valorizzazione digitale del patrimonio culturale”, attivato in via sperimentale nell’anno accademico 2019/2020 e disponibile nelle lingue del partenariato.

Attraverso la piattaforma online, il corso è disponibile per tutti coloro che si iscrivono come ospiti. Il corso è composto da tre moduli:

- Gestione di progetti culturali;
- Narrazione digitale del patrimonio culturale immateriale;
- Realtà aumentata e virtuale nel settore culturale.

A risultato del corso pilota, gli studenti hanno sviluppato progetti per la salvaguardia digitale del patrimonio culturale locale. L’app sviluppata fornisce una nuova esperienza di realtà aumentata: utilizzando gli smartphone, gli utenti possono puntare con la fotocamera il sito culturale e una traccia audio racconta storie su di esso.

L’obiettivo principale del progetto è quindi quello di facilitare e offrire l’accesso al patrimonio culturale nelle città di destinazione.

<b>BUONE PRATICHE PER LA DIFFUSIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE ATTRAVERSO LA NARRAZIONE – (Francia, Belgio, Bulgaria, Italia, Portogallo)</b>	
<b>1. Titolo del progetto, programma</b>	SEEDS OF TELLERS, Storytelling for a better oracy
<b>2. Nome dell'organizzazione/ servizio responsabile dell'intervento, con riferimento a Paese ed indirizzo (specifici)</b>	D'Une Parole à l'Autre 10 avenue du Maréchal Leclerc 92240 Malakoff Île de France
<b>3. Ambito del Patrimonio Culturale</b>	Patrimonio culturale orale
<b>4. Storia del progetto: come è stato concepito, sviluppo e strategie relative al contesto</b>	<p>Nel 2015, il 19,7% degli studenti dell'UE ha avuto difficoltà di lettura rispetto al 17,8% del 2012 (rapporto PISA). Il livello di riferimento, inferiore al 15%, è stato raggiunto da soli 4 stati membri. Non si era mai riscontrata una tale corrispondenza tra le disuguaglianze sociali ed il sistema, nell'OCSE in particolare in Francia e Belgio. Sempre più bambini entrano all'asilo con ritardi nello sviluppo delle competenze linguistiche, e l'esposizione ai dispositivi elettronici non fa che peggiorare la situazione. La mancanza di scambi elaborati e di lessico aumenta il divario tra i bambini in base al loro contesto socio-culturale già molto precocemente. D'altra parte, il successo nello studio è associato alla padronanza del linguaggio, che è fondamento di ogni apprendimento.</p> <p>Per il sociologo B. Lahire, la padronanza della lingua parlata e i titoli di studio sono i principali elementi di organizzazione della società: chi ha imparato ad esprimersi in pubblico occupa più spesso posizioni di responsabilità.</p> <p>Mentre in ambito lavorativo il 70% del linguaggio è orale, a scuola questo rapporto si inverte: la parola scritta domina le pratiche didattiche. L'espressione orale a scuola è molto spesso diretta dall'alunno all'insegnante, con un ricorso all'apprendimento a memoria e alla recitazione. Le presentazioni orali e le interrogazioni sono esposte come se fossero documenti scritti. Per la scuola, il discorso nasce dalla scrittura.</p> <p>Oggi la questione dell'espressione orale sta riemergendo con nuove tipologie di test alla fine della scuola. In Portogallo si enfatizza l'oralità, mentre in Francia e in Italia compaiono un esame orale ed un colloquio multidisciplinare.</p>

<p><b>5. Descrizione generale del progetto</b></p> <p><i>Obiettivi, partecipanti, azioni e possibili criticità, organizzazioni coinvolte, numero e identificazione dei beneficiari, partenariati, budget, periodo di attuazione e altre informazioni utili ad interpretarne natura e risultati</i></p>	<p><b>Data di inizio:</b> 01-12-2018</p> <p><b>Data di fine:</b> 31-03-2021</p> <p><b>Riferimento del progetto:</b> 2018-1-FR01-KA201-048145</p> <p><b>Sovvenzione EU:</b> 298.461,00 €</p> <p><b>Programma:</b> Erasmus+</p> <p>6 partner, 5 Paesi: 2 specialisti di storytelling (D'Une Parole à l'Autre e Grimm Sisters), 1 agenzia specializzata nella creazione di piattaforme educative (Les Apprimeurs), 1 organizzazione specializzata in difficoltà specifiche dell'apprendimento (Logopsycom) e 2 scuole (AEPROSA, L. KARAVELOV).</p> <p>Gli obiettivi dei progetti sono molteplici:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Migliorare la fiducia in sé stessi</li> <li>● Ascoltare e rispettare le opinioni altrui</li> <li>● Promuovere la cooperazione</li> <li>● Sviluppare la memoria e il lessico</li> <li>● Incoraggiare l'immaginazione</li> <li>● Scoprire e condividere il patrimonio culturale orale europeo</li> <li>● Combattere le disuguaglianze nell'apprendimento, aumentate durante la crisi sanitaria.</li> </ul> <p>I destinatari principali sono i bambini dalla scuola dell'infanzia al primo anno di scuola secondaria (sesta classe).</p> <p>Allenare gli studenti ad esporre storie oralmente in classe senza un supporto scritto permette loro di essere coinvolti emotivamente, di trarne piacere e di condividerlo, per affermarsi come individui e trovare il proprio posto nel gruppo.</p> <p>Le attività sono costituite da laboratori di narrazione che si sono svolti nelle scuole dei Paesi partecipanti.</p> <p>Il progetto ha realizzato anche video di storie raccontate da adulti di ispirazione per gli insegnanti.</p>
--	--

<p><b>6. Esiti delle pratiche, risultati rilevanti</b></p>	<p>O1- Guida pedagogica per la creazione di laboratori di narrazione orale 'Storytelling at school to master speech' (La narrazione a scuola per padroneggiare il linguaggio parlato, 40 pagine);</p> <p>O2- Biblioteca multilingue: più di 300 storie della letteratura orale da raccontare in classe;</p> <p>O3- Webradio: più di 110 tracce audio di studenti che raccontano storie;</p> <p>O4- Oltre 20 video di storie raccontate da bambini e adulti; O5- 20 kit didattici che collegano i temi dei programmi scolastici alle storie;</p> <p>O6- 23 Schede pedagogiche per accompagnare gli insegnanti nella realizzazione di laboratori di narrazione in classe.</p> <p>Sotto l'egida del National Education e della Città di Parigi 14°, la „Storytelling Week” (Settimana della narrazione) ha permesso a più di 120 insegnanti e 2500 studenti di partecipare a un circolo di narrazione.</p> <p>A seguito di questo evento è previsto un progetto di formazione degli insegnanti sulla narrazione. Finanziato dal Ministero dell'Education francese, riguarda le scuole della Rete di Educazione Prioritaria di Parigi 14.</p> <p>Biblioteche, narratori e insegnanti desiderano contribuire spontaneamente al progetto, che sarà portato avanti per almeno 5 anni.</p> <p><b>BENEFICI A LUNGO TERMINE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Combattere l'analfabetismo e coltivare il piacere per l'apprendimento;</li> <li>- Ridurre le disuguaglianze nell'apprendimento;</li> <li>- Aumentare l'ascolto, il dialogo tra individui e culture;</li> <li>- Conservare e trasmettere la cultura orale europea a scuola; - Migliorare la conoscenza delle tradizioni, dei popoli e del mondo per preparare il futuro.</li> <li>- Sensibilizzare l'Europa sull'importanza di imparare a padroneggiare un discorso strutturato e autonomo.</li> </ul>
<p><b>7. Link e fonti</b></p>	<p><a href="https://seedsoftellers.eu/">https://seedsoftellers.eu/</a></p>

### Breve riepilogo (massimo 15 righe)

Il progetto è votato alla lotta contro l'analfabetismo, alla riduzione delle disuguaglianze e all'apprendimento, all'aumento dell'ascolto e del dialogo, alla conservazione e alla trasmissione della cultura europea a scuola e alla sensibilizzazione in tutta Europa sull'importanza di imparare a padroneggiare un linguaggio strutturato e autonomo.

Il progetto ha aiutato i bambini a sviluppare la consapevolezza di sé, l'importanza della cultura nella loro vita e la padronanza dell'arte della parola attraverso la creazione di alcuni video in cui recitano fiabe tradizionali (disponibili sul sito web del progetto). I gruppi target sono principalmente 2: insegnanti e studenti. Sul sito web, le risorse disponibili rendono la metodologia universalmente accessibile e possono essere utilizzate da ogni insegnante che voglia applicare il progetto nella propria classe, rendendo il progetto „Seeds of teller” una buona pratica.

<b>BUONE PRATICHE PER LA DIFFUSIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE ATTRAVERSO LA NARRAZIONE – (Italia, Repubblica Ceca, Germania, Spagna)</b>	
<b>1. Titolo del progetto, programma</b>	St.A.R.T. UPtoEU (Storytelling Ancient Roman Traces up to Europe)
<b>2. Nome dell'organizzazione/ servizio responsabile dell'intervento, con riferimento a Paese ed indirizzo (specifici)</b>	Liceo Scientifico Statale „G. Siani” V.le Europa, 269 81031 Aversa (CE) Campania
<b>3. Ambito del Patrimonio Culturale</b>	Creatività e cultura Cooperazione per l'innovazione
<b>4. Storia del progetto: come è stato concepito, sviluppo e strategie relative al contesto</b>	St.A.R.T. UPtoEU (Storytelling Ancient Roman Traces up to Europe) è un Partenariato Strategico Innovativo che ha coinvolto dal 2018 quattro scuole europee provenienti da Italia, Spagna, Germania e Repubblica Ceca, oltre ad enti locali (Reggia di Caserta), un'associazione culturale (BIMED) e un'università telematica (UniPegaso) per perseguire gli obiettivi di modernizzazione della didattica, a partire dall'innovazione della comunicazione nel campo del Patrimonio Culturale. Il progetto è terminato a dicembre 2021.

<p><b>5. Descrizione generale del progetto</b></p> <p><i>Obiettivi, partecipanti, azioni e possibili criticità, organizzazioni coinvolte, numero e identificazione dei beneficiari, partenariati, budget, periodo di attuazione e altre informazioni utili ad interpretarne natura e risultati</i></p>	<p>Data di inizio: 01-09-2018</p> <p>Data di fine: 31-12-2021</p> <p>Riferimento del progetto: 2018-1-IT02-KA201-048538</p> <p>Sovvenzione UE: 353.626,00 €</p> <p>Gli obiettivi del progetto sono:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) consolidare la consapevolezza culturale attraverso la valorizzazione del patrimonio culturale;</li> <li>b) riconoscere la comune identità europea dei Paesi partner che erano province romane;</li> <li>c) promuovere l'uso delle nuove tecnologie;</li> <li>d) promuovere l'approccio multilingue;</li> <li>e) promuovere le competenze imprenditoriali;</li> <li>f) consolidare le competenze linguistiche e socio-relazionali.</li> </ul> <p>Tutte le attività sono state svolte privilegiando metodologie collaborative, inclusive e innovative, nonché l'apprendimento situazionale e lo spirito di collaborazione anche attraverso l'apprendimento tra pari.</p> <p>Sono stati realizzati dei laboratori per la realizzazione di quattro prodotti intellettuali:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1. un sito web per la narrazione del patrimonio culturale attraverso guide, mappe interattive, storie e testi (O1);</li> <li>2. una piattaforma di apprendimento con corsi sulle forme e le tecniche di comunicazione nel campo del patrimonio culturale (O2);</li> <li>3. produzione di oggetti/gadget culturali attraverso la stampa 3D (O3);</li> <li>4. un glossario digitale multilingue dei beni culturali composto da un e-book e da una banca dati consultabile online (O4).</li> </ul>
--	---

<p><b>6. Esiti delle pratiche, risultati rilevanti</b></p>	<p>Tutti i prodotti intellettuali creati sono accessibili, implementabili, replicabili e trasferibili in altri contesti spazio-temporali, quindi potranno superare i limiti temporali del progetto raggiungendo comunità più ampie rispetto al partenariato, come operatori del settore dei beni culturali o semplicemente persone interessate alla fruizione del patrimonio culturale, anche in un'ottica di crescita dell'indotto turistico-culturale sul territorio.</p> <p>L'impatto principale dei risultati è stato quello di promuovere la crescita educativa, sociale e culturale dei partecipanti, rafforzando il processo di internazionalizzazione delle comunità locali.</p> <p>I risultati del progetto sono stati diffusi attraverso seminari, conferenze, eventi, giornali, radio e tv locali, social network.</p>
<p><b>7. Link e fonti</b></p>	<p><a href="https://www.startuptoeu.com/">https://www.startuptoeu.com/</a></p>

### Breve riepilogo (massimo 15 righe)

Il progetto ha portato allo sviluppo di una piattaforma di apprendimento su cui sono stati caricati documenti e opuscoli che spiegano il suo scopo. La piattaforma contiene anche moduli e dispense sulla narrazione digitale del patrimonio culturale. Chiunque può accedere alla piattaforma, cercare fra tutti i documenti e fare un test sull'argomento.

Diversi fattori contribuiscono a definire la sostenibilità del progetto che, nel promuovere il patrimonio culturale, ha promosso anche le comunità locali, coinvolgendo diversi gruppi di soggetti interessati, che hanno quasi tutti espresso una valutazione positiva del progetto, così come i partecipanti esterni delle organizzazioni partner presenti all'evento moltiplicatore finale (E1).

Un altro possibile elemento di trasferibilità e sostenibilità è anche la collaborazione con organizzazioni di alto profilo attive nel campo dell'educazione e della valorizzazione e tutela del patrimonio culturale, attraverso la cultura digitale e l'innovazione.

**BUONE PRATICHE PER LA DIFFUSIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE ATTRAVERSO LA NARRAZIONE – (Germania, Portogallo, Polonia, Romania)**

<p><b>1. Titolo del progetto, programma</b></p>	<p>The Little Prince’s Journey through Europe - A theatrical guide for Primary Education</p> <p>(Il viaggio del piccolo principe attraverso l’Europa - Una guida teatrale per la scuola primaria)</p>
<p><b>2. Nome dell’organizzazione/ servizio responsabile dell’intervento, con riferimento a Paese ed indirizzo (specifici)</b></p>	<p>Gemeinschaftsgrundschule «An der Burg» Dinstühler Str. 67 41836 Hückelhoven NORDRHEIN-WESTFALEN, Germania</p>
<p><b>3. Ambito del Patrimonio Culturale</b></p>	<p>Istruzione scolastica</p>
<p><b>4. Storia del progetto: come è stato concepito, sviluppo e strategie relative al contesto</b></p>	<p>Il compito di una comunità europea di successo può essere portato ai bambini della scuola primaria in modi molto diversi. Il lavoro teatrale offre ai bambini vaste possibilità di affrontare contenuti complessi in modo giocoso. Tutte le attività aiuteranno gli studenti a costruire una prima comprensione europea. Basato sulla storia del Piccolo Principe e sulla sua filosofia ‘Non si vede bene che col cuore, l’essenziale è invisibile agli occhi’, il progetto mira a stimolare l’immaginazione e la creatività dei bambini per superare qualsiasi confine, sia esso linguistico, culturale o religioso. Il teatro fa parte di un’educazione culturale basata sull’interazione rispettosa col prossimo e caratterizzata da onestà, fiducia e rispetto. Il Piccolo Principe funge da modello per raggiungere questi valori fondamentali. Scrivendo la propria opera teatrale, gli studenti scopriranno il significato della vera amicizia e immagineranno le avventure del Piccolo Principe nel suo viaggio attraverso quattro Paesi europei. Il nostro grande ringraziamento va all’UE, che ci ha permesso, attraverso il progetto ERASMUS +, di accompagnare gli studenti della scuola primaria nel loro percorso di sviluppo di una visione cosmopolita del mondo. Un altro sentito ringraziamento va a tutti coloro che hanno contribuito al successo del progetto con le loro idee, il loro entusiasmo e il loro impegno.</p>

<p><b>5. Descrizione generale del progetto</b></p> <p><i>Obiettivi, partecipanti, azioni e possibili criticità, organizzazioni coinvolte, numero e identificazione dei beneficiari, partenariati, budget, periodo di attuazione e altre informazioni utili ad interpretarne natura e risultati</i></p>	<p>Il progetto si prefigge due obiettivi principali. Da un lato, per tutta la durata del progetto, gli studenti sono stati coinvolti nel processo di creazione del proprio spettacolo teatrale 'Il viaggio del Piccolo Principe attraverso l'Europa' attraverso diverse forme di rappresentazione, abilità artigianali e linguistiche, che li hanno sostenuti nel loro percorso di apprendimento autoregolato. Il lavoro teatrale fa la differenza anche per gli studenti più in difficoltà, in quanto offre loro un diverso metodo di apprendimento e aumenta la loro tolleranza, disciplina e compassione. D'altra parte, gli studenti hanno imparato molto sulle espressioni facciali, sui diversi stili di teatro, sulla scenografia e sulla narrazione. Il progetto si è quindi concentrato sulla promozione di competenze di base, come il rispetto per la diversità culturale, la comunicazione efficace al di là della lingua madre, la risoluzione dei problemi, il rispetto verso sé stessi e la capacità di provare rispetto e compassione per il prossimo. Queste abilità di base sono essenziali per le competenze chiave della vita, come il rispetto e la consapevolezza culturale, la comunicazione efficace a livello verbale e non verbale, le competenze sociali e interpersonali e la capacità di apprendimento permanente. Inoltre, tutti gli studenti e gli insegnanti hanno migliorato la loro consapevolezza sulle tematiche dell'inclusione, e si sono trasformati in attori, indipendentemente dall'età, attraverso una serie di strategie e attività appropriate. Abbiamo presentato il nostro progetto su E-Twinning e sulle homepage di tutte le scuole. Il nostro prodotto finale 'Il viaggio del Piccolo Principe attraverso l'Europa' - Una guida teatrale per la scuola primaria' è disponibile sulle homepage delle scuole. A causa della pandemia da coronavirus, purtroppo solo il primo incontro ha avuto luogo in Germania. Dopo di che abbiamo dovuto riprogrammare tutto e ci siamo ritrovati con 3 mobilità virtuali. La Polonia ha iniziato la prima mobilità online; successivamente il Portogallo ha organizzato la seconda e la Romania ha concluso la sua mobilità nel febbraio 2022.</p>
<p><b>6. Esiti delle pratiche, risultati rilevanti</b></p>	<p>Il progetto ha sviluppato una guida teatrale e delle schede emozionali</p>
<p><b>7. Link e fonti</b></p>	<p><a href="https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/project-result-content/051bc6e7-8eaa-41c8-8001-d0ae03f6705b/Emotion_Cards.pdf">https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/project-result-content/051bc6e7-8eaa-41c8-8001-d0ae03f6705b/Emotion_Cards.pdf</a></p> <p><a href="https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/project-result-content/5e4b0790-ab67-4611-a5df-095f520ff192/The_Little_Prince_s_Journey_Through_Europe__The_Handbook_.pdf">https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/project-result-content/5e4b0790-ab67-4611-a5df-095f520ff192/The_Little_Prince_s_Journey_Through_Europe__The_Handbook_.pdf</a></p>

### Breve riepilogo (massimo 15 righe)

Il progetto aveva due obiettivi principali. Da un lato, per tutta la durata del progetto, gli studenti sono stati coinvolti nel processo di creazione del proprio spettacolo teatrale 'Il viaggio del Piccolo Principe attraverso l'Europa' attraverso diverse forme di rappresentazione, abilità artigianali e linguistiche, che li hanno sostenuti nel loro percorso di apprendimento autoregolato. Il lavoro teatrale fa la differenza anche per gli studenti più in difficoltà, in quanto offre loro un diverso metodo di apprendimento e aumenta la loro tolleranza, disciplina e compassione. D'altra parte, gli studenti hanno imparato molto sulle espressioni facciali, sui diversi stili di teatro, sulla scenografia e sulla narrazione.

<b>BUONE PRATICHE PER LA DIFFUSIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE ATTRAVERSO LA NARRAZIONE – (Danimarca, Turchia, Spagna, Croazia, Polonia, Romania)</b>	
<b>1. Titolo del progetto, programma</b>	Walk a story (Cammina in una storia)
<b>2. Nome dell'organizzazione/ servizio responsabile dell'intervento, con riferimento a Paese ed indirizzo (specifici)</b>	Danske Gymnastik og Idrætsforen. Vestjylland Tingvej 5 6990 Ulfborg Midtjylland
<b>3. Ambito del Patrimonio Culturale</b>	Patrimonio immateriale
<b>4. Storia del progetto: come è stato concepito, sviluppo e strategie relative al contesto</b>	<p>Gli anziani possiedono una profonda conoscenza della storia dei loro comuni, che è destinata a sparire quando non saranno più con noi. Il nostro patrimonio culturale rende unica l'Europa, un continente pieno di storia, rispetto ad altre destinazioni turistiche che non godono dello stesso vantaggio. La cosa importante è presentare le storie in maniera interessante e coinvolgente attraverso l'uso delle moderne tecnologie, così da rendere l'Europa la destinazione preferita dagli stessi europei e da turisti provenienti da altri continenti.</p>

<p><b>5. Descrizione generale del progetto</b></p> <p><i>Obiettivi, partecipanti, azioni e possibili criticità, organizzazioni coinvolte, numero e identificazione dei beneficiari, partenariati, budget, periodo di attuazione e altre informazioni utili ad interpretarne natura e risultati</i></p>	<p>Data di inizio: 01-09-2018</p> <p>Data di fine: 31-08-2021</p> <p>Riferimento del progetto: 2018-1-DK01-KA202-047095</p> <p>Sovvenzione EU: 171.519,00 €</p> <p>L'obiettivo del progetto è quello di sviluppare un prodotto turistico innovativo ed accessibile, che raccoglie il patrimonio culturale attraverso passeggiate multigenerazionali e rende i cittadini in grado di condividere i loro video attraverso un'app, allo stesso tempo motivando i residenti, i turisti, gli anziani ed i giovani ad essere attivi e a camminare in itinerari.</p> <p>Partneriato</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- DGI Vestjylland, Danimarca. Organizzazione sportiva</li> <li>- Comune di Ceuti, Spagna. Ente locale</li> <li>- HOP Ubiquitous, Spagna</li> <li>- Colegiul Economic Buzau, scuola di IFP (istruzione e formazione professionale)</li> <li>- GOP, Turchia. Università</li> <li>- SDA, Polonia. ONG</li> <li>- City of Varaždin, Croazia. Autorità locale</li> </ul>
<p><b>6. Esiti delle pratiche, risultati rilevanti</b></p>	<p>Il progetto ha ottenuto risultati in diversi campi, come quello del patrimonio culturale (preservando la conoscenza degli anziani attraverso l'uso della tecnologia moderna), quello dei servizi sociali, dello sport e della salute (dando spazio alle tre dimensioni della salute fisica, mentale e sociale) e del turismo (avendo come risultato finale un valido prodotto innovativo). L'impatto è trans-settoriale, con effetti sull'attività di diversi attori sociali: rappresentanti del settore IFP, del settore della Salute, associazioni sportive, ONG, comuni, uffici turistici ed altri partner. La sostenibilità è garantita dall'app Co + Crew, su cui i cittadini caricano le loro storie, acquisiscono materiali audio e video e competenze in materia TIC. Un ulteriore risultato, la Guida, garantisce la sostenibilità del progetto presentando le lezioni imparate dal consorzio e le loro buone pratiche, insieme alle buone pratiche poste in atto da organizzazioni simili.</p>
<p><b>7. Link e fonti</b></p>	<p><a href="http://www.walkastory.com/documents.html#">http://www.walkastory.com/documents.html#</a></p> <p><a href="http://www.walkastory.com/documents/20210728-ENG-Guide-of-Good-Practice.pdf">http://www.walkastory.com/documents/20210728-ENG-Guide-of-Good-Practice.pdf</a></p>

## Breve riepilogo (massimo 15 righe)

Durante il progetto il team europeo ha ottenuto due diversi risultati: 1. L'app Co+Crew - un'app su cui gli enti locali, i turisti e i residenti possono caricare informazioni sui luoghi, gli artefatti e la natura, quindi mettere insieme il patrimonio culturale e condividerlo con gli altri. 2. La Guida delle buone pratiche, sul lavoro con gruppi intergenerazionali e sulla narrazione come metodo di comunicazione e promozione di luoghi storici e culturali di diverse città. La guida include le migliori pratiche in questo campo.

I gruppi target vengono da diversi ambiti del settore IFP (istruzione e formazione professionale), e le competenze acquisite sono descritte di seguito:

- Gli enti locali partecipanti al progetto hanno imparato ad incoraggiare e promuovere le passeggiate intergenerazionali e a convertirle in un'attrazione per turisti e visitatori.
- Scuole e università del settore IFP. I docenti ed i loro studenti lavoreranno su come progettare questi itinerari all'interno delle loro comunità, ed interagiranno con gli operatori turistici locali. Gli studenti IFP impareranno le tecnologie disponibili nel campo turistico, e saranno ispirati a far rivivere la 'vecchia' conoscenza e il patrimonio culturale, usandoli nell'era contemporanea.
- HOP Ubiquitous avrà l'opportunità di continuare a sviluppare il suo prodotto turistico e adattarlo a diversi tipi di attori e paesi.
- I professionisti di DGI Vestjylland (Danimarca) hanno acquisito nuovi metodi di promozione dell'attività fisica, associandola a valori culturali, attività di volontariato e interazione intergenerazionale.
- I professionisti delle ONG sono stati ispirati a rendere dinamici i gruppi intergenerazionali, e hanno rafforzato le loro competenze a lavorare con diversi gruppi target, motivandoli ed includendoli nella società.

**BUONE PRATICHE PER LA DIFFUSIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE ATTRAVERSO LA NARRAZIONE – (BELGIO- Estonia, Francia, Grecia, Italia, Slovenia, Spagna)**

<p><b>1. Titolo del progetto, programma</b></p>	<p>Four elements - Legends and stories: improving foreign language learning and intercultural competences of adults by e-learning</p> <p>(Quattro elementi - Leggende e racconti: migliorare l'apprendimento delle lingue straniere e le competenze interculturali degli adulti attraverso l'apprendimento online)</p>
<p><b>2. Nome dell'organizzazione/ servizio responsabile dell'intervento, con riferimento a Paese ed indirizzo (specifici)</b></p>	<p>CVO EduKempen</p> <p>Boomgaardstraat 56</p> <p>2300 Turnhout</p> <p>Belgium</p>
<p><b>3. Ambito del Patrimonio Culturale</b></p>	<p>Patrimonio Immateriale</p>
<p><b>4. Storia del progetto: come è stato concepito, sviluppo e strategie relative al contesto</b></p>	<p>Senza le sue differenze e la sua multiculturalità, l'Europa non solo non esisterebbe, ma mancherebbe anche di uno dei suoi maggiori punti di forza. Con l'occasione dell'Anno europeo del Patrimonio Culturale (2018), il cui obiettivo principale è stato quello di incoraggiare la scoperta e l'interesse verso il patrimonio culturale europeo, questa partnership - fatta da sette organizzazioni provenienti da Belgio, Estonia, Francia, Grecia, Italia, Slovenia e Spagna - ha operato negli ambiti dell'istruzione, formazione e patrimonio culturale.</p>
<p><b>5. Descrizione generale del progetto</b></p> <p><i>Obiettivi, partecipanti, azioni e possibili criticità, organizzazioni coinvolte, numero e identificazione dei beneficiari, partenariati, budget, periodo di attuazione e altre informazioni utili ad interpretarne natura e risultati</i></p>	<p>Scopo del progetto è di formare educatori in grado di lavorare con studenti adulti e di fornire loro le competenze e conoscenze, specialmente linguistiche e digitali, necessarie del mercato del lavoro moderno dell'UE.</p> <p>Il progetto Erasmus+ fa parte di Strategic Partnerships for adult education. I partner sono: The Central Library of Voru County (EE) , DOMSPAIN SLU (ES) , Slovenska univerza za tretje zivljenjsko obdobje, zdruzenje za izobrazevanje in druzbeno vkljucenost (SI) , Les Apprimeurs (FR) , MyArtist Koin.S.Ep. (EL) , Fondazione Istituto dei Sordi di Torino ONLUS (IT).</p> <p>Il progetto è iniziato il 01.11.2018 ed è terminato il 31.10.2020.</p> <p>Il finanziamento EU è di 285.656,00 €.</p>

<p><b>6. Esiti delle pratiche, risultati rilevanti</b></p>	<p>Il partenariato in oggetto ha sviluppato e fornito materiali di insegnamento innovativi, presentati in un libro elettronico culturalmente accessibile comprensivo di 84 leggende e racconti europei relativi ai quattro elementi (terra, acqua, aria e fuoco). Questo libro elettronico dà risalto ai valori e principi comuni all'Unione Europea ed è adattato agli studenti con bisogni educativi speciali.</p>
<p><b>7. Link e fonti</b></p>	<p><a href="https://erasmus-plus.ec.europa.eu/projects/search/details/2018-1-BE02-KA204-046866">https://erasmus-plus.ec.europa.eu/projects/search/details/2018-1-BE02-KA204-046866</a></p>

### Breve riepilogo (massimo 15 righe)

Il gruppo target comprende operatori sociali, docenti, educatori, professori, studenti in età adulta, individui ed organizzazioni operanti negli ambiti del patrimonio culturale. 20 educatori (almeno due per ogni organizzazione partner) - operatori sociali, docenti, professori, operatori culturali - dei 7 Paesi partecipanti hanno seguito questa formazione faccia a faccia a Reus (Spagna), ospitata da DomSpain. La stessa DomSpain si è occupata di supervisionare l'intero processo di formazione. Il progetto 'QUATTRO ELEMENTI' ha sottolineato e sensibilizzato sull'importanza della cultura e del patrimonio a livello dell'Unione Europea. Il partenariato ha altresì sviluppato raccomandazioni metodologiche concernenti l'utilizzo di elementi del patrimonio culturale nell'insegnamento delle abilità di base, in particolare linguistiche e digitali, a studenti di età adulta di inglese e delle altre lingue dei Paesi partner. Affrontando interessi comuni e trasversali, come il patrimonio culturale, le competenze linguistiche e la digitalizzazione, questo progetto ha come risultato di rendere le organizzazioni coinvolte in grado di promuovere il dialogo interculturale tra educatori e studenti di età adulta provenienti da diversi Paesi dell'Unione Europea, mettendo in contatto i territori attraverso la cultura e l'istruzione.

**BUONE PRATICHE PER LA DIFFUSIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE ATTRAVERSO LA NARRAZIONE – (BELGIO-GERMANIA-PORTOGALLO-FRANCIA)**

<p><b>1. Titolo del progetto, programma</b></p>	<p>Summer Course: What Are You Talking About - Oral Storytelling in Contemporary Society  (Corso Estivo: Di cosa stai parlando? - Narrazione orale nella società contemporanea)</p>
<p><b>2. Nome dell'organizzazione/ servizio responsabile dell'intervento, con riferimento a Paese ed indirizzo (specifici)</b></p>	<p>The Federation for European Storytelling in collaboration with Berlin University of the Arts  (Federazione Europea Storytelling in collaborazione con Università delle Arti di Berlino)</p> <p>Federation for European Storytelling Kasteelstraat 6 B – 3740 Bilzen (BE)</p> <p>Berlin University of the Arts Hardenbergstraße 33, 10623 Berlin, Nemčija</p>
<p><b>3. Ambito del Patrimonio Culturale</b></p>	<p>Patrimonio Immateriale</p>
<p><b>4. Storia del progetto: come è stato concepito, sviluppo e strategie relative al contesto</b></p>	<p>Berlin University of the Arts offre attività formative di lunga durata nel campo della narrazione orale. Il corso è part-time, dura un anno e mezzo e il nostro materiale di lavoro trae origine principalmente dalla tradizione orale, ad es. racconti popolari, miti o leggende. Il primo di questi corsi si è tenuto a inizio 2011.</p> <p>Il progetto si interroga sulla possibilità di esplorare le problematiche del linguaggio figurato nei racconti tradizionali, e la sua relazione con le strutture di potere nella società di oggi.</p>

<p><b>5. Descrizione generale del progetto</b></p> <p><i>Obiettivi, partecipanti, azioni e possibili criticità, organizzazioni coinvolte, numero e identificazione dei beneficiari, partenariati, budget, periodo di attuazione e altre informazioni utili ad interpretarne natura e risultati</i></p>	<p>‘Di cosa stai parlando?’ ha offerto ai giovani narratori l’opportunità di esplorare il loro repertorio di racconti popolari tradizionali con un’attenzione particolare ai temi del razzismo, genere, eteronormatività e altre forme di discriminazione e problematicità del linguaggio figurato. Il corso ‘Di cosa stai parlando?’ ha invitato i narratori ad esplorare il repertorio di materiale tradizionale ponendo attenzione sulle attuali strutture di potere e sulla discriminazione. Attraverso esercizi pratici, il laboratorio ha voluto supportare lo sviluppo di strategie narrative e recitative per superare in maniera creativa problemi di natura etica che l’appropriazione culturale e il linguaggio figurato dei racconti popolari spesso pongono alla sensibilità contemporanea.</p> <p>Era previsto che partecipassero fino a 15 partecipanti provenienti da tutta l’Europa. Il sostegno finanziario è stato fornito da FEST per le spese di alloggio e di viaggio (per i narratori provenienti da Paesi sottorappresentati) e garantito per dieci partecipanti. Sono stati invitati quattordici partecipanti, di cui dodici hanno accettato l’invito. I giovani narratori partecipanti vivono attualmente in Portogallo, Inghilterra, Galles, Irlanda, Norvegia (2), Olanda, Italia, Grecia, Slovenia, Svizzera e Francia. A causa delle restrizioni dovute al Covid-19, dodici dei quattordici narratori hanno accettato l’offerta di una versione online del corso, e tutti i laboratori si sono svolti a maggio 2020: 4-8 maggio laboratorio 1; 18-22 maggio laboratorio 2; 25-29 maggio laboratorio 3. La piattaforma utilizzata è stata Zoom. Il gruppo consisteva di un team internazionale di cinque narratori (mentori) con esperienza sia nell’insegnamento che nella recitazione: Luis Carmelo Correia (Po), Heidi Dahlsveen (No), Veva Gerard (Be), Abbi Patrix (Fr) and Ragnhild A. Mørch (De/No).</p>
<p><b>6. Esiti delle pratiche, risultati rilevanti</b></p>	<p>La combinazione di approccio personale e lezioni sul folclore, strutture narrative e metodi comparativi - con uno sviluppo delle conoscenze teoriche e delle competenze di ricerca - ha fornito diversi strumenti per la ricerca di soluzioni e per l’esplorazione di modifiche alle versioni scritte. Ciononostante, il tempo a disposizione per i contenuti teorici è risultato chiaramente limitato.</p>
<p><b>7. Link e fonti</b></p>	<p><a href="https://fest-network.eu/project/summer-course-what-are-you-talking-about-oral-storytelling-in-contemporary-society/">https://fest-network.eu/project/summer-course-what-are-you-talking-about-oral-storytelling-in-contemporary-society/</a></p>

### Breve riepilogo (massimo 15 righe)

Il corso era rivolto a narratori sotto i 33 anni di età con esperienza di almeno 3 anni nella narrazione orale. Per i narratori orali, uno degli aspetti pratici fondamentali è il processo di selezione, adattamento e recitazione del materiale narrativo tradizionale ad un pubblico contemporaneo. Questo pone delle sfide ben precise, in quanto in un certo momento storico i racconti popolari, l'epica, la mitologia e le leggende erano scritti. Le strutture di potere prevalentemente rappresentate, con riguardo ai gruppi dominanti e dominati, rispecchiano l'epoca in cui sono state scritte. Ad influenzarci ulteriormente contribuiscono concetti, idee di normalità e stereotipi ancora presenti nella società odierna e nel nostro contesto culturale. Con questo lavoro si è dimostrato che il materiale narrativo, ancorché portatore di un linguaggio figurativo profondamente razzista e/o sessista, può essere trasformato in qualcosa di potente. La metodologia usata è quella della narrazione classica.

<b>BUONE PRATICHE PER LA DIFFUSIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE ATTRAVERSO LA NARRAZIONE – (BELGIO-OLANDA)</b>	
<b>1. Titolo del progetto, programma</b>	Storycircles for elderly people  (Circoli di storie per anziani)
<b>2. Nome dell'organizzazione/ servizio responsabile dell'intervento, con riferimento a Paese ed indirizzo (specifici)</b>	Fonkelvogel vzw  Meendijkstraat 1, 3300 Tienen, Belgio
<b>3. Ambito del Patrimonio Culturale</b>	Patrimonio immateriale
<b>4. Storia del progetto: come è stato concepito, sviluppo e strategie relative al contesto</b>	Fonkelvogel organizza narrazioni performative. Insieme ad altri partner inserisce la narrazione nel contesto culturale. Fonkelvogel si impegna ad offrire momenti di narrazione di alta qualità con i migliori narratori belgi e dall'estero.
<b>5. Descrizione generale del progetto</b>  <i>Obiettivi, partecipanti, azioni e possibili criticità, organizzazioni coinvolte, numero e identificazione dei beneficiari, partenariati, budget, periodo di attuazione e altre informazioni utili ad interpretarne natura e risultati</i>	<p>Il progetto ha coinvolto 18 volontari, narratori, pensionati, hanno partecipato persone che lavorano con anziani in comunità e case di riposo. È stato organizzato uno Storycircle con 12-14 persone di età compresa tra 70 e 93 anni e due facilitatori.</p> <p>Il progetto è iniziato a settembre 2019 con un incontro in Olanda con gli esperti di Platform Stichting Levensverhalen ed è terminato ad aprile 2020 con un circolo di storie locale, supportato da nuovi volontari/facilitatori che avevano completato il laboratorio 'forma-il-formatore'.</p> <p>Un altro partner è LDC Ter Vlierbeke (Olanda).</p> <p>L'obiettivo del progetto è la raccolta e la recitazione di storie vere e personali, che costituiscono una parte importante della storia locale.</p> <p>Il sostegno finanziario è stato fornito da FEST (Federazione Europea Storytelling).</p>
<b>6. Esiti delle pratiche, risultati rilevanti</b>	Insegnare alle persone a raccontare storie. Ogni anziano ha raccontato una storia sulla sua vita. Sono stati trattati temi come: la mia infanzia, il mio quartiere, la mia vecchia scuola, i primi giorni di guerra, il corteggiamento, l'ingresso in casa di riposo... Questi incontri di narrazione nelle case di riposo sono continuati anche dopo la fine del progetto.

<p><b>7. Link e fonti</b></p>	<p><a href="https://fest-network.eu/project/life-is-a-circle-storycycles-for-elderly-people/">https://fest-network.eu/project/life-is-a-circle-storycycles-for-elderly-people/</a></p>
-------------------------------	--

**Breve riepilogo (massimo 15 righe)**

Fonkelvogel ha organizzato due giornate di ispirazione sui circoli di storie per le persone anziane. Durante le giornate di ispirazione il gruppo ha discusso le seguenti tematiche: in cosa consiste il concetto di ‘forma-il-formatore’; come si organizzano i gruppi di narrazione; la valutazione di punti di forza e debolezze; che competenze sono necessarie per un facilitatore. Con gli esperti di Platform Stichting Levensverhalen è stata fatta una presentazione delle buone pratiche di Olanda e Flanders (BE). Quattordici persone hanno partecipato al laboratorio (18 con i membri di Fonkelvogel). I gruppi cui si rivolgeva il programma erano gli anziani e le persone che lavorano con loro. Il metodo utilizzato è stata la narrazione di storie vere e personali. Queste storie sono una parte importante del patrimonio culturale locale. Sono frammenti importanti della storia, che non vanno dimenticati in questo mondo che cambia rapidamente. La narrazione è anche un metodo di terapia che è risultato benefico per le persone anziane.

<b>BUONE PRATICHE PER LA DIFFUSIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE ATTRAVERSO LA NARRAZIONE – (INGHILTERRA)</b>	
<b>1. Titolo del progetto, programma</b>	Seasonal Schools  (Scuole stagionali)
<b>2. Nome dell'organizzazione/ servizio responsabile dell'intervento, con riferimento a Paese ed indirizzo (specifici)</b>	COMMON GROUND  Ford, Pineapple Lane, Bridport, Dorset, DT6 5HZ
<b>3. Ambito del Patrimonio Culturale</b>	Patrimonio immateriale
<b>4. Storia del progetto: come è stato concepito, sviluppo e strategie relative al contesto</b>	Common Ground è un'organizzazione benefica che si occupa di arte ed ambiente. Lavora con numerose scuole primarie statali in Dorset e Somerset per indagare come i cambiamenti stagionali e le celebrazioni possono ispirare le esperienze di apprendimento quotidiano dei bambini. Un fiume o un bosco vicino la scuola, gli alberi del cortile o del parco vicino casa, una siepe lungo la strada, un frutteto comunale, edifici vecchi e nuovi: entrare in sintonia con questi luoghi e tornarci per vedere come cambiano da una stagione all'altra può essere d'ispirazione per diversi tipi di lezione, arricchendo i programmi ministeriali con attività di apprendimento all'esterno, ancorate all'ambiente circostante.
<b>5. Descrizione generale del progetto</b>  <i>Obiettivi, partecipanti, azioni e possibili criticità, organizzazioni coinvolte, numero e identificazione dei beneficiari, partenariati, budget, periodo di attuazione e altre informazioni utili ad interpretarne natura e risultati</i>	Con l'aiuto di docenti, genitori e bambini di alcune scuole in Dorset e Somerset, Common Ground sta raccogliendo un gran numero di idee stimolanti che contribuiscono a riconnettere i bambini con la natura e portare la stagionalità nelle classi.  Il progetto Seasonal Schools è sviluppato insieme a Martin Maudsley, ecologista e narratore che vive in Dorset. È finanziato da Dorset: Area of outstanding natural beauty (fino a £2.000 all'anno per donazione). Il progetto è iniziato nel 2017 e continua tuttora (anche se sarebbe meglio dire il metodo, che ci si auspica diventi permanente nelle scuole primarie inglesi).

<p><b>6. Esiti delle pratiche, risultati rilevanti</b></p>	<p>Martin Maudsley racconta storie in Dorset e Somerset. A seguire, le scuole tengono diversi laboratori artistici. Tutte le attività sono recepite dai programmi scolastici. Le tematiche sono le stagioni nell'ambiente circostante e la necessità di proteggere la natura e l'ambiente. I bambini vengono incoraggiati ad osservare la natura che li circonda come degli scienziati. Inoltre, sono incoraggiati ad esprimersi in maniera artistica e creativa. Obiettivo del progetto è anche ampliare l'apprendimento, da parte dei bambini, sul patrimonio e sulla storia locali.</p>
<p><b>7. Link e fonti</b></p>	<p><a href="https://www.commonground.org.uk/seasonal-schools/">https://www.commonground.org.uk/seasonal-schools/</a></p>

### Breve riepilogo (massimo 15 righe)

La 'formazione stagionale' incoraggia bambini e docenti a familiarizzare con il paesaggio e la fauna locali attraverso la creazione di mappe e calendari, le passeggiate, la narrazione di storie e la scrittura di poesie e canzoni. Il progetto aiuta a dare forma a queste esperienze ed espressioni della stagionalità attraverso celebrazioni uniche per ciascuna scuola, momenti dell'anno che rispecchiano la fauna, la storia, l'architettura e il patrimonio culturale di quella specifica zona, e ne esprimono le connessioni intellettuali, artistiche ed emotive dei bambini.

L'auspicio è che l'idea di 'Seasonal School' diventi un'orgogliosa espressione dell'identità delle scuole. 'We are a seasonal school' (Siamo una scuola stagionale) potrebbe diventare un modo di esprimere come la scuola prende ispirazione dal cambio delle stagioni ed abbraccia i paesaggi, i fiumi, i parchi, gli alberi, i terreni e le strade che ha vicino come estensione della classe. In questo modo, le stagioni iniziano a dar forma ad una filosofia dell'insegnamento a lungo termine, che prende le mosse dalle immediate vicinanze della scuola e dialoga con quanto i bambini scoprono in autonomia dei luoghi a loro vicini fuori dall'edificio scolastico.

<b>BUONE PRATICHE PER LA DIFFUSIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE ATTRAVERSO LA NARRAZIONE – (INGHILTERRA)</b>	
<b>1. Titolo del progetto, programma</b>	Time and Tide  (Tempo e marea)
<b>2. Nome dell'organizzazione/ servizio responsabile dell'intervento, con riferimento a Paese ed indirizzo (specifici)</b>	KATALYTIK LIMITED  20 ISLAND VIEW AVENUE, CHRISTCHURCH, Dorset, BH23 4DS  Inghilterra/Galles
<b>3. Ambito del Patrimonio Culturale</b>	Patrimonio immateriale
<b>4. Storia del progetto: come è stato concepito, sviluppo e strategie relative al contesto</b>	Time and tide (tempo e marea) è una storia e una performance sul fenomeno della doppia alta marea nel porto di Christchurch, e sull'influenza che questo ha su tutta l'area. Scopo del progetto è di connettere la comunità locale al fenomeno scientifico, che costituisce una parte importante delle loro vite.
<b>5. Descrizione generale del progetto</b>  <i>Obiettivi, partecipanti, azioni e possibili criticità, organizzazioni coinvolte, numero e identificazione dei beneficiari, partenariati, budget, periodo di attuazione e altre informazioni utili ad interpretarne natura e risultati</i>	<p>Obiettivo del progetto è di raccogliere in un libro storie, dati scientifici e attività.</p> <p>Il progetto è stato elaborato in cooperazione con Christchurch Activities for Young People e l'autorità locale per i servizi ai giovani.</p> <p>Il supporto scientifico è stato fornito dal National Oceanography Centre e dalle università di Southampton e Bournemouth.</p> <p>Time and Tide è un progetto ambizioso, che porta insieme una serie di partecipanti diversi, tra cui: gruppi di giovani di comunità locali; adulti e anziani con disabilità; esperti e scienziati locali; il narratore Martin Maudsley; il gruppo di lavoro dei divulgatori scientifici del progetto; la biblioteca; scuole locali e il grande pubblico (costituito principalmente da famiglie con preadolescenti e da anziani). Il progetto ha dato luogo a vari tipi di eventi ed attività per questi diversi destinatari.</p> <p>Il finanziamento del progetto è del Community Challenge Grant Scheme del Dipartimento per gli affari, l'innovazione e le competenze.</p> <p>Il progetto è durato da Settembre 2014 a Marzo 2015.</p>

<p><b>6. Esiti delle pratiche, risultati rilevanti</b></p>	<p>I giovani sono stati coinvolti nell'esplorazione e nello sviluppo del concetto delle maree e dei punti anfidromici in una storia e in una performance con Martin Maudsley, un attore e narratore professionista.</p> <p>Hanno lavorato con gli scienziati che stanno attualmente investigando la zona del porto per conoscere i dati scientifici sulla costa attraverso la ricerca, esperimenti e modelli. Tra gli eventi principali:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Club della scienza del sabato – Progetto TNT</li> <li>Giornata di attività di metà trimestre</li> <li>Gruppi di discussione</li> <li>Talking Tides con Ivan Haigh presso il Highcliffe Sailing Club</li> <li>Storie sulla marea con Martin Maudsley presso il Thomas Tripp il 30 April 2015</li> </ul> <p>Gli eventi hanno avuto luogo presso festival di arte e narrazione locali, e il gruppo di lavoro ha prodotto un libro e un video contenenti i racconti. I tabelloni realizzati nell'ambito delle premiazioni CREST per i progetto possono essere visualizzati presso il Stanpit Marsh Visitor Centre.</p>
<p><b>7. Link e fonti</b></p>	<p><a href="http://christchurchtides.blogspot.com/">http://christchurchtides.blogspot.com/</a></p> <p><a href="http://christchurchtides.blogspot.com/2015/12/acknowledgements.html">http://christchurchtides.blogspot.com/2015/12/acknowledgements.html</a></p>

### Breve riepilogo (massimo 15 righe)

A seguito del progetto, i partecipanti agli eventi hanno trovato nella narrazione una maniera efficace di condividere il come e il perché del fenomeno delle maree a Christchurch, e si sono interessati ad altre forme di intrattenimento legate al mondo scientifico. Il progetto Time and Tide ha avvicinato diversi residenti di Christchurch alla scienza del luogo. L'argomento delle maree a Christchurch è stato particolarmente rilevante e di interesse per gli adulti. I partecipanti si sono approcciati alla scienza attraverso un fenomeno legato al territorio, ed hanno apprezzato la natura strettamente locale del progetto. I bambini coinvolti nel progetto hanno mostrato maggiore interesse verso la scienza degli oceani piuttosto che verso quella delle maree, ma hanno comunque imparato dei dati anche su questa. Gli eventi hanno attirato sia neofiti che appassionati di scienza. A risultato del progetto, i partecipanti hanno sentito di potere accedere alle nozioni scientifiche ed hanno manifestato la volontà di ulteriori opportunità di contatto con la scienza. Il gruppo dei giovani ha sviluppato abilità sociali e autostima, oltre ad avere imparato dati scientifici. La narrazione ha collegato le nozioni scientifiche a più ampi riferimenti culturali.

**BUONE PRATICHE PER LA DIFFUSIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE ATTRAVERSO LA NARRAZIONE – (FRANCIA, Polonia, Romania, Turchia)**

<p><b>1. Titolo del progetto, programma</b></p>	<p>Land of Legends  (Terra di leggende)</p>
<p><b>2. Nome dell'organizzazione/ servizio responsabile dell'intervento, con riferimento a Paese ed indirizzo (specifici)</b></p>	<p>LYCEE MAURICE RAVEL 2 avenue Gregorio Maranon 64500 SAINT JEAN DE LUZ  Aquitaine  Francia</p>
<p><b>3. Ambito del Patrimonio Culturale</b></p>	<p>Patrimonio immateriale</p>
<p><b>4. Storia del progetto: come è stato concepito, sviluppo e strategie relative al contesto</b></p>	<p>Il ruolo dei miti e delle leggende è sempre stato importante nell'ottica dei principi di diffusione dell'istruzione e di continuità della cultura. È un dato di fatto che nell'insegnamento ai bambini la spiegazione dei valori avviene attraverso la narrazione di storie, miti e leggende. Importante fonte di motivazione per il progetto è stato il fatto che miti e leggende trasmettono ai giovani in età scolastica valori sociali, contribuiscono allo sviluppo della personalità, sviluppano l'intelligenza creativa, aumentano la coscienza ambientale e diffondono l'amore per il prossimo e per la vita.</p>

<p><b>5. Descrizione generale del progetto</b></p> <p><i>Obiettivi, partecipanti, azioni e possibili criticità, organizzazioni coinvolte, numero e identificazione dei beneficiari, partenariati, budget, periodo di attuazione e altre informazioni utili ad interpretarne natura e risultati</i></p>	<p>Obiettivi del progetto sono:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-rendere i partecipanti edotti dei miti e leggende di diverse culture;</li> <li>-contribuire alla formazione dei partecipanti attraverso l'apprendimento di miti e leggende;</li> <li>-fare acquisire ai partecipanti norme e comportamenti di adattamento sociale attraverso miti e leggende;</li> <li>-contribuire allo sviluppo della personalità dei partecipanti;</li> <li>-contribuire alla creazione di consapevolezza ambientale e naturale attraverso temi ricorrenti in miti e leggende;</li> <li>-fare acquisire ai partecipanti un atteggiamento positivo verso la vita;</li> <li>-sviluppare un senso di appartenenza verso la propria società attraverso l'interiorizzazione dei concetti presenti nei miti e nelle leggende, come l'amore verso la patria e la nazione;</li> <li>-sviluppare il pensiero creativo e libero dei partecipanti;</li> <li>-favorire l'integrazione culturale tra i partecipanti grazie alla circostanza che provengono da diverse culture;</li> <li>-migliorare le abilità linguistiche dei partecipanti;</li> <li>-contribuire ad aumentare le capacità di collaborazione e di espressione dei partecipanti.</li> </ul> <p>Paesi partecipanti: Colegiul Economic «Iulian Pop» (RO) , Społeczne Liceum Ogólnokształcące im. Polskich Noblistów (PL), antalya kepez mahmut celalettin okten anadolu imam hatip lisesi (TR).</p> <p>Il progetto coinvolge studenti fra i 14 e i 18 anni di età che frequentano scuole partner del progetto, nonché i docenti ed il personale amministrativo impiegati presso le scuole.</p> <p>Il progetto è parte del Cooperation partnerships in school education (progetto Erasmus+). È iniziato il 01-11-2021 e terminerà il 31-10-2023 (è tuttora in corso).</p> <p>Il finanziamento europeo è di 106.160,00 €.</p>
<p><b>6. Esiti delle pratiche, risultati rilevanti</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- i partecipanti saranno persone consapevoli dei propri valori nazionali e morali;</li> <li>- i partecipanti saranno individui in grado di cooperare a livello internazionale e di raggiungere l'integrazione culturale;</li> <li>- si sarà contribuito alla protezione del patrimonio culturale mondiale;</li> <li>- l'interesse dei partecipanti verso i corsi aumenterà il loro successo a livello accademico.</li> </ul>
<p><b>7. Link e fonti</b></p>	<p><a href="https://erasmus-plus.ec.europa.eu/projects/search/details/2021-1-FR01-KA220-SCH-000027909">https://erasmus-plus.ec.europa.eu/projects/search/details/2021-1-FR01-KA220-SCH-000027909</a></p>

### Breve riepilogo (massimo 15 righe)

Studenti, docenti ed amministratori parteciperanno alla mobilità tra Paesi. Il progetto ha durata di 24 mesi. Durante questo periodo di due anni, la mobilità avrà luogo verso ogni Paese partner del progetto. La durata di queste mobilità sarà di una settimana, e ogni spostamento avrà un sotto-tema. In base al tema della mobilità, si svolgeranno delle attività relative a leggende e miti. Queste attività includeranno studi teatrali, musical, opere teatrali e la creazione di storie in formato digitale. Oltre alla mobilità tra Paesi, queste attività si svolgeranno anche a livello locale. Saranno utilizzate metodologie quali l'apprendimento pratico, la recitazione, il teatro, l'esibizione, il lavoro in coppia e di gruppo, la visione e l'ascolto. Miti e leggende renderanno alcune lezioni più facili da imparare. Di conseguenza, l'uso di miti e leggende nell'ambiente scolastico fornirà un'occasione di sviluppo sociale, culturale ed accademico per i partecipanti.

**BUONE PRATICHE PER LA DIFFUSIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE ATTRAVERSO LA NARRAZIONE – (FRANCIA, Belgio, Bulgaria, Italia, Portogallo)**

<p><b>1. Titolo del progetto, programma</b></p>	<p>SEEDS OF TELLERS, Storytelling for a better oracy</p> <p>(Semi di narratori, narrazione per una migliore esposizione orale)</p>
<p><b>2. Nome dell'organizzazione/ servizio responsabile dell'intervento, con riferimento a Paese ed indirizzo (specifici)</b></p>	<p>D'Une Parole à l'Autre          10 avenue du Maréchal Leclerc          92240 Malakoff          Île de France          Francia</p>
<p><b>3. Ambito del Patrimonio Culturale</b></p>	<p>Patrimonio immateriale</p>
<p><b>4. Storia del progetto: come è stato concepito, sviluppo e strategie relative al contesto</b></p>	<p>Sempre più bambini arrivano all'asilo con un ritardo linguistico, e la continua esposizione ai dispositivi digitali peggiora la situazione. La mancanza di scambi elaborati e di lessico aumenta il divario fra bambini in base al contesto socio-culturale già molto precocemente. Mentre il 70% del linguaggio usato a livello lavorativo è orale, questo rapporto è invertito a scuola: il linguaggio scritto domina i metodi di insegnamento. L'espressione orale nelle scuole è molto spesso diretta dagli studenti ai docenti, che spesso richiedono l'apprendimento a memoria e la recitazione. Il problema dell'espressione orale sta tornando oggi a galla grazie a nuovi esami previsti al termine del percorso scolastico.</p>

<p><b>5. Descrizione generale del progetto</b></p> <p><i>Obiettivi, partecipanti, azioni e possibili criticità, organizzazioni coinvolte, numero e identificazione dei beneficiari, partenariati, budget, periodo di attuazione e altre informazioni utili ad interpretarne natura e risultati</i></p>	<p>Seeds of Tellers offre ai docenti risorse tratte dalla letteratura orale (racconti, miti, filastrocche, etc.) in modo da aiutare gli studenti a padroneggiare un linguaggio autonomo, ponderato e condiviso, a migliorare le loro facoltà cognitive e facilitare l'apprendimento di lettura e scrittura.</p> <p>Obiettivi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● migliorare l'autostima</li> <li>● ascoltare e rispettare le parole altrui</li> <li>● promuovere la cooperazione</li> <li>● sviluppare la memoria ed il lessico</li> <li>● favorire l'immaginazione</li> <li>● scoprire e condividere il patrimonio orale culturale europeo</li> <li>● contrastare le disuguaglianze nell'apprendimento, aumentate durante la crisi sanitaria.</li> </ul> <p>Insegnare agli studenti a raccontare storie oralmente in classe senza un supporto scritto permette loro di esserne coinvolti emotivamente, di apprezzarne il piacere e di condividerlo, affermandosi come individui e trovando il loro posto nel contesto di un gruppo.</p> <p>Il nostro credo è: "Ascolta meglio per parlare meglio, parla meglio per pensare meglio; perché quando pensiamo meglio, scriviamo meglio."</p> <p>Paesi partecipanti: Belgio, Bulgaria, Francia, Italia, Portogallo.</p> <p>Il progetto fa parte di Strategic Partnerships for school education (progetto Erasmus+), che è iniziato il 01-12-2018 e terminato il 31-03-2021.</p> <p>Il finanziamento europeo è di 298.461,00 €.</p>
<p><b>6. Esiti delle pratiche, risultati rilevanti</b></p>	<p>Laboratori di narrazione di storie per bambini sono stati realizzati presso diverse scuole in Francia, Portogallo, Italia e Bulgaria.</p> <p>Abbiamo creato la piattaforma <a href="http://www.seedsoftellers.eu">www.seedsoftellers.eu</a>, che raccoglie le 6 produzioni risultanti dal progetto. Sono stati realizzati video di adulti che raccontano storie da fornire ai docenti come fonte di ispirazione. Le risorse sono disponibili in ciascuna lingua dei Paesi partecipanti, oltre che in inglese, e sono conformi agli standard di accessibilità ed inclusione.</p>
<p><b>7. Link e fonti</b></p>	<p><a href="https://erasmus-plus.ec.europa.eu/projects/search/details/2018-1-FR01-KA201-048145">https://erasmus-plus.ec.europa.eu/projects/search/details/2018-1-FR01-KA201-048145</a></p> <p><a href="http://www.seedsoftellers.eu">www.seedsoftellers.eu</a></p>

### Breve riepilogo (massimo 15 righe)

Il focus del progetto è stato su storie tratte dalla tradizione orale: racconti, ma anche giochi di mano, filastrocche, racconti collettivi, canzoni, indovinelli, miti e leggende. La narrazione è una delle più antiche e condivise forme di linguaggio parlato. Storie strutturate, tratte da un patrimonio orale comune, offrono una cornice entro la quale ragionare, ricordare e immaginare. Con l'aiuto dei docenti, miriamo a raggiungere bambini dall'asilo al primo anno di scuola secondaria. La narrazione a scuola può fornire una serie di benefici a livello linguistico, cognitivo e sociale. Per i bambini, parlare è innanzitutto un'opportunità di essere coinvolti in un dialogo e di imparare ad ascoltare il prossimo. I risultati sono stati: una guida pedagogica in 40 pagine sull'organizzazione di laboratori di narrazione "*Storytelling at school to master speech*" (La narrazione a scuola per padroneggiare il linguaggio); una biblioteca multilingue: oltre 300 storie dalla tradizione orale da raccontare in classe; una webradio: più di 110 registrazioni di storie raccontate dagli studenti; oltre 20 video di storie raccontate da adulti e bambini; kit educativi per collegare gli argomenti dei programmi scolastici alle storie; schede pedagogiche per guidare i docenti nella realizzazione di laboratori di narrazione in classe.

<b>BUONE PRATICHE PER LA DIFFUSIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE ATTRAVERSO LA NARRAZIONE – (GERMANIA-FRANCIA-BELGIO-OLANDA-ITALIA)</b>	
<b>1. Titolo del progetto, programma</b>	People, Places and Stories  (Persone, luoghi e storie)
<b>2. Nome dell'organizzazione/ servizio responsabile dell'intervento, con riferimento a Paese ed indirizzo (specifici)</b>	Landkreis Kassel  Der Kreisausschuss -  Wilhelmshöher Allee 19-21  34117 Kassel  Germania
<b>3. Ambito del Patrimonio Culturale</b>	Patrimonio culturale
<b>4. Storia del progetto: come è stato concepito, sviluppo e strategie relative al contesto</b>	Le c.d. 'comunità patrimoniali' sono gruppi organizzati ed autogestiti di individui interessati alla progressiva trasformazione sociale dei rapporti tra persone, luoghi e storie. Si tratta del contesto ideale per lo sviluppo di competenze chiave come la consapevolezza culturale, la cittadinanza attiva e la capacità di apprendimento. Ed è qui che entra in gioco il nuovo progetto People, Places, Stories, finanziato da Erasmus+.
<b>5. Descrizione generale del progetto</b>  <i>Obiettivi, partecipanti, azioni e possibili criticità, organizzazioni coinvolte, numero e identificazione dei beneficiari, partenariati, budget, periodo di attuazione e altre informazioni utili ad interpretarne natura e risultati</i>	People, Places, Stories (PPS) è un progetto Erasmus+ (2020-23) che si concentra sulla creazione di comunità patrimoniali intese come spazi socio-culturali per la creatività, l'apprendimento e la partecipazione. La data di inizio è stata il 02-11-2020 e quella di fine è il 01-04-2023 (tuttora in corso).  Finanziamento UE: 255.559,00 €. <p>Il progetto PPS si focalizza sulla capacità delle comunità patrimoniali di costruire degli spazi creativi, di apprendimento, partecipazione ed inclusione. Il progetto mira a migliorare la capacità della società civile di sfruttare il patrimonio culturale come ambiente e risorsa di uno sviluppo sostenibile.</p> <p>Partner: Association des Centres culturels de rencontre (FR), Blended Learning Institutions Cooperative (DE), UCL (UK), PLATform Opleiding, Onderwijs en Organisaties BV (Plato) Università di Leiden (NL), Smart Revolution Srl (IT), Università del Salento (IT).</p>

<p><b>6. Esiti delle pratiche, risultati rilevanti</b></p>	<p>Il progetto PPS intende prendere in esame le competenze necessarie per il consolidamento delle comunità patrimoniali e sviluppare un programma di formazione per i soggetti coinvolti, in modo da aumentare il numero, la qualità e l'impatto di tali comunità così come previsto dalla Convenzione di Faro.</p> <p>People, Places, Stories ha sviluppato una piattaforma di risorse online per supportare quanti interessati al progetto con linee guida pratiche ed esempi di casi reali.</p>
<p><b>7. Link e fonti</b></p>	<p><a href="https://pps-eu.org/">https://pps-eu.org/</a></p> <p><a href="https://erasmus-plus.ec.europa.eu/projects/search/details/2020-1-DE02-KA204-007698">https://erasmus-plus.ec.europa.eu/projects/search/details/2020-1-DE02-KA204-007698</a></p>

### Breve riepilogo (massimo 15 righe)

Il gruppo di lavoro del progetto svilupperà un quadro di competenze, programma e strumenti per lo sviluppo professionale di facilitatori e moltiplicatori, per supportare tutti gli investitori ed i soggetti coinvolti nell'impegno per il patrimonio culturale comunitario. "Le comunità patrimoniali sono gruppi organizzati ed autogestiti di individui interessati alla progressiva trasformazione sociale dei rapporti tra persone, luoghi e storie, con un approccio inclusivo basato su una definizione estesa di patrimonio culturale". Il progetto creerà un'offerta formativa per lo sviluppo delle 'competenze di Faro': competenze necessarie per costruire e mantenere comunità patrimoniali inclusive e in cui sia incoraggiato il senso di appartenenza.

Il progetto è rivolto a professionisti del patrimonio culturale, mediatori di comunità, facilitatori per la pianificazione partecipativa, formatori, decisori politici, cittadini e comunità. A questi saranno forniti dei metodi attraverso cui costruire ed espandere comunità sulla base del fatto che siano impegnati all'interpretazione e trattamento unitari del patrimonio culturale - in linea con quanto stabilito nel Faro Action Plan.

**BUONE PRATICHE PER LA DIFFUSIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE ATTRAVERSO LA NARRAZIONE – (Germania, Grecia, Italia, Polonia, Spagna, Turchia)**

<p><b>1. Titolo del progetto, programma</b></p>	<p>TRUST KIDS: Our Cultural Heritage Entrusted to Tiny Hands</p> <p>(Fiducia ai bambini: il nostro patrimonio culturale affidato a piccole mani)</p>
<p><b>2. Nome dell'organizzazione/ servizio responsabile dell'intervento, con riferimento a Paese ed indirizzo (specifici)</b></p>	<p><b>Europaschule am Gutspark</b></p> <p>Am Gutspark 5 14612 Falkensee BRANDENBURG Germania</p>
<p><b>3. Ambito del Patrimonio Culturale</b></p>	<p>Immateriale e materiale</p>
<p><b>4. Storia del progetto: come è stato concepito, sviluppo e strategie relative al contesto</b></p>	<p>Le comunità locali sono state coinvolte in incontri con i sindaci ed esponenti delle amministrazioni locali. In queste sedi abbiamo potuto condividere i nostri risultati.</p> <p>Il nostro patrimonio culturale è un tesoro unico attraverso cui esprimere sentimenti di appartenenza, sicurezza e orgoglio. È un legame condiviso con la comunità in cui viviamo, che rappresenta la nostra identità.</p>

<p><b>5. Descrizione generale del progetto</b></p> <p><i>Obiettivi, partecipanti, azioni e possibili criticità, organizzazioni coinvolte, numero e identificazione dei beneficiari, partenariati, budget, periodo di attuazione e altre informazioni utili ad interpretarne natura e risultati</i></p>	<p>TRUST KIDS è un progetto basato sulla cooperazione e lo scambio di buone pratiche tra scuole. L'obiettivo principale del progetto è una comprensione più profonda del modo in cui possiamo mantenere e preservare il nostro patrimonio culturale, che rappresenta una responsabilità per i docenti europei. La conoscenza dei diversi contesti culturali dei Paesi partner e degli amici provenienti da tutta Europa ha contribuito ad apprezzare la diversità del patrimonio culturale europeo e della cittadinanza europea.</p> <p>Il partenariato è costituito da 6 istituti frequentati da studenti di scuola primaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Europaschule Falkensee, Germania</li> <li>- Asagi Cıyanlı S. Ahmet Birkac I.O, Turchia</li> <li>- 13th Primary School Polichni Thessaloniki, Grecia</li> <li>- Istituto Comprensivo TE2 Savini San Giuseppe S. Giorgio, Italia</li> <li>- Szkola Podstawowa nr 58 im; Jerzego Kukuczki w Poznaniu, Polonia</li> <li>- CEIP GLORIA FUERTES, Spagna.</li> </ul> <p>Il progetto Erasmus+ è stato parte di School Exchange Partnerships: è iniziato il 01-09-2019 e terminato il 31-08-2021.</p> <p>Finanziamento UE: 132.630,00 €.</p>
<p><b>6. Esiti delle pratiche, risultati rilevanti</b></p>	<p>Gli studenti hanno acquisito un senso di responsabilità sociale e di orgoglio verso il loro patrimonio culturale. Per questo, il progetto ha migliorato la consapevolezza verso la dimensione europea, la democrazia, e ha contribuito a contrastare abbandono scolastico precoce e diseguaglianze sociali, dimostrando l'importanza dell'apprendimento e coinvolgendo diversi profili di studenti.</p> <p>Questo grande coinvolgimento ha portato empatia, comprensione delle dinamiche interculturali e rispetto delle culture, costumi e tradizioni altrui. Questo ha fatto sì che studenti e docenti si sentano sempre più europei.</p> <p>Il loro progetto comune si trova al seguente link:</p> <p><a href="https://www.trustkids.de/tasks">https://www.trustkids.de/tasks</a></p>
<p><b>7. Link e fonti</b></p>	<p><a href="https://www.trustkids.de/">https://www.trustkids.de/</a></p> <p><a href="https://erasmus-plus.ec.europa.eu/projects/search/details/2019-1-DE03-KA229-059730">https://erasmus-plus.ec.europa.eu/projects/search/details/2019-1-DE03-KA229-059730</a></p>

### Breve riepilogo (massimo 15 righe)

Nei tre anni di durata del progetto sono state svolte attività tratte dalle diverse forme di patrimonio culturale. Gli studenti hanno manifestato la propria appartenenza culturale attraverso la narrazione, la musica, la poesia, il costume, la danza, gli sport tradizionali e l'artigianato. Nella preparazione delle attività abbiamo potuto mettere in pratica le competenze TIC per promuovere il patrimonio culturale in forma digitale.

I nostri studenti, di età compresa tra 5 e 12 anni, hanno partecipato ad attività per conoscere la propria identità culturale rispetto a quella dei Paesi partner, e poi sviluppato una consapevolezza delle similitudini e differenze con quella di 6 diversi Paesi europei. I metodi che hanno portato al raggiungimento degli obiettivi del progetto sono stati le discussioni in classe, l'apprendimento cooperativo, l'apprendimento pratico, le ricerche sul campo, i casi-studio, l'apprendimento online. Il principale strumento comunicativo tra i partecipanti sono state le chat Twinspace, le email, le videoconferenze e altri strumenti di messaggistica. Durante il progetto hanno avuto luogo 3 eventi di formazione e 3 scambi di studenti a breve termine. Opuscoli digitali, un progetto eTwinning, un calendario di progetto, una raccolta di storie (in forma di libro elettronico), fumetti, calligrammi, canzoni folcloristiche, giochi tradizionali, artigianato, progetti scolastici, brochure, pagine web, mostre, conferenze, seminari sullo scambio di buone pratiche sono esperienze acquisite durante il progetto. Il vantaggio è stato il senso di orgoglio verso il proprio patrimonio culturale e il rispetto verso le culture altrui maturati dagli studenti.

<b>BUONE PRATICHE PER LA DIFFUSIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE ATTRAVERSO LA NARRAZIONE – (OLANDA, Turchia)</b>	
<b>1. Titolo del progetto, programma</b>	The stories of Turkish guest workers in The Netherlands (Le storie dei lavoratori turchi emigrati in Olanda)
<b>2. Nome dell'organizzazione/ servizio responsabile dell'intervento, con riferimento a Paese ed indirizzo (specifici)</b>	Stichting Museum Haarlem Groot Heiligland 47 2011 EP Haarlem Noord-Holland Olanda
<b>3. Ambito del Patrimonio Culturale</b>	Patrimonio immateriale
<b>4. Storia del progetto: come è stato concepito, sviluppo e strategie relative al contesto</b>	Il progetto mira a raggiungere una comprensione, soprattutto da parte di studenti di scuola secondaria in Turchia e in Olanda, delle ragioni che in passato hanno portato all'emigrazione, e come questa ha influenzato i Paesi sia di origine che di destinazione, oltre che gli emigrati e i loro figli.
<b>5. Descrizione generale del progetto</b>  <i>Obiettivi, partecipanti, azioni e possibili criticità, organizzazioni coinvolte, numero e identificazione dei beneficiari, partenariati, budget, periodo di attuazione e altre informazioni utili ad interpretarne natura e risultati</i>	Il progetto vuole insegnare e far sì che gli studenti usino capacità come la registrazione della storia orale e la sua elaborazione nelle mostre, attraverso lo scambio di esperienze con studenti e personale didattico, e ottenendo così una maggiore comprensione reciproca.  Partner del progetto: Olanda (Stichting Museum Haarlem), Sakarya Universitesi Vakfi Ozel Ortaokulu (TR), Haarlem College (NL).  Il progetto Erasmus+ è ancora in corso. È iniziato il 01-03-2023 e terminerà il 29-02-2024.  Il finanziamento europeo è di 60.000,00 €.
<b>6. Esiti delle pratiche, risultati rilevanti</b>	Dopo il progetto saranno allestite in Turchia ed in Olanda tre mostre didattiche sulla storia e la vita dei lavoratori stranieri. Le storie registrate dagli studenti saranno visibili anche su una pagina web internazionale.
<b>7. Link e fonti</b>	<a href="https://erasmus-plus.ec.europa.eu/projects/search/details/2022-2-NL01-KA210-SCH-000093517">https://erasmus-plus.ec.europa.eu/projects/search/details/2022-2-NL01-KA210-SCH-000093517</a>  <a href="https://museumhaarlem.nl/">https://museumhaarlem.nl/</a>

### Breve riepilogo (massimo 15 righe)

Gli studenti in Turchia stanno conducendo una ricerca sull'area di origine dei lavoratori emigranti e ne stanno elaborando i risultati in una mostra. Gli studenti in Olanda si concentreranno sui luoghi di destinazione dei lavoratori stranieri. Le storie registrate saranno esibite in forme diverse nelle mostre allestite presso le scuole, e successivamente saranno fruibili su un'applicazione digitale in aggiunta ad una mostra più grande presso il Museum Haarlem. Grazie ad uno scambio di studenti, questi acquisiranno conoscenze che potranno essere utilizzate anche fuori da questo contesto.

Le parti coinvolte acquisiscono un'esperienza preziosa nella conduzione di ricerche e nell'elaborazione dei risultati attraverso media rivolti al pubblico. Da ultimo, per tutti i gruppi target, il risultato più importante è il riconoscimento della storia, vita, cultura e identità gli uni degli altri.

<b>BUONE PRATICHE PER LA DIFFUSIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE ATTRAVERSO LA NARRAZIONE – (PORTOGALLO, Grecia, Italia, Polonia, Svezia, Turchia)</b>	
<b>1. Titolo del progetto, programma</b>	Tales of You(th)!
<b>2. Nome dell'organizzazione/ servizio responsabile dell'intervento, con riferimento a Paese ed indirizzo (specifici)</b>	Costumes Convergentes - Associação Rua Conego Rafael Alvares da Costa n58 4º Sul, S.Vitor Braga 4715-288 Braga Norte Portogallo
<b>3. Ambito del Patrimonio Culturale</b>	Patrimonio immateriale
<b>4. Storia del progetto: come è stato concepito, sviluppo e strategie relative al contesto</b>	<p>Usare la narrazione, il teatro delle marionette e le favole e storie tradizionali è uno dei modi più efficaci per sviluppare consapevolezza tra i giovani sui temi della diversità e della sensibilità interculturale. Abbiamo notato che nella società di oggi si sta diffondendo un'interpretazione sbagliata di cosa siano le differenze fra culture, del concetto stesso di diversità e di altre basi fondamentali che dovrebbero essere condivise se pensiamo ad un'Europa che promuove la diversità come valore aggiunto. Questa mancanza, nella nostra società, sta favorendo la diffusione di valori negativi come la xenofobia e soprattutto l'euro-scetticismo.</p>

<p><b>5. Descrizione generale del progetto</b></p> <p><i>Obiettivi, partecipanti, azioni e possibili criticità, organizzazioni coinvolte, numero e identificazione dei beneficiari, partenariati, budget, periodo di attuazione e altre informazioni utili ad interpretarne natura e risultati</i></p>	<p>L'obiettivo principale del nostro progetto è di trasferire ai giovani europei i valori della diversità, della comprensione e della sensibilità interculturale attraverso il teatro delle marionette e le favole tradizionali.</p> <p>I nostri obiettivi specifici sono:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- sviluppare nei giovani consapevolezza sull'apprendimento e sulla sensibilità interculturale mediante il teatro delle marionette e la narrazione di favole e storie tradizionali;</li> <li>- condividere con i giovani favole e storie mediante l'uso del teatro delle marionette e la narrazione per scoprire i concetti di identità e diversità;</li> <li>- dare risalto ai valori europei, quali la comprensione reciproca, la tolleranza, la cittadinanza attiva e contrastare valori negativi come la xenofobia, il razzismo, l'omofobia e l'euro-scetticismo;</li> <li>- scoprire e sfruttare il potenziale della narrazione presentando favole tradizionali e usando il teatro delle marionette ed il feedback di esperti esterni come utile esperienza di apprendimento di competenze interculturali per i giovani;</li> <li>- creare e realizzare una favola comune interculturale sul tema dell'apprendimento, e presentarla ad un pubblico di giovani nella forma di teatro delle marionette a livello internazionale e locale.</li> </ul> <p>Partner: BOLU GENCLIK DERNEGI (TR) , SINDESMOS SISTIMA KAI GENIA (EL) , TDM 2000 (IT) , Europejskie Forum Mlodziezy «FRATERNITAS» (PL) , Ungdomsfronten (SE).</p> <p>Il progetto Erasmus+ era parte di Youth mobility. È iniziato il 01-08-2019 ed è terminato il 30-06-2020.</p> <p>Il finanziamento europeo è di 26.922,00 €.</p>
<p><b>6. Esiti delle pratiche, risultati rilevanti</b></p>	<p>A livello locale, il progetto ha avuto un impatto sulle comunità dei Paesi di destinazione, coinvolgendo i giovani in occasioni pubbliche come la lotteria interculturale, aperta ai membri della comunità locale per scoprire altre culture, ma anche altre attività pubbliche, in particolare l'esibizione pubblica finale cui i giovani partecipanti prenderanno parte e che condivideranno con la comunità locale.</p> <p>A livello nazionale il progetto ha promosso tutti i Paesi coinvolti, piantando all'interno del Paese i semi della buona pratica della narrazione e dell'arte di strada (il teatro delle marionette) come strumenti didattici, e fornendo così esempi duraturi per gli altri a seguire.</p> <p>Il progetto ha promosso anche l'identità europea. A livello europeo infatti è stato promosso il dialogo interculturale, l'arte di strada e la condivisione di favole tradizionali.</p>
<p><b>7. Link e fonti</b></p>	<p><a href="https://erasmus-plus.ec.europa.eu/projects/search/details/2019-2-PT02-KA105-006188">https://erasmus-plus.ec.europa.eu/projects/search/details/2019-2-PT02-KA105-006188</a></p>

### Breve riepilogo (massimo 15 righe)

“Tales of Youth” ha dato luogo alla mobilità di individui nel settore della gioventù, è stato uno scambio che ha coinvolto 42 tra giovani e capigruppo provenienti da Portogallo, Grecia, Svezia, Polonia, Italia e Turchia. Le attività del progetto di scambio si sono tenute a Braga, Portogallo dal 10 al 17 Agosto 2019.

Le attività erano basate sul concetto dell'apprendimento tra pari e su metodologie didattiche non formali. In particolare, per questo scambio le attività si concentrano sulla condivisione di favole tradizionali e storie provenienti da ciascuno dei Paesi coinvolti, e sull'uso dell'arte di strada come il teatro delle marionette per rappresentarle. Attraverso queste attività il progetto vuole promuovere tra i giovani partecipanti la comprensione e diffondere consapevolezza sul dialogo interculturale e l'assimilazione dei concetti di diversità e identità.

<b>BUONE PRATICHE PER LA DIFFUSIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE ATTRAVERSO LA NARRAZIONE – (SLOVENIA, Croazia)</b>	
<b>1. Titolo del progetto, programma</b>	Mythical Park Rodik
<b>2. Nome dell'organizzazione/ servizio responsabile dell'intervento, con riferimento a Paese ed indirizzo (specifici)</b>	Municipality of Hrpelje-Kozina  Hrpelje, Reška cesta 14 6240 Kozina Slovenia
<b>3. Ambito del Patrimonio Culturale</b>	Patrimonio immateriale (Patrimonio di un paesaggio mitico)
<b>4. Storia del progetto: come è stato concepito, sviluppo e strategie relative al contesto</b>	Il progetto vuole creare un parco 'mitico', i cui principali luoghi di attrazione si trovano sia sul versante croato (comune di Mošćenička Draga: area di Trebišća) che sul versante sloveno (comune di Hrpelje – Kozina: area di Rodika). L'idea del progetto si basa sullo studio del patrimonio slavo e pre-slavo per trovare elementi di collegamento tra i due siti e valorizzare il patrimonio di questo paesaggio mitico.
<b>5. Descrizione generale del progetto</b>  <i>Obiettivi, partecipanti, azioni e possibili criticità, organizzazioni coinvolte, numero e identificazione dei beneficiari, partenariati, budget, periodo di attuazione e altre informazioni utili ad interpretarne natura e risultati</i>	<p>Il principale obiettivo del progetto è di preservare attivamente e valorizzare il patrimonio culturale del paesaggio mitico in un'ottica di turismo sostenibile nei comuni di Mošćenička Draga e Hrpelje-Kozina.</p> <p>Il progetto vuole creare una destinazione turistica transfrontaliera comune per preservare, proteggere e promuovere il patrimonio di un paesaggio mitico, ed è co-finanziato da fondi EFRD nell'ambito del programma Interreg V-A Slovenia-Croatia 2014-2020.</p> <p>Inizio dell'attuazione del progetto: 1 Settembre 2018</p> <p>Durata del progetto: 30 mesi</p> <p>Valore del progetto: 745,050.00 EUR (633,292.00 EUR ERDF)</p> <p>Partner principale: Comune di Hrpelje-Kozina</p> <p>Partner: Comune di Mošćenička Draga (HR), Università di Rijeka – Facoltà di Turismo e Hospitality Management (HR), Università di Primorska – Facoltà di Scienze Umanistiche (SI), Tourist Board of Mošćenička Draga (HR), Arhej d.o.o. (SI), INKUBATOR d.o.o. (SI)</p>

<p><b>6. Esiti delle pratiche, risultati rilevanti</b></p>	<p>A questo scopo, si stanno organizzando dei centri turistici in entrambe le aree interessate, creando dei sentieri 'mitici' intervallati da pietre segnaletiche e infrastrutture innovative, in modo da attrarre visitatori durante tutto l'anno. Inoltre, sono previsti un programma di animazione in loco, un'applicazione per muoversi all'interno del Parco, e souvenir innovativi per i visitatori.</p>
<p><b>7. Link e fonti</b></p>	<p><a href="https://mitski-park.eu/about-the-project/">https://mitski-park.eu/about-the-project/</a></p>

### Breve riepilogo (massimo 15 righe)

Il Mythical Park Rodik, con i suoi dodici punti di 'folclore mitico', vi porterà nel mondo dei nostri antenati, al mitico *baba*, l'iconico *kachon*, lo *shembilla* - un demone che viaggia su un carro infuocato - fino ai nostri ancestrali giganti e agli enigmatici luoghi di ingresso all'aldilà attraverso le caverne, 'luoghi di riposo dei morti', dei cristiani che hanno plasmato il paesaggio. Percorrendo questi luoghi misteriosi lungo i sentieri tematici, le storie ed i miti vengono scoperti attraverso una guida audio-visiva. I visitatori possono risolvere enigmi alla ricerca di tesori, e partecipare a giochi alla scoperta del misterioso mondo delle creature mitologiche.

La nuova destinazione turistica transfrontaliera Mythical Park è stata promossa in ambito turistico attraverso pacchetti rivolti a specifici gruppi target. Questi non si esauriscono solo nelle famiglie con bambini, ma comprendono anche adulti residenti interessati al mondo dei miti e dei racconti popolari. Per garantire la sostenibilità del progetto, i residenti, le aziende, il personale turistico e le guide vengono istruiti sul Mythical Park e sulla sua offerta in entrambe le zone transfrontaliere.

<b>BUONE PRATICHE PER LA DIFFUSIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE ATTRAVERSO LA NARRAZIONE – (SLOVENIA)</b>	
<b>1. Titolo del progetto, programma</b>	SLOVENIAN OUTDOOR FAMILY ADVENTURE TRAILS: Goblin Karst
<b>2. Nome dell'organizzazione/ servizio responsabile dell'intervento, con riferimento a Paese ed indirizzo (specifici)</b>	The Škrateljč Institute for culture, education and sport Bevke 193, 1358 Log pri Brezovici Slovenia
<b>3. Ambito del Patrimonio Culturale</b>	Patrimonio immateriale
<b>4. Storia del progetto: come è stato concepito, sviluppo e strategie relative al contesto</b>	<p>Lo Škrateljč Institute è stato fondato a maggio del 2015 dal Dr. Uroš Grilc e da Nina Peče Grilc per promuovere la partecipazione alla vita culturale da parte di soggetti di diversi gruppi di età, per promuovere l'esercizio fisico a contatto con la natura e per elaborare prodotti turistici creativi.</p> <p>A tal fine, l'Istituto porta avanti diverse attività come la pubblicazione di libri, i percorsi-avventura all'aperto per famiglie, e altri programmi che uniscono in modo innovativo la creatività con il patrimonio culturale, la tradizione e la vita salutare.</p>
<b>5. Descrizione generale del progetto</b>	<p>Questo progetto riguarda un prodotto turistico per famiglie, il "Goblin Karst": una presentazione innovativa del patrimonio naturale e culturale, che contribuisce allo sviluppo del turismo per famiglie attraverso una storia originale ed esperienze uniche in tutta la regione del Karst. Si tratta di un sentiero tematico, adornato da sculture raffiguranti personaggi fiabeschi, che i visitatori visitano con l'aiuto di un opuscolo. Un programma guidato, istruttivo, interattivo ed esperienziale nella natura.</p> <p>Goblin Karst è un parco-avventura per famiglie situato nella cittadina di Štanjel, che introduce i bambini alle meraviglie del Karst. Il 'Karst Goblin', scritto da Uroš Grilc e magistralmente illustrato da Zvonko Čoh, è una favola con un leitmotiv ambientalista e che racconta dei folletti dispettosi che seminavano il caos a Štanjel, nascondendo i simboli del Karst e lanciando incantesimi in tutta la regione.</p> <p>Il progetto è finanziato dalla Repubblica di Slovenia e dall'Unione Europea dal Fondo Europeo di Sviluppo Regionale. È iniziato il 1.1.2020 ed è terminato il 31.12.2021. Si tratta di un supporto all'imprenditoria e agli incubatori d'impresa, e la spesa totale ammissibile assegnata all'intervento è di 40.000 €. I partner del progetto sono il Comune di Štanjel e, nell'ambito del Comune, il Centro di Informazioni Turistiche di Štanjel.</p>
<b>Obiettivi, partecipanti, azioni e possibili criticità, organizzazioni coinvolte, numero e identificazione dei beneficiari, partenariati, budget, periodo di attuazione e altre informazioni utili ad interpretarne natura e risultati</b>	

<p><b>6. Esiti delle pratiche, risultati rilevanti</b></p>	<p>Il risultato del progetto è un sentiero tematico disseminato di libri di attività sulle favole, nonché un quaderno sulla storia di Karst Goblin. Bambini e adulti conoscono così il patrimonio materiale e immateriale del luogo in maniera divertente e condivisa. Attraverso i sentieri tematici, i visitatori scoprono l'importanza e l'unicità del proprio patrimonio culturale.</p>
<p><b>7. Link e fonti</b></p>	<p><a href="https://www.skrateljic.org/en/skratji-kras/">https://www.skrateljic.org/en/skratji-kras/</a></p>

### Breve riepilogo (massimo 15 righe)

Nel quaderno di Karst Goblin i bambini trovano delle missioni da completare trovando simboli nascosti, che rappresentano le caratteristiche principali del Karst, ma anche le virtù della gente del luogo, come la creatività e la perseveranza. In questo viaggio, i piccoli mettono alla prova anche le loro abilità artistiche: suonano con la panca musicale, scoprono la bellezza dell'arte dello scalpello, creano dei mosaici e imparano i segreti dei folletti del Karst, di cui scriveva anche il poeta Srečko Kosovel. Lungo il sentiero, le sculture in legno e pietra proveniente dalle miniere del Karst (Marmor Sežana) incantano i visitatori. Alla fine del percorso, i bambini ricevono un premio karstastico per avere completato la missione! Il Goblin Karst ha l'importante missione di promuovere l'escursionismo in natura, l'immaginazione e la creatività, e di permettere ai visitatori di scoprire e vivere il Karst. È stato progettato per aiutare persone di tutte le età a sviluppare abitudini sostenibili e una mentalità attenta al rispetto della natura e dell'ambiente in cui vivono. La conoscenza, la natura, il divertimento, lo sport e un pizzico di magia sono i principi-guida dietro questi programmi da favola.

Il Goblin Karst è pensato per famiglie, per bambini in età scolare e prescolare, e per tutti gli entusiasti dell'escursionismo all'aperto alla ricerca di sentieri tematici gestiti bene e di un'esperienza unica all'aria aperta.

<b>BUONE PRATICHE PER LA DIFFUSIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE ATTRAVERSO LA NARRAZIONE – (SLOVENIA-CROAZIA)</b>	
<b>1. Titolo del progetto, programma</b>	Živa coprnija Pohorja and Istre
<b>2. Nome dell'organizzazione/ servizio responsabile dell'intervento, con riferimento a Paese ed indirizzo (specifici)</b>	Razvojno informacijski center Slovenska Bistrica (Slovenska Bistrica Development Information Centre) Trg svobode 5, 2310 Slovenska Bistrica, Slovenia
<b>3. Ambito del Patrimonio Culturale</b>	Patrimonio immateriale (Folclore)
<b>4. Storia del progetto: come è stato concepito, sviluppo e strategie relative al contesto</b>	<p>Pohorje ed Istria sono destinazioni turistiche che richiamano gran parte dei loro visitatori in alcuni centri molto conosciuti. Il turismo è basato principalmente sullo sport (Pohorje) e sul mare (Istria), ed è fortemente stagionale, mentre in bassa stagione il flusso turistico è insufficiente in entrambe le zone. Il progetto Živa coprnija (Living Coprnija, Vivere Coprnija) riguarda le zone dell'hinterland, Bistrica Pohorje e Istria Centrale, dotate di un grande potenziale di attrarre visitatori già presenti nella regione, il che aiuterebbe anche ad equilibrare il flusso turistico sul territorio zona ed alleviare la pressione nelle destinazioni più richieste.</p> <p>Entrambe le aree possiedono un ricco patrimonio culturale e naturale, e sono accomunate da un'unica eredità fiabesca, dato che si narra che nella foresta di Pohorje e nell'Istria Centrale risiedono numerose creature delle fiabe che stanno alla base dei tanti racconti sulla gente, la natura e la storia della zona. Questa ricchezza di tutta la zona di Pohorje e Istria contribuisce a conservare e proteggere il delicato patrimonio immateriale della zona transfrontaliera.</p>

<p><b>5. Descrizione generale del progetto</b></p> <p><i>Obiettivi, partecipanti, azioni e possibili criticità, organizzazioni coinvolte, numero e identificazione dei beneficiari, partenariati, budget, periodo di attuazione e altre informazioni utili ad interpretarne natura e risultati</i></p>	<p>L'obiettivo principale del progetto è la protezione attiva della tradizione fiabesca di Pohorje e Istria promuovendo la visibilità delle zone meno ricordate delle due regioni e creando opportunità di sviluppo. Questo obiettivo è stato ottenuto grazie alla creazione di un innovativo prodotto turistico-culturale transfrontaliero: «Živa Coprnija - Fairy Tales of Pohorje and Istria» (Živa Coprnija - Favole di Pohorje e Istria), che offre modi innovativi di vivere il patrimonio naturale e culturale locale attraverso le sue storie.</p> <p>Il progetto è durato dal 1 Agosto 2017 al 30 Novembre 2019.</p> <p>È cofinanziato dall'Unione Europea, Fondo Europeo per lo Sviluppo Regionale, sotto il programma Interreg V-A Slovenia-Croatia. La Commissione ha approvato poco più di € 926.000.</p> <p>Sono coinvolte sei organizzazioni partner da Slovenia e Croazia operanti nei settori scientifico, turistico, artistico e culturale. Attraverso una fruttuosa cooperazione intersettoriale, sono state unite competenze e punti di forza per creare un'esperienza turistica unica, colta ed integrata.</p>
<p><b>6. Esiti delle pratiche, risultati rilevanti</b></p>	<p>I partecipanti hanno condotto una ricerca sulla ricca tradizione folcloristica di Pohorje e l'Istria Croata, hanno creato la pagina Facebook «Živa coprnija» e le pellicole brevi «Stories from Pohorje», oltre ad una guida turistico-culturale, un'app per smartphone e una conferenza scientifica internazionale a Slovenska Bistrica.</p>
<p><b>7. Link e fonti</b></p>	<p><a href="https://ric-sb.si/ziva-coprnija---ziva-strigarija">https://ric-sb.si/ziva-coprnija---ziva-strigarija</a></p> <p><a href="https://isn2.zrc-sazu.si/sl/programi-in-projekti/ziva-coprnija">https://isn2.zrc-sazu.si/sl/programi-in-projekti/ziva-coprnija</a></p> <p><a href="https://isn2.zrc-sazu.si/sites/default/files/zgibanki.pdf">https://isn2.zrc-sazu.si/sites/default/files/zgibanki.pdf</a></p> <p><a href="https://www.youtube.com/watch?v=dRGd5BtjKtk">https://www.youtube.com/watch?v=dRGd5BtjKtk</a></p>

### Breve riepilogo (massimo 15 righe)

Inizialmente i partner del progetto hanno collaborato per conoscere le due aree di studio di Pohorje e Istria. Hanno passato in rassegna fonti scritte e analizzato il contenuto dei racconti sotto il profilo dei luoghi, del tipo di narrativa e delle creature mitologiche. E' stata pubblicata la pagina Facebook 'Živa coprnija', gestita da tutti i partner. Successivamente è stata condotta una ricerca sul campo che ha condotto anche alla produzione di varie riprese televisive (opera etnografica), di cui quattro sono disponibili nella sezione "Stories from Pohorje". I collaboratori ISN hanno preparato insieme ai partner dell'Istria una Strategia Comune per la conservazione della tradizione delle favole, culminata nella pubblicazione della guida turistico-culturale "The Living Coprnija of Pohorje and Istria: Excursions along the Trails of the Fairy Tale Tradition". Il 10 e l'11 giugno ha avuto luogo una conferenza scientifica internazionale sulla Cultura Narrativa nei Luoghi di interesse locali, tenutasi nella cornice del castello di Slovenska Bistrica. Abbiamo potuto visitare Pohorje e i luoghi narrati nei racconti, e procedere ad una interpretazione di questi in base ai luoghi.

Il progetto Živa Coprnija è concepito per attrarre una varietà di visitatori - famiglie e amanti della narrativa - con contenuti innovativi, così da estendere le zone da visitare all'intera area e alleviare la pressione di flussi turistici dalle destinazioni più affollate.

<b>BUONE PRATICHE PER LA DIFFUSIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE ATTRAVERSO LA NARRAZIONE – (FRANCIA, Belgio, Bulgaria, Italia, Portogallo)</b>	
<b>1. Titolo del progetto, programma</b>	Zlatorog Fairy Trail
<b>2. Nome dell'organizzazione/ servizio responsabile dell'intervento, con riferimento a Paese ed indirizzo (specifici)</b>	Bohinj Kindergarten Dr.Janez Mencinger Bohinjska Bistrica Primary School  Savska cesta 10, Bohinjska Bistrica, 4264
<b>3. Ambito del Patrimonio Culturale</b>	Patrimonio Immateriale
<b>4. Storia del progetto: come è stato concepito, sviluppo e strategie relative al contesto</b>	All'inizio dell'anno scolastico 2009/2010, due gruppi didattici del Bohinj Kindergarten Unit (scuola dell'infanzia), che opera nell'ambito della Dr. Janez Mencinger Bohinjska Bistrica Primary School (scuola primaria), hanno partecipato al concorso della Slovenian Tourist Board per il progetto «Tourism and Kindergarten - with play to the first tourist steps» (Turismo e scuola d'infanzia - dal gioco ai primi passi da turisti). Hanno così iniziato ad approfondire la conoscenza della località di Bohinj. Quando hanno conosciuto le Favole di Bohinj, è nata l'idea di una terra delle favole, che hanno chiamato Zlatorog's Fairytale Land, dal nome del famoso personaggio delle favole di Bohinj, Zlatorog. Nella scelta di dove far sorgere questo luogo fiabesco, la zona lungo la sponda occidentale del lago Bohinj, a Ukanc, è subito sembrata il posto perfetto.
<b>5. Descrizione generale del progetto</b>  <i>Obiettivi, partecipanti, azioni e possibili criticità, organizzazioni coinvolte, numero e identificazione dei beneficiari, partenariati, budget, periodo di attuazione e altre informazioni utili ad interpretarne natura e risultati</i>	Zlatorog Fairy Trail è un progetto gestito dal Bohinj Kindergarten (scuola dell'infanzia), che opera nell'ambito della Janez Mencinger Bohinjska Bistrica Primary School (scuola primaria), di Bohinjska Bistrica. Creato in seno al progetto Tourism and Kindergarten (Turismo e Scuola d'infanzia), è stato organizzato in collaborazione con Bohinj Tourism organisation e Bohinj International Wild Flower Festival. Prevede che i bambini della scuola d'infanzia, attraverso il gioco, muovano i primi passi da turisti in un progetto in cui scoprono i luoghi d'interesse della loro zona.  Non essendo previsto un budget ulteriore, il progetto è durato un anno, ma è stato aggiornato nel 2018. Il nome Zlatorog's Fairytale Land è stato allora modificato in Zlatorog's Fairytale Trail, quando gli addetti al turismo di Bohinj hanno promosso il progetto. Adesso il sentiero sorge nella Land of the Golden Horn, che si estende su un'area più vasta.

<p><b>6. Esiti delle pratiche, risultati rilevanti</b></p>	<p>Zlatorog Fairy Trail si può esplorare in autonomia, percorrendo un sentiero circolare di circa 2 chilometri.</p> <p>La guida cartacea “Zlatorogove zanke in uganke”, che contiene favole, una mappa e spazi per timbri da collezionare lungo il cammino, guiderà i bambini lungo questo accattivante sentiero. Per i ragazzi più grandi, l’app Nexto potrebbe essere una scelta più interessante.</p> <p>Sono disponibili anche servizi di guide professionali per gruppi organizzati (scuole dell’infanzia e primarie).</p>
<p><b>7. Link e fonti</b></p>	<p><a href="https://www.bohinj.si/en/hiking/zlatorog-fairy-trail/">https://www.bohinj.si/en/hiking/zlatorog-fairy-trail/</a></p> <p><a href="https://www.youtube.com/watch?v=v30-A5YcVZ8">https://www.youtube.com/watch?v=v30-A5YcVZ8</a></p>

### Breve riassunto (massimo 15 righe)

Il sentiero è adatto a famiglie con bambini e a tutti gli appassionati di fiabe. Lungo il sentiero delle fate a Ukanc, troverete personaggi tratti dalle favole locali. Ciascuno è presentato in un sito specifico - in totale ce n'è nove lungo lo Zlatorog Fairy Trail. Le attività lungo il percorso sono pensate per stimolare l'uso dei sette sensi: vista, udito, olfatto, gusto, tatto, equilibrio e movimento. Ogni sito si focalizza su uno di questi. Il viaggio lungo il sentiero incoraggia varie forme di movimento, soprattutto forme di movimento naturale come camminare, correre, saltare, arrampicarsi, avvitarsi, dondolare e gattonare.

I gruppi target sono scuole dell'infanzia, scuole primarie e famiglie con bambini. I piccoli imparano a proteggere la natura lungo il cammino, perché ci sono due regole principali: amare la natura e proteggerla! Ed essere rispettosi di ogni essere vivente che si incontra sulla propria strada! Anche le sculture sono realizzate in legno ed altri materiali naturali. Insieme a queste cose, naturalmente, i bambini imparano a conoscere il loro patrimonio culturale.

**BUONE PRATICHE PER LA DIFFUSIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE ATTRAVERSO LA NARRAZIONE – – POLO-NIA**

<p><b>1. Titolo del progetto, programma</b></p>	<p>Centro Europeo di Solidarietà</p>
<p><b>2. Nome dell'organizzazione/ servizio responsabile dell'intervento, con riferimento a Paese ed indirizzo (specifici)</b></p>	<p>Europejskie Centrum Solidarności                  Plac Solidarności 1                  80-863 Gdańsk                  Polska</p>
<p><b>3. Ambito del Patrimonio Culturale</b></p>	<p>Storia</p>
<p><b>4. Storia del progetto: come è stato concepito, sviluppo e strategie relative al contesto</b></p>	<p>Il progetto del Museo della Solidarietà „Le strade polacche verso la libertà” è nato nel marzo 1998, su idea del presidente del Consiglio comunale di Danzica, Paweł Adamowicz, e dello storico Dr. Jerzy Kuklinski. Un anno e nove mesi dopo – il 29 dicembre 1999 – per iniziativa del presidente di Danzica, Paweł Adamowicz, con il sostegno di Lech Wałęsa e dell'istituto a lui intitolato, l'arcivescovo metropolita di Danzica. Tadeusz Gościowski, NSZZ „Solidarność”, Cantiere navale di Danzica e le autorità del Voivodato della Pomerania, è stata fondata la Fondazione Centro di Solidarietà con la missione di creare il Centro Europeo di Solidarietà. Bogdan Lis è diventato il presidente della fondazione.</p> <p>1998   Missione per creare ECS                  2005   Firma dell'atto di fondazione della ECS                  2007   Istituzione dell'istituzione                  2007   Concorso di architettura                  2008   ECS inizia ad operare                  2010   Finanziamento della costruzione                  2011   Posa della prima pietra                  2012   Completamento                  2014   Inaugurazione della nuova sede ECS                  2016   ECS insignito del Museum Award del Consiglio d'Europa                  2017   ECS festeggia il suo decimo anniversario                  2019   Addio e grande mobilitazione degli amici dell'ECS                  2020   Ti invitiamo comunque a entrare                  2021   Europa Nostra                  2022   Cantiere navale</p>

<p><b>5. Descrizione generale del progetto Obiettivi, partecipanti, azioni e possibili criticità, organizzazioni coinvolte, numero e identificazione dei beneficiari, partenariati, budget, periodo di attuazione e altre informazioni utili ad interpretarne natura e risultati</b></p>	<p><b>Missione: imparare la storia, decidere per il futuro</b></p> <p>Il cuore dell'edificio dell'ECS è la mostra permanente dedicata alla storia di Solidarnosc e ai cambiamenti avvenuti sotto la sua influenza nell'Europa centrale e orientale. L'esposizione occupa quasi 3.000 metri quadrati al primo e al secondo piano dell'edificio. È diviso in sette stanze. I visitatori trascorrono qui in media 2 ore. Questa mostra moderna è di natura narrativa. Il visitatore è immerso nella storia raccontata da oggetti d'archivio, documenti, manoscritti, foto e proiezioni video, installazioni interattive... Chiunque visiti questa mostra ha l'opportunità di trovare i propri riferimenti alla storia e al presente. La moltitudine di narrazioni ti permette di tornare qui molte volte, trovando ogni volta una nuova storia.</p> <p>Il progetto „Costruzione del Centro Europeo di Solidarietà a Danzica” è stato cofinanziato dall'Unione Europea dal Fondo Europeo di Sviluppo Regionale nell'ambito del Programma Infrastrutture e Ambiente. Il 30 e 31 agosto 2014 ha avuto luogo l'inaugurazione ufficiale della nuova sede del Centro Europeo di Solidarietà.</p>
<p><b>6. Esiti delle pratiche, risultati rilevanti</b></p>	<p>La mostra permanente dell'ECS è l'unica vincitrice polacca del Premio del patrimonio europeo / Europa Nostra 2021. È stata apprezzata in una delle quattro categorie: Istruzione, formazione e sensibilizzazione. Secondo la giuria internazionale, la mostra sottolinea l'importanza del lavoro, promuove l'attivismo nel campo dei diritti umani, dei diritti del lavoro e politici e l'impegno civico. È un esempio di “come preservare le storie e renderle rilevanti per il mondo moderno”.</p>
<p><b>7. Link e fonti</b></p>	<p><a href="https://ecs.gda.pl/">https://ecs.gda.pl/</a></p>

### Breve riepilogo

Il Centro Europeo di Solidarietà implementa il metodo dello storytelling in modo interessante e creativo raccontando importanti eventi storici. Usa gli artefatti come pretesto per rafforzare il messaggio e stimolare l'interazione con i visitatori del museo. La narrazione presentata nel Museo attiva il dialogo intergenerazionale e rafforza i legami affettivi tra le famiglie. Sono stati preparati audiolibri per varie fasce d'età in modo che le storie raccontate possano interessare un pubblico di diverse età. Il Centro Europeo di Solidarietà è un perfetto esempio di museo narrativo riferito ad eventi storici.

**BUONE PRATICHE PER LA DIFFUSIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE ATTRAVERSO LA NARRAZIONE – – POLO-  
NIA**

<p><b>1. Titolo del progetto, programma</b></p>	<p><b>Parco storico dei Monti Świętokrzyskie “Łysa Góra” – Parco delle leggende</b></p>
<p><b>2. Nome dell’organizzazione/ servizio responsabile dell’in- tervento, con riferimento a Paese ed indirizzo (specifici)</b></p>	<p>Istituzione culturale municipale istituita con delibera del Consiglio comunale di Nowa Słupia del 5 maggio 2017. Gli organizzatori del PDGŚ sono il Comune di Nowa Słupia e l’Organizzazione turistica regionale del Voivodato di Świętokrzyskie, ul. Henryka Sienkiewicza 78, IVp 2, 25-501 Kielce</p>
<p><b>3. Ambito del Patrimonio Cultu- rale</b></p>	<p>Patrimonio materiale e immateriale</p>

**4. Storia del progetto: come è stato concepito, sviluppo e strategie relative al contesto**

Apertura ufficiale del Legend Park  
Agosto 2023  
Permesso di costruzione  
Novembre 2020  
Il 30 novembre abbiamo ricevuto il permesso per la costruzione del Parco storico dei Monti Świętokrzyskie «Łysa Góra».  
Firma del contratto con l'Appaltatore  
Luglio 2020  
Firma del contratto con l'impresa generale AGROBUD di Starachowice per la costruzione del Parco storico dei Monti Świętokrzyskie Łysa Góra  
Bando di gara - costruzione dell'impianto  
Marzo 2020  
Bando di gara per la costruzione del Parco storico dei Monti Świętokrzyskie  
Firma del contratto con l'Appaltatore - concept architettonico ed espositivo  
Maggio 2018  
Firma (21 maggio 2018) di un accordo con l'appaltatore - TT Studio di Danzica, per la preparazione di un concetto dettagliato del Parco storico dei Monti Świętokrzyskie  
Bando di gara – concept architettonico ed espositivo  
aprile 2018  
Bando di gara per la preparazione del concetto architettonico ed espositivo per il Parco storico dei Monti Świętokrzyskie Łysa Góra  
Firma del contratto per la realizzazione del progetto  
aprile 2018  
Firma (27 aprile 2018) presso l'Ufficio del Maresciallo del contratto per l'attuazione del progetto dal titolo: „Protezione e promozione del patrimonio culturale secolare dei Monti Świętokrzyskie attraverso l'ampliamento del Parco storico dei Monti Świętokrzyskie nella Nowa Słupia Comune”  
Firma del Pre-Accordo per la realizzazione del progetto  
Dicembre 2017  
Firma (19 dicembre 2017) del pre-accordo per l'attuazione del progetto dal titolo: „Protezione e promozione del patrimonio culturale secolare dei Monti Świętokrzyskie attraverso l'ampliamento del Parco storico dei Monti Świętokrzyskie nel Comune di Nowa Słupia”  
Adozione di una risoluzione sul cofinanziamento  
Dicembre 2017  
Adozione della risoluzione (1 dicembre 2017) da parte del Consiglio di amministrazione del Voivodato di Świętokrzyskie sul cofinanziamento del progetto dal titolo: „Protezione e promozione del patrimonio culturale secolare dei Monti Świętokrzyskie attraverso l'ampliamento del Parco storico dei Monti Świętokrzyskie nel comune di Nowa Słupia”  
Presentazione della domanda  
Luglio 2017  
Presentazione (12 luglio 2017) della domanda da parte del Parco storico dei Monti Świętokrzyskie dal titolo: „Protezione e promozione del patrimonio culturale secolare dei Monti Świętokrzyskie attraverso l'ampliamento del Parco storico dei Monti Świętokrzyskie nel Comune di Nowa Słupia”  
effettuata nell'ambito del concorso chiuso in due fasi n.RPSW.04.04.00- IZ.00-26-121/17 dedicato all'Area di intervento strategico - Monti Świętokrzyskie Area dell'Asse prioritario 4 - Patrimonio naturale e culturale, Misura 4.4 „Preservazione del patrimonio culturale e naturale” del Programma operativo regionale del Voivodato di Świętokrzyskie per il periodo 2014 - 2020  
Costituzione di un'istituzione culturale  
Maggio 2017  
Istituzione (5 maggio 2017) dell'istituzione culturale denominata Parco storico dei Monti Świętokrzyskie, organizzata dal Comune di Nowa Słupia e dall'Organizzazione turistica regionale del Voivodato di Świętokrzyskie

<p><b>5. Descrizione generale del progetto Obiettivi, partecipanti, azioni e possibili criticità, organizzazioni coinvolte, numero e identificazione dei beneficiari, partenariati, budget, periodo di attuazione e altre informazioni utili ad interpretarne natura e risultati</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lo scopo dell'attività del Parco storico dei Monti Świętokrzyskie „Łysa Góra” è quello di presentare e divulgare il patrimonio culturale della regione di Świętokrzyskie legato alla storia unica della regione e alla ricchezza di leggende, in particolare:</li> <li>2. 1. gestione del progetto per l'implementazione e la creazione dell'impianto - Parco storico dei Monti Świętokrzyskie „Łysa Góra”, che presenterà il compendio più ampio possibile del patrimonio culturale e naturale locale della regione di Świętokrzyskie, con particolare attenzione alle leggende di Świętokrzyskie,</li> <li>3. 2. gestione dell'impianto del Parco storico dei Monti Świętokrzyskie „Łysa Góra”,</li> <li>4. 3. raccogliere e proteggere il patrimonio culturale dell'umanità legato alla storia e alla cultura della regione,</li> <li>5. 4. diffusione delle questioni storiche e culturali della regione,</li> <li>6. 5. fornire informazioni sui valori e sui contenuti delle collezioni raccolte e consentire l'utilizzo delle collezioni raccolte;</li> <li>7. 6. educazione creando opportunità di contatto diretto con i beni culturali e storici della regione,</li> <li>8. 7. definizione dell'ordine spaziale e cooperazione nei processi di rivitalizzazione sociale</li> </ol> <p>Si tratta di una struttura multimediale che promuove il patrimonio materiale e immateriale del Voivodato di Świętokrzyskie. La guida attraverso fiabe, leggende e antiche credenze della regione è il Pellegrino della Santa Croce. La struttura dispone di un'aula didattica dove i visitatori possono visionare e testare dispositivi multimediali e interattivi, tra cui un simulatore di volo su una scopa!</p> <p>Il Parco delle Leggende è un eccellente esempio dell'uso dello storytelling nella promozione del patrimonio materiale e immateriale del Voivodato di Świętokrzyskie e consente lo sviluppo del dialogo intergenerazionale. Si tratta di un'attrazione turistica educativa che permette agli anziani di trascorrere del tempo interessante con i bambini e i giovani.</p>
<p><b>6. Esiti delle pratiche, risultati rilevanti</b></p>	<p>Il Parco delle Leggende è un eccellente esempio dell'uso dello storytelling nella promozione del patrimonio materiale e immateriale del Voivodato di Świętokrzyskie e consente lo sviluppo del dialogo intergenerazionale. Si tratta di un'attrazione turistica educativa che permette agli anziani di trascorrere del tempo interessante con i bambini e i giovani.</p>
<p><b>7. Link e fonti</b></p>	<p><a href="https://parklegend.pl/">https://parklegend.pl/</a></p> <p><a href="https://swietokrzyskie.travel/artykuly/wakacje_w_swietokrzyskiem_poradnik_dla_rodzicow">https://swietokrzyskie.travel/artykuly/wakacje_w_swietokrzyskiem_poradnik_dla_rodzicow</a></p> <p><a href="https://kielce.wyborcza.pl/kielce/7,47262,29914402,park-legend-swietokrzyskich-pod-lysa-gora-prawie-otwarty-z.html">https://kielce.wyborcza.pl/kielce/7,47262,29914402,park-legend-swietokrzyskich-pod-lysa-gora-prawie-otwarty-z.html</a></p>

## Breve riepilogo

Parlare di patrimonio materiale e immateriale dovrebbe tenere conto delle esigenze delle diverse fasce di età e coinvolgere le persone nella scoperta insieme della storia. Il Parco delle Leggende a Nowa Słupia implementa perfettamente questi presupposti utilizzando il metodo dello storytelling per parlare del patrimonio storico e culturale del Voivodato di Świętokrzyskie.

**BUONE PRATICHE PER LA DIFFUSIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE ATTRAVERSO LA NARRAZIONE – – POLO-  
NIA**

<b>1. Titolo del progetto, programma</b>	Festival Internazionale „Sulle Orme del Singer”
<b>2. Nome dell’organizzazione/ servizio responsabile dell’in- tervento, con riferimento a Paese ed indirizzo (specifici)</b>	Ośrodek „Brama Grodzka – Teatr NN” ul. Grodzka 21 20-112 Lublin
<b>3. Ambito del Patrimonio Cultu- rale</b>	Patrimonio culturale immateriale
<b>4. Storia del progetto: come è sta- to concepito, sviluppo e strategie relative al contesto</b>	<p>Il Festival Internazionale “Sulle Orme del Singer” è stato isti- tuito nel 2011. Il suo organizzatore è il Centro „Grodzka Gate - NN Theatre” di Lublino. È nato un festival originale, che ogni anno a metà luglio viaggia di città in città, fermandosi un attimo in ognuna di esse, dove attraverso le attività artistiche evoca la memoria, insegna, diverte ed emoziona. Il festival è realizza- to in collaborazione con i governi locali e le istituzioni cultu- rali delle città visitate. Il festival è sostenuto anche dall’Ufficio del Maresciallo del Voivodato di Lublino e dal Ministero della Cultura e del Patrimonio Nazionale nell’ambito del Programma Spazi d’Arte, attuato dall’Istituto Nazionale di Musica e Danza e dall’Istituto Teatrale. Zbigniew Raszewski</p>

<p><b>5. Descrizione generale del progetto Obiettivi, partecipanti, azioni e possibili criticità, organizzazioni coinvolte, numero e identificazione dei beneficiari, partenariati, budget, periodo di attuazione e altre informazioni utili ad interpretarne natura e risultati</b></p>	<p>La guida al mondo magico degli ex shtetl della regione di Lublino è il personaggio più famoso di Singer: Jasza Mazur, il personaggio principale de „Il mago di Lublino”.</p> <p>Jasza viaggiava di città in città su un carro simile a un carro gitano, è un mago, un mago-acrobata errante. Con gli occhi chiusi, è riuscito ad aprire la serratura apparentemente più difficile e ha progettato incredibili acrobazie su una corda. Ha goduto di grande popolarità tra il pubblico. Ed è proprio lui a guidare la troupe di artisti nel percorso del festival, che comprende le città dove si svolgono molte delle storie di Singer.</p> <p>Durante il primo tour del festival, la flotta di carri con artisti circensi ha visitato 4 città: Tyszowce, Józefów, Szczebrzeszyn, Biłgoraj, e con ogni edizione successiva raggiunge nuovi luoghi per scoprire i segreti dei vecchi shtetl e far conoscere il multiculturalismo della regione. Attualmente i paesi sono 12, a cui nel tempo si sono aggiunti: Bychawa, Kraśnik, Krasnobród, Kock, Piaski, Goraj, Janów. Ogni anno terminiamo il nostro percorso a Lublino.</p> <p>Un gruppo internazionale di 13 artisti visita le città e i paesi della regione di Lublino, di cui il premio Nobel ha scritto, tra gli altri: „Il mago di Lublino”. Spettacoli artistici con elementi di teatro, circo, danza, spettacolo di fuoco e musica evocano i personaggi degli eroi letterari di Singer e con lui il mondo dimenticato dello shtetl prebellico. Spettacoli originali e unici attirano centinaia di residenti, suscitando il loro interesse per la letteratura e la storia locale.</p>
<p><b>6. Esiti delle pratiche, risultati rilevanti</b></p>	<p>Il risultato più importante delle attività svolte è la divulgazione della storia della comunità ebraica vissuta prima della Seconda Guerra Mondiale, della sua cultura e del contributo allo sviluppo di molte città.</p> <p>Il festival coinvolge le comunità locali nella cooperazione ed è un’opportunità per stabilire legami tra le varie persone che si incontrano durante il festival.</p>
<p><b>7. Link e fonti</b></p>	<p><a href="#">Festiwal Śladami Singera - XIII edycja - Kalendarium - Teatr NN</a></p>

### Breve riepilogo

Il metodo di narrazione utilizzato durante il Festival Internazionale „Sulle Orme del Singer” consente di costruire una narrazione interessante che suscita interesse per la cultura e la storia ebraica.

**BUONE PRATICHE PER LA DIFFUSIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE ATTRAVERSO LA NARRAZIONE – – POLO-NIA**

<p><b>1. Titolo del progetto, programma</b></p>	<p>Festival dei Narratori “Parola Io Do”</p>
<p><b>2. Nome dell’organizzazione/ servizio responsabile dell’intervento, con riferimento a Paese ed indirizzo (specifici)</b></p>	<p>Fundacja Kultura Enter Balladyny 8/9, 20-601 Lublin</p>
<p><b>3. Ambito del Patrimonio Culturale</b></p>	<p>Patrimonio culturale immateriale</p>
<p><b>4. Storia del progetto: come è stato concepito, sviluppo e strategie relative al contesto</b></p>	<p>Il Festival dei Narratori è organizzato ogni anno dal 2008 a Lublino dalla Fondazione Kultura Enter. I suoi partner sono i Laboratori della Cultura (un’istituzione culturale di Lublino fondata come risultato della divisione del Centro Culturale di Lublino) e O.pl - Portale Culturale Polacco. Il progetto è preparato da Karolina Waszczuk.</p>
<p><b>5. Descrizione generale del progetto Obiettivi, partecipanti, azioni e possibili criticità, organizzazioni coinvolte, numero e identificazione dei beneficiari, partenariati, budget, periodo di attuazione e altre informazioni utili ad interpretarne natura e risultati</b></p>	<p>L’obiettivo principale dell’evento è mostrare la tradizione multiculturale di Lublino e della regione di Lublino raccontando le leggende di Lublino tramandate da narratori e cantastorie popolari, nonché storie storiche che presentano gli eventi più importanti legati alla storia di Lublino.</p> <p>Un altro presupposto del festival è quello di presentare la cultura dei paesi con cui Lublino collabora - Ucraina, Spagna, Lituania e Francia - invitando narratori dall’estero, tra cui: Janet Blake e Laurence Benedetti.</p> <p>Il festival si svolge nel centro storico di Lublino. Si tiene ogni anno dal 2008. Finora, le storie presentate includono: interpretato da: Przemysław Buksiński, Witold Dąbrowski (Teatro NN), Michał Malinowski (Museo delle fiabe, delle favole e dei racconti), Bartosz Ignacy Wrona, Ojców Dominican, Tomasz Rokosz, Sonia Usarek, Associazione Studnia O. (composta da: Jarek Kaczmarek, Inga Julia Dembowska, Małgorzata Litwinowicz, Agnieszka Aysen Kaim) e gruppi: Chojzes Klezmerim, Lechistan Trio, Il RP.</p> <p>Oltre ai racconti, i festival offrono anche concerti suonati su strumenti etnici storici.</p> <p>Durante i festival vengono organizzati Laboratori di Storytelling, tra gli altri: di Jarek Kaczmarek del Gruppo Studnia O. e laboratori letterari e artistici per bambini.</p>

<p><b>6. Esiti delle pratiche, risultati rilevanti</b></p>	<p>Il progetto del festival, il cui obiettivo principale è mostrare la tradizione multiculturale di Lublino e della regione di Lublino raccontando leggende e storie storiche di Lublino, può portare a molti risultati diversi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- L'evento attira a Lublino i turisti che desiderano conoscere la cultura e la storia locale attraverso storie ed eventi del festival. Ciò potrebbe influenzare lo sviluppo del turismo nella regione.</li> <li>- Il festival rafforza le relazioni tra Lublino e i paesi partner attraverso lo scambio culturale e la cooperazione. Questo potrebbe essere l'inizio di relazioni internazionali a lungo termine.</li> <li>- Il festival contribuisce a plasmare l'identità di Lublino come città ricca di storia e cultura, aperta alla cooperazione internazionale e alla diversità culturale.</li> <li>- Il festival è una piattaforma per narratori, sia locali che internazionali, per sviluppare le proprie abilità nell'arte della narrazione. Ciò può contribuire a preservare la tradizione della narrazione.</li> </ul> <p>I risultati del festival „Storie dalla regione di Lublino” possono essere multidimensionali e influenzare vari aspetti culturali, sociali e turistici della vita di Lublino e della regione di Lublino.</p>
<p><b>7. Link e fonti</b></p>	<p><a href="#">Festiwal Opowiadaczy „Słowo Daję” - Leksykon - Teatr NN</a></p>

### Breve riepilogo

Il Festival dei cantastorie „Słowa Daję” è un evento culturale unico che si tiene ogni anno nel centro storico di Lublino dal 2008. Il suo obiettivo principale è presentare e promuovere la ricca tradizione multiculturale di Lublino e della regione di Lublino raccontando leggende popolari, fiabe e storie legate alla regione. Si tratta di un'iniziativa che porta gli spettatori oltre i confini del tempo e dello spazio, collegando il passato con il presente e creando ponti interculturali.

Uno dei presupposti importanti del festival è la cooperazione internazionale con Ucraina, Spagna, Lituania e Francia, che permette di avvicinare la cultura di questi paesi agli abitanti di Lublino. Invitare narratori famosi come Janet Blake e Laurence Benedetti consente lo scambio di storie e prospettive internazionali.

Il festival „Słowa Daję” è diventato un evento significativo nel calendario culturale della città, attirando numerosi narratori, musicisti e artisti di talento. Le storie presentate da Przemysław Buksiński, Witold Dąbrowski e molti altri artisti arricchiscono il mosaico culturale di Lublino.

Non è solo un festival di racconti orali, ma anche un luogo dove si svolgono concerti su strumenti etnici storici e di narrazione e laboratori letterari e artistici per bambini. È una celebrazione della cultura che ispira, educa e unisce le persone nella passione della narrazione.

Il Festival dei narratori „Słowo Daję” contribuisce non solo a preservare il patrimonio culturale della regione, ma promuove anche lo scambio culturale internazionale, creando ponti tra le nazioni e dando forma al dialogo interculturale. Ci ispira a scoprire ulteriormente i tesori culturali di Lublino e della regione di Lublino.

<b>BUONE PRATICHE PER LA DIFFUSIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE ATTRAVERSO LA NARRAZIONE – – POLO-NIA</b>	
<b>1. Titolo del progetto, programma</b>	Le radici della memoria - interviste
<b>2. Nome dell'organizzazione/ servizio responsabile dell'intervento, con riferimento a Paese ed indirizzo (specifici)</b>	Museo della Rivolta di Varsavia Grzybowska 79, 00-844 Warszawa
<b>3. Ambito del Patrimonio Culturale</b>	Patrimonio culturale immateriale, storia
<b>4. Storia del progetto: come è stato concepito, sviluppo e strategie relative al contesto</b>	Si tratta di un'iniziativa lanciata nel 2021 e sta diventando un elemento chiave nell'attuazione della missione a lungo termine del Museo. Gli organizzatori vogliono creare una comunità di discendenti degli insorti di Varsavia, che assumerà la „staffetta generazionale” - custodi dei ricordi, dei sogni e dei valori trasmessi dagli insorti.  Qui troverai testi scritti dai dipendenti del Museo dell'insurrezione di Varsavia. Saranno storie di persone uniche, eventi e oggetti importanti.
<b>5. Descrizione generale del progetto Obiettivi, partecipanti, azioni e possibili criticità, organizzazioni coinvolte, numero e identificazione dei beneficiari, partenariati, budget, periodo di attuazione e altre informazioni utili ad interpretarne natura e risultati</b>	In occasione del 77° anniversario dello scoppio della Rivolta di Varsavia, il Museo ha preparato una serie di conversazioni con i discendenti degli insorti. „Gli insorti stanno scomparendo davanti ai nostri occhi e la missione dell'intero team del Museo dell'Insurrezione di Varsavia è di evitare che svanisca anche il ricordo delle loro vite, delle loro conquiste e dei loro sogni”, sottolinea il Museo dell'Insurrezione di Varsavia, descrivendo il progetto in questione. implementazione.  Tra i primi discendenti degli insorti che hanno accettato di prendere parte all'operazione „Radici della memoria” figurano, tra gli altri: Karolina Korwin-Piotrowska, Anna Warzyńska, Jan Emil Młynarski, Szymon Majewski e Łukasz Garlicki. Tutti i discendenti degli insorti possono comunque compilare il sondaggio sul sito del museo ed entrare a far parte del progetto “Le Radici della Memoria”.
<b>6. Esiti delle pratiche, risultati rilevanti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incoraggiare il dialogo intergenerazionale.</li> <li>• Creare una storia sul popolo della Rivolta di Varsavia.</li> <li>• Preservare la memoria della rivolta di Varsavia.</li> <li>• Divulgazione della conoscenza sulla Rivolta di Varsavia.</li> </ul>
<b>7. Link e fonti</b>	<a href="https://www.korzeniepamieci.pl/">Korzenie pamięci (1944.pl)</a>

## Breve riepilogo

Il progetto „Le radici della memoria” preparato in occasione del 77° anniversario dello scoppio dell’Insurrezione di Varsavia dal Museo dell’Insurrezione di Varsavia non è solo un’iniziativa unica, ma anche uno strumento importante per incoraggiare il dialogo intergenerazionale. Attraverso una serie di interviste ai discendenti degli insorti, il progetto ci ricorda l’enorme eredità di coloro che lottarono per la libertà e l’indipendenza della Polonia durante i tempi difficili dell’occupazione.

Vale la pena sottolineare che questa iniziativa non solo crea storie sulle persone della Rivolta di Varsavia, ma coltiva anche la memoria delle loro vite, risultati e sogni. È estremamente importante trasmettere queste storie alle generazioni future e non lasciare che il ricordo degli insorti svanisca.

Il progetto „Le radici della memoria” svolge un ruolo importante nella divulgazione della conoscenza della Rivolta di Varsavia, che fu uno degli eventi più importanti della storia della Polonia. Grazie al fatto che i discendenti degli insorti sono ancora coinvolti nel progetto, è possibile trasmettere queste storie ed esperienze estremamente preziose alle generazioni successive di polacchi.

Di conseguenza, questa iniziativa non solo commemora gli eroi della Rivolta di Varsavia, ma ispira anche conversazioni, riflessioni e apprendimenti, che sono cruciali per costruire legami intergenerazionali e preservare la memoria della nostra storia.

<b>BUONE PRATICHE PER LA DIFFUSIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE ATTRAVERSO LA NARRAZIONE – – POLO- NIA</b>	
<b>1. Titolo del progetto, programma</b>	„La leggenda della tavola svedese”
<b>2. Nome dell'organizzazione/ servizio responsabile dell'in- tervento, con riferimento a Paese ed indirizzo (specifici)</b>	Stowarzyszenie Turystyka z Pasją ul. Infułacka 19/6 22-400 Zamość
<b>3. Ambito del Patrimonio Cultu- rale</b>	Patrimonio culturale immateriale
<b>4. Storia del progetto: come è sta- to concepito, sviluppo e strategie relative al contesto</b>	Lo scopo statutario dell'Associazione Tourism with Passion, fondata nel 2014, è quello di creare e promuovere varie forme di turismo in Polonia, con particolare attenzione al Voivodato di Lublino. L'organizzazione realizza due progetti utilizzando il metodo dello storytelling: „La leggenda della tavola svedese” e „Passare il riscatto”. Entrambe le attività si svolgono sotto forma di allestimento e si riferiscono alla storia di Zamość del XVII secolo.

<p><b>5. Descrizione generale del progetto Obiettivi, partecipanti, azioni e possibili criticità, organizzazioni coinvolte, numero e identificazione dei beneficiari, partenariati, budget, periodo di attuazione e altre informazioni utili ad interpretarne natura e risultati</b></p>	<p>Gli obiettivi principali del progetto sono:</p> <p>Scoperta e promozione della storia locale: Il progetto mira a far familiarizzare residenti e turisti con la storia di una determinata regione, con particolare attenzione agli eventi legati al periodo delle guerre svedesi del XVII secolo. Attraverso racconti, ricostruzioni storiche ed eventi culturali, il progetto ci ricorda momenti importanti del passato.</p> <p>Modellare l'identità regionale: esplorando la storia e le tradizioni locali, il progetto sostiene la costruzione dell'identità regionale. I residenti possono comprendere meglio il loro passato e sentire una connessione con il luogo in cui vivono.</p> <p>Educazione e coinvolgimento della comunità: il progetto si concentra sull'educazione e sul coinvolgimento della comunità locale, sia bambini, giovani che adulti. Vengono organizzati laboratori, lezioni di storia e incontri con esperti per approfondire la conoscenza della storia del territorio.</p> <p>Sviluppo del turismo culturale: „La leggenda della tavola svedese” attira turisti interessati alla storia e alla cultura. Attraverso l'organizzazione di eventi e programmi turistici attraenti, il progetto sostiene lo sviluppo del turismo culturale nella regione.</p> <p>Creare un'immagine positiva della regione: il progetto aiuta a plasmare un'immagine positiva della regione organizzando eventi culturali ed educativi. Ciò potrebbe aumentare il numero di turisti e investitori interessati alla regione.</p> <p>Di conseguenza, „La leggenda della tavola svedese” non solo presenta la storia di una determinata regione, ma contribuisce anche allo sviluppo della cultura, dell'istruzione e del turismo. Questo progetto mira a tramandare il patrimonio storico e culturale alle generazioni successive, stimolando allo stesso tempo lo sviluppo della comunità locale.</p>
<p><b>6. Esiti delle pratiche, risultati rilevanti</b></p>	<p>I risultati del progetto „La leggenda della tavola svedese” realizzato dall'Associazione Turystyka z Pasją sono multidimensionali e si riferiscono sia al patrimonio culturale, allo sviluppo del turismo che all'educazione della comunità locale. Il progetto ha contribuito a far rivivere e riportare in vita eventi importanti della storia di Zamość e della regione di Lublino. Rievocazioni e racconti storici hanno consentito una migliore comprensione e apprezzamento del patrimonio culturale. „La leggenda della tavola svedese” ha attirato l'attenzione dei turisti interessati alla storia e alla cultura. Ciò ha contribuito allo sviluppo del turismo culturale nella regione, che potrebbe aumentare il numero di visitatori e le entrate del turismo.</p>
<p><b>7. Link e fonti</b></p>	<p><a href="http://www.turystykazpasja.pl">Legenda Stołu Szwedzkiego   Stowarzyszenie Turystyka z Pasją (turystykazpasja.pl)</a></p>

## Breve riepilogo

Il progetto „La leggenda della tavola svedese” è espressione dell’impegno dell’Associazione Turystyka z Pasją nel promuovere e scoprire la ricca storia e cultura della regione di Lublino, con particolare attenzione a Zamość. L’obiettivo principale di questo progetto è quello di far conoscere ai residenti e ai turisti la storia unica legata agli eventi del XVII secolo accaduti a Zamość.

Il progetto si presenta sotto forma di una messa in scena che introduce i partecipanti alle realtà di quei tempi in modo attraente. Attraverso ricostruzioni e racconti storici, il progetto evoca ricordi del periodo delle guerre svedesi, mostrando la storia della città di Zamość e dei suoi abitanti.

Gli obiettivi principali del progetto sono la promozione del patrimonio culturale, l’istruzione e lo sviluppo del turismo culturale nella regione di Lublino. „La leggenda della tavola svedese” attira sia i residenti che possono imparare e comprendere meglio la storia della loro regione, sia i turisti interessati alla cultura e alla storia.

Di conseguenza, questo progetto non solo riporta in vita eventi storici, ma costruisce anche un legame tra la comunità e il suo patrimonio culturale. Questa è un’iniziativa che ispira le persone a scoprire e ad apprezzare la storia e la cultura locale. Grazie al lavoro dell’Associazione Turismo con passione, la storia di Zamość sta diventando più accessibile e attraente sia per i residenti che per i turisti.

BUONE PRATICHE PER LA DIFFUSIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE ATTRAVERSO LA NARRAZIONE – – POLO- NIA	
1. Titolo del progetto, programma	FESTIVAL INTERNAZIONALE L'ARTE DELLA STORIA
2. Nome dell'organizzazione/ servizio responsabile dell'in- tervento, con riferimento a Paese ed indirizzo (specifici)	Organizatorzy: Grupa Studnia O. Mazowiecki Instytut Kultury ul. Elektoralna 12 00-169 Warszawa
3. Ambito del Patrimonio Cultu- rale	Patrimonio culturale immateriale
4. Storia del progetto: come è sta- to concepito, sviluppo e strategie relative al contesto	Dal 2006 si tiene il Festival Internazionale dell'Arte del Racconto a Varsavia. Le prime edizioni si sono svolte a Stara Prochoffnia e al Museo Etnografico di Varsavia. Partner permanente del Festival è l'Istituto Teatrale. Zbigniew Raszewskiego a Varsavia, un luogo importante e formativo sulla mappa del teatro e della vita artistica in Polonia.  L'organizzatore del Festival è un gruppo di artisti della parola viva, educatori e ricercatori di tradizioni orali - l'Associazione „Grupa Studnia O”. Questa associazione ha la storia più lunga nella pratica e nella divulgazione dell'arte della narrazione in Polonia.
5. Descrizione generale del pro- getto Obiettivi, partecipanti, azioni e possibili criticità, orga- nizzazioni coinvolte, numero e identificazione dei beneficiari, partenariati, budget, periodo di attuazione e altre informazioni utili ad interpretarne natura e risultati	Il festival mostra come percorsi diversi conducano all'arte della narrazione: sul palco compaiono artisti che rappresentano gli ambienti teatrali, ma anche coloro il cui punto di partenza per lavorare su una storia vivente è la letteratura, la musica o la danza. L'arte della narrazione ha radici tradizionali, anche se la sua tendenza contemporanea, soprattutto in Europa, nasce dalla controcultura, l'arte della ribellione, che trascende le rigide divisioni di genere. Da qui la scelta degli interpreti: ognuno di loro si rifà alla propria tradizione, a volte recuperata o (ri)costruita, ognuno di loro, a suo modo, risponde alla domanda sulla voce, o meglio sulle voci, del proprio cultura, soprattutto quella esclusa, dimenticata, assente dai discorsi ufficiali della memoria collettiva.
6. Esiti delle pratiche, risultati rilevanti	Il Festival è attualmente l'evento più significativo nel campo dello storytelling non solo in Polonia, ma anche in tutta l'Europa centrale. Le tredici stagioni di festival finora hanno attirato circa 45.000 spettatori. Gli organizzatori sono riusciti a presentare spettacoli narrativi provenienti da tradizioni molto diverse, tutti con un livello artistico molto elevato e una forma scenica originale.
7. Link e fonti	<a href="#">Festiwal Opowiadania – Międzynarodowy Festiwal Sztuki Opowiadania</a>  <a href="#">O festiwalu – Festiwal Opowiadania</a>

## Breve riepilogo

Il Festival Internazionale dell'Arte del Racconto a Varsavia è un evento affascinante che mostra come percorsi diversi conducano all'arte del racconto. Sul suo palco si esibiscono artisti provenienti da ambiti diversi, dal teatro alla letteratura, dalla musica alla danza. L'arte della narrazione, sebbene radicata nella tradizione, si è evoluta nel contesto odierno, soprattutto in Europa, come forma di ribellione e arte contro culturale, abbattendo le rigide divisioni di genere.

Ciò che distingue questo festival è la selezione di artisti diversi che ritornano alle proprie tradizioni, spesso riscoprendole o ricostruendole di nuovo. Ognuno di loro, a modo suo, risponde alla domanda su quali suoni e storie modellano la loro cultura, in particolare quelli esclusi, dimenticati o assenti dai discorsi ufficiali della memoria collettiva.

Il festival è una vera festa per gli amanti dell'arte del racconto, perché consente l'esplorazione di varie forme e ispirazioni che portano alla creazione di opere uniche. È un luogo dove diverse tradizioni e modernità si incontrano per celebrare la diversità e la ricchezza dell'arte della narrazione.

**BUONE PRATICHE PER LA DIFFUSIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE ATTRAVERSO LA NARRAZIONE – – POLO-  
NIA**

<p><b>1. Titolo del progetto, programma</b></p>	<p>Narrativa. Peers - Guides</p>
<p><b>2. Nome dell'organizzazione/ servizio responsabile dell'in- tervento, con riferimento a Paese ed indirizzo (specifici)</b></p>	<p>POLIN Museo della storia degli ebrei polacchi Mordechaja Anielewicza 6, 00-157 Warszawa</p>
<p><b>3. Ambito del Patrimonio Cultu- rale</b></p>	<p>Patrimonio culturale immateriale</p>
<p><b>4. Storia del progetto: come è sta- to concepito, sviluppo e strategie relative al contesto</b></p>	<p>La prima edizione della rivista „Storytelling. Peers – Guides” ha avuto luogo nel 2017. L'ideatore è il Museo POLIN di storia degli ebrei polacchi a Varsavia.</p>
<p><b>5. Descrizione generale del pro- getto Obiettivi, partecipanti, azioni e possibili criticità, orga- nizzazioni coinvolte, numero e identificazione dei beneficiari, partenariati, budget, periodo di attuazione e altre informazioni utili ad interpretarne natura e risultati</b></p>	<p>Progetto di narrazione. Peers - Guides è un'iniziativa educativa del Museo POLIN di storia degli ebrei polacchi di Varsavia, rivolta ai giovani dai 15 ai 18 anni. Lo scopo del progetto è insegnare ai giovani la storia degli ebrei polacchi e dei loro coetanei, come Mary Berg e Dawid Sierakowiak, e sviluppare capacità di narrazione. Il progetto consiste in dieci incontri durante i quali i partecipanti conosceranno la storia degli ebrei polacchi, la topografia di Muranów e l'ubicazione del ghetto. I partecipanti impareranno anche a costruire la storia, a lavorare come guide e a creare mostre temporanee. Il progetto si concluderà con la creazione del proprio percorso di visita da parte dei partecipanti, al quale potranno invitare fino a tre persone.</p>

<p><b>6. Esiti delle pratiche, risultati rilevanti</b></p>	<p>Il progetto „Storytelling. Peers-Guides” ha prodotto una serie di risultati preziosi:</p> <p>Educazione storica: attraverso il progetto, i giovani verranno dotati di conoscenze sulla storia degli ebrei polacchi e sui tragici eventi legati al Ghetto di Varsavia. Ciò consentirà ai partecipanti di comprendere e apprezzare il patrimonio culturale e storico della Polonia e il ruolo degli ebrei nella storia del paese.</p> <p>Sviluppare abilità narrative: il progetto consentirà ai partecipanti di sviluppare abilità narrative e narrative, che possono essere utili in vari aspetti della vita, dalle presentazioni scolastiche alla comunicazione interpersonale.</p> <p>Dare forma alla consapevolezza locale: i partecipanti apprenderanno la topografia di Muranów e l’ubicazione del Ghetto di Varsavia, cosa che li aiuterà a comprendere il contesto storico e spaziale di questi eventi. Ciò contribuirà anche a formare legami con il patrimonio locale.</p> <p>Creatività e cooperazione: creare mostre temporanee e costruire il proprio percorso turistico sono attività che sviluppano la creatività dei partecipanti e incoraggiano la cooperazione di gruppo. Queste competenze sono preziose sia nell’istruzione che nella vita professionale.</p> <p>Patrimonio e memoria: il progetto aiuta a preservare la memoria di figure importanti come Mary Berg e Dawid Sierakowiak e le loro storie. Ciò è importante per preservare il patrimonio e insegnare la tragedia dell’Olocausto.</p> <p>Empatia e comprensione: conoscere la storia degli ebrei polacchi può contribuire a sviluppare empatia e comprensione per le esperienze degli altri, il che è importante nella costruzione di una società basata sulla tolleranza e sulla cooperazione.</p>
<p><b>7. Link e fonti</b></p>	<p><a href="#">POLIN   Muzeum Historii Żydów Polskich POLIN w Warszawie</a></p> <p><a href="#">Dział Edukacji Muzeum POLIN</a></p>

### Breve riepilogo

Il progetto „Storytelling. Peers-Guides” è un’affascinante iniziativa educativa del Museo di storia degli ebrei polacchi POLIN, che mira non solo a insegnare ai giovani dai 15 ai 18 anni la storia degli ebrei polacchi e dei loro coetanei, ma anche a sviluppare abilità di narrazione. Questo progetto per i giovani offre una ricca esperienza di apprendimento con numerosi vantaggi.

Nel corso di dieci incontri i partecipanti hanno l’opportunità di approfondire la storia degli ebrei polacchi e conoscere la topografia di Muranów e l’ubicazione del ghetto di Varsavia. Non si tratta solo di trasmettere conoscenze storiche, ma anche di favorire la comprensione del contesto e dello spazio in cui si sono verificati questi drammatici eventi.

Il progetto „Storytelling. Peers-Guides” pone grande enfasi sullo sviluppo delle capacità di narrazione. I partecipanti imparano come costruire una narrazione, come fungere da guide e come creare mostre temporanee. Queste abilità non solo ampliano gli orizzonti dei partecipanti, ma insegnano loro anche ad esprimersi e a trasmettere informazioni in modo convincente.

La caratteristica più importante del progetto è che i partecipanti creeranno il proprio percorso di visita, al quale potranno invitare fino a tre persone. Ciò non solo rende il progetto più personale e coinvolgente, ma consente anche ai partecipanti di condividere ciò che hanno imparato con gli altri.

In sintesi, il progetto „Storytelling. Peers-Guides” è un’eccellente iniziativa che non solo educa i giovani sulla storia degli ebrei polacchi, ma sviluppa anche le loro capacità narrative e costruisce un legame con il passato. Questo è un passo importante per preservare la memoria di importanti eventi storici e trasformare le generazioni successive in cittadini comprensivi ed empatici.

BUONE PRATICHE PER LA DIFFUSIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE ATTRAVERSO LA NARRAZIONE – – POLO-NIA	
1. Titolo del progetto, programma	Digital storytelling Hartwig – storie digitali   ONLINE
2. Nome dell'organizzazione/ servizio responsabile dell'intervento, con riferimento a Paese ed indirizzo (specifici)	Muzeum Warszawy Rynek Starego Miasta 28/42 00-272 Warszawa
3. Ambito del Patrimonio Culturale	Patrimonio culturale materiale
4. Storia del progetto: come è stato concepito, sviluppo e strategie relative al contesto	Workshop realizzati nell'ambito del progetto „La Varsavia di Edward Hartwig - storie digitali” del Ministero della Cultura e del Patrimonio Nazionale nell'ambito del programma del Ministero della Cultura e del Patrimonio Nazionale per il 2020 dal titolo „Cultura digitale”.
5. Descrizione generale del progetto Obiettivi, partecipanti, azioni e possibili criticità, organizzazioni coinvolte, numero e identificazione dei beneficiari, partenariati, budget, periodo di attuazione e altre informazioni utili ad interpretarne natura e risultati	Lo scopo dei workshop era quello di rendere popolare la narrazione digitale come metodo per costruire storie interessanti sulle risorse del Museo di Varsavia. Durante i workshop, i partecipanti hanno imparato come creare testi creativi e coinvolgenti basati sulle moderne risorse digitali del Museo di Varsavia disponibili nell'e-Catalog, basandosi sulla formula del digital storytelling. Hanno appreso varie funzionalità del catalogo elettronico delle collezioni del Museo di Varsavia utilizzate per la narrazione digitale e hanno imparato come creare nuove narrazioni utilizzando altri strumenti digitali gratuiti e moderni. Dove prendi i materiali per illustrare le tue storie? Che tipi di diritto d'autore abbiamo? Come descrivere correttamente le foto? Come creare una storia interessante e piena di suspense?
6. Esiti delle pratiche, risultati rilevanti	I partecipanti al workshop hanno imparato: <ul style="list-style-type: none"> <li>• creare testi accattivanti e creativi</li> <li>• utilizzare le risorse del catalogo elettronico del Museo di Varsavia</li> <li>• descrivere fotografie ed eventi ad esse correlati in modo interessante</li> </ul>
7. Link e fonti	<a href="https://muzeumwarszawy.pl/wydarzenia/hartwig-opowiesci-cyfrowe-digital-storytelling-2/">https://muzeumwarszawy.pl/wydarzenia/hartwig-opowiesci-cyfrowe-digital-storytelling-2/</a> <a href="https://muzeumwarszawy.pl/wydarzenia/digital-storytelling-hartwig-opowiesci-cyfrowe-online-4/">https://muzeumwarszawy.pl/wydarzenia/digital-storytelling-hartwig-opowiesci-cyfrowe-online-4/</a>

## Breve riepilogo

Lo scopo del progetto era promuovere la narrazione digitale come metodo innovativo per creare storie affascinanti basate sulle risorse del Museo di Varsavia. Durante i workshop, i partecipanti hanno acquisito le conoscenze e le competenze necessarie per creare testi creativi e coinvolgenti basati sulla narrazione digitale, utilizzando le moderne risorse digitali disponibili nel catalogo elettronico del Museo di Varsavia.

Durante i workshop i partecipanti hanno appreso i seguenti argomenti:

Utilizzo del catalogo elettronico: i partecipanti hanno imparato come utilizzare il catalogo elettronico delle collezioni del Museo di Varsavia per creare narrazioni digitali. Hanno appreso le varie funzioni disponibili in questo strumento che aiutano nella narrazione digitale.

Diritto d'autore: il progetto ha discusso i diversi tipi di diritto d'autore, che è fondamentale quando si utilizzano materiali digitali. I partecipanti hanno compreso i limiti e quali materiali avrebbero potuto utilizzare nelle loro storie.

Descrivere le foto: i partecipanti hanno imparato come descrivere correttamente le foto per arricchire le loro storie e renderle più interessanti.

Creazione di storie coinvolgenti: il progetto si è concentrato anche sulla creazione di narrazioni interessanti e piene di suspense. I partecipanti hanno acquisito conoscenze sugli ingredienti del successo nella narrazione digitale e sui modi per mantenere l'attenzione del lettore o dello spettatore.

Fonti di materiali illustrativi: i partecipanti hanno imparato dove possono trovare materiali per illustrare le loro storie, sia nelle risorse del Museo di Varsavia che utilizzando altre fonti disponibili.

Come risultato del progetto, i partecipanti hanno acquisito le competenze per creare storie digitali innovative basate sulle risorse del museo. Inoltre, hanno acquisito conoscenze sul copyright e sulle tecniche di descrizione delle foto, che hanno permesso loro di creare contenuti più attraenti e coinvolgenti. Questo progetto mirava non solo all'istruzione, ma anche a incoraggiare l'esplorazione del ricco patrimonio culturale del Museo di Varsavia utilizzando moderni strumenti digitali.

**BUONE PRATICHE PER LA DIFFUSIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE ATTRAVERSO LA NARRAZIONE – – POLO-NIA**

<p><b>1. Titolo del progetto, programma</b></p>	<p><b>Progetto intitolato „TELLaSTORY – narrazione”</b></p>
<p><b>2. Nome dell’organizzazione/ servizio responsabile dell’intervento, con riferimento a Paese ed indirizzo (specifici)</b></p>	<p>Il Centro distrettuale di formazione degli insegnanti di Jasło partecipa al progetto «TELLaSTORY - la narrazione come base per un insegnamento stimolante e un apprendimento efficace nelle scuole primarie. Preparare gli insegnanti alle nuove sfide educative. Il progetto è realizzato in collaborazione con 4 istituzioni di 3 paesi: Polonia, Repubblica Ceca e Slovenia. Il leader del progetto è l’associazione MANKO di Cracovia, i partner sono il Centro distrettuale per la formazione degli insegnanti di Jasło, il Centro per l’educazione e la cultura di Trebnje/Center za izobraževanje inkulturo TrebnjeJavnizavod/CIK Trebnje in Slovenia e la Scuola elementare/Zakladniskola J Guttha-Jarkovskeho a Praga - Repubblica Ceca. Il progetto è cofinanziato dal programma Erasmus+ dell’Unione Europea.</p>
<p><b>3. Ambito del Patrimonio Culturale</b></p>	<p>Patrimonio culturale</p>
<p><b>4. Storia del progetto: come è stato concepito, sviluppo e strategie relative al contesto</b></p>	<p>Fonkelvogel organizza spettacoli di narrazione. Insieme ad altri partner, inserisce lo storytelling sulla mappa culturale. Fonkelvogel si impegna a offrire momenti di narrazione di alta qualità con i migliori narratori nazionali e stranieri.</p>

<p><b>5. Descrizione generale del progetto Obiettivi, partecipanti, azioni e possibili criticità, organizzazioni coinvolte, numero e identificazione dei beneficiari, partenariati, budget, periodo di attuazione e altre informazioni utili ad interpretarne natura e risultati</b></p>	<p>L'obiettivo principale del progetto è creare le condizioni per l'implementazione pilota del metodo didattico TELLaSTORY, basato sullo storytelling, ovvero sulla costruzione di storie, al fine di rendere l'insegnamento e l'apprendimento a livello di scuola primaria più orientati alle competenze, più attraenti ed efficaci.</p> <p>Il sostegno finanziario è stato fornito da FEST (Federazione per lo Storytelling Europeo).</p> <p>Il modello di fiducia di Mike Bosworth utilizza il potere delle storie da tre prospettive: costruire una storia, raccontarla e ascoltare empaticamente. Il risultato diretto di questo metodo di lavorare con una storia è un legame emotivo tra chi racconta e chi ascolta, che si crea grazie alla sensazione di essere compresi, al coinvolgimento personale e all'empatia. La capacità di costruire un legame emotivo è la terza componente, oltre alle competenze e al carattere, del modello di fiducia di M. Bosworth. La capacità di costruire un legame emotivo è un fattore chiave nella costruzione della fiducia tra le persone.</p> <p>Il Centro distrettuale di formazione degli insegnanti di Jasto collabora con l'Associazione MANKO, Story Seekers Polska e partner educativi della Repubblica Ceca e della Slovenia per introdurre l'innovativo metodo di insegnamento della narrazione di Story Seekers nella pratica di insegnamento e apprendimento. Nell'ambito del progetto sono state previste le seguenti attività:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• esaminare il potenziale e le prospettive per un'ampia implementazione del metodo TELLaSTORY come metodo di insegnamento e apprendimento nelle scuole primarie/intervista agli insegnanti, conduzione di interviste con i presidi scolastici/,</li> <li>• sviluppare un manuale per gli insegnanti con esempi di piani di lezione,</li> <li>• sviluppo di scenari per attività extrascolastiche e un gioco di carte educativo,</li> <li>• formazione dei formatori per prepararli all'implementazione pilota del metodo TELLaSTORY,</li> <li>• condurre corsi di formazione pilota per gli insegnanti,</li> <li>• creazione di un portale con materiali riguardanti il metodo TELLaSTORY.,</li> <li>• promozione e diffusione dei risultati del progetto.</li> </ul>
<p><b>6. Esiti delle pratiche, risultati rilevanti</b></p>	<p>Insegnare alle persone come raccontare storie. Ogni anziano ha raccontato la storia della sua vita. Hanno trattato argomenti come: la mia infanzia, il quartiere, la mia vecchia scuola, i primi giorni di guerra, gli appuntamenti ai vecchi tempi, l'ingresso in una casa di riposo... Questi incontri di racconto nelle case di anziani sono continuati dopo la fine del progetto .</p>
<p><b>7. Link e fonti</b></p>	<p><a href="https://fest-network.eu/project/life-is-a-circle-storycycles-for-elderly-people/">https://fest-network.eu/project/life-is-a-circle-storycycles-for-elderly-people/</a></p>

## Breve riepilogo

Il metodo TELLaSTORY si basava sul modello di fiducia di Mike Bosworth, che utilizza il potere delle storie da tre prospettive: costruire una storia, raccontarla e ascoltare empaticamente. L'effetto chiave dell'utilizzo di questo metodo è stato la costruzione di un legame emotivo tra insegnante e studente, che ha creato un senso di comprensione, coinvolgimento personale ed empatia. La capacità di costruire un legame emotivo era la terza componente del modello di fiducia di M. Bosworth e giocava un ruolo chiave nella costruzione della fiducia tra le persone.

Come risultato del progetto, i partecipanti hanno avuto l'opportunità di acquisire nuove competenze pedagogiche e le scuole hanno avuto l'opportunità di introdurre un approccio innovativo all'insegnamento, sottolineando lo sviluppo delle competenze degli studenti e costruendo legami emotivi nel processo educativo. Questo progetto aveva il potenziale per trasformare il modo in cui insegniamo e apprendiamo nelle scuole primarie, rendendo il processo educativo più stimolante e coinvolgente.

<b>BUONE PRATICHE PER LA DIFFUSIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE ATTRAVERSO LA NARRAZIONE – – POLO-NIA</b>	
<b>1. Titolo del progetto, programma</b>	Prestigio della Pomerania. Tre gustosi film di Robert Makłowicz sulla regione della Pomerania
<b>2. Nome dell'organizzazione/ servizio responsabile dell'intervento, con riferimento a Paese ed indirizzo (specifici)</b>	Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna, Gdańsk, Polska
<b>3. Ambito del Patrimonio Culturale</b>	Patrimonio culturale immateriale
<b>4. Storia del progetto: come è stato concepito, sviluppo e strategie relative al contesto</b>	Robert Makłowicz è un noto e rispettato pubblicista, storico, critico culinario e viaggiatore polacco. È stato invitato dall'Organizzazione turistica regionale della Pomerania a collaborare al progetto Pomorskie Prestige. Ciò ha portato alla creazione di materiali cinematografici sul patrimonio culinario locale.
<b>5. Descrizione generale del progetto Obiettivi, partecipanti, azioni e possibili criticità, organizzazioni coinvolte, numero e identificazione dei beneficiari, partenariati, budget, periodo di attuazione e altre informazioni utili ad interpretarne natura e risultati</b>	<p>Lo scopo del progetto è promuovere il patrimonio culinario locale e incoraggiare turisti e residenti del Voivodato della Pomerania a esplorare attivamente la regione attraverso il gusto dei prodotti locali e la storia dei singoli luoghi.</p> <p>Questo progetto ha visto il coinvolgimento di numerosi soggetti erogatori di servizi di ristorazione di alto livello, produttori locali, storici della cucina e chef.</p> <p>Il progetto è stato implementato ininterrottamente dal 2013.</p> <p>I film che utilizzano il metodo dello storytelling sono stati creati per promuovere il patrimonio culinario e interessare i residenti e i turisti che visitano il Voivodato della Pomerania.</p>
<b>6. Esiti delle pratiche, risultati rilevanti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interesse per la storia, i prodotti locali e la cucina della Pomerania tra residenti e turisti.</li> <li>• Rafforzare la consapevolezza dei residenti riguardo al patrimonio locale.</li> <li>• Rafforzare il senso di identità tra i residenti.</li> <li>• Divulgazione del metodo dello storytelling nel raccontare il patrimonio locale.</li> </ul> <p>ca. 1.000.000 visualizzazioni su YT</p>

<b>7. Link e fonti</b>	<p><a href="http://prot.gda.pl">Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna – Oficjalna strona internetowa Pomorskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej (prot.gda.pl)</a></p> <p><a href="#">ROBERT MAKŁOWICZ POLSKA odc.108 „ Zjadając Trójmiasto „ - YouTube</a></p> <p><a href="#">ROBERT MAKŁOWICZ POLSKA odc.109 „ Niespodzianki nad Słupią”. - YouTube</a></p> <p><a href="#">ROBERT MAKŁOWICZ POLSKA odc.110 „ Ziola i żurawina „. - YouTube</a></p>
------------------------	--

### Breve riepilogo

Prestigio della Pomerania. I tre gustosi film di Robert Makłowicz sulla regione della Pomerania sono un perfetto esempio di come utilizzare il metodo dello storytelling per promuovere la storia, i prodotti locali e la cucina locale. Raccontando storie in modo interessante e colorato, i creatori sono riusciti a trasmettere informazioni importanti, suscitare interesse e incoraggiare il pubblico ad approfondire la propria conoscenza.

Il progetto mira a diffondere e promuovere il ricco patrimonio culinario del Voivodato della Pomerania, incoraggiando sia i turisti che i residenti della regione a scoprirne attivamente il fascino attraverso il gusto dei prodotti locali e la storia dei luoghi. Questa iniziativa gioca un ruolo chiave nella costruzione di connessioni tra le persone e la cultura della regione, concentrandosi sulle esperienze culinarie come mezzo di comunicazione.

Il progetto coinvolge una varietà di attori, come fornitori di servizi di ristorazione di alto livello, produttori locali, esperti di storia culinaria e chef esperti. Questa collaborazione ci consente di creare storie autentiche e deliziose sul Voivodato della Pomerania, che diventano fonte di ispirazione sia per i residenti che per i turisti.

Va notato che il progetto è stato portato avanti ininterrottamente dal 2013, il che dimostra il suo impatto duraturo sullo sviluppo della consapevolezza culturale e culinaria della regione della Pomerania. Utilizzando il metodo dello storytelling vengono realizzati filmati che raccontano storie legate al patrimonio culinario della regione. Questo strumento non solo educa, ma coinvolge anche lo spettatore, attirando la sua attenzione sui sapori unici e sulle tradizioni culinarie della Pomerania.

Il progetto „Promozione del patrimonio culinario locale del Voivodato della Pomerania” è un perfetto esempio di come la cultura e la storia della regione possano essere trasmesse attraverso il cibo e le storie. Grazie a ciò, residenti e turisti hanno la possibilità di godere appieno del patrimonio della Pomerania, scoprendone i sapori e la storia in un modo unico.

**BUONE PRATICHE PER LA DIFFUSIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE ATTRAVERSO LA NARRAZIONE – – POLONIA**

<b>1. Titolo del progetto, programma</b>	Diverse Varsovians
<b>2. Nome dell'organizzazione/ servizio responsabile dell'intervento, con riferimento a Paese ed indirizzo (specifici)</b>	Dom Kultury Śródmieście ul. Smolna 9 00-375 Warszawa
<b>3. Ambito del Patrimonio Culturale</b>	Patrimonio culturale immateriale

**4. Storia del progetto: come è stato concepito, sviluppo e strategie relative al contesto**

Varsoviani diversi: la città vista dagli stranieri. Vale la pena guardare Varsavia e te stesso attraverso gli occhi degli stranieri. Questo è stato il messaggio principale di questo progetto, che porta avanti con passione ed impegno da diversi anni. Questo progetto mirava a mostrare Varsavia come un luogo pieno di fascino e valore attraverso i racconti e le storie di persone straordinarie che hanno scelto questa città come seconda casa.

Gli ospiti del Festival dei Vari Varsoviani si sono riuniti nel Centro Culturale Śródmieście e hanno condiviso le loro osservazioni, soddisfazioni e talvolta anche irritazioni sulla città in cui si sono stabiliti. Le loro storie hanno scoperto non solo la bellezza di Varsavia, ma anche la sua straordinaria diversità culturale e la sua identità in via di sviluppo. Il progetto ha dimostrato che Varsavia è una città che può deliziare.

Uno dei messaggi principali del progetto è stato anche quello di sottolineare quanto Varsavia si sia evoluta negli ultimi anni, diventando più aperta, creativa e amichevole nei confronti degli stranieri. Le storie degli ospiti ucraini dimostrano che la capitale della Polonia sta diventando un luogo sempre più accogliente in cui vivere.

Il progetto ci ha ricordato anche i nostri tesori culinari nazionali, come le zuppe, che sono presenti sulle nostre tavole tutto il giorno e che sono spesso pretesto per incontri familiari e sociali.

Tuttavia, uno dei messaggi più importanti del progetto è stato quello di incoraggiare le persone a sorridere ed esprimere gentilezza verso gli altri ogni giorno. È un gesto semplice, ma può rendere una città più amichevole e accogliente, a prescindere dalla nostra serietà iniziale.

Il progetto „Diverse Varsovians” è anche la prova che Varsavia è un luogo che può conquistare il cuore di persone provenienti da tutto il mondo. Chi veniva qui per un breve periodo rimaneva stabilmente, ed è stato l'amore per questa città a farlo diventare parte della sua identità. È una bellissima storia d'amore per una città che diventa una seconda casa per tante persone provenienti da tutto il mondo.

<p><b>5. Descrizione generale del progetto Obiettivi, partecipanti, azioni e possibili criticità, organizzazioni coinvolte, numero e identificazione dei beneficiari, partenariati, budget, periodo di attuazione e altre informazioni utili ad interpretare natura e risultati</b></p>	<p>Diverse Varsovians è una serie di eventi che presentano i risultati artistici e commerciali della crescente comunità multiculturale di Varsavia. Si tratta di una serie di incontri con gli stranieri che si sono stabiliti a Varsavia; lavorano qui, creano imprese, gestiscono aziende e parlano polacco. Sono i nostri vicini.</p> <p>Uno dei messaggi principali del progetto è stato anche quello di sottolineare quanto Varsavia si sia evoluta negli ultimi anni, diventando più aperta, creativa e amichevole nei confronti degli stranieri. Le storie degli ospiti ucraini dimostrano che la capitale della Polonia sta diventando un luogo sempre più accogliente in cui vivere.</p> <p>Il progetto ci ha ricordato anche i nostri tesori culinari nazionali, come le zuppe, che sono presenti sulle nostre tavole tutto il giorno e che sono spesso pretesto per incontri familiari e sociali.</p> <p>Tuttavia, uno dei messaggi più importanti del progetto è stato quello di incoraggiare le persone a sorridere ed esprimere gentilezza verso gli altri ogni giorno. È un gesto semplice, ma può rendere una città più amichevole e accogliente, a prescindere dalla nostra serietà iniziale.</p>
<p><b>6. Esiti delle pratiche, risultati rilevanti</b></p>	<p>I risultati del progetto „Diverse Varsovians“ sono stati molteplici e ne riflettevano la natura e gli obiettivi diversi:</p> <p>Il progetto si è concentrato sulla presentazione dei risultati artistici e commerciali degli stranieri che si stabiliscono a Varsavia. Ciò ha contribuito ad aumentare la consapevolezza e l'apprezzamento della diversità culturale nella città.</p> <p>Creare un'immagine positiva di Varsavia: storie ed esperienze di stranieri che si sono innamorati di Varsavia hanno contribuito a creare un'immagine positiva della città. Questo è importante, soprattutto nel contesto della reputazione internazionale della città.</p> <p>L'evoluzione di Varsavia come città aperta e amichevole:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Il progetto ha sottolineato i cambiamenti avvenuti a Varsavia negli ultimi anni, attirando l'attenzione sullo sviluppo di un clima di apertura e cordialità per gli stranieri. Ciò potrebbe aver incoraggiato altri a ripensare il loro approccio alla città.</li> <li>• Promozione dei tesori culinari nazionali: il progetto ha richiamato le tradizioni culinarie polacche, in particolare attraverso le zuppe, che sono una parte importante della cultura culinaria. Ciò potrebbe ispirare sia gli stranieri che i locali ad esplorare la cucina locale.</li> <li>• Sottolineando l'importanza del sorriso e della gentilezza nei contatti quotidiani si mirava a creare un ambiente sociale più amichevole, fondamentale per costruire legami in una città multiculturale.</li> </ul>
<p><b>7. Link e fonti</b></p>	<p><a href="http://um.warszawa.pl">Festiwal Różnorodni Warszawiacy 2023 - Śródmieście (um.warszawa.pl)</a></p>

## Breve riepilogo

Il metodo dello storytelling ha giocato un ruolo chiave nel progetto “Diverse Varsovians”, contribuendo al suo successo e all’impatto sulla comunità di Varsavia. L’elemento principale del progetto erano le storie degli stranieri che si stabilirono a Varsavia. Attraverso le loro storie personali, esperienze e rapporti con la città, erano esempi viventi della diversità culturale di Varsavia. Ciò ha permesso al pubblico di capire come convivono nazionalità e culture diverse in città e quali sono le loro prospettive individuali. Gli eventi del progetto includevano presentazioni artistiche e aziendali da parte di ospiti che hanno utilizzato la narrazione per presentare i loro risultati e progetti. Queste storie hanno contribuito a promuovere i talenti stranieri e il loro contributo allo sviluppo culturale ed economico di Varsavia. Le storie degli ospiti che si sono innamorati di Varsavia sono state uno strumento chiave per creare un’immagine positiva della città. Grazie alle loro relazioni ed esperienze, la città divenne più attraente sia per gli stranieri che per i residenti. Ciò ha contribuito alla crescita della reputazione internazionale di Varsavia. Lo storytelling ha contribuito a evidenziare l’evoluzione di Varsavia come città aperta e amichevole per gli stranieri. Le storie di ospiti provenienti dall’Ucraina e da altri paesi testimoniano i cambiamenti positivi in atto nella città, che potrebbero incoraggiare gli altri a considerare Varsavia come un luogo in cui vivere e lavorare. Attraverso storie sulla cucina polacca e sui piatti tradizionali, la narrazione ha promosso i tesori nazionali del patrimonio culinario polacco. Ciò ha contribuito ad aumentare la consapevolezza dei residenti sul valore e sulla diversità della cucina polacca. Nella progettazione di eventi e attività di accompagnamento lo storytelling è stato utilizzato per promuovere sorrisi, gentilezza e cordialità nei contatti interpersonali quotidiani. Le storie degli ospiti hanno incoraggiato un atteggiamento più amichevole e aperto verso le altre persone.

Il metodo dello storytelling nel progetto „Diverse Varsovians” non era solo uno strumento per trasmettere informazioni, ma anche per costruire legami sociali, promuovere la cultura e creare un’impressione positiva della città. Le storie personali degli ospiti sono state fonte di ispirazione ed empatia, che hanno contribuito al raggiungimento degli obiettivi del progetto.

**BUONE PRATICHE PER LA DIFFUSIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE ATTRAVERSO LA NARRAZIONE – – POLO-  
NIA**

<p><b>1. Titolo del progetto, programma</b></p>	<p>Festival Internazionale degli Incontri con i Narratori del Mondo</p>
<p><b>2. Nome dell'organizzazione/ servizio responsabile dell'in- tervento, con riferimento a Paese ed indirizzo (specifici)</b></p>	<p>Ośrodek Brama Grodzka, Teatr NN ul. Grodzka 21 20-112 Lublin, Polska</p>
<p><b>3. Ambito del Patrimonio Cultu- rale</b></p>	<p>Patrimonio culturale immateriale</p>
<p><b>4. Storia del progetto: come è sta- to concepito, sviluppo e strategie relative al contesto</b></p>	<p>Il Festival Internazionale degli Incontri con i Narratori del Mondo è un evento annuale organizzato dal Centro „Grodzka Gate - NN Theatre” di Lublino. La storia del festival risale al 2010, anno in cui si è svolta la sua prima edizione. Il festival è uno degli eventi culturali più importanti di Lublino ed è molto popolare in Polonia e all'estero.</p>
<p><b>5. Descrizione generale del pro- getto Obiettivi, partecipanti, azioni e possibili criticità, orga- nizzazioni coinvolte, numero e identificazione dei beneficiari, partenariati, budget, periodo di attuazione e altre informazioni utili ad interpretarne natura e risultati</b></p>	<p>Il festival mira a introdurre i partecipanti a varie culture e tradizioni attraverso l'arte della narrazione. Come parte dell'evento, gli ospiti invitati presentano agli spettatori un'ampia gamma di storie. Durante i tre giorni del festival potrete assistere alle presentazioni di artisti provenienti da cinque paesi europei.</p>
<p><b>6. Esiti delle pratiche, risultati rilevanti</b></p>	<p>VI. Festival internazionale „Incontri con i narratori del mondo” - Lublino, 21-24/06/2018 (teatrnn.pl)</p>
<p><b>7. Link e fonti</b></p>	<p>Lublino. VII. Festival Internazionale degli Incontri con i Narratori del Mondo   e-teatr.pl</p>

**BUONE PRATICHE PER LA DIFFUSIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE ATTRAVERSO LA NARRAZIONE – – POLO-  
NIA**

<p><b>1. Titolo del progetto, programma</b></p>	<p>Museo della Fabbrica di Oskar Schindler a Cracovia, Polonia</p>
<p><b>2. Nome dell'organizzazione/ servizio responsabile dell'in- tervento, con riferimento a Paese ed indirizzo (specifici)</b></p>	<p>Muzeum Historyczne Miasta Krakowa Rynek Główny 35, 31-011 Kraków</p>
<p><b>3. Ambito del Patrimonio Cultu- rale</b></p>	<p>Patrimonio culturale e storico</p>
<p><b>4. Storia del progetto: come è sta- to concepito, sviluppo e strategie relative al contesto</b></p>	<p>Il Museo della Fabbrica Schindler a Cracovia è un luogo straordinario per commemorare e conoscere la vita di Oskar Schindler e la storia dell'Olocausto. La sua storia risale agli anni '90, quando nacque l'idea di creare un museo in un luogo che fu testimone di eventi straordinari durante la Seconda Guerra Mondiale.</p> <p>La Fabbrica di Smalti di Oskar Schindler, dove operava il museo, fu un luogo di lavoro e di salvezza per molti ebrei a cui Schindler salvò la vita. Negli anni 1937-1944 questa fabbrica fu trasformata in un luogo inserito negli elenchi dei lavoratori essenziali per l'industria bellica tedesca. Fu lì che Schindler assunse e salvò i suoi lavoratori, cercando di offrire loro condizioni di vita migliori rispetto ad altri campi di lavoro.</p> <p>Nel 2000 è stata presa la decisione ufficiale di istituire un museo nell'edificio originario della Fabbrica Emalia. Il lavoro di allestimento del museo è durato molti anni e l'intero processo è stato attentamente monitorato da un team di esperti, curatori e progettisti di mostre. L'obiettivo era quello di creare una mostra che rendesse omaggio a Oskar Schindler, presentasse la storia della fabbrica in modo interessante e ricordasse la tragedia dell'Olocausto.</p> <p>Il Museo della Fabbrica Schindler è stato ufficialmente aperto al pubblico l'11 giugno 2010. Alla cerimonia di apertura hanno partecipato numerosi ospiti, tra cui rappresentanti delle autorità, organizzazioni ebraiche e discendenti delle persone salvate da Schindler.</p> <p>Grazie a diversi elementi, come documenti d'archivio, fotografie, testimonianze e oggetti autentici, il museo racconta la toccante storia della vita di Oskar Schindler e del destino dei suoi dipendenti. Oltre all'esposizione permanente, il museo organizza anche numerosi eventi culturali, incontri con testimoni viventi della storia e attività didattiche volte a diffondere la conoscenza sulla Shoah e sull'attività di Oskar Schindler.</p>

<p><b>5. Descrizione generale del progetto Obiettivi, partecipanti, azioni e possibili criticità, organizzazioni coinvolte, numero e identificazione dei beneficiari, partenariati, budget, periodo di attuazione e altre informazioni utili ad interpretarne natura e risultati</b></p>	<p>L'obiettivo principale del Museo della Fabbrica Schindler è commemorare ed educare sulla vita e le attività di Oskar Schindler e sulla storia dell'Olocausto. Questo progetto ha diversi obiettivi chiave:</p> <p>Tramandare la storia di Oskar Schindler: Il museo si propone di preservare e tramandare la storia di Oskar Schindler, l'industriale tedesco che salvò la vita a molti ebrei durante la Seconda Guerra Mondiale. Attraverso mostre, documenti, fotografie e testimonianze, si cerca di presentare la vita e le attività di Schindler come esempio di coraggio e solidarietà umana.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Commemorazione delle vittime dell'Olocausto: il Museo della Fabbrica Schindler è un luogo di ricordo per le vittime dell'Olocausto. Presentando la storia e il contesto storico di Schindler, il museo mira a onorare la memoria di coloro che persero la vita a causa dell'occupazione e del genocidio nazista.</li> <li>• Educazione e contrasto all'odio: il Museo opera attivamente per educare e contrastare l'odio e la discriminazione. Organizza eventi didattici, mostre temporanee, laboratori e incontri che aiutano a comprendere la storia dell'Olocausto e gli effetti dell'odio razziale. L'obiettivo è formare atteggiamenti di tolleranza, comprensione e rispetto verso gli altri.</li> <li>• Promozione del dialogo interculturale: il Museo della Fabbrica di Schindler è un luogo di incontro e dialogo interculturale. Attraverso varie attività culturali, artistiche ed educative, il museo cerca di creare uno spazio per conversazioni e riflessioni sulla storia comune e sulle sfide contemporanee legate alla tolleranza e alla diversità culturale.</li> </ul>
<p><b>6. Esiti delle pratiche, risultati rilevanti</b></p>	<p>Il metodo di narrazione utilizzato nel Museo della Fabbrica di Schindler aiuta a trasmettere la storia in un modo più coinvolgente, emotivo ed educativo, contribuendo al raggiungimento degli obiettivi principali del museo legati all'educazione, alla commemorazione e alla costruzione di una consapevolezza sociale.</p>
<p><b>7. Link e fonti</b></p>	<p><a href="http://www.fabrykaemaliaoskarschindlera.pl">Fabryka Emalia Oskara Schindlera - Muzeum Krakowa</a></p>

### Breve riepilogo

La narrazione è un elemento chiave nel museo della Fabbrica di Schindler, che racconta la storia di Oskar Schindler e le sue attività nel salvare la vita di centinaia di ebrei durante l'Olocausto. Il museo utilizza varie tecniche di narrazione per trasmettere contenuti emotivi ed educativi ai visitatori. Ecco alcuni esempi di come viene utilizzata la narrazione nel museo della Fabbrica di Schindler:

Narrazione audio: il museo dispone di audioguide che raccontano la storia della Fabbrica di Schindler e del suo eroe. I narratori svolgono il ruolo di guide che conducono i visitatori attraverso le mostre successive, riportando eventi importanti e raccontando le storie dei personaggi.

Resoconti e testimonianze autentici: il museo presenta resoconti e testimonianze autentici di persone sopravvissute all'Olocausto e salvate da Oskar Schindler. Queste storie personali costituiscono un forte elemento narrativo che coinvolge emotivamente i visitatori.

Multimedia interattivi: il museo utilizza contenuti multimediali interattivi come documentari, registrazioni audio e foto per trasmettere la storia. Questi materiali arricchiscono la storia e consentono una migliore comprensione del contesto storico.

Ricostruzioni degli spazi: In alcune parti del museo i visitatori possono vedere ricostruzioni di interni del periodo della Seconda Guerra Mondiale, che permettono loro di respirare l'atmosfera di quei tempi e comprendere meglio le condizioni di vita degli ebrei.

Narrazione emozionale: la narrazione nel museo della Fabbrica di Schindler mira a costruire un legame emotivo tra i visitatori e la storia. Le storie sono spesso commoventi e incentrate sulla difficile situazione degli individui, il che aiuta a rendere la storia più personale.

Contesto storico: le storie sono ambientate in un ampio contesto storico che aiuta i visitatori a comprendere la portata e il significato dell'Olocausto e le azioni di Oskar Schindler.

Grazie all'uso dello storytelling, il museo della Fabbrica di Schindler trasmette non solo informazioni concrete, ma anche emozioni, valori e il significato degli eventi storici. Ciò aiuta i visitatori a comprendere meglio la storia e a onorare la memoria delle vittime e degli eroi dell'Olocausto che hanno rischiato la vita per salvare gli altri.

BUONE PRATICHE PER LA DIFFUSIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE ATTRAVERSO LA NARRAZIONE – – POLO- NIA	
<b>1. Titolo del progetto, programma</b>	Tamara Łempicka – una donna in viaggio
<b>2. Nome dell'organizzazione/ servizio responsabile dell'in- tervento, con riferimento a Paese ed indirizzo (specifici)</b>	L'esposizione è organizzata dal Museo Nazionale di Lublino e Villa la Fleur in collaborazione con Tamara de Lempicka Estate, Lublino, Polonia
<b>3. Ambito del Patrimonio Cultu- rale</b>	Patrimonio culturale materiale
<b>4. Storia del progetto: come è sta- to concepito, sviluppo e strategie relative al contesto</b>	<p>Si tratta di un'iniziativa lanciata nel 2021 e sta diventando un elemento chiave nell'attuazione della missione a lungo termine del Museo. Gli organizzatori vogliono creare una comunità di discendenti degli insorti di Varsavia, che assumerà la „staffetta delle generazioni“ - custodi dei ricordi, dei sogni e dei valori trasmessi dagli insorti.</p> <p>Qui troverai testi scritti dai dipendenti del Museo dell'insurrezione di Varsavia. Saranno storie di persone uniche, eventi e oggetti importanti. Scopri il dietro le quinte della più grande battaglia urbana nella storia della Polonia.</p> <p>18 MARZO – 14 AGOSTO 2022</p>
<b>5. Descrizione generale del pro- getto Obiettivi, partecipanti, azioni e possibili criticità, orga- nizzazioni coinvolte, numero e identificazione dei beneficiari, partenariati, budget, periodo di attuazione e altre informazioni utili ad interpretarne natura e risultati</b>	La mostra «Tamara Łempicka - una donna in viaggio» è un invito al mondo degli anni '20 e '30, cioè a un'epoca straordinaria subordinata al nuovo stile Art Déco. Le opere dell'artista, indissolubilmente legate alla sua vita, presentate tra oggetti di uso quotidiano - mobili, oggetti di artigianato, vestiti e macchine - hanno lo scopo di farvi conoscere la straordinaria vita di Tamara Łempicka, una delle più grandi artiste del XX secolo.
<b>6. Esiti delle pratiche, risultati rilevanti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creare un'interessante mostra d'arte intergenerazionale</li> <li>• Mostrare la storia della vita e l'opera di un famoso pittore attraverso le storie</li> <li>• La mostra è stata visitata da quasi 100.000 persone</li> </ul>
<b>7. Link e fonti</b>	<a href="https://www.muzeum.lublin.pl/">Tamara Łempicka – kobieta w podróży. 18 marca – 14 sierpnia 2022 - Strona Muzeum Narodowego w Lublinie (zamek-lublin.pl)</a>

## Breve riepilogo

La mostra “Tamara Łempicka - una donna in viaggio” è come una storia che ci porta nell'affascinante mondo degli anni '20 e '30, dove dominava il nuovo, sorprendente stile art deco. È un viaggio nel tempo e nello spazio che ci permette di comprendere meglio la vita e l'opera della straordinaria artista Tamara Łempicka.

La storia di Tamara Łempicka è una storia piena di passione, coraggio e genio artistico. Le sue opere, presentate insieme ad oggetti dell'epoca, sono elementi chiave di questa storia. Questi dipinti, che un tempo decoravano salotti e gallerie, ora entrano in dialogo con mobili, abiti e altri manufatti dell'epoca.

Tamara Łempicka era una donna unica che si distinse non solo come artista, ma anche come figura nella vita di tutti i giorni. La mostra utilizza il metodo dello storytelling per mostrarci il suo straordinario percorso dalla Russia a Parigi, dal successo all'esilio, dall'Art Déco alle epoche successive. È una storia di passione, amore, sfide e coraggio che ispira e commuove.

Visitando la mostra diventiamo partecipi della storia di Tamara Łempicka. I suoi dipinti diventano pagine del libro della sua vita e gli oggetti di tutti i giorni ci circondano come oggetti di scena in questa grande storia. Non è solo una mostra, è un viaggio emozionale che ci permette di comprendere come l'arte possa essere fonte di ispirazione e guida nella vita.

Il metodo di narrazione utilizzato in questa mostra ci permette di scoprire non solo la bellezza delle opere di Tamara Łempicka, ma anche di comprendere la sua storia e inserirla nel contesto dell'epoca che l'ha plasmata. È una storia che ci connette con l'artista e ci permette di comprendere meglio la sua eredità e influenza sull'arte del XX secolo.



Progetto cofinanziato dal programma Erasmus+ dell'Unione Europea  
Il sostegno della Commissione Europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette solo il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per qualsiasi uso che possa essere fatto delle informazioni in essa contenute.