**LA VALIGIA INTERGENERAZIONALE**

***Un viaggio nel design tra generazioni nei luoghi del progetto.***

**Sintesi- bozza**

**bando senza scadenza:**

**protagonismo culturale**

Immagine di copertina:

Yuval Yairi, *Memory suitcases*

**LA VALIGIA INTERGENERAZIONALE**

***Un viaggio nel design tra generazioni nei luoghi del progetto.***

**Piano di azione**

 **per favorire la partecipazione attiva di nuovi pubblici attraverso una metodologia di fruizione condivisa**

Il progetto è il primo atto formale ***del circuito del* *design******milanese***formato da: **Fondazione Franco Albini, Fondazione Achille Castiglioni, Fondazione Vico Magistretti, Fondazione Triennale Design Museum**.

Intende favorire **l’accesso alla cultura del progetto e la partecipazione attiva del pubblico** attraverso il coinvolgimento e la conseguente cooperazione di due differenti target: **il pubblico preadolescenziale e adolescenziale, e la terza età**.

Articolato in **13 azioni**, ha come obiettivo primario la **formazione e la qualificazione** del pubblico di riferimento con il fine di coinvolgerlo nel processo di fruizione consapevole e conseguentemente di eleggerlo a produttore di contenuti, al fine della miglior condivisione possibile.

A partire dal problema condiviso della scarsa partecipazione pubblica alle attività culturali, la *valigia intergenerazionale,* mira a creare una nuova forma di consumo culturale che renda i **cittadini protagonisti attivi** del processo all’interno delle **4 istituzioni culturali coinvolte**, lavorando sulla peculiarità del patrimonio conservato dai quattro musei.

Un patrimonio, **l’industrial design** che, sia **oggi** che nel ***recente*** ***passato***, è stato ed è protagonista delle vite di ognuno**,** poiché composto in buona parte da **oggetti di uso comune e quotidiano**, dunque ben conosciuti dalle generazioni messe a confronto.

L’oggetto quotidiano viene usato come medium per far accedere il pubblico alla cultura del progetto e contestualmente, come strumento per rispondere al crescente bisogno di **auto narrazione** del pubblico dell’era digitale.

L’Associazione **Teatro degli Incontri** è il partner che attraverso la sua comprovata esperienza di fusione tra cultura (teatro) e nuove forme di cittadinanza, favorirà l’incontro e il dialogo tra il patrimonio culturale e la popolazione.

Con la collaborazione e supervisione **dell'Università Milano Bicocca**, dipartimento di Scienze della Formazione e il supporto tecnico e conoscitivo delle **aziende** che storicamente hanno contribuito alla nascita e alla diffusione dell*’italian design.*

**Utenti**

**Preadolescenti e adolescenti**: 12 classi selezionate per la città di Milano nell’ambito del progetto laboratorio di quartiere Gratosoglio e nel quartiere Bicocca ( giovani di seconda generazione, abitanti di case popolari e non)

**Terza età:** sarà composta una classe di minimo 25 partecipanti per annualità, attraverso il coinvolgimento degli studenti dell’Università della Terza età UTE- Milano Host ( quartiere Baggio) e del progetto laboratorio di quartiere Gratosoglio.

**Popolazione dei quartieri** in cui sarà rappresentato il progetto

**Addetti ai lavori**

In particolare, si è curato che la composizione dei **pubblici** fosse caratterizzata dall’**eterogeneità** **per vissuti e provenienza socioculturale**.

Nei due anni di progetto saranno principalmente coinvolte due differenti realtà scolastiche che funzioneranno da bacino d’utenza sicuro e avranno la funzione di permettere la messa in opera del progetto con un pubblico ben codificato e probabilmente più collaborativo.

Tale attività sarà propedeutica alla **costruzione di una nuova tipologia di pubblico** che a partire dal terzo anno si gioverà dei nuovi approcci e delle nuove conoscenze messe in essere dalle istituzioni coinvolte nei primi 2 anni della *valigia intergenerazionale*.

**Durata e articolazione temporale**

Scandito da 12 azioni suddivise in 2 anni + la *restituzione.*

Data di Inizio settembre 2014 progettazione

Avvio delle attività rivolte al pubblico: novembre 2014

Data di Fine 29-07-2016

**Obiettivi**

Gli obiettivi del progetto sono legati a tre ambiti: la **fruizione consapevole** dei patrimoni, la **partecipazione** e la condivisione delle attività culturali attraverso l’uso di linguaggi e tecnologie eterogenee, la **produzione di nuovi saperi**.

Specificamente la *valigia intergenerazione* mira a:

1. Favorire la crescita quantitativa e qualitativa del pubblico attraverso in primo luogo la sua **formazione**; in secondo luogo il **coinvolgimento diretto** nelle attività.

Normalmente le istituzioni coinvolte sono frequentate da specialisti: architetti, designer, studenti.

Il target selezionato rappresenta la possibilità di ampliare, in maniera socialmente utile, il bacino d'utenza.

2. Orientare, qualificare ed equilibrare la partecipazione, favorendo l’incontro e **l’integrazione fra diversi pubblici**: anziani e preadolescenti che difficilmente si avvicinano ai temi trattati dalle 4 istituzioni e che con maggiore difficoltà frequentano i luoghi preposti alle attività culturali, in particolar modo le sedi di questo progetto.

3. **Rimuovere le eventuali barriere** che ostacolano l’accesso: attraverso una consapevole frequentazione dei luoghi (barriere culturali) e attraverso l'eliminazione di vincoli economici (barriere economiche). In particolare il progetto mira, attraverso il coinvolgimento del **linguaggio teatrale e delle tecnologie**, a garantire il **più ampio pluralismo** .

4. **Ispirare i giovani** alle **professioni legate sia alla cultura del progetto** sia alla **valorizzazione del patrimonio culturale.**

5.Restituire agli **over 60** un **ruolo attivo** e di **condivisione** di esperienze e di sapere

**Strategie**

*Formazione. Coinvolgimento. Mediazione. Diffusione*.

*La valigia intergenerazionale* è scandita da **12 azioni** suddivise in due anni di progetto, cui si aggiunge una **tavola rotonda** presso l’Università Milano Bicocca per restituire al pubblico gli esiti del lavoro.

Il progetto prevede il coinvolgimento degli **studenti over 60** e del pubblico scolare della **scuola secondaria** **di primo grado** attraverso **4 step e 7 prodotti**:

1. **Formazione** attraverso i patrimoni delle 4 Istituzioni di Design
2. **Apporto esperienziale** personale rispetto ai contenuti della Formazione
3. **Condivisione** dei nuovi contenuti attraverso **l’autonarrazione**
4. **Trasformazione** da fruitori a **Mediatori** in differenti contesti

Tutte le azioni avverranno con **operatori appositamente formati** per diffondere il patrimonio delle quattro istituzioni e mettere in evidenza la *rete del design*.

La valigia intergenerazionale si avvarrà di **7 prodotti** di seguito descritti:

1. Le 4 valigie

2. Percorsi Intergenerazionali prodotti dagli studenti.

3. Le mappe dei luoghi.

4. Il *biglietto intergenerazionale.*

5. Spettacolo teatrale a partire dalle narrazioni delle valigie

6. Le riprese filmiche.

7. La valigia interattiva, multimediale e online.

**Sintesi per tipologie di attività previste:**

1. **Formazione – Narrazione - Mediazione:**
* laboratori per operatori ( museali e teatrali)
* laboratori per over 60 e per i preadolescenti/adolescenti
* produzione delle valigie
* condivisione dei materiali attraverso la piattaforma web.
1. **Percorsi intergenerazionali:**
* Creazione di percorsi intergenerazionali
* Erogazione dei percorsi intergenerazionali con differenti mezzi
1. **Sceneggiatura e laboratorio teatrale** a partire dalle esperienze dei partecipanti ai laboratori.
2. **Spettacolo** itinerante con relative riprese filmiche. L’esito dei laboratori del punto precedente diventerà uno spettacolo che sarà fruito sia nelle 4 istituzioni culturali sia nelle sedi di appartenenza dei Mediatori (Università delle terza età, scuole,quartiere Gratosoglio). Lo spettacolo sarà registrato in modo da essere visto anche a progetto concluso.
3. **Condivisione e messa in rete** del progetto, attraverso un sito web.

Contestualmente alle attività sopradescritte sarà creato un ambiente virtuale, un luogo per la raccolta e la condivisione delle narrazioni con la funzione di diario della valigia intergenerazionale, raccontando le varie azioni e descrivendo la rete.

L’ambiente virtuale, partendo da una “comune ignoranza” genererà un nuovo sapere condiviso grazie alle altrui esperienze.

1. **Conclusioni, riflessioni e divulgazione presso la comunità scientifica**

A conclusione del progetto ( auspicabilmente in concomitanza con la conferenza generale ICOM che nel 2016 si svolgerà a Milano) si terrà, presso l’Università Milano Bicocca, una tavola rotonda per descrivere gli esiti del lavoro al pubblico. Dopo una parte frontale il pubblico sarà condotto nei luoghi del progetto dalle guide intergenerazionali.

**Appendice**

**I prodotti del progetto**

***Marcel Duchamp, Boîte-en-valise (de ou par Marcel Duchamp ou Rose Sélavy), 1935-41,***

valigia di pelle contenente repliche in miniatura, fotografie e riproduzioni dei lavori di Duchamp,

cm 40,6 x 38,1 x 10,2,

MoMA Museum of Modern Art, New York

**Prodotti del progetto**

* 1. **Le 4 valigie.** *Dal contenitore esistenziale all’archivio fisico. Uno strumento didattico.*

La valigia è il simbolo del viaggio moderno;

è il contenitore di memorie e in quanto tale è un contenitore esistenziale;

è l’oggetto di affezione per antonomasia poiché dotato di un valore simbolico universale.

La valigia è quella cosa fisica, dunque materiale, capace di evocare e contemporaneamente di conservare le *storie* in cui passivamente si è imbattuta.

**La valigia è lo strumento in cui si racchiude un microcosmo**, nel nostro caso **afferente al mondo del design e delle esperienze dei fruitori del progetto**, in cui la complessità dei concetti viene semplificata per costruire una nuova conoscenza condivisa e, dunque, maggiormente accessibile**.**

La valigia come simbolo di un processo intergenerazionale, in cui gli utilizzatori affrontano un viaggio, in questo caso nei luoghi del design, e **personalizzano il bagaglio**, lo arricchiscono di *souvenir* (di esperienze, conoscenze e ricordi) per poi condividerlo con altri utenti.

A partire dal secondo anno le **valigie saranno itineranti**: si *scambieranno il posto* **nelle 4 istituzioni** in modo da rafforzare il legame fra i partner e permettere una comunicazione del progetto più strutturata che mette in evidenza una nuova rete della conoscenza.

Oltre a rimarcare il carattere mobile dei saperi creati, la presenza di valige non nate in loco, permetterà di conoscere il progetto a chi non l’ha fruito direttamente, ampliando l’offerta culturale di ciascuna istituzione coinvolta.

* 1. **La valigia multimediale**

Sarà costituito un **sito web** con una strutturazione ispirata al blog (tipo google +), ma capace di raccogliere contenuti provenienti da più sorgenti (in particolare dai vari social network ); sarà prevista una figura editoriale che gestisca il flusso delle informazioni.

Il sito proporrà in **homepage una mappa interattiva** recante la posizione geografica delle "memorie" che andranno a costituire il database del progetto. I racconti, legati all’oggetto di design, non saranno limitati solo ai partecipanti dei laboratori, ma coinvolgeranno tutti coloro che vorranno partecipare, attraverso le loro testimonianze, alla popolazione del sito.
Dal punto di vista fisico, sarà creata una vera e propria **valigia multimediale** che accompagnerà i laboratori; sarà costituita da un computer camuffato da valigia, per permettere la visualizzazione diretta e senza la necessità di connessione alla rete dei contenuti del sito. Inoltre, i contenuti saranno archiviati, conservati e dunque **fruibili anche in futuro** (in remoto) qualora il dominio del sito non venisse rinnovato.

La valigia multimediale permetterà di esplicitare ulteriormente il **dialogo intergenerazionale**, unendo il linguaggio contemporaneo con quello del passato.

Questo artefatto sarà realizzato mantenendo come criterio guida quello della sostenibilità, quindi utilizzando materiali a basso costo. L'hardware sarà costituito da un monitor lcd collegato a un dispositivo embedded (es. Raspberry Pi, BeagleBone Black, Arduino, altro...) con un mouse e una tastiera che favoriranno l'interazione fra il pubblico e il dispositivo.

Si utilizzerà una tastiera in silicone, da arrotolare e inserire in valigia come un panno, concependo la valigia come contenitore - anche- di materiali tecnologici: anche il bagaglio multimediale potrà essere “disfatto”, come qualunque altra valigia.
Inoltre si prevede il collocamento di una webcam per riprendere gli utenti durante l'iterazione.

* 1. **Percorsi intergenerazionali.** La *guida delle guide* uno strumento educativo.

Ogni viaggio per mete sconosciute, richiede uno strumento di orientamento e di approfondimento. Poiché l’oggetto di questo progetto è un viaggio tra generazioni nei luoghi del design, si è ritenuto utile e stimolante sia per i primi fruitori, sia per quelli che verranno in seguito, progettare una guida negoziata con *le guide intergenerazionali* che sia il canovaccio per la loro attività di mediatore e contestualmente rappresenti una testimonianza concreta del lavoro compiuto, divenendo uno strumento divulgativo utile alla reiterazione dell’iniziativa e possibilmente all’autofinanziamento.

Una guida per giovani e per over 60 tratta dalle loro esperienze, con l’ovvio coinvolgimento degli esperti delle 4 istituzioni.

* 1. **Le mappe**

Accanto alla guida ogni viaggio necessita l’uso di una mappa.

La mappa in questione, sarà lo strumento comunicativo per raccontare *la grande Milano* attraverso i luoghi toccati dal progetto.

Da un lato uno strumento comunicativo per il grande pubblico, dall’altro uno strumento didattico che permetterà la migliore appropriazione del territorio da parte degli studenti.

Colmando una grave lacuna scolastica dei giovani che difficilmente conoscono il territorio in cui vivono.

A conclusione della prima fase del progetto le mappe potranno contribuire all’autofinanziamento delle attività.

* 1. **Il *biglietto intergenerazionale****,* un lasciapassare per tutte le istituzioni.

Il biglietto che permette di accedere ai 4 luoghidel progetto oltre l’esperienza scolastica.

L’attività mira a rendere familiare l’esperienza culturale eliminando ogni possibile barriera, a partire da quella economica.

Dunque con questo biglietto gli studenti, che diverranno mediatori intergenerazionali, potranno accedere ai luoghi del progetto con un loro accompagnatore al di fuori delle attività laboratoriali svolte durante l’orario scolastico.

Il biglietto deve essere inteso come un premio per l’impegno profuso nell’attività.

**5.** **Spettacolo**- laboratorio teatrale

A partire dalle narrazioni contenute nelle valigie, vale a dire dalle esperienze dei fruitori e delle *guide intergenerazionali,* si proporrà un intreccio tra l’indagine antropologica, sociale e storico-artistica legata al tema del Design.

Lo strumento del laboratorio teatrale favorirà **l’incontro tra pubblici differenti, tra centro e periferia della città,** attraverso azioni teatrali che coinvolgeranno direttamente gli abitanti sia nella realizzazione sia nella fruizione degli eventi culturali.

**6. Le riprese** filmiche dei laboratori

Le attività saranno registrate con il duplice obiettivo di monitorare le azioni e di conservare la memoria del lavoro svolto.

Questo prodotto ha come scopo sia la produzione di materiale documentaristico al fine scientifico, sia la produzione di materiali utili alla comunicazione delle attività attraverso la *valigia multimediale* e la giornata di studi che chiuderà il progetto.

**Risultati attesi**

 sensibilizzare, diffondere, sostenere

Alla fine dei due anni di progetto, le quattro istituzioni saranno state frequentate da una tipologia di **pubblico nuova** e fortemente sensibilizzata. La formazione degli studenti ( giovani e non), finalizzata ad un successivo coinvolgimento in prima persona nelle attività culturali, comporterà :

* una diffusione capillare per passaparola dell’attività stessa e dei luoghi in cui si svolge;
* la curiosità del pubblico non coinvolto direttamente (per questo sarà fondamentale comunicare efficacemente il progetto avvalendosi di molteplici strumenti e canali di comunicazione);
* la scoperta, da parte del grande pubblico, di nuove forme di accesso alla cultura e di nuovi saperi all’interno di quattro istituzioni culturali ospitali e aperte a tutti;
* che i fruitori e i mediatorisiano **orientati,** ispirati e invogliatiad aprirsi alle **professioni legate sia alla cultura del progetto** sia alla **valorizzazione del patrimonio culturale.**

La creazione di un pubblico sensibile e partecipe costituirà la base per la costruzione delle future attività e auspicalmente diverrà uno dei principali strumenti di sostegno e valorizzazione dei patrimoni conservati nelle 4 Fondazioni superato il biennio.

**Sviluppi concreti per il futuro**

Concluso il biennio del progetto descritto in questa sede, le attività intergenerazionali proseguiranno per incrementare la fiducia ottenuta dal pubblico, e soprattutto per rafforzare il lavoro e il capitale culturale derivante dal rapporto intergenerazionale e interculturale.