



HIGHRES

Moduli di formazione

PIATTAFORMA FORMATIVA HIGHRES



VIDZEME TOURISM
ASSOCIATION



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI MILANO
BICOCCA



UNIVERSIDADE DE
LUSÓFONA



Universidad de Jaén



Cofinanziato
dall'Unione europea

Finanziato dall'Unione Europea. Le opinioni e i punti di vista espressi sono tuttavia esclusivamente quelli dell'autore/degli autori e non riflettono necessariamente quelli dell'Unione Europea o dell'Agenzia esecutiva per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione Europea né l'EACEA possono essere ritenute responsabili per essi.

Ciao! È ora di imparare con HIGHRES.

Benvenuto nella piattaforma di formazione HIGHRES.

Se siete interessati al patrimonio culturale immateriale, ai progetti comunitari nelle zone rurali, alle nuove tecnologie o al turismo sostenibile questo è il posto che fa per voi. Il progetto HIGHRES vi offre una formazione gratuita per ampliare le vostre conoscenze in questi campi.

Questa formazione consiste in 6 moduli sviluppati dagli esperti che compongono il consorzio di HIGHRES. Questi moduli sono progettati per essere seguiti in sequenza e ti guideranno nella realizzazione di progetti nelle zone rurali che valorizzano il patrimonio culturale immateriale come mezzo per creare uno sviluppo sostenibile nella comunità, concentrandosi sul turismo come uno di questi percorsi. Per fare questo, terremo conto di un fattore chiave: il digital storytelling, ovvero il racconto di storie in formato digitale.

Con tutto ciò, miriamo ad affrontare due sfide presenti in alcune zone rurali d'Europa e del mondo: da un lato, il divario digitale e, dall'altro, la mancanza di progetti e risorse per lo sviluppo socioeconomico di questi territori.

Cosa troverete nei moduli di questa formazione?

Ogni modulo è composto da 4 parti essenziali:

- In primo luogo, troverete il materiale teorico in cui approfondiamo concetti e idee. Questa sezione è suddivisa in capitoli e sottocapitoli.
- La seconda parte si concentra sui casi di studio, presentando esempi di altri progetti interessanti da esplorare in relazione all'argomento del modulo.
- Segue la sezione di valutazione, che consiste di due parti: la prima include domande di auto-riflessione, mentre la seconda è un quiz in cui è possibile selezionare la risposta corretta.
- La parte finale del modulo include i riferimenti utilizzati nella sezione teorica e un elenco di risorse aggiuntive, per lo più link web, per aiutarti ad approfondire la tua comprensione.



A chi è rivolto questo corso di formazione?

Questa formazione è rivolta a chiunque sia interessato ad argomenti culturali come quelli presentati sopra, che siano legati al patrimonio, alla narrazione, alle tecnologie digitali o al turismo. Inoltre, il materiale formativo è progettato per essere accessibile a persone con diversi livelli di conoscenza in queste materie, garantendo che tutti possano trovare informazioni preziose.

Nello specifico, questa formazione ti aiuterà a realizzare progetti culturali nelle zone rurali. Quindi, se questo è il tuo campo di lavoro, troverai contenuti altamente pertinenti alle tue esigenze. Qualsiasi professionista del settore culturale o sociale che lavora nelle comunità rurali può utilizzare questi contenuti per affrontare le attuali sfide relative allo sviluppo rurale.



HIGHRES

Modulo 1

IDENTIFICAZIONE E CATALOGAZIONE DEL
PATRIMONIO CULTURALE IMMATERIALE
NELLE ZONE RURALI



VIDZEME TOURISM
ASSOCIATION



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI BICOCCA



UNIVERSIDADE
LUSÓFONA



Cofinanziato
dall'Unione europea

Finanziato dall'Unione Europea. Le opinioni e i punti di vista espressi sono tuttavia esclusivamente quelli dell'autore/degli autori e non riflettono necessariamente quelli dell'Unione Europea o dell'Agenzia esecutiva per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione Europea né l'EACEA possono essere ritenute responsabili per essi.

MODULO 1: Identificazione e catalogazione del patrimonio culturale immateriale nelle zone rurali

In molte occasioni, quando si parla di patrimonio, la prima cosa che viene in mente sono quegli edifici storici che, nel corso del tempo, hanno acquisito un significato simbolico e un valore culturale per l'umanità, luoghi che abbiamo spesso visitato e fotografato. Spesso pensiamo anche alle opere d'arte, ai reperti archeologici, ai musei e ad altri elementi materiali di valore. Ma a volte trascuriamo le espressioni orali, le feste, le tradizioni o le conoscenze che fanno anch'esse parte del patrimonio culturale di una società.



Fig. 1 Tradizione del merletto a tombolo a Peniche, Portogallo. Fonte: Archivio HIGHRES.

Questo modulo introduce il patrimonio culturale immateriale (ICH) sulla base della Convenzione dell'UNESCO (2003), sottolineandone l'importanza per l'identità e la continuità culturale nelle aree rurali. Presenta le categorie dell'ICH, le tecniche partecipative per l'identificazione e la catalogazione e i principi etici per la sua



salvaguardia. Vengono discusse le sfide contemporanee, insieme alle strategie di valorizzazione come l'educazione al patrimonio e il turismo comunitario. Il caso di studio dell'Ecomuseo di Corvo illustra il legame tra memoria, territorio e partecipazione. Infine, propone strumenti di autovalutazione per favorire la riflessione critica e l'empowerment locale.

INDICE DEL MODULO

Introduzione	8
1. Patrimonio culturale immateriale	9
2. Tipi di patrimonio culturale immateriale	10
3. Tecniche di identificazione e catalogazione	12
4. Etica, diritti culturali e proprietà intellettuale	14
5. Valorizzazione del patrimonio culturale immateriale e sfide contemporanee	15
6. Casi di studio: Ecomuseo del Corvo, Portogallo	16
Strumenti di autovalutazione	18
Riferimenti	21

Introduzione

Abstract

Questo modulo invita a riflettere sul patrimonio culturale immateriale (ICH) presente nelle comunità. Sottolinea l'importanza di ascoltare, mappare e valorizzare le pratiche culturali viventi nei contesti rurali. L'obiettivo è quello di sviluppare competenze pratiche e critiche per agire come mediatore e mobilitatore culturale, riconoscendo le conoscenze locali e rafforzando i legami comunitari.

Hai mai pensato a quanti tipi di conoscenze, tradizioni e pratiche culturali esistono intorno a te, spesso non facilmente visibili, ma essenziali per l'identità di una comunità? Questo modulo ti invita a esplorare e riflettere sul patrimonio culturale immateriale (ICH) che l'UNESCO riconosce come un tesoro condiviso e in continua evoluzione, tramandato di generazione in generazione.

L'obiettivo è quello di fornirti una chiara comprensione delle idee principali alla base dell'ICH, delle sue categorie e del perché è importante proteggerlo, soprattutto nelle zone rurali. Man mano che procedi nel modulo, troverai esempi, strumenti e metodi partecipativi che aiutano a identificare, registrare e apprezzare queste pratiche culturali viventi. Rifletterete anche su storie reali di comunità che mantengono vive le loro tradizioni, storie che mostrano come il territorio, la memoria e i legami emotivi modellano il patrimonio immateriale nella vita quotidiana.

Questo modulo non si limita a spiegare cos'è l'ICH. Si tratta anche di sviluppare competenze pratiche e riflessive: imparare ad ascoltare le comunità, identificare i detentori della loro conoscenza, mappare le loro tradizioni e comprendere le responsabilità etiche che ne derivano.

Alla fine del modulo, dovresti sentirti più pronto ad agire come ascoltatore, mediatore e sostenitore della cultura vivente, contribuendo a riconoscere il territorio, i ricordi e le voci che mantengono vivo il patrimonio immateriale della tua comunità.



Fig. 2 Mostra del Centro olandese per il patrimonio culturale immateriale. Fonte: Archivio HIGHRES.

1. Patrimonio culturale immateriale

Abstract

Questo capitolo presenta il concetto di ICH secondo l'UNESCO, sottolineando le pratiche e le conoscenze riconosciute collettivamente. Sottolinea che la salvaguardia va oltre la documentazione tecnica, richiedendo la trasmissione e l'adattamento intergenerazionale. Valorizza il ruolo dell'ascolto, del dialogo e dell'azione collettiva nella conservazione della diversità culturale.

Partiamo da una domanda fondamentale: cosa fa, conosce o celebra la vostra comunità che dovrebbe essere considerato patrimonio? Spesso cose che sembrano

semplici, come una ricetta tradizionale, un canto di gruppo o una festa locale, hanno un profondo significato culturale.

Il patrimonio culturale immateriale (ICH) comprende "le pratiche, le rappresentazioni, le espressioni, le conoscenze, le abilità - nonché gli strumenti, gli oggetti, i manufatti e gli spazi culturali ad essi associati - che le comunità, i gruppi e, in alcuni casi, gli individui riconoscono come parte del loro patrimonio culturale" (UNESCO, 2003). Questo riconoscimento proviene dalla comunità stessa ed è radicato nella vita quotidiana e in un senso di identità condiviso (Florêncio et al., 2016, p. 16).

Proteggere l'ICH non significa solo documentarlo. Significa mantenerlo vivo, trasmetterlo di generazione in generazione e permettergli di crescere e cambiare, soprattutto quando si affrontano sfide come la migrazione, la globalizzazione o la perdita delle conoscenze tradizionali (Florêncio et al., 2014). Sostenere queste pratiche culturali aiuta a preservare la diversità, incoraggia il dialogo tra le culture e rafforza i legami comunitari (Consiglio d'Europa, 2005).

Come ha affermato Freire (2005, p. 80), "nessuno insegna a un altro, né nessuno è autodidatta, le persone si insegnano a vicenda, mediate dal mondo". Questa idea si adatta anche all'ICH: è un processo condiviso di ascolto, rispetto e trasmissione della cultura insieme.

2. Tipi di patrimonio culturale immateriale

Abstract

Questa sezione esplora le cinque principali categorie di ICH delineate dall'UNESCO: tradizioni orali, espressioni artistiche, pratiche sociali, conoscenze relative alla natura e artigianato tradizionale. Essa evidenzia come queste categorie siano spesso intrecciate nelle pratiche di vita e debbano essere riconosciute sulla base delle prospettive della comunità.

Hai mai notato come la cultura si manifesti in modi diversi nella tua comunità? Alcuni aspetti sono facilmente riconoscibili, come le feste e le celebrazioni. Altri sono più nascosti e si ritrovano nelle abitudini quotidiane, nei gesti, nelle conoscenze e nelle parole tramandate nel tempo. Questo è ciò che il Patrimonio Culturale Immateriale (ICH) mira a riconoscere.

Le categorie dell'ICH non sono rigide o fisse. Al contrario, aiutano le comunità a identificare ciò che apprezzano nella loro vita culturale. La Convenzione dell'UNESCO (2003) elenca cinque aree principali:

Tradizioni e espressioni orali	Storie, canzoni, proverbi e leggende condivisi nelle famiglie o nelle riunioni comunitarie, comprese le lingue.
Espressioni artistiche	Danza, musica, teatro e altre tradizioni performative.
Pratiche sociali, rituali ed eventi festivi	Feste del raccolto, matrimoni e feste religiose.
Conoscenze e pratiche relative alla natura e all'universo	Metodi agricoli, rimedi erboristici o modi di interpretare il tempo atmosferico
Artigianato tradizionale	La realizzazione di cesti, ceramiche, tessuti, utensili e strumenti musicali.

Questi ambiti spesso si intrecciano in modi ricchi e complessi. Una singola festa può includere musica, danza, narrazione e conoscenze rituali tutte insieme. Queste diventano ancora più potenti quando vengono raccontate attraverso storie personali, come quella di una ricamatrice che ha imparato da sua nonna o di un pescatore che canta vecchie canzoni sulle maree. Le storie aiutano a rivelare il significato più profondo di queste tradizioni, unendo emozione e conoscenza.

L'obiettivo non è solo quello di inserire le pratiche in schemi prestabiliti, ma di onorare ciò che la comunità stessa considera significativo. Come afferma Freire (2005) l'insegnamento inizia con l'ascolto. Proteggere il patrimonio culturale immateriale significa anche ascoltare, rispettare e creare insieme un significato condiviso.

3. Tecniche di identificazione e catalogazione

Abstract

Questa sezione presenta metodi partecipativi per mappare e documentare il PCI nelle zone rurali, come interviste, mappatura emotiva e inventari collaborativi. Promuove un approccio etico e sensibile al contesto, dando priorità al coinvolgimento della comunità e al riconoscimento delle conoscenze locali.

Per identificare e documentare il patrimonio culturale immateriale (ICH) insieme alle comunità, specialmente nelle aree rurali, dove l'ICH è strettamente legato al territorio e alla vita quotidiana, è importante utilizzare metodi basati sull'ascolto, il dialogo e il rispetto delle realtà locali.

Trovare l'ICH non significa solo osservare, ma riconoscerlo insieme alla comunità. Nel corso del tempo sono stati creati molti metodi utili. Alcune delle tecniche più utilizzate sono:

- **Interviste aperte e circoli di dialogo comunitario** con la popolazione locale, in particolare gli anziani e i detentori di conoscenze, per raccogliere storie di vita, ricordi condivisi e i significati più profondi che si celano dietro le pratiche culturali (Florêncio et al., 2016).
- **Mappatura emotiva e cartografia sociale**, che aiutano a mostrare i luoghi in cui si manifesta l'ICH, come mercati, giardini, sentieri, chiese, forni, sorgenti o luoghi di ritrovo (Sou et al., 2022).

- **Diari di campo condivisi e documentazione fotografica/audio**, creati con la partecipazione della comunità, rispettando i suoi ritmi e ottenendo sempre un consenso chiaro e informato (UNESCO, 2024; EcoHeritage, 2024).
- **Inventari partecipativi**, che organizzano le informazioni in moduli, descrizioni e storie, utilizzando formati come testo, video o audio. Questi aiutano a dare visibilità alle voci locali e guidano le azioni future (Florêncio et al., 2016; Horta et al., 1999).



Fig. 3 Scuola di merletto a tombolo a Peniche, Portogallo. Fonte: Archivio HIGHRES.

La catalogazione dovrebbe rispettare le tradizioni orali, le diverse lingue e i modi tradizionali di trasmettere la conoscenza. L'uso di video o registrazioni audio - sempre con il consenso - è un modo efficace per raccontare storie, mantenendo viva la ricchezza emotiva e sensoriale dell'ICH. Più che un compito tecnico, si tratta di un percorso condiviso di riconoscimento e valorizzazione della memoria culturale vivente di una comunità.

4. Etica, diritti culturali e proprietà intellettuale

Abstract

Questa sezione affronta i principi etici fondamentali nella documentazione del patrimonio culturale immateriale (ICH), con particolare attenzione al consenso informato, agli accordi comunitari e alla promozione dell'autonomia locale. Sottolinea l'importanza di proteggere i diritti culturali collettivi, la proprietà intellettuale condivisa e i diritti digitali negli ambienti digitali, ed esplora anche come la narrazione, se utilizzata in modo etico e sensibile, possa rafforzare l'ascolto, la rappresentazione e la salvaguardia dell'ICH.

Avete mai pensato a chi ci rivolgiamo quando documentiamo una pratica culturale o un elemento del patrimonio culturale immateriale? Cosa ci dà il diritto di farlo e come dobbiamo comportarci nel farlo?

Documentare le pratiche culturali non è solo un'attività tecnica. Si tratta di costruire relazioni: richiede ascolto, responsabilità e rispetto verso le comunità che mantengono vive queste tradizioni. Il primo e più importante passo è ottenere il consenso libero, preventivo e informato. Tutti i soggetti coinvolti dovrebbero comprendere appieno lo scopo del lavoro e come il materiale potrebbe essere utilizzato, soprattutto in formato digitale.

Per supportare questo processo, si raccomandano i seguenti passaggi:

- **Utilizzare moduli di consenso**, scritti o orali, per individui o gruppi;
- **Creare accordi comunitari** che spieghino come le registrazioni saranno utilizzate, archiviate e accessibili, tenendo sempre conto dei valori locali, dell'etica e del processo decisionale della comunità;
- **Ottenere il permesso** per l'utilizzo delle immagini e delle voci delle persone, in particolare per le registrazioni video o audio;
- **Rispettare i diritti culturali collettivi** e la proprietà condivisa del materiale;

- Chiedere la consulenza di esperti nei casi che comportano questioni legali o etiche.

Nel mondo digitale odierno, è anche importante proteggere i diritti digitali delle comunità, consentendo loro di controllare il modo in cui le loro conoscenze vengono condivise e mostrate. Linee guida come la **Direttiva europea 2019/790** e la **Convenzione di Faro** (2005) offrono un importante supporto, mirando all'equità e all'empowerment della comunità.

Siti web come Europeana.eu costituiscono un buon esempio, utilizzando regole etiche per la condivisione dei contenuti culturali. Se effettuata con attenzione, la documentazione del patrimonio culturale immateriale diventa un modo efficace per onorare le culture, offrendo alle comunità la possibilità di condividere le loro storie con dignità e visibilità.

5. Valorizzare l'ICH e le sfide contemporanee

Abstract

Questo capitolo discute come valorizzare l'ICH attraverso l'istruzione, il turismo sostenibile, le politiche culturali e le tecnologie digitali. Evidenzia sfide come l'esodo rurale e la rottura della trasmissione intergenerazionale, proponendo strategie basate sulla comunità fondate sul dialogo e sull'azione collettiva.

Valorizzare il patrimonio culturale immateriale (ICH) significa molto più che registrarlo: significa aiutare le comunità a continuare, adattare e ricreare le loro tradizioni. Come afferma l'UNESCO (2003), l'ICH "viene costantemente ricreato dalle comunità e dai gruppi in risposta al loro ambiente, alla loro interazione con la natura e alla loro storia". Per sostenere veramente l'ICH, esso dovrebbe essere incluso nell'istruzione, nel turismo sostenibile, nella pianificazione culturale locale e nell'uso responsabile di strumenti digitali di facile accesso.

Oggi l'ICH deve affrontare diverse sfide, come l'abbandono delle zone rurali, le tendenze culturali globali, la perdita di conoscenze tramandate di generazione in generazione e l'invisibilità delle pratiche tradizionali, soprattutto nelle zone rurali ed emarginate. In risposta a ciò, molte comunità stanno intraprendendo azioni attraverso iniziative quali:

- Organizzazione **di laboratori intergenerazionali** in cui gli anziani condividono le loro conoscenze con i giovani nelle scuole, negli spazi culturali o durante eventi locali;
- Organizzazione **di festival comunitari** che combinano spettacoli, fiere dell'artigianato e della conoscenza e cibi tradizionali;
- Creazione **di itinerari culturali ed ecoturistici** incentrati sulle pratiche rurali, le tradizioni orali e i paesaggi culturali;
- Costruzione di **banche dati digitali** con la comunità per raccogliere storie, canzoni, competenze e testimonianze;
- Promozione di **attività di apprendimento** basate sul patrimonio culturale immateriale locale per rafforzare l'identità e il senso di appartenenza.

Le piattaforme digitali possono aiutare a creare spazi in cui le comunità condividono le loro storie - utilizzando video, podcast e altri formati - trasformando la narrazione in un modo per celebrare la cultura, collegare le generazioni e costruire la resilienza. Freire (2005, p. 83) ci ricorda che "il dialogo è indispensabile all'atto di cognizione che svela la realtà". Se applicato al patrimonio culturale immateriale, ciò significa ascoltare veramente le comunità, incoraggiare la loro creatività e sostenere politiche pubbliche che rispettino i loro ritmi, i loro significati e i loro modi di vivere.

6. Casi di studio

Abstract

L'Ecomuseo del Corvo è un'iniziativa che promuove la salvaguardia partecipativa dell'ICH sull'isola più remota delle Azzorre. Mappa le conoscenze locali e organizza attività comunitarie, valorizzando il territorio e i residenti come curatori della propria cultura, in linea con i principi della Sociomuseologia.

Ecomuseo del Corvo (Portogallo)

Situato sull'isola più piccola e remota delle Azzorre, l'Ecomuseo del Corvo è un'iniziativa incentrata sulla valorizzazione dell'ICH, nata dal desiderio di preservare e trasmettere i modi di vita tradizionali di fronte allo spopolamento e alle pressioni della globalizzazione.

L'ecomuseo sviluppa inventari partecipativi, mappando collettivamente conoscenze e pratiche come la pesca artigianale, la panificazione e le tradizioni orali legate al mare e alla coltivazione della terra. Organizza inoltre mostre comunitarie, visite guidate, circoli di dialogo e azioni ambientali che rafforzano il legame tra il patrimonio culturale immateriale e il paesaggio dell'isola. Le attività sviluppate dall'ecomuseo integrano anche lo storytelling come strumento di mediazione culturale: i residenti condividono le loro esperienze, conoscenze e ricordi in prima persona, rafforzando il legame tra passato, presente e futuro.

Si tratta di un museo senza pareti, dove il territorio è la collezione e i residenti sono i veri curatori della propria cultura (Ecoheritage, 2024). Questa prospettiva è in linea con i principi della Sociomuseologia, che riconosce il museo come strumento di trasformazione sociale e dialogo comunitario (Primo & Moutinho, 2020).



Fig. 4 Casa do Tempo, Ecomuseu do Corvo, Portogallo. Fonte: <https://ecomuseu-corvo.cultura.azores.gov.pt/>

STRUMENTI DI AUTOVALUTAZIONE

DOMANDA DI AUTO-RIFLESSIONE

- 1) Cosa caratterizza il patrimonio culturale immateriale nella tua comunità?
- 2) Quali pratiche culturali viventi esistono nella tua comunità?
- 3) Chi sono i detentori della conoscenza nella tua località?
- 4) Come potreste avviare una mappatura partecipativa del patrimonio culturale immateriale locale?
- 5) In che modo l'uso di storie e narrazioni può rafforzare il riconoscimento e l'apprezzamento del patrimonio culturale immateriale nella tua comunità?
- 6) A quali considerazioni etiche si dovrebbe fare attenzione quando si documenta una tradizione?
- 7) Cosa sta già facendo la vostra comunità, o cosa potrebbe fare, per preservare le sue pratiche culturali?
- 8) Come si possono coinvolgere le diverse generazioni nel riconoscimento e nella valorizzazione del patrimonio culturale immateriale?
- 9) Quali risorse locali (scuole, associazioni, spazi pubblici) possono sostenere un inventario partecipativo?
- 10) In che modo l'ICH può affrontare le sfide locali (disoccupazione, migrazione, perdita di identità)?

TEST DI AUTOVALUTAZIONE

- 1) Durante la visita a una fiera tradizionale in un villaggio rurale, osservi lo scambio di antiche ricette, esibizioni musicali, la vendita di prodotti artigianali locali e la narrazione di storie. Questa scena è un esempio di:
 - a) Un evento ricreativo senza rilevanza dal punto di vista del patrimonio culturale.
 - b) Folklore popolare scollegato dalla cultura vivente.
 - c) Un'espressione del patrimonio culturale immateriale, che coinvolge diverse categorie quali pratiche sociali, arti dello spettacolo e conoscenze tradizionali.
 - d) Un evento sporadico con scarsa rilevanza per gli inventari del patrimonio culturale immateriale.

- 2) Un gruppo comunitario decide di iniziare a mappare il patrimonio culturale immateriale locale attraverso circoli di dialogo con i detentori della conoscenza, mappatura emotiva e registrazioni audiovisive con il loro consenso. Questo approccio è in linea con:
- Tecniche formali destinate esclusivamente alla ricerca accademica.
 - Metodologie partecipative per l'identificazione dell'ICH, basate sull'ascolto, il dialogo e l'empowerment della comunità.
 - Processi tecnici guidati da specialisti senza alcun coinvolgimento locale.
 - L'archiviazione per scopi commerciali o turistici.
- 3) Il territorio è la collezione e i residenti sono i veri curatori della propria cultura. Questa idea, ispirata dall'Ecomuseo del Corvo, esprime che:
- La curatela dovrebbe essere svolta da museologi professionisti.
 - Il patrimonio culturale immateriale è vissuto e costruito collettivamente, radicato nella vita quotidiana, nei legami comunitari e nella memoria.
 - La cultura viene preservata solo quando viene mantenuta intatta dalle istituzioni formali.
 - Il museo tradizionale è più efficace nel preservare il patrimonio culturale immateriale.
- 4) Durante un workshop, una residente condivide le sue conoscenze sulle piante medicinali utilizzate da sua nonna. Prima di registrarla in video, il facilitatore dovrebbe:
- Registrare rapidamente per evitare di perdere il contenuto.
 - Chiedere il permesso in un secondo momento, se necessario.
 - Spiegare chiaramente lo scopo della registrazione e ottenere il consenso libero, preventivo e informato.
 - Evitare qualsiasi formalità, poiché si tratta di una tradizione orale.
- 5) In una comunità con una significativa migrazione giovanile, una scuola propone laboratori con maestri locali, banche della memoria e itinerari di turismo culturale. Queste azioni mirano principalmente a:
- Sostituire le pratiche tradizionali con forme culturali più moderne.

- b) Valorizzare e trasmettere il patrimonio culturale immateriale, rafforzando i legami intergenerazionali e promuovendo il senso di appartenenza alla comunità.
- c) Trasformare il patrimonio culturale immateriale in un'attrazione turistica centralizzata.
- d) Conservare le conoscenze esclusivamente negli archivi istituzionali.

Soluzioni

- 1) C
- 2) B
- 3) B
- 4) C
- 5) B

Riferimenti

Consiglio d'Europa. (1992). Convenzione europea per la protezione del patrimonio archeologico (rivista). *Serie dei trattati europei*, 143. <https://rm.coe.int/168007bd25>

Consiglio d'Europa. (2005). *Convenzione di Faro sul valore del patrimonio culturale per la società*. <https://rm.coe.int/1680083746>

EcoHeritage. (2024). *Progetto EcoHeritage*. Progetto EcoHeritage. <https://ecoheritage.eu/>

Unione Europea. (2019). *Direttiva (UE) 2019/790 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 17 aprile 2019, sul diritto d'autore e sui diritti connessi nel mercato unico digitale e che modifica le direttive 96/9/CE e 2001/29/CE*. <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2019/790/oj>

Florêncio, S. R. R., Bezerra, J. I. M., Clerot, P., Cavalcante, I. M. P., Silva, J. de S., Long, L., Krohn, E. C. R., Silva, A. P., Medeiros, M. da G., & Dutra, M. V. de M. (2016). *Educação Patrimonial: Inventários Participativos*. IPHAN/MEC. http://portal.iphan.gov.br/uploads/publicacao/inventariodopatrimonio_15x21web.pdf

Florêncio, S. R. R., Clerot, P., Bezerra, J., & Ramassote, R. (2014). *Educação Patrimonial: Histórico, conceitos e processos*. Iphan. http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/EducPatrimonialweb_final_segunda%20edicao.pdf

Freire, P. (2005). *Pedagogia degli oppressi: edizione del trentesimo anniversario* (M. B. Ramos, Trad.; edizione del trentesimo anniversario). Bloomsbury Publishing. <https://envs.ucsc.edu/internships/internship-readings/freire-pedagogy-of-the-oppressed.pdf>

Horta, M. de L. P., Grunberg, E., & Monteiro, A. Q. (1999). *Guia Básico de Educação Patrimonial*. IPHAN.

Primo, J., & Moutinho, M. (2020). Referências teóricas da Sociomuseologia. In J. Primo & M. Moutinho, *Introdução à Sociomuseologia* (p. 17–34). Lusófona.

Sou, G., Carvalho, J., Cidade, N., & Nico, M. E. (2022). Un nuovo metodo per collegare il nuovo materialismo e la mappatura emotiva: esperienze spazio-emotive nelle favelas brasiliene colpite da disastri. *The Qualitative Report*, 27(11), 2432–2445. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2022.5744>

UNESCO. (2003). *Convenzione per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale*. <https://ich.unesco.org/en/convention>

UNESCO. (2024). *Archivio di materiali per lo sviluppo delle capacità*. Patrimonio culturale immateriale dell'UNESCO. <https://ich.unesco.org/en/capacity-building-materials>

Fonti aggiuntive

<https://ich.unesco.org/en/home>

<https://www.ijih.org/>

<https://www.ichngoforum.org/>



HIGHRES

Modulo 2

GESTIONE COLLABORATIVA E
COINVOLGIMENTO DELLA COMUNITÀ



VIDZEME TOURISM
ASSOCIATION



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI MILANO
BICOCCA



UNIVERSIDADE
LUSÓFONA



Cofinanziato
dall'Unione europea

Finanziato dall'Unione Europea. Le opinioni e i punti di vista espressi sono tuttavia esclusivamente quelli dell'autore/degli autori e non riflettono necessariamente quelli dell'Unione Europea o dell'Agenzia esecutiva per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione Europea né l'EACEA possono essere ritenute responsabili per essi.

Modulo 2: Gestione collaborativa e coinvolgimento della comunità

Se vivete in una comunità, saprete che i rapporti tra i suoi membri sono legami forti, essenziali per una sana convivenza e per il raggiungimento di obiettivi comuni che migliorano la vita e preservano la cultura e l'identità della comunità.

Questo modulo è interamente dedicato alla gestione collaborativa e al coinvolgimento della vostra comunità in progetti relativi al patrimonio culturale, in particolare attraverso gli ecomusei e altre iniziative locali. Vedremo come la condivisione del processo decisionale e la partecipazione attiva della popolazione locale possano davvero aiutare a proteggere in modo sostenibile sia il patrimonio fisico che quello culturale.



Fig. 1 Esplorazione del territorio all'Ecomuseo Lis Aganis (Italia). Fonte: Lisa Pigozzi

Imparerete una combinazione di teoria e strumenti pratici che vi aiuteranno a capire cosa serve per gestire il patrimonio insieme alle comunità. Attraverso esempi reali ed esercizi interattivi, apprenderete come sostenere le comunità nella creazione e nella gestione dei propri progetti sul patrimonio. Il modulo mostra come il coinvolgimento

locale non solo preservi il patrimonio, ma possa anche promuovere il turismo sostenibile e aiutare le aree locali a prosperare.

Inoltre, è stato creato per offrire alle comunità rurali un migliore accesso a un'istruzione di qualità, con risorse online flessibili che chiunque può utilizzare.

INDICE DEL MODULO

Introduzione alla gestione collaborativa	28
1. Insieme prosperiamo: strategie di coinvolgimento della comunità	30
1.1.Coinvolgere i giovani e i volontari nei progetti sul patrimonio culturale	31
2. Gestione partecipativa del patrimonio per il turismo sostenibile e lo sviluppo locale	34
3. Sfide e soluzioni nella gestione guidata dalla comunità	36
4. Casi di studio	38
Strumenti di autovalutazione	43
Riferimenti	45

Introduzione alla gestione collaborativa

Abstract

Questo capitolo introduce il concetto di gestione collaborativa nella conservazione del patrimonio. Spiega i principi fondamentali e perché è così importante, soprattutto per gli ecomusei. Imparerete a conoscere i diversi ruoli svolti dai governi locali, dalle ONG, dalle imprese e dai residenti quando collaborano per prendersi cura del patrimonio culturale e naturale. Presteremo particolare attenzione agli ecomusei, che Maggi (2002) descrive come "un patto con il quale una comunità si prende cura del suo patrimonio", un ottimo esempio di come funziona la gestione partecipativa del patrimonio. Inoltre, esamineremo alcuni documenti ufficiali a sostegno della gestione sostenibile del patrimonio.

Gestione collaborativa significa che persone e gruppi diversi condividono la responsabilità di prendere decisioni e prendersi cura delle risorse insieme. A differenza del vecchio approccio dall'alto verso il basso, questa metodologia dà alle comunità locali il potere di possedere e proteggere realmente il loro patrimonio, contribuendo a farlo durare nel tempo. Se pensate a come interagite con i vostri vicini o con altri membri della vostra comunità, vi renderete conto che le relazioni basate su connessioni orizzontali, tra pari, e su una logica di lavoro democratica aiutano a raggiungere obiettivi comuni per il bene della comunità.

D'altra parte, nel corso del tempo, il concetto di patrimonio culturale si è notevolmente ampliato e ora richiede la collaborazione di esperti di molti settori per proteggere sia gli elementi tangibili (come edifici o manufatti) che quelli intangibili (come tradizioni o storie).

Un grande passo avanti è stata la Politica di sviluppo sostenibile del patrimonio mondiale dell'UNESCO del 2015. Essa ha introdotto la sostenibilità nel modo in cui conserviamo e gestiamo i siti del patrimonio mondiale, chiarendo che la protezione del patrimonio culturale e naturale deve sostenere gli obiettivi di sviluppo sostenibile, proprio come afferma l'Agenda 2030 delle Nazioni Unite.



Fig. 2 Esplorazione del territorio all'Ecomuseo Lis Aganis, 2021. Fonte: Ecomuseo Lis Aganis.

Utilizzando questa politica globale come guida, indipendentemente dal tipo di patrimonio che gestite (materiale o immateriale, naturale o culturale, locale o regionale), vi indicheremo le idee principali da tenere a mente per un'amministrazione efficace del patrimonio.

Infatti, la politica dell'UNESCO è strutturata attorno a quattro dimensioni chiave che potrebbero essere utili per riflettere sulla metodologia partecipativa che si desidera applicare per la gestione del proprio patrimonio. Queste sono:

- 1) **Sviluppo sociale inclusivo:** promuovere il coinvolgimento attivo delle comunità locali nella gestione dei siti, rispettare i diritti umani e le culture indigene e l'equità intergenerazionale.

- 2) **Sviluppo economico sostenibile:** incoraggiare attività economiche compatibili con la conservazione del patrimonio, tra cui il turismo responsabile, l'artigianato locale e l'agricoltura sostenibile.
- 3) **Sostenibilità ambientale:** enfatizzare la protezione della biodiversità, l'uso responsabile delle risorse naturali e la resilienza ai cambiamenti climatici.
- 4) **Pace e sicurezza:** riconoscere il patrimonio come strumento di dialogo interculturale, coesione sociale e prevenzione dei conflitti.

Questa politica dell'UNESCO mira a guidare gli Stati membri, i gestori dei siti patrimoniali e le parti interessate verso un approccio integrato in cui la conservazione del patrimonio e lo sviluppo sostenibile si rafforzano a vicenda. Esempi di successo includono partnership tra comuni e associazioni locali che garantiscono che i siti culturali rimangano attivi e rilevanti sia per la popolazione locale che per i visitatori. Gli ecomusei potrebbero essere un esempio di buona pratica in questo campo, poiché coinvolgono le comunità locali nella cura e nella valorizzazione del patrimonio, rendendo partecipi le parti interessate a diversi livelli (locale, nazionale o anche internazionale).

1. Insieme prosperiamo: strategie di coinvolgimento della comunità

Abstract

Questo capitolo è interamente dedicato al coinvolgimento delle comunità nei progetti di conservazione del patrimonio. Esploreremo tecniche pratiche come il processo decisionale partecipativo, la raccolta di testimonianze orali e la narrazione collaborativa, tutti strumenti che aiutano le persone a sentirsi connesse e attivamente coinvolte nella protezione del loro patrimonio.

Coinvolgere la propria comunità è fondamentale per costruire un forte legame tra le persone e il loro patrimonio. Tecniche come la mappatura partecipativa, i workshop e la narrazione aiutano la popolazione locale a condividere le proprie conoscenze e

tradizioni. Ci sono molti ottimi esempi in cui gli ecomusei, tra le altre iniziative, hanno utilizzato questi metodi per creare esperienze vivaci e in continua evoluzione che vanno a beneficio sia dei residenti che dei visitatori.

In questo capitolo, esamineremo da vicino come il coinvolgimento della comunità aiuta a proteggere il patrimonio culturale immateriale. Utilizzando esempi di ecomusei di successo, ci concentreremo su strumenti pratici come la mappatura, la narrazione e i workshop che danno alle persone il potere di documentare, interpretare e mantenere vivo il loro patrimonio. Questi approcci inclusivi creano un senso di appartenenza condiviso, rafforzano i legami comunitari e assicurano che il patrimonio rimanga significativo oggi. Partendo dai punti precedenti, è ora il momento di delineare una serie di concetti che ci condurranno alle sezioni seguenti:

- Modelli di decisione partecipativa: Tecniche per una governance inclusiva nei progetti sul patrimonio, che garantiscono che le voci della comunità influenzino i risultati.
- Progetti di mappatura della comunità e di storia orale: Metodi pratici per documentare le conoscenze, i paesaggi e le tradizioni locali attraverso la memoria collettiva.
- Involgimento dei giovani, delle imprese locali e dei volontari: strategie per coinvolgere diversi membri della comunità nelle attività relative al patrimonio culturale, dalla co-creazione alla promozione.

1.1 Coinvolgere i giovani e i volontari nei progetti sul patrimonio culturale

Coinvolgere i giovani e i volontari nei progetti sul patrimonio culturale non è sempre facile, ma è davvero importante per raggiungere un pubblico più ampio e garantire la conservazione del patrimonio a lungo termine. Coinvolgere i giovani nella gestione del patrimonio richiede creatività e uno sforzo continuo per colmare il divario tra le generazioni nella comunità. Coinvolgere i giovani e i volontari è fondamentale per rendere questi progetti sostenibili e di successo perché gli stessi contribuiscono a proteggere le tradizioni culturali, sono aiutati a sentirsi legati alla loro comunità e

orgogliosi del loro patrimonio locale. Ecco alcune azioni che possono aiutare a coinvolgere i giovani nella gestione del patrimonio guidata dalla comunità:

1. Laboratori sul patrimonio

Offrono ai giovani l'opportunità di partecipare attivamente alla conservazione e alla promozione del patrimonio culturale. Attraverso attività pratiche, i giovani acquisiscono una comprensione più profonda del loro patrimonio e diventano sostenitori della sua conservazione. Alcuni ecomusei utilizzano le parish maps i per sensibilizzare l'opinione pubblica sul patrimonio locale.



Fig. 3 Studenti delle scuole superiori come guide del patrimonio culturale all'Ecomuseo Casilino (Roma, Italia, 2021). Fonte: Lisa Pigozzi.

2. Partnership con le scuole:

La collaborazione con le scuole contribuisce a integrare un'idea ampia di patrimonio che potrebbe contribuire a sensibilizzare sul patrimonio locale, tangibile o intangibile. Gli studenti possono partecipare a progetti come la creazione di storie orali, la mappatura dei punti di riferimento locali o la conduzione di ricerche sulle tradizioni della comunità. Queste partnership non solo educano i giovani, ma li incoraggiano anche ad assumere un ruolo attivo nella conservazione della cultura locale.

3. Campagne di coinvolgimento digitale:

Con l'ascesa dei media digitali, c'è un maggiore utilizzo delle piattaforme social per connettersi con il pubblico più giovane. Lo storytelling digitale, i tour virtuali e le sfide online sul patrimonio consentono ai giovani di interagire con il loro patrimonio culturale in modi innovativi. Queste campagne ampliano la portata dei progetti sul patrimonio e incoraggiano una conversazione globale sul valore della conservazione delle tradizioni.

Incorporando queste strategie, le generazioni future vengono informate sul loro patrimonio, ma anche coinvolte attivamente nella sua conservazione. I volontari, in particolare i giovani, diventano la forza trainante di un movimento sostenibile e dinamico a favore del patrimonio. Il volontariato è qui un modo per presentare diverse prospettive di lavoro agli studenti.

2. Gestione partecipativa del patrimonio per il turismo sostenibile e lo sviluppo locale

Abstract

L'aumento della comunicazione e l'ampia gamma di opzioni di viaggio, sia tra Paesi diversi che all'interno della stessa regione, hanno portato alcuni luoghi a sperimentare un aumento travolgente del turismo, spesso con effetti negativi sulle comunità locali che lo ospitano. Ma cosa succederebbe se immaginassimo un tipo di turismo che non danneggia chi lo ospita, ma diventa invece parte della vita e dell'identità locale?

Questo capitolo esamina come la gestione collaborativa possa contribuire a creare un turismo sostenibile. Evidenzia i modi per conciliare l'accoglienza dei visitatori con il benessere della comunità. Vedrete anche come il coinvolgimento della popolazione locale renda le esperienze culturali più autentiche e significative.

Coinvolgere le comunità locali nella gestione del loro patrimonio è fondamentale per costruire un turismo sostenibile e promuovere lo sviluppo locale. Quando le persone hanno voce in capitolo nella conservazione e nella promozione dei loro beni culturali e naturali, i benefici del turismo sono condivisi equamente e la popolazione locale svolge un ruolo centrale nelle decisioni relative al patrimonio.

Gli ecomusei, ad esempio, svolgono un ruolo importante incoraggiando le attività commerciali locali, come la vendita di prodotti artigianali, l'offerta di esperienze gastronomiche tradizionali e le visite guidate condotte dalla popolazione locale. Esempi reali dimostrano come questi sforzi aiutino le comunità a mantenere la loro forza economica, preservando al contempo la loro cultura.

1. Coinvolgimento della comunità nel processo decisionale:

In questo approccio, le comunità partecipano attivamente all'individuazione, alla protezione e alla valorizzazione del loro patrimonio. Attraverso riunioni e workshop, i residenti possono contribuire a decidere come curare e utilizzare il loro patrimonio. In questo modo, i progetti relativi al patrimonio riflettono veramente i valori, le esigenze e le speranze della comunità.

2. Il patrimonio come strumento per il turismo sostenibile:

Il turismo prospera quando la popolazione locale si sente in grado di gestire e spiegare il proprio patrimonio. Incoraggiare un turismo responsabile che rispetti le tradizioni e l'ambiente aiuta a proteggere l'integrità culturale e naturale della zona. Inoltre, incoraggia i visitatori a entrare in contatto con la cultura locale in modo significativo, creando una situazione vantaggiosa sia per i turisti che per i residenti.

3. Vantaggi economici per lo sviluppo locale:

Quando le comunità guidano la gestione del patrimonio, possono trarne benefici diretti, sia attraverso visite guidate, vendita di prodotti artigianali o offerta di ospitalità. Ciò contribuisce a costruire un'economia locale sostenibile, dando alle comunità maggiore indipendenza e mantenendo vivo il loro patrimonio culturale e naturale a lungo termine.

Inserendo la gestione partecipativa del patrimonio nei piani turistici, le comunità diventano più forti e resilienti. Questo approccio protegge il patrimonio culturale e sostiene un modello turistico inclusivo, sostenibile e vantaggioso per tutte le parti coinvolte.



Fig. 4 Esplorazione del territorio all'Ecomuseo Lis Aganis, 2021. Fonte: Ecomuseo Lis Aganis.

3. Sfide e soluzioni nella gestione guidata dalla comunità

Abstract

La gestione collaborativa offre molti vantaggi, ma non è priva di sfide. Problemi quali conflitti di interesse, finanziamenti limitati e governance complessa possono rappresentare un ostacolo: questo capitolo approfondisce tali problemi e propone alcune soluzioni intelligenti. Alcune delle difficoltà più grandi includono la necessità di conciliare le aspettative dei diversi stakeholder, trovare un sostegno finanziario stabile e affrontare il burnout dei volontari. Per risolverle è importante avere un processo decisionale chiaro e aperto, esplorare diverse opzioni di finanziamento e investire nella formazione e nello sviluppo delle capacità. Esamineremo anche le lezioni tratte da esempi reali in tutto il mondo che mostrano come le comunità hanno superato con successo questi ostacoli.

La gestione del patrimonio culturale guidata dalla comunità è fondamentale per mantenere vivo il patrimonio e promuovere lo sviluppo locale. Ma non è sempre facile: ci sono alcune sfide comuni che le comunità devono affrontare, insieme a possibili soluzioni:

1. Sfida: mancanza di risorse

I volontari sono di grande aiuto, ma per garantire la sostenibilità è essenziale un finanziamento a lungo termine. La collaborazione con agenzie governative, ONG e organizzazioni internazionali come l'UNESCO può fornire sia risorse economiche, sia competenze. Anche le imprese locali e gli operatori turistici possono essere ottimi alleati, creando flussi di reddito a sostegno dei progetti relativi al patrimonio.

2. Sfida: conflitti di interesse all'interno della comunità

I progetti sul patrimonio spesso coinvolgono molte persone con priorità diverse, il che può causare conflitti. È importante coinvolgere tutti nel processo decisionale.

Organizzare consultazioni, riunioni comunitarie e workshop aiuta a riunire punti di vista diversi e garantisce che le decisioni rispettino la prospettiva di tutti. Questa comunicazione aperta può impedire che i disaccordi si trasformino in problemi più gravi.

3. Sfida: capacità e conoscenze limitate

A volte le comunità non dispongono delle competenze tecniche o delle conoscenze necessarie per gestire efficacemente il patrimonio, soprattutto se non sono già coinvolte nel riconoscerlo. Sebbene sia difficile coinvolgere tutti, raggiungere un pubblico ampio è meglio per una buona conservazione e pratiche sostenibili. Offrire sessioni di formazione e workshop può migliorare le competenze della comunità. Involgere esperti come conservatori o gestori turistici per fare da mentori alla popolazione locale aiuta anche a rafforzare le conoscenze e la fiducia.



*Fig. 5 Identificazione del patrimonio con studenti delle scuole superiori all'Ecomuseo Casilino, 2021.
Fonte: Lisa Pigozzi.*

4. Sfida: sovraffollamento turistico e commercializzazione

Il turismo può sicuramente dare impulso all'economia locale, ma se non è gestito correttamente può anche danneggiare il patrimonio culturale causando

sovraffollamento e rendendo le cose meno “autentiche”. Ecco perché il turismo sostenibile è così importante: significa gestire con attenzione il numero di visitatori, incoraggiare i turisti a venire durante i periodi di bassa stagione e assicurarsi che la comunità locale ottenga una quota equa dei benefici. È fondamentale trovare il giusto equilibrio tra l'accoglienza dei visitatori e la protezione del patrimonio.

5. Sfida: garantire la sostenibilità a lungo termine

Mantenere in vita i progetti sul patrimonio della comunità a lungo termine richiede pianificazione e impegno: senza questi elementi, i progetti possono perdere slancio o addirittura fallire. La creazione di gruppi formali come i comitati di gestione del patrimonio può fornire una struttura e far progredire le cose. È anche importante avere un chiaro supporto legale e costruire partnership a lungo termine con organizzazioni o autorità locali per garantire che i progetti durino e continuino a prosperare.

Sebbene la gestione guidata dalla comunità debba affrontare delle sfide, le soluzioni risiedono nella promozione della cooperazione, nello sviluppo delle capacità locali, nella garanzia delle risorse e nell'assicurare che sia la comunità locale, sia il sito del patrimonio culturale prosperino insieme. Superando questi ostacoli, le comunità possono assumersi la responsabilità del proprio patrimonio culturale e creare esperienze turistiche sostenibili e dinamiche a beneficio di tutte le parti coinvolte.

4. Casi di studio

Abstract

In questa sezione esamineremo quattro progetti locali, due in Spagna e due nei Paesi Bassi, che dimostrano con successo come le comunità si impegnino in iniziative in cui il patrimonio culturale immateriale contribuisce sia allo sviluppo che al benessere dei loro membri.

1. "Raíces": valorizzare le narrazioni della comunità attraverso l'arte collaborativa, Spagna



Fig. 6 Progetto "Raíces". Fonte: Manuale delle buone pratiche HIGHRES, <https://highres-project.eu/wp-content/uploads/2024/11/HIGHRES-handbook.pdf>

Raíces è un progetto di ricerca comunitario condotto da studenti del Master in Educazione Estetica dell'Università di Jaén, in Spagna. Si è svolto nella città di Alcaudete, dove la popolazione locale è stata invitata a condividere le proprie storie personali, i propri ricordi e i propri mestieri tradizionali. In stretta collaborazione con l'Associazione di quartiere Fuente Zaide, queste storie sono state raccolte e trasformate in un documentario digitale che preserva e celebra il patrimonio culturale immateriale della comunità. Attraverso l'arte partecipativa e la narrazione, *Raíces* ha contribuito a riunire le persone, ha dato voce ai residenti e ha rafforzato l'identità locale. Combinando le conoscenze tradizionali con gli strumenti digitali, il progetto dimostra come la collaborazione possa proteggere il patrimonio culturale. Evidenzia inoltre come le partnership tra università e comunità possano rafforzare la resilienza, incoraggiare le relazioni intergenerazionali e sostenere lo sviluppo sostenibile, tutti fattori che possono contribuire a promuovere il turismo locale e la crescita economica.



Fig. 7 Progetto "Vientos del Tiempo". Fonte: Manuale delle buone pratiche HIGHRES, <https://highres-project.eu/wp-content/uploads/2024/11/HIGHRES-handbook.pdf>

2. "Vientos del Tiempo": far rivivere le tradizioni orali attraverso il teatro e i media digitali, Spagna

"Vientos del Tiempo" è un progetto culturale di Torredonjimeno, in Spagna, che fa rivivere le tradizioni orali e il patrimonio locale attraverso il teatro e i media digitali. Questo gruppo senza scopo di lucro coinvolge la comunità attraverso narrazioni drammatizzate, visite guidate e opere audiovisive per mantenere vive le storie, i costumi e i personaggi storici della regione. Combinando spettacoli dal vivo con piattaforme moderne come la TV e i social media, rendono i racconti tradizionali freschi ed emozionanti, soprattutto per il pubblico più giovane. Tra i punti salienti vi sono la serie "Tiempo de Navidad" e la collaborazione con influencer di TikTok per diffondere la storia locale in modo divertente. Questo progetto

non solo rafforza l'orgoglio culturale e i legami tra le generazioni, ma aiuta anche il turismo rendendo le esperienze legate al patrimonio più accessibili e coinvolgenti. "Vientos del Tiempo" dimostra come la narrazione combinata con gli strumenti digitali possa proteggere il patrimonio immateriale, rafforzando allo stesso tempo lo spirito di comunità e sostenendo la crescita locale.

3. Spotting Intangible Heritage, Arnhem, Paesi Bassi



Fig. 8 Progetto Spotting Intangible Heritage. Fonte: pagina web del Centro olandese per il patrimonio culturale immateriale, <https://www.immaterieelerfgoed.nl/en/spotten>

Spotting Intangible Heritage è un interessante progetto gestito dal Centro olandese per il patrimonio culturale immateriale, che fa parte del Ministero dell'Istruzione, della Cultura e della Scienza (OCW). Il suo obiettivo è quello di sensibilizzare la popolazione dei Paesi Bassi sul patrimonio culturale immateriale (ICH). Il Centro ha affisso codici QR nei villaggi, nelle città e nei luoghi di interesse culturale che i visitatori possono scansionare per scoprire storie digitali sulle tradizioni e le pratiche locali. Ciò che rende davvero speciale questo progetto è il modo in cui vengono realizzate queste storie: il Centro di conoscenza parte da una sceneggiatura di base, ma poi le comunità locali aggiungono le loro storie ed esperienze personali. Questo lavoro di squadra tra residenti, scrittori e professionisti dei media garantisce che i contenuti siano autentici e coinvolgenti. Combinando la tecnologia con le voci reali della comunità, Spotting Intangible Heritage contribuisce a dare vita alla cultura locale e ad avvicinare le persone al luogo in cui vivono.

<https://www.immaterieelerfgoed.nl/en/spotten>

4. Il Museo Nazionale dell'Olocausto



Fig. 9 Il Museo Nazionale dell'Olocausto. Fonte: Foto di Mike Bink, HIGHRES Good Practices Handbook, <https://highres-project.eu/wp-content/uploads/2024/11/HIGHRES-handbook.pdf>

Il Museo Nazionale dell'Olocausto adotta un approccio pratico coinvolgendo direttamente i sopravvissuti all'Olocausto e le loro famiglie nella creazione delle sue mostre. I sopravvissuti condividono le loro storie ed esperienze personali, che diventano una parte fondamentale del modo in cui il museo racconta la sua storia. Questo lavoro di squadra contribuisce a mantenere le mostre autentiche e profondamente commoventi, onorando al contempo le voci di coloro che hanno vissuto l'Olocausto. È un modo per garantire che il messaggio del museo sia rispettoso, significativo e veramente connesso alla vita delle persone reali.

<https://jck.nl/en/location/national-Holocaust-museum>

STRUMENTI DI AUTOVALUTAZIONE

DOMANDE DI AUTO-RIFLESSIONE

- 1) Perché la gestione collaborativa è importante per la sostenibilità del patrimonio?
- 2) Quali sono le sfide principali del coinvolgimento della comunità nei progetti relativi al patrimonio culturale?
- 3) In che modo le imprese locali possono contribuire al turismo sostenibile?
- 4) Quali strategie partecipative applicheresti per coinvolgere i giovani in un progetto sul patrimonio culturale?
- 5) In che modo il turismo guidato dalla comunità differisce dai modelli turistici tradizionali?
- 6) Quali strutture di governance possono sostenere una collaborazione efficace tra le parti interessate?

TEST DI AUTOVALUTAZIONE

- 1) Qual è l'obiettivo principale della gestione collaborativa?
 - a) Aumentare il controllo del governo
 - b) Promuovere il turismo di massa
 - c) Dare potere alle comunità locali
 - d) Ridurre la diversità culturale
- 2) Vero o falso: il turismo sostenibile dà sempre la priorità alla crescita economica rispetto alla conservazione culturale.
 - a) Vero
 - b) Falso
- 3) Quale delle seguenti non è una strategia di coinvolgimento della comunità?
 - a) Mappatura partecipativa
 - b) Progetti di storia orale

- c) Esclusione degli stakeholder locali dal processo decisionale
 - d) Narrazione collaborativa
- 4) Qual è una delle principali sfide nella gestione collaborativa?**
- a) Garantire che tutti gli stakeholder abbiano voce in capitolo
 - b) Risorse finanziarie limitate
 - c) Complessità della governance
 - d) Tutte le precedenti
- 5) Vero o falso: gli ecomusei si basano su un modello di gestione gerarchico.**
- a) Vero
 - b) Falso

Soluzioni

- 1) C
- 2) B
- 3) C
- 4) D
- 5) B

Riferimenti

Maggi, M. (2002). *Ecomusei: Guida europea*. Torino, Italia: Umberto Allemandi.

Linee guida dell'UNESCO per il turismo sostenibile. Disponibile all'indirizzo:
www.unesco.org/tourism

Politica dell'UNESCO in materia di patrimonio mondiale e sviluppo sostenibile.
Disponibile all'indirizzo: <https://whc.unesco.org/en/activities/948/>

Fonti aggiuntive

Concomitentes: promuove la creazione di opere d'arte e media la negoziazione tra promotori cittadini e artisti. <https://concomitentes.org/en/>

Formazione UNESCO sulla gestione collaborativa e integrata dei paesaggi protetti e del patrimonio: <https://whc.unesco.org/en/collaborative-management-training/>

Fondazione Daniel e Nina Carasso: Impegnata nel campo dell'arte civica, per lo sviluppo del pensiero critico e il rafforzamento della coesione sociale.
<https://www.fondationcarasso.org/la-fondation/nos-modes-d-action/>

Framer Framed: Piattaforma per l'arte contemporanea, la cultura visiva e la teoria e la pratica critica. <https://framerframed.nl/en/community-learning/>



HIGHRES

Modulo 3

PROMUOVERE UNA CULTURA
DELL'INNOVAZIONE E DELLA CREATIVITÀ



Cofinanziato
dall'Unione europea



STORY
TELLING
CENTRE

projects

UJa.
Universidad de Jaén

Finanziato dall'Unione Europea. Le opinioni e i punti di vista espressi sono tuttavia esclusivamente quelli dell'autore/degli autori e non riflettono necessariamente quelli dell'Unione Europea o dell'Agenzia esecutiva per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione Europea né l'EACEA possono essere ritenute responsabili per essi.

MODULO 3: Promuovere una cultura dell'innovazione e della creatività

Quando un progetto viene avviato all'interno di una comunità, le idee iniziano a fluire; sorgono domande, vengono proposti obiettivi ed emergono esigenze. Nel corso del tempo, tutti questi elementi iniziano a intrecciarsi, collegandosi in modo significativo per dare forma a uno scopo condiviso. E poi arriva quel momento emozionante: è il momento di decidere *come* realizzarlo e *quali strumenti* utilizzare per dargli vita.



Fig. 1 Folgarosa vai ao Museu de Arte Popular Portuguesa, Performance e inaugurazione dell'opera collettiva di Folgarosa. Fonte: Gil de Lemos, <https://www.museunaaldeia.pt/obras/folgarosa-vai-ao-museu-de-arte-popular-portuguesa/>

Questo modulo invita a riflettere su come promuovere una cultura dell'innovazione basata sull'ascolto attento, la creatività e l'apprezzamento delle conoscenze locali. Presenta le basi teoriche e i percorsi pratici per favorire l'innovazione sia nel contesto comunitario che istituzionale, con particolare attenzione alla creazione di spazi di innovazione strutturati, trasparenti e partecipativi. Il modulo affronta metodologie collaborative, pratiche di gestione partecipativa e strumenti digitali come Padlet, Miro, Trello e ClickUp, che supportano la registrazione e il monitoraggio delle idee. Propone

inoltre la creazione di spazi di co-creazione fisici e virtuali, rafforzando i legami, il senso di appartenenza e l'azione collettiva. Alla fine, sarete invitati a immaginare e sviluppare azioni innovative con la vostra comunità, nel rispetto del territorio, del patrimonio culturale immateriale e dei valori collaborativi.

INDICE DEL MODULO

Introduzione alla gestione collaborativa	50
1. Cultura dell'innovazione e della creatività	51
2. Organizzare uno spazio innovativo nella comunità	53
2.1.Perché e come creare un dipartimento di innovazione in un'istituzione	54
3. Metodi per stimolare l'innovazione collettiva	55
4. Strumenti digitali e piattaforme di innovazione	57
5. Sostenibilità, collaborazione e applicazione pratica	58
5.1.Modi pratici per sviluppare una cultura dell'innovazione	59
6. Casi di studio	60
Strumenti di autovalutazione	63
Riferimenti	66

Introduzione

Abstract

Questo modulo introduce strategie per promuovere una cultura dell'innovazione nelle comunità rurali attraverso l'ascolto attento, la creatività e l'apprezzamento delle conoscenze locali. Presenta strumenti digitali e metodi partecipativi che possono supportare il processo, insieme a un caso di studio stimolante. Alla fine, ci si aspetta che tu ti senta motivato a sviluppare azioni innovative e sostenibili con la tua comunità.

Come possiamo lavorare insieme per risolvere le sfide nelle nostre comunità? Quali strumenti ci offre il presente per lavorare in modo collaborativo, orizzontale e inclusivo? Queste sono alcune delle domande su cui possiamo iniziare a riflettere.

Questo modulo vi invita a pensare a come incoraggiare una cultura dell'innovazione e della creatività nelle zone rurali valorizzando il patrimonio culturale immateriale attraverso la collaborazione, l'ascolto attivo e la sperimentazione di nuove idee, sempre in connessione con il contesto locale e le istituzioni esistenti.

Ispirati da pensatori come Henry Chesbrough (2003), Paulo Freire (2005), René Barbier (1998), Judite Primo e Mário Moutinho (2021), esaminiamo i modi per sostenere gli sforzi congiunti che fanno la differenza nella società e nella cultura. Il tipo di innovazione su cui ci concentriamo cresce attraverso la partecipazione, il dialogo aperto e il rispetto delle diverse prospettive.

Oltre a discutere queste idee, questo modulo sottolinea la necessità di creare strutture che diano alle persone autonomia e offrano percorsi chiari per il coinvolgimento e il follow-up. Piattaforme digitali come Padlet, Miro, Trello e soprattutto ClickUp vengono presentate come strumenti utili per pianificare, sviluppare e mettere in pratica le idee insieme.

Alla fine del modulo, speriamo che vi sentiate ispirati a immaginare e realizzare azioni innovative e basate sulla comunità che valorizzino e proteggano il patrimonio locale.

1. Cultura dell'innovazione e della creatività

Abstract

In questo capitolo riflettiamo sui concetti e sui significati della promozione di una cultura dell'innovazione nei contesti comunitari. Al di là delle tecnologie e delle nuove tendenze, l'innovazione nasce dall'ascolto attento, dalla sperimentazione e dal riconoscimento delle conoscenze locali. Sarete invitati a esplorare il potenziale creativo all'interno della vostra comunità e a comprendere l'innovazione come una pratica collettiva e collaborativa profondamente radicata nel territorio.

L'innovazione nelle nostre comunità va oltre l'introduzione di nuove tecnologie o tendenze. Inizia con l'ascolto sincero, la valorizzazione delle conoscenze locali e la costruzione insieme di soluzioni legate alle esperienze di vita reale. Ispirandosi alle idee di Paulo Freire (2014) e René Barbier (1997), innovazione significa dialogare con il territorio e la sua gente, partendo dall'ascolto etico ed empatico come primo passo verso il cambiamento.

In questo modo, una cultura dell'innovazione non significa solo inventare qualcosa di nuovo, implica anche riportare in auge le tradizioni, ripensare le abitudini quotidiane e utilizzare diversi tipi di conoscenze per affrontare sfide comuni. La creatività è vista come qualcosa che costruiamo insieme nel tempo, supportati da spazi che accolgono l'immaginazione, la sperimentazione, gli errori e l'apprendimento lungo il percorso.

Riferendosi all'idea di una Cultura dell'Innovazione nei musei (Eid & Forstrom, 2021), vediamo che quando gli ambienti sono aperti alla partecipazione, alla collaborazione e alla diversità, incoraggiano le persone a partecipare e a diventare più flessibili. Ma affinché l'innovazione prenda davvero forma, è importante avere un forte sostegno istituzionale che aiuti a organizzare, mantenere e guidare questi sforzi.

Ecco perché la creazione di un Dipartimento Innovazione può fare una grande differenza: un team dedicato a questo lavoro, idealmente con un proprio budget e gli strumenti adeguati per promuovere l'ascolto attivo, gestire le proposte e seguire chiaramente i progressi delle nuove idee.



Fig. 2 Co-criacao na aldeia. Processo criativo da obra de Folgarosa. Fonte: SAMP-11, <https://www.museunaaldeia.pt/obras/folgarosa-vai-ao-museu-de-arte-popular-portuguesa/>

Incoraggiare una cultura dell'innovazione significa costruire fiducia, riconoscere il potere della creatività collettiva e scegliere una leadership partecipativa come mezzo per apportare cambiamenti positivi, con attenzione, apertura e il coraggio di ricominciare da capo sulla base di esperienze reali.

2. Organizzare uno spazio innovativo nella comunità

Abstract

Questo capitolo invita a riflettere su come creare spazi, fisici o digitali, che favoriscano l'emergere dell'innovazione. Più che semplici infrastrutture, questi spazi richiedono ascolto, fiducia e inclusione. Verranno discusse strategie per trasformare gli ambienti quotidiani in luoghi di incontro creativi e partecipativi. Verrà inoltre presentata la proposta di creare un Dipartimento Innovazione all'interno delle istituzioni, come modo per istituzionalizzare pratiche innovative e promuovere una partecipazione strutturata, collaborativa e sostenibile.

Più che nella tecnologia o nelle strutture fisiche, il vero potere di un'idea risiede nella forza delle relazioni che la sostengono. L'innovazione cresce nei luoghi, sia di persona che online, in cui gli individui si sentono ascoltati, inclusi e motivati a creare insieme. Questi luoghi possono essere scuole, musei, gruppi comunitari, piazze pubbliche o reti digitali. Se sei una persona attivamente coinvolta nella tua comunità, saprai che queste pratiche e questi spazi di incontro sono una parte comune della vita quotidiana.

I laboratori di innovazione, gli spazi interattivi o le piattaforme online possono diventare centri di ascolto attivo, co-creazione e conversazione aperta. Per dare a questi spazi una struttura più solida e un impatto a lungo termine, possono essere istituiti formalmente come Dipartimento per l'Innovazione, con una struttura chiara, un team, un budget, degli obiettivi e un coordinatore responsabile di guidare e stimolare il processo.

Questo dipartimento dovrebbe essere un ambiente sicuro, inclusivo e trasparente, aperto anche a persone esterne all'istituzione. Il suo ruolo è quello di collegare diverse iniziative e settori, sostenere idee condivise e incoraggiare una cultura dell'innovazione radicata nell'ascolto e nella leadership condivisa.

Come sottolinea Henry Chesbrough (2003), le buone idee possono venire da qualsiasi parte, purché l'ambiente sia aperto, collaborativo e inclusivo. Creare spazio per l'innovazione significa assicurarsi che ogni voce conti: si tratta di una scelta politica, di uno sforzo creativo e di qualcosa di profondamente legato al luogo in cui avviene.

2.1 Organizzare uno spazio innovativo nella comunità

Un dipartimento per l'innovazione contribuisce a trasformare un'istituzione in uno spazio più creativo, collaborativo e reattivo, realmente connesso alle esigenze delle persone che serve. Ciò può applicarsi a musei, associazioni, gruppi comunitari, reti o qualsiasi iniziativa collettiva. Incoraggia la partecipazione, organizza le idee e sostiene soluzioni condivise alle sfide interne ed esterne.

Oltre a gestire le proposte in modo trasparente, il dipartimento conduce attività di formazione continua e costruisce legami più forti con la comunità, assicurandosi che le sue azioni riflettano la missione sociale dell'istituzione. In breve, propone, sostiene, realizza e valuta idee innovative che hanno un impatto reale, radicate nella realtà locale e nelle esperienze delle persone.

Come crearlo:

- **Definire lo scopo:** pensare alle principali sfide della comunità. Il Dipartimento Innovazione dovrebbe contribuire a migliorare i processi, valorizzare le idee, ascoltare le persone e incoraggiare un cambiamento significativo.
- **Renderlo ufficiale:** creare formalmente il dipartimento, con un nome, una missione chiara e uno spazio designato (fisico o digitale). È importante assegnare a qualcuno il compito di coordinare, mobilitare e dare seguito alle azioni.
- **Assicuratevi supporto e struttura:** se possibile, stanziate un budget, create un team di supporto e assicuratevi che il dipartimento sia riconosciuto e collegato con tutti.
- **Utilizzate piattaforme collaborative:** strumenti come ClickUp, Miro e Trello possono aiutare a raccogliere idee, gestire progetti e mantenere trasparente il processo.

- **Invita tutti a partecipare:** offri a tutti la possibilità di partecipare, compreso il personale, i membri della comunità, i partner, i visitatori del museo e le istituzioni pubbliche o private interessate a progetti culturali. Questo crea una cultura dell'ascolto e dell'innovazione aperta.
- **Monitorare i progressi e festeggiare:** tenere traccia di ciò che si è imparato, valutare i risultati e riconoscere gli sforzi di tutti. Sviluppare e attuare un piano strategico basato su queste esperienze.

3. Metodi per stimolare l'innovazione collettiva

Abstract

In questo capitolo esplorerete metodologie partecipative che aiutano a trasformare le idee in azioni. Strumenti come il design thinking, le mappe di empatia e i workshop di co-creazione sono presentati come modi per incoraggiare la collaborazione e la costruzione collettiva di soluzioni. Rifletteremo su come adattare questi metodi alle realtà di ciascuna comunità, rispettando le conoscenze e le pratiche locali.

Spesso l'innovazione collettiva avviene quando le persone si riuniscono per ascoltare, immaginare, condividere idee e agire come gruppo. Affinché ciò funzioni davvero, è importante utilizzare metodi che supportino la partecipazione, il dialogo e la creatività, elementi fondamentali della gestione partecipativa.

Questi approcci dovrebbero far parte del Dipartimento Innovazione, che svolge un ruolo chiave nell'incoraggiare e guidare questi processi. Questo dipartimento può organizzare corsi di formazione, incontri e attività che promuovono l'uso di questi strumenti e aiutano a mantenere un ambiente di innovazione forte e collaborativo. Avete mai partecipato a una semplice conversazione di gruppo che ha dato vita a un'idea potente?

Seguendo le idee di autori come Demo (2021) e Tenório (1998), riconosciamo che l'innovazione dipende dall'ascolto attivo, dalla responsabilità condivisa e dal rispetto dei diversi modi di conoscere.

Ecco alcuni metodi utili:

- **Design Thinking** – Un processo incentrato sulle persone, focalizzato sull'empatia e sulla sperimentazione di nuove idee. (Maggiori informazioni sul Design Thinking nel Modulo 6)
- **Mappe dell'empatia** – Uno strumento per comprendere meglio come i partecipanti percepiscono e vedono le cose.
- **Workshop di co-creazione** – Spazi in cui le soluzioni vengono costruite insieme, sulla base di esperienze condivise.
- **Talking Circles** – Conversazioni aperte e rispettose che valorizzano la conoscenza locale.
- **Attività visive e sensoriali** – Modi creativi per esprimere ed esplorare le idee.

Anche lo storytelling (Lambert & Hessler, 2018) può essere un modo efficace per dare un senso alle esperienze e avvicinare le comunità. In quest'ottica, l'innovazione non riguarda solo le idee, ma è un percorso condiviso di ascolto, creazione e trasformazione.

4. Strumenti digitali e piattaforme di innovazione

Abstract

Questo capitolo presenta gli strumenti digitali che supportano l'organizzazione, il monitoraggio e la collaborazione di progetti innovativi. Tra le risorse presentate figurano Padlet, Miro, Trello e ClickUp, utili per registrare idee, pianificare azioni e incoraggiare la partecipazione collettiva. Esplora inoltre il ruolo strategico del Dipartimento Innovazione nel mediare questi processi, garantendo che le proposte non vadano perse ma si evolvano con chiarezza e responsabilità condivisa. L'uso della tecnologia dovrebbe essere adattato ai contesti locali e servire sempre all'inclusione, all'ascolto attivo e alla co-creazione.

Non si tratta solo di trovare nuove idee, ma anche di sostenerne lo sviluppo, costruire legami forti e lavorare insieme per trasformarle in realtà. Affinché ciò avvenga, sono essenziali il coinvolgimento attivo dei partecipanti, l'uso di strumenti digitali e un solido sostegno istituzionale, in particolare attraverso il Dipartimento Innovazione.

Questo dipartimento dovrebbe guidare e sostenere i processi creativi, assicurandosi che le proposte siano documentate, seguite e sviluppate con chiarezza, rispetto e responsabilità condivisa. Con l'aiuto degli strumenti digitali, diventa più facile organizzare le idee, assegnare i compiti, mantenere la comunicazione fluida e garantire la coerenza nel tempo.

Se utilizzati con attenzione, questi strumenti aiutano ad aumentare la partecipazione e rendono più visibile il percorso di costruzione delle idee insieme. Come sottolineano Eid e Forstrom (2021), l'innovazione digitale dovrebbe migliorare, e non sostituire, le interazioni nel mondo reale, concentrandosi sempre sull'inclusione, l'ascolto e il lavoro di squadra.

Quando si introduce la tecnologia, è importante tenere conto della situazione locale: accesso a Internet, dispositivi disponibili e familiarità delle persone con l'uso degli

strumenti digitali. Offrire un supporto tecnico di base e una formazione di facile comprensione aiuta tutti a sentirsi sicuri e a proprio agio quando partecipano.

Ecco alcune piattaforme semplici e intuitive:

- **Padlet** – Una bacheca digitale condivisa per testi, immagini, video e audio.
- **Miro** – Uno spazio visivo per pianificare, collaborare e mappare le idee.
- **Trello** – Uno strumento per monitorare le attività e fissare le scadenze.
- **ClickUp** – Una piattaforma completa per la gestione trasparente e di gruppo dei progetti.

Oltre a collegare i dispositivi, la tecnologia dovrebbe avvicinare le persone, con cura, attenzione e rispetto.

5. Sostenibilità, collaborazione e applicazione pratica

Abstract

Questo capitolo riflette su come rendere l'innovazione fattibile e duratura. In questo contesto, la sostenibilità non si limita all'uso consapevole delle risorse, ma implica anche l'ascolto delle persone, il rispetto delle conoscenze locali e la creazione di soluzioni che abbiano senso per chi vive nel territorio. La collaborazione tra diversi attori sociali è presentata come un elemento chiave per trasformare le idee in pratiche continuative.

Come possiamo incoraggiare una cultura dell'innovazione in una comunità?

Ci vuole più di una buona idea: si tratta di creare l'ambiente giusto affinché quelle idee possano mettere radici, crescere e trasformarsi in azioni collettive significative. Affinchè l'innovazione sia duratura, deve essere collegata al luogo, alle conoscenze della popolazione locale e alla vita che conducono. Deve toccare le persone

emotivamente, perché senza un senso di appartenenza non può avvenire un vero cambiamento.

La gestione partecipativa svolge un ruolo chiave. Come sottolinea Tenório (1998), significa coinvolgere tutti, dalla pianificazione alla valutazione, incoraggiando la responsabilità condivisa e l'apertura. Anche Elinor Ostrom (2012) ci ricorda il valore della governance collaborativa e della cura collettiva delle risorse condivise. In questo contesto, la creazione di un Dipartimento per l'Innovazione contribuisce a dare struttura e sostegno a lungo termine a questi sforzi.

La creazione di una cultura dell'innovazione richiede una pianificazione accurata e il sostegno delle istituzioni. Ma nella sua essenza, è un processo condiviso di immaginazione, appartenenza e definizione dei futuri possibili. Questi sforzi contribuiscono anche a proteggere il patrimonio culturale immateriale, onorando il sapere vivente e la creatività collettiva.

5.1 Modi pratici per far crescere una cultura dell'innovazione

Ascolto e gestione partecipativa:

- Creare un Dipartimento Innovazione.
- Creare spazi aperti al dialogo e all'ascolto (ad esempio, circoli di discussione, caffè culturali).
- Utilizzare pratiche partecipative in ogni fase del processo.
- Coinvolgere fin dall'inizio diversi gruppi di età e comunità.

Creatività e metodi collaborativi:

- Considerare la creatività come un percorso condiviso che accoglie gli errori e l'apprendimento comune.
- Sostenere la co-creazione attraverso workshop, test e attività pratiche.
- Applicare strumenti come il design thinking, le mappe di empatia e le esperienze sensoriali.

Tecnologia e sostenibilità:

- Utilizzare strumenti digitali semplici (Padlet, Miro, Trello) per documentare e monitorare i progressi.
- Mappare le conoscenze e le risorse locali con metodi visivi ed emotivi.
- Celebrare ciò che è stato realizzato e appreso insieme.
- Utilizzare circoli di feedback, registri delle esperienze e diari per riflettere e migliorare.

6. Casi di studio

Abstract

In questa sezione esploreremo due casi di studio che riflettono perfettamente i contenuti trattati in questo modulo. Attraverso di essi scopriremo due esempi di successo di innovazione e creatività in contesti sociali specifici: il progetto *Museu na Aldeia* dal Portogallo e *Concomitentes* dalla Spagna.

1. Museu na Aldeia, Portogallo

Il progetto "Museo nel villaggio", realizzato in Portogallo, illustra come i musei urbani possano entrare in contatto in modo sensibile con le comunità rurali. L'iniziativa è partita da una domanda provocatoria: e se fosse il museo ad andare dalla gente? Da questo punto di ascolto attivo sono emersi workshop, circoli di discussione e creazioni artistiche, radicati nelle memorie, negli affetti e nelle conoscenze locali.

Piuttosto che fornire contenuti preconfezionati, il progetto funge da mediatore tra istituzioni e territori, favorendo scambi orizzontali e relazioni di fiducia. In linea con l'idea di "innovazione museologica partecipativa" (Eid & Forstrom, 2021), rompe con la logica top-down delle pratiche culturali e abbraccia la co-autorialità.



Fig. 3 Grande-Encontro, spettacolo musicale presentato dal team. Fonte: Gil de Lemos, <https://www.museunaaldeia.pt/sobre/#grande-encontro>

"Museum in the Village" dimostra che l'innovazione può essere semplice: ascoltare, accogliere e creare con ciò che è già presente. È un potente esempio di come una cultura dell'innovazione possa nascere dall'affetto, dall'ascolto profondo e dalla collaborazione genuina con le comunità.

2. Concomitentes, Spagna

Concomitantes fa parte di una rete europea di organizzazioni che promuovono e finanzianno progetti comunitari che mettono in contatto una comunità, una città o un gruppo civile con artisti per realizzare idee che rispondono sempre alle esigenze e agli obiettivi di quel gruppo.

Questo progetto dimostra chiaramente come sviluppare iniziative innovative con la creatività come principio guida.



Fig. 4 Futurefarmers son as artistas seleccionadas por "Os contos do leite". Fonte: Ana Escariz Pérez y Ana Moure Rosende, <https://concomitentes.org/futurefarmers-son-as-artistas-seleccionadas-por-os-contos-do-leite/>

STRUMENTI DI AUTOVALUTAZIONE

DOMANDE DI AUTO-RIFLESSIONE

- 1) Pensa agli spazi intorno a te che promuovono l'innovazione e la creatività.
- 2) Ti sei mai chiesto da dove provengono le idee che trasformano davvero una comunità?
- 3) Hai mai partecipato a una semplice conversazione di gruppo che ha dato vita a un'idea potente?
- 4) Come possiamo assicurarci che un'idea innovativa non vada persa lungo il percorso?
- 5) Come possiamo incoraggiare una cultura dell'innovazione in una comunità?

TEST DI AUTOVALUTAZIONE

- 1) Durante un circolo di discussioni, le pratiche tradizionali vengono condivise e accolte con attenzione ed empatia, senza interruzioni. Questo atteggiamento contribuisce a una cultura dell'innovazione perché:
 - a) Permette di valutare le idee sulla base di dati tecnici.
 - b) Assicura che solo gli specialisti convalidino le conoscenze locali.
 - c) Valorizza l'ascolto attento e crea un ambiente favorevole alla creatività della comunità.
 - d) Sostituisce il dialogo con registrazioni oggettive da consultare in futuro.
- 2) In un'associazione culturale è stato creato uno spazio in cui i residenti possono suggerire miglioramenti per la comunità, come la rivitalizzazione delle piazze pubbliche, l'organizzazione di laboratori o l'ospitare eventi locali. Il team di innovazione è responsabile dell'organizzazione delle proposte, del coordinamento delle risorse e del seguito dell'attuazione collettiva. In questo contesto, qual è il ruolo principale di un dipartimento di innovazione in una comunità o in un'istituzione culturale?
 - a) Monitorare l'uso dei social media e degli strumenti digitali.

- b) Organizzare le idee, incoraggiare la partecipazione e sostenere l'attuazione di azioni innovative radicate nel territorio.
 - c) Eseguire progetti tecnici senza coinvolgere la comunità.
 - d) Garantire che tutte le decisioni siano prese dal team di gestione centrale.
- 3) Una comunità decide di utilizzare audio, immagini e narrazioni per costruire un murale online dei ricordi locali. Questa pratica rafforza la cultura dell'innovazione perché:**
- a) Utilizza piattaforme digitali per la promozione esterna.
 - b) Incoraggia la narrazione come strumento di mobilitazione e appartenenza.
 - c) Dà priorità alla documentazione formale per scopi istituzionali.
 - d) Sostituisce il lavoro manuale con soluzioni tecnologiche.
- 4) Un progetto esterno viene implementato senza consultare la comunità locale, con conseguente disinteresse e abbandono. Questo esempio mostra:**
- a) Che l'innovazione si basa esclusivamente sulla tecnologia applicata.
 - b) Che l'assenza di ascolto e partecipazione indebolisce la cultura dell'innovazione.
 - c) Che la pianificazione tecnica prevale sul coinvolgimento sociale.
 - d) Le comunità rurali hanno una capacità di adattamento limitata.
- 5) In un'attività comunitaria, persone di diverse generazioni condividono storie e creano insieme una mostra di ricordi locali utilizzando documenti fisici e digitali. Questa pratica promuove una cultura dell'innovazione perché:**
- a) Centralizza le decisioni nella leadership istituzionale.
 - b) Promuove la co-autorialità, il dialogo intergenerazionale e l'apprezzamento delle conoscenze locali.
 - c) Garantisce risultati tecnici per le politiche pubbliche.
 - d) Dà la priorità ai formati museologici tradizionali.
- 6) Un gruppo crea un murale collaborativo online con contenuti emotivi su pratiche alimentari, feste e oggetti di uso quotidiano. Questo strumento digitale contribuisce alla cultura dell'innovazione:**
- a) La raccolta di dati culturali a fini turistici.

- b) Creando un database per la gestione pubblica.
- c) Integrare tecnologia, connessione emotiva e partecipazione come pratiche di innovazione basate sulla comunità.
- d) Sostituzione degli incontri faccia a faccia e dei rituali comunitari.

Soluzioni

- 1) C
- 2) B
- 3) B
- 4) B
- 5) B
- 6) C

Riferimenti

- Barbier, R. (1998). A escuta sensível na abordagem transversal. In J. Barbosa (Ed.), Multirreferencialidade nas ciências e na educação (pp. 168–199). UFSCar.
- Chesbrough, H. (2003). Open Innovation: The new imperative for creating and profiting from technology. Harvard Business School Press.
- Demo, P. (2021). Educar pela pesquisa (10a ed.). Editora Autores Associados.
- Eid, H., & Forstrom, M. (Eds.). (2021). Innovazione museale: costruire musei più equi, rilevanti e di grande impatto. Routledge, Taylor & Francis Group.
- Freire, P. (2005). Pedagogia degli oppressi (Ed. 30° anniversario, M. B. Ramos, Trad.). Bloomsbury Publishing. <https://envs.ucsc.edu/internships/internship-readings/freire-pedagogy-of-the-oppressed.pdf>
- Lambert, J., & Hessler, B. (2018). Digital storytelling: catturare vite, creare comunità (5a ed.). Routledge.
- Ostrom, E. (2012). Governare i beni comuni: l'evoluzione delle istituzioni per l'azione collettiva. Cambridge University Press.
- Primo, J., & Moutinho, M. C. (Eds.). (2021). Teoria e prática da Sociomuseologia. Departamento de Museologia, Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias. https://www.museologia-portugal.net/files/teoriaepratica_sociomuseologia2021_0.pdf
- Tenório, F. G. (1998). Gestione sociale: una prospettiva concettuale. Rivista di Amministrazione Pubblica, 32(5), 7–23.

Fonti aggiuntive

<https://www.museunaaldeia.pt>



<https://concomitentes.org>

<http://www.nouveauxcommanditaires.eu>

<https://www.neueauftraggeber.de>

<https://www.atitolo.it>



HIGHRES

Modulo 4

LA COSTRUZIONE DI NARRAZIONI
DIGITALI SUL PATRIMONIO
CULTURALE IMMATERIALE



VIDZEME TOURISM
ASSOCIATION



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI MILANO
BICOCCA



UNIVERSIDADE DE
LUSÓFONA



Cofinanziato
dall'Unione europea

Finanziato dall'Unione Europea. Le opinioni e i punti di vista espressi sono tuttavia esclusivamente quelli dell'autore/degli autori e non riflettono necessariamente quelli dell'Unione Europea o dell'Agenzia esecutiva per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione Europea né l'EACEA possono essere ritenute responsabili per essi.

MODULO 4: La costruzione di narrazioni digitali sul patrimonio culturale immateriale

Trovare un'idea per una storia può essere facile per alcune persone e un incubo per altre. Quando si tratta di trovare un'idea per una storia sul patrimonio culturale immateriale come nell'ambito di questo progetto, un argomento può fornire un punto di partenza. Ma poi... una volta deciso l'argomento, bisogna mettere insieme una storia che non solo chiarisca di cosa si tratta, ma che sia anche accattivante e stimolante. E quando si è sistemato tutto questo, c'è un altro ostacolo da superare: come rendere la storia utile quando si tratta di preservare e promuovere il patrimonio culturale immateriale? In questo modulo affronteremo queste domande passo dopo passo.

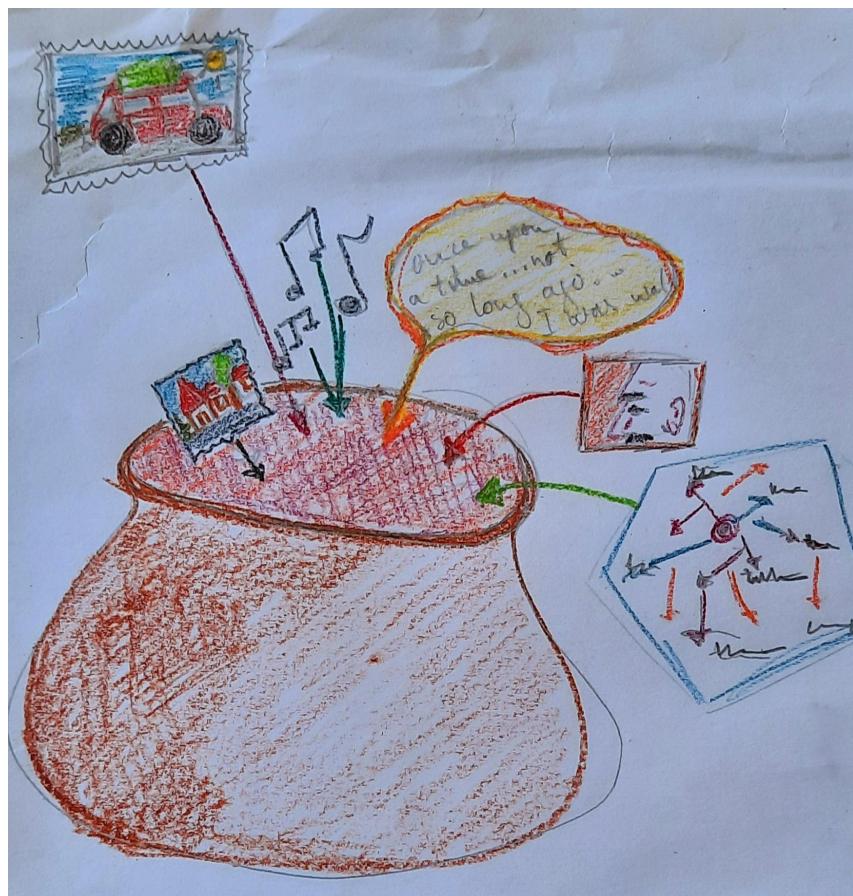


Fig. 1 Preparazione di una storia digitale. Fonte: Collezione privata

INDICE DEL MODULO

Introduzione	71
1. Trovare la storia	73
1.1.L'argomento	73
1.2.Cosa raccontare sull'argomento	74
1.3.Chi racconta	74
2. Costruire la storia	75
2.1.Costruire la trama	76
2.2.Aaggiungere "carne allo scheletro"	77
2.3.Creare uno storyboard	78
2.4.Storyboard	79
3. Dallo storyboard alla storia digitale	80
3.1.Sstrumenti per la creazione di storie digitali	81
3.2.La fine della storia	81
4. Casi di studio	82
Strumenti di autovalutazione	84
Riferimenti	86

Introduzione

Abstract

L'arte o l'usanza di raccontare storie è antica quanto il linguaggio umano. L'ascesa dello storytelling digitale coincide con la diffusione dei computer e di Internet alla fine degli anni '90. Sebbene vi siano ovviamente delle differenze, ciò che accomuna lo storytelling tradizionale e quello digitale è l'importanza fondamentale della costruzione della storia. Se tale costruzione è debole, la storia risulterà zoppicante. In questo modulo vi offriamo informazioni pratiche che vi aiuteranno a costruire storie che contribuiranno a promuovere il vostro patrimonio culturale immateriale, con particolare attenzione a quelle che raccontate e condividete in formato digitale.

Che tu racconti storie per scopi di marketing, come forma d'arte, per entusiasmare le persone o per informarle su qualcosa, la tua storia raggiungerà il suo scopo solo se l'ascoltatore ne sarà affascinato. Se dubiti della veridicità di queste parole, pensa, ad esempio, agli spot pubblicitari che vedi in TV o ascoli alla radio. Solo alcune rimangono impresse, vero? Perché rimangono impresse? Forse non ci hai mai pensato, ma il motivo è che soddisfano determinati requisiti di "narrazione", come ad esempio: lo scopo della storia e la prospettiva da cui è raccontata sono chiari; la presenza di uno o più elementi che catturano l'attenzione dell'ascoltatore o dello spettatore (potete chiamarla la "domanda chiave"); un contenuto emotivo riconoscibile; una voce che personalizza la storia e aiuta a dare un senso al contenuto (visivo o uditivo) della storia; un ritmo con cui la storia viene raccontata che aiuta a mantenere viva l'attenzione; la giusta quantità di informazioni (né troppe, né troppo poche); l'uso di immagini e/o suoni che abbelliscono e completano la trama; la lunghezza della storia (le storie digitali durano fino a 4 minuti, spesso meno di 4).

In questo modulo affrontiamo passo dopo passo gli elementi a cui prestare attenzione se si desidera richiamare l'attenzione sul patrimonio culturale immateriale attraverso una storia raccontata e condivisa in formato digitale. A tal fine, utilizziamo le seguenti domande: Qual è l'argomento? Cosa volette raccontare al riguardo? Chi lo racconta? Come racconterete e condividerete la vostra storia?



Fig. 1 Storytelling. Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=A_fU-f8E1CU di The Learning Portal, con licenza CC BY NC SA.

1. Trovare la storia

Abstract

Alcune persone impazziscono quando devono decidere l'argomento o il tema della loro storia. Probabilmente tu non sarai uno di loro, perché l'argomento è ampiamente definito: "patrimonio culturale immateriale". Questa è la tua premessa. Successivamente, dovrà decidere cosa raccontare su quell'argomento (la trama), il che potrebbe essere più complicato. A tal fine dovrà pensare al motivo per cui vuoi raccontare proprio questo argomento, cosa significa per te o per la comunità, quando hai scoperto quel significato, qual è il motivo per parlare proprio di questo argomento ora. Ma anche il narratore (una o più persone) e la prospettiva (parlare in prima o terza persona?) da cui racconterete la storia richiederanno la vostra attenzione, perché questo influenzerà ciò che viene raccontato e come. In questo capitolo vi guidiamo attraverso i primi passi per dare forma alla vostra storia; i passi che vi aiuteranno a trovare la vostra storia.

1.1 L'argomento

Come menzionato nel secondo capitolo del modulo uno, la prima domanda che ti aiuterà a definire il tuo argomento potrebbe essere: cosa faccio io o la mia comunità, cosa sappiamo o cosa celebriamo che merita di essere riconosciuto come patrimonio, per essere più precisi, come patrimonio culturale immateriale?

Probabilmente hai già risposto a questa domanda. Dopotutto, è proprio perché tu e/o le persone della tua comunità ritenete che un'usanza, una ricetta, un mestiere tradizionale o qualsiasi altro patrimonio culturale meriti un maggiore riconoscimento che avete iniziato a pensare al digital storytelling.

Può anche accadere che qualcuno esterno alla comunità desideri collaborare con essa per identificarne il patrimonio, spesso partendo dal presupposto che esso esista. In tal caso, è necessario seguire un processo preliminare, per il quale sono state sviluppate

metodologie e linee guida descritte nel modulo 1, "Identificazione e catalogazione del patrimonio culturale immateriale nelle aree rurali", al capitolo 4.

1.2 Cosa dire sull'argomento

Il solo fatto di determinare l'argomento della storia non basta per avere la narrazione. Cosa volete raccontare su questo argomento? Per determinarlo potete porvi domande come: cosa significa per voi personalmente questo particolare patrimonio? Qual è stato il momento in cui avete compreso questo significato? Perché avete bisogno di raccontare la storia adesso? Cos'altro c'è da raccontare sul patrimonio stesso (ricerca)? Nel trovare le risposte, sia che lo facciate individualmente o in sessioni di brainstorming con persone della vostra comunità, vi consigliamo di creare una mappa mentale o un diagramma di affinità o qualcosa di simile, su carta o online. Pensate liberamente e scrivete tutto ciò che ritenete possa essere interessante da utilizzare nella storia in questa fase iniziale del processo. Cercate di spegnere il vostro editor interno! In seguito, quando avrete raggruppato e modificato queste idee, vi aiuteranno a mettere insieme la narrazione.

Il digital storytelling enfatizza le narrazioni personali e le esperienze individuali, spesso utilizzando elementi multimediali come testo, immagini, audio e video per creare un'esperienza coinvolgente e interattiva.

1.3 Chi racconta

Decidere in anticipo chi racconterà la storia ti aiuterà nel processo di creazione della storia. La storia sarà raccontata da una sola persona o da più persone della tua comunità? Le persone parleranno per conto proprio (in prima persona) o la storia sarà raccontata in terza persona, da un narratore esterno alla storia? E se sì, questo narratore si concentrerà sui pensieri e sui sentimenti di un personaggio specifico o conoscerà i pensieri e i sentimenti di tutti i personaggi della storia? In altre parole: chi sarà il narratore o i narratori e quale sarà la prospettiva del narratore? Tieni presente

che ogni prospettiva crea diversi livelli di intimità e distacco, consentendo al pubblico di vivere la storia dalla prospettiva immediata e diretta del narratore o da una visione più distaccata e onnisciente.

Decisioni come quelle sopra menzionate vengono solitamente prese insieme alle persone della vostra comunità con cui condividete il patrimonio culturale. Il capitolo 2 del modulo 2 ("Gestione collaborativa e coinvolgimento della comunità") si concentra sul coinvolgimento della comunità nel prendere decisioni come queste.

Ci sono alcuni aspetti pratici che vi consigliamo di tenere a mente, come il tempo necessario e disponibile, il podcast o il video e la disponibilità di attrezzature e programmi e le competenze o le conoscenze necessarie per utilizzarli per creare un podcast o un video. È anche utile pensare alla voce e/o alla presentazione del narratore o dei narratori. Dopotutto, volete presentare la storia del patrimonio nel miglior modo possibile e, per esempio, il borbottio di qualcuno nascosto dietro uno scialle non aiuta.

2. Costruire la storia

Abstract

In questo capitolo vi aiutiamo passo dopo passo a sviluppare i vostri appunti, pensieri, idee, mappe mentali, tutti i risultati dei primi passi compiuti, in una trama. È importante tenere sempre a mente lo scopo della storia, che è informare le persone in modo accattivante sull'argomento scelto, in modo che le informazioni rimangano impresse e invogliino a voler saperne di più o a fare ulteriori esperienze. La strutturazione è fondamentale in questa fase del processo!

*"Organizzare è ciò che fai prima di fare qualcosa,
in modo che quando lo fai, non sia tutto confuso".*

(A. A. Milne)

A questo punto conosci il tuo argomento, è chiaro chi racconterà la storia e hai una mappa mentale, un diagramma di affinità o semplicemente molti post-it con appunti che ti aiuteranno a dare contenuto alla tua storia. È ora di iniziare a lavorare sulla trama, lo scheletro della tua storia. A seconda della situazione e/o di ciò che tu o la comunità avete deciso, questa fase del processo sarà individuale o collettiva. Ma prima di entrarci, vorremmo condividere con te alcune informazioni teoriche di base sulla "struttura narrativa".

2.1 Costruire la trama

In ogni (buona) storia ci sono almeno tre fasi: un inizio (A), una parte centrale (B) e una fine (C). Ogni fase ha una funzione nella storia. In A viene delineata la situazione e vengono presentati i personaggi rilevanti per la storia. E forse vengono fornite alcune informazioni aggiuntive per aiutare il potenziale ascoltatore a seguire la storia. Questa fase è chiamata "esposizione". In una fiaba, potrebbe iniziare con "C'era una volta, in un paese lontano, ...". Nella fase B viene introdotto un problema, un dilemma o una sfida e viene spiegato come affrontarlo. In una storia sul patrimonio culturale immateriale (ICH), questa potrebbe essere la fase in cui spieghi come sei entrato in contatto con l'ICH e cosa ha significato per te. Poi, nella fase C, descrivi il messaggio della storia, che potrebbe essere un'espressione di felicità per la funzione di legame dell'ICH per la comunità.

Puoi sperimentare con la sequenza di queste fasi (alcuni romanzi gialli, ad esempio, iniziano con C, poi passano ad A, B e di nuovo a C). Ti consigliamo di strutturare la tua storia in queste 3 fasi e di riassumere l'ambito della tua storia in 3 frasi, una frase per ogni fase. Se lavori con più trame, fallo per tutte le trame. In tal caso, dovete anche decidere come incorporarle nella storia: come una storia completa all'interno di una storia e, se lo fate, quale sarà il loro ordine, oppure raggrupperete le fasi A di tutte le trame, le fasi B ecc. Questa strutturazione e sintesi non è un compito facile, ma vi aiuterà a ottenere la storia giusta.

2.2 Aggiungere "carne allo scheletro"



Fig. 2 "Mappa mentale della storia". Fonte: collezione privata.

Una volta che sei soddisfatto della trama o delle trame, puoi iniziare ad aggiungere dettagli, carne, allo scheletro. Ma prima di farlo, vorremmo che prendessi nota di alcune informazioni teoriche relative a questo argomento. Sono state condotte molte ricerche su ciò che rende una buona storia tale. Nel paragrafo precedente abbiamo già menzionato la sua costruzione in tre fasi, a volte leggermente più numerose, ciascuna con un

obiettivo chiaro. Un'altra caratteristica di una buona storia sembra essere quella di affrontare tre cosiddetti ambiti: quello personale, quello emotivo e quello universale. Per cominciare da quest'ultimo: quando si parla (o si racconta) di ICH, si potrebbero considerare le informazioni generali o fattuali su questo ICH come l'ambito universale. Se la vostra storia consistesse solo di questo tipo di informazioni, probabilmente non riuscireste a mantenere l'attenzione del vostro pubblico per molto tempo. Almeno, se si tratta di un pubblico che si aspetta di ascoltare una storia. Aggiungere alcune informazioni personali, come una descrizione del vostro primo incontro con l'ICH, contribuirà senza dubbio a mantenere la loro attenzione più a lungo. Raccontando loro anche le sensazioni che questo incontro ha suscitato in voi, catturerete davvero la loro attenzione! Perché? Perché le informazioni personali aggiungono un contesto con cui le persone possono identificarsi e le informazioni emotive consentono loro di provare empatia e immedesimarsi con il narratore. Senza questa componente emotiva, una storia perde il suo potere espressivo.

Tenendo presente queste informazioni, dai un'altra occhiata alla tua mappa mentale o simili. Quali dettagli appartengono a quale parte della storia? Non scrivere ancora la storia! Riorganizza tutte le tue informazioni in modo tale che la trama e il contenuto della storia diventino chiari per te.

2.3 Creazione di uno storyboard

Prima di creare lo storyboard, devi decidere il formato della tua storia condivisa digitalmente: solo audio o audio e immagini? Continuiamo come se avessi scelto la seconda opzione.

Hai la trama (o le trame) e hai aggiunto i dettagli. Ora è il momento di rivederli e iniziare ad associare i dettagli alle immagini e al suono. Ad esempio: ti viene in mente un'immagine quando pensi alla tua prima consapevolezza dell'ICH? Quel momento ti ricorda una musica o un suono (come voci, rumori ambientali)? Cerca di essere il più aperto possibile e prendi appunti. Se stai lavorando con un diagramma di affinità, online o meno, aggiungi dei post-it con questi appunti nel punto giusto della trama o delle trame.

Il digital storytelling al suo meglio utilizzerà una combinazione di scene, personaggi, immagini e suoni o musica scelti con cura per creare un'esperienza emotiva e sensoriale completa.

Dopo aver aggiunto queste informazioni alla tua trama, torna all'inizio, chiudi gli occhi e prova a immaginare come sarebbe il video se aggiungessi le immagini. A volte un'immagine dice più delle parole. Hai immagini che potrebbero sostituire le parole? Dove pensi che il suono aggiunga qualcosa alla storia? Se hai a che fare con più trame, sarebbe utile inserire dei link nella storia principale per indirizzare le persone verso un'altra trama?

Dopo aver fatto quanto sopra, chiediti quali immagini e suoni sono già disponibili e quali dovrai produrre o realizzare. Il risultato è realistico? Hai tempo e/o denaro per produrre quelli che mancano? In caso contrario, fai un passo indietro e ripensaci. Inoltre, tieni presente che se utilizzi immagini e/o suoni che non sono di tua proprietà, dovrai occuparti dei diritti d'autore. (Vedi anche il Modulo 5, "Aspetti tecnici delle narrazioni digitali").

Una volta che hai un'idea chiara della storia nella tua mente, puoi iniziare a creare lo storyboard. Per farlo puoi utilizzare vari strumenti digitali come [Canva](#), [Storyboardthat](#) o [Wonderunit](#) (gratuiti) oppure scaricare un [modello di storyboard](#) per lavorare su una versione cartacea.

2.4 Storyboard

Ci sono alcune cose da tenere a mente quando si inseriscono contenuti nello storyboard (= storyboarding):

- 1) Esiste una sorta di consenso generale secondo cui una storia raccontata in formato digitale non dovrebbe durare più di 2-4 minuti al massimo. Un pubblico motivato ad approfondire un argomento specifico potrebbe essere disposto a dedicare più tempo a una storia coinvolgente, mentre nei contesti dei social media 30 secondi sembrano essere la durata ottimale.
- 2) Assicuratevi che non vi siano restrizioni di copyright sulle immagini e sui suoni che desiderate utilizzare. Se non utilizzate i vostri, cercate online audio, video e immagini di dominio pubblico, esenti da diritti d'autore o con licenza Creative Commons.
- 3) Assicuratevi di non "colorare di rosso le rose rosse" quando aggiungete immagini o suoni alla storia (ovvero: la storia e l'immagine/il suono dovrebbero completarsi o giustapporsi a vicenda, non duplicarsi!);
- 4) quando usi il suono, assicurati di non mettere suoni con testi sotto il testo parlato. Fai comunque attenzione ai testi. Distrarranno il pubblico;
- 5) prestare molta attenzione al ritmo della storia. Creare uno storyboard vi aiuterà in questo.

Un altro aspetto da considerare è come condividerai la tua storia e se ciò comporta determinate restrizioni. (Vedi Modulo 5, "Aspetti tecnici delle narrazioni digitali").

*"Lo storyboard per me è il modo per visualizzare in anticipo l'intero film".
(Martin Scorsese)*

Finalmente... puoi iniziare a creare lo storyboard! Più sarai preciso, più ne trarrai vantaggio quando creerai effettivamente la tua storia digitale. Organizzare tutte le informazioni di cui disponi (narrazione, immagini, suoni, musica, link a ulteriori informazioni o trame correlate, transizioni da una scena all'altra, ecc.) in uno storyboard non solo ti permette di scoprire quali informazioni potrebbero ancora mancare o necessitare di maggiore attenzione, ma offre anche ad altre persone l'opportunità di approfondire la storia e di reagire ad alcuni suoi aspetti. Questo è molto utile quando si crea la storia digitale con più persone, ad esempio con membri della comunità con cui si condivide il patrimonio culturale immateriale.

3. Dallo storyboard alla storia digitale

Abstract

Una volta che sei soddisfatto del tuo storyboard, puoi iniziare a creare la tua storia digitale. "Creare" può essere un termine che crea confusione, perché l'intero processo che hai seguito fino a questo punto ha fatto parte della sua creazione. Ciò che intendiamo è che ora puoi iniziare a utilizzare strumenti digitali per tradurre il tuo storyboard in una storia digitale. Ricorda: le storie digitali offrono la possibilità di combinare diversi livelli narrativi. Ciò ti consente di presentare le informazioni in modo più efficiente e al pubblico di stabilire autonomamente delle connessioni.

3.1 Strumenti per la creazione di storie digitali

Quando voi e le altre persone coinvolte nel processo di creazione della storia siete soddisfatti del contenuto, del ritmo, del tono di voce e così via, potete iniziare a trasformare il tutto in una storia digitale. Ci sono vari strumenti disponibili per aiutarvi. Se andate, ad esempio, su <https://alternativeto.net/> e cercate "digital storytelling" o su <https://www.includedeurope.eu/tools-for-digital-storytelling/>, apparirà un lungo elenco di opzioni, alcune delle quali gratuite. E non dimenticare il tuo cellulare, che è perfetto anche per registrare audio e video. Prima di registrare tutta la storia, controlla la qualità delle registrazioni. Se, per esempio, c'è troppo riverbero nella stanza, è meglio usare un microfono con cancellatore di eco o scegliere un'altra stanza.

In questa fase del processo di creazione della tua storia digitale potresti scoprire che la qualità di alcune immagini o di alcuni suoni che desideri elaborare non è sufficientemente buona. Spesso questo problema può essere risolto con l'aiuto di software gratuiti che si possono trovare online cercando "migliorare la qualità delle immagini online gratuitamente" o "migliorare la qualità del suono online gratuitamente". (Abbiamo trovato programmi come [cutout.pro](#), [canva](#), [podcastle](#), [media io](#)).

In questa fase della creazione della storia, rimanete il più possibile fedeli a tutto ciò che avete incluso nel vostro storyboard. Ricordate che avete dedicato molta attenzione e riflessione alla fase di costruzione e al vostro storyboard. Se tuttavia alcune cose non funzionano come pensavate, potete ancora aggiornarle o sostituirle. Ma non lasciatevi tentare dal divagare; rimanete concentrati e non dimenticate lo scopo della storia!

3.2 La fine della storia

A un certo punto la creazione della storia digitale è giunta al termine. Hai citato tutti i fornitori e i collaboratori? Puoi farlo alla fine della storia tramite i titoli di coda visibili o udibili.

Supponiamo che tu ritenga che la tua storia necessiti di informazioni contestuali: a seconda dello strumento di diffusione che sceglierai, tali informazioni potranno essere integrate nella storia digitale stessa o riportate separatamente. Se saranno integrate nella storia, è ora il momento di raccogliere queste informazioni contestuali e aggiungerle, ad esempio tramite un'introduzione. (Non tanto un'introduzione alla storia, quanto un'introduzione, ad esempio, al progetto nell'ambito del quale la storia viene condivisa).

Il tema degli strumenti che potete utilizzare per raggiungere il vostro pubblico di riferimento con la vostra storia digitale sarà trattato nel prossimo modulo, il numero 5, "Aspetti tecnici delle narrazioni digitali".

4. Casi di studio

1. Immaterieel Erfgoed Spotten - Strontweek Workum

Uno dei tanti video che fanno parte del progetto Spotting Intangible cultural heritage (Individuare il patrimonio culturale immateriale), in cui immagini, suoni e voce fuori campo si completano e rafforzano a vicenda nel raccontare una storia chiara e coinvolgente sull'argomento.



Immaterieel Erfgoed
Spotten

*Fig. 3 "Immaterieel Erfgoed Spotten".
Fonte: sito web KIEN*

2. Alūksnes Bāniša stacija

Nessuna voce fuori campo (ad eccezione di qualcuno che annuncia le stazioni attraversate dal treno), solo immagini per raccontare la storia. E funziona!



Fig. 4 "Egīla Žigura intervija Alūksnes Bānīša". Fonte: Centro informazioni turistiche del comune di Aluksnes.

3. Due esempi di come NON realizzare una storia digitale

- 1) Questo video spiega in modo chiaro come si potrebbe costruire una storia digitale, ma cosa aggiungono le immagini alla storia *Titolo*: "Che cos'è lo storytelling digitale". *Fonte*: <https://youtu.be/JIix-yVzheM?si=5MgymJPRJFUaDdtR>
- 2) Questo video è un esempio di "colorare di rosso le rose rosse", ovvero: la storia e le immagini non si completano a vicenda, ma raccontano esattamente la stessa cosa: <https://youtu.be/MWKWHNdmtI?si=uagbAHrs3QGrzZJA>

STRUMENTI DI AUTOVALUTAZIONE

DOMANDE DI AUTO-RIFLESSIONE

- 1) Qual era lo scopo della creazione della storia?
- 2) La storia soddisfa tale scopo?
- 3) Qual è il pubblico di riferimento?
- 4) Il contenuto e il tono della storia sono attraenti per questo pubblico di riferimento?
- 5) Ogni personaggio/il narratore parla con voce chiara e udibile per tutta la durata della storia?
- 6) Il ritmo della storia è adeguato alla trama?
- 7) Sono citate tutte le fonti e i collaboratori?
- 8) Una volta pubblicata su una piattaforma digitale, la storia richiederà informazioni contestualizzanti (o è sufficientemente chiara di per sé)?

TEST DI AUTOVALUTAZIONE

- 1) Lo storytelling digitale significa fondamentalmente
 - a) creare una storia in formato digitale
 - b) nessuna persona è coinvolta nella realizzazione della storia
 - c) utilizzare la tecnologia per raccontare storie
- 2) Una storia digitale dura al massimo
 - a) non meno di 6 minuti
 - b) non più di 4 minuti
 - c) non più di 2 minuti
- 3) Non è necessario costruire la storia se si sa già di cosa si parlerà.
 - a) Giusto
 - b) Sbagliato
- 4) Una buona storia si basa sul suo

- a) Tono di voce
 - b) Ritmo
 - c) Argomento
 - d) Struttura
- 5) Una storia tradizionale differisce da una storia digitale nel senso che**
- a) una storia digitale è priva di informazioni personali
 - b) una storia tradizionale manca di informazioni universali
 - c) una storia tradizionale non necessita di tecnologia
 - d) il ritmo non è importante in una storia tradizionale

Soluzioni

- 1) C
- 2) B
- 3) B
- 4) D
- 5) C



Riferimenti

Friis Dam, R. e Yu Siang, T. (2022). *Affinity Diagrams: How to Cluster Your Ideas and Reveal Insights.* Interaction Design Foundation, <https://www.interaction-design.org/literature/article/affinity-diagrams-learn-how-to-cluster-and-bundle-ideas-and-facts>

Barel, A. (2021). *Sterker staan met je eigen verhaal. Met storytelling meer grip op je leven.* Uitgeverij Ten Have. storytelling-centre.nl

Barel, A., Gurwicz, R. & Packer, S. (2023). *Il mondo è storytelling.* Uitgeverij International Theatre and Film Books, Amsterdam.

Lambert, J., Hill, A., Mullen, N., Paull, C., Soundararajan, T. & Weinshenker, D., (2010). *Digital Storytelling Cookbook.* Prodotto da StoryCenter. Digital Diner Press, <https://www.storycenter.org/shop>

Fonti aggiuntive

<https://animoto.com/>

<https://wonderunit.com/storyboarder>

<https://www.storyboardthat.com/>

<https://www.purplestorytelling.com/p-blog/all-about-digital-storytelling>

<https://www.includedeurope.eu/tools-for-digital-storytelling/>

<https://alternativeto.net/>

<https://knightlab.northwestern.edu/projects/#storytelling>

<https://www.cutout.pro/photo-enhancer-sharpener-upscaler>

<https://www.canva.com/features/image-enhancer/>

<https://podcastle.ai/tools/magic-dust>

<https://www.media.io/audio-enhancer.html>



HIGHRES

Modulo 5

PORTARE LE STORIE ONLINE: OSPITARE
E CONDIVIDERE NARRAZIONI DIGITALI



VIDZEME TOURISM
ASSOCIATION



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
BICOCCA



UNIVERSIDADE
LUSÓFONA



Cofinanziato
dall'Unione europea

Finanziato dall'Unione Europea. Le opinioni e i punti di vista espressi sono tuttavia esclusivamente quelli dell'autore/degli autori e non riflettono necessariamente quelli dell'Unione Europea o dell'Agenzia esecutiva per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione Europea né l'EACEA possono essere ritenute responsabili per essi.

MODULO 5: Portare le storie online: ospitare e condividere narrazioni digitali

Oggi, le informazioni e i dati che circolano su Internet, nei mass media e sui social network hanno acquisito grande importanza grazie al loro potere di plasmare il nostro modo di pensare e di vivere. Tuttavia, hanno anche creato un clima di disinteresse e sfiducia causato dalle fake news. Ecco perché la nostra fiducia in Internet ha subito un duro colpo! Pertanto, gli obiettivi della comunicazione digitale oggi sono incentrati sull'identificazione degli spazi web o dei canali di diffusione adeguati per creare contenuti veritieri e di alta qualità.



Fig. 1 Portare le storie online. Fonte: Progetto degli autori.

In questo modulo rifletteremo su come e dove ospitare le nostre storie. Quali tipi di piattaforme ci consentono di condividere storie che valorizzano il patrimonio culturale immateriale delle nostre comunità e come possiamo trasferire le nostre storie in modo semplice e diretto sul web. Anche se questo potrebbe sembrare qualcosa che solo i professionisti esperti di informatica sono in grado di gestire, dopo aver letto questo modulo di formazione, tutto sembrerà molto più gestibile.

INDICE DEL MODULO

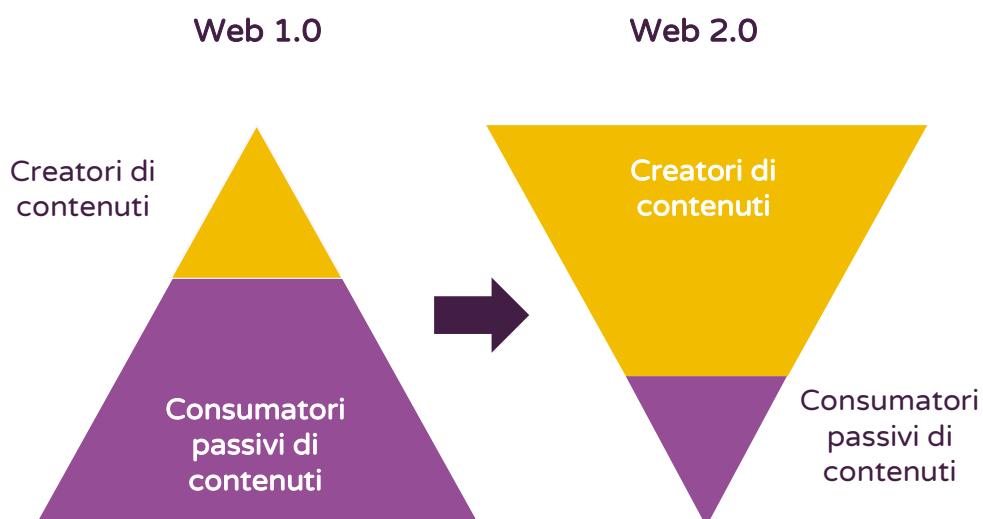
Introduzione	91
1. Dove vivono oggi le storie?: Modelli di piattaforme per la condivisione del patrimonio culturale immateriale attraverso la narrazione	92
2. Il patrimonio nella resilienza: progettazione e sviluppo di una piattaforma digitale comunitaria di narrazione	95
3. Storie da ricordare: gestione dei contenuti online	98
3.1.Sostenere una comunità digitale attiva	99
3.2.Verso contenuti di qualità	100
4. Casi di studio	101
Strumenti di autovalutazione	103
Riferimenti	106

Introduzione

Abstract

In questo capitolo introduttivo solleveremo la questione centrale del Modulo 5: come consideriamo oggi il nostro rapporto con Internet e come affrontiamo la creazione e la localizzazione dei contenuti digitali? Questa domanda nasce dall'esame critico delle questioni attuali relative a Internet, in particolare in relazione alle *fake news* e alla proprietà delle informazioni.

Ricordate quando Internet è entrato nelle nostre vite? Quello che sicuramente ricordate è che da quando utilizziamo Internet, l'accesso e la consultazione delle informazioni sono diventati significativamente più rapidi e ampi, superando anche varie barriere, soprattutto geografiche, e garantendoci l'accesso a un'ampia varietà di canali di comunicazione in tutto il mondo. L'evoluzione dalla prima fase di Internet, nota come "Web 1.0", alla seconda fase, "Web 2.0", iniziata intorno al 2004, è caratterizzata dal passaggio degli utenti da consumatori passivi di informazioni a principali creatori della maggior parte dei contenuti pubblicati online (Cormode e Krishnamurthy, 2008).



Immaginate l'impatto che questo cambiamento ha avuto sul modo in cui utilizziamo Internet oggi. Il lato positivo è che le voci online si sono moltiplicate e la condivisione dei contenuti è diventata così democratica che oggi praticamente chiunque può pubblicare qualcosa su Internet. D'altra parte, però, questi cambiamenti hanno aperto la porta alle fake news e alla diffusione di informazioni errate, causando una concentrazione del traffico degli utenti su soli 116 siti web di proprietà di aziende tecnologiche digitali a scopo di lucro, che assorbono un terzo di tutto il traffico Internet (Javier, 2024).

In questo contesto di cambiamento e crescente sfiducia nelle informazioni, come dovremmo approcciarcici a Internet? E come dovremmo approcciarcici alla creazione di contenuti digitali e alla loro localizzazione?

Nel Modulo 5 di questa formazione affronteremo questa domanda concentrandoci sui siti web dove possiamo ospitare le nostre narrazioni digitali. Per farlo, esploreremo il web per analizzare diversi modelli di piattaforme che ci consentono di condividere contenuti e informazioni. Questo ci aiuterà a immaginare il nostro progetto, ovvero la creazione di una piattaforma dove noi stessi possiamo pubblicare le nostre storie, valorizzando così il Patrimonio Culturale Immateriale del nostro territorio. Inoltre, impareremo come gestire i contenuti e mantenere la piattaforma o il profilo utente.

1. Dove vivono oggi le storie?: Modelli di piattaforme per la condivisione di storie

Abstract

In questo capitolo esploreremo i diversi tipi di spazi disponibili su Internet che ci consentono di condividere i nostri contenuti. Esamineremo anche i vantaggi e gli svantaggi di ciascun modello.

Esistono due modi principali attraverso i quali possiamo condividere i nostri contenuti e le nostre informazioni su Internet:

Il primo è un modello autogestito. Si crea un sito web con un dominio, ovvero il proprio URL (una stringa di testo che identifica la posizione di una risorsa su Internet), ad esempio: www.ourstories.com, e poi si caricano i propri contenuti sul sito nel formato che si preferisce. In questo modello, l'interfaccia del sito web, ovvero l'aspetto e la presentazione visiva del sito: i colori, la tipografia, il layout, i menu, i pulsanti o le immagini, è completamente sotto il nostro controllo.

La seconda opzione prevede la creazione di un profilo utente all'interno di una piattaforma. Come abbiamo accennato in precedenza nell'introduzione, queste piattaforme attraggono la stragrande maggioranza del traffico degli utenti Internet. Per comprendere chiaramente questo tipo di piattaforma, possiamo guardare all'esempio più familiare: i social media. A seconda del formato in cui condividiamo i nostri contenuti, esistono diversi tipi di piattaforme:

- Piattaforme di pubblicazione di contenuti scritti
- Piattaforme di contenuti visivi
- Piattaforme video
- Piattaforme audio e podcast
- Piattaforme social e di microcontenuti
- Piattaforme collaborative o wiki
- Piattaforme comunitarie
- Piattaforme istituzionali o culturali

	Sito web autogestito	Profilo utente su una piattaforma
Pro	<ul style="list-style-type: none"> • Controllo sul design e sull'aspetto dell'interfaccia. • Multiformato (i contenuti possono essere visualizzati in vari formati). • Contenuti e manutenzione autogestiti. 	<ul style="list-style-type: none"> • Semplice e intuitivo da avviare (non è necessaria una formazione approfondita per creare un profilo). • Una comunità preesistente. • Facile interazione con altri utenti. • I contenuti creati possono essere promossi.
Contro	<ul style="list-style-type: none"> • Il design e la pubblicazione dei contenuti non sono intuitivi come sulle piattaforme. • Nessuna comunità preesistente (è necessario cercare le interazioni con gli utenti). 	<ul style="list-style-type: none"> • Standard di design e funzionalità. • Controllo dei contenuti. • La visibilità è mediata da algoritmi. • Pubblicità.

Questi modelli sono complementari e possono anche essere collegati tra loro. È possibile avere un sito web autogestito e allo stesso tempo un profilo sui social media. In tal caso, cercate di creare collegamenti tra i due spazi: mantenete un aspetto coerente utilizzando gli stessi loghi e colori, condividete le stesse informazioni su entrambe le piattaforme e integrate il vostro profilo sui social media nel vostro sito web...

2. Patrimonio nella resilienza: progettazione e sviluppo di una piattaforma digitale di storytelling comunitario

Abstract

L'obiettivo principale di questo capitolo è imparare a progettare uno spazio web per trasferire e dare visibilità alle nostre narrazioni digitali. Senza richiedere una conoscenza approfondita dell'informatica, tratteremo i componenti essenziali necessari per creare tale spazio. Il contenuto di questo capitolo ha un focus più tecnico.

Seguendo il capitolo precedente, illustreremo gli elementi necessari per creare un profilo utente su una piattaforma e, dall'altro lato, per creare un sito web autogestito.

Creare un profilo su una piattaforma è relativamente semplice, basta fornire un indirizzo e-mail, impostare una password e poi progettare alcuni elementi dell'interfaccia, come la foto del profilo, una breve biografia, il nome utente e così via.

Nell'immagine sottostante è possibile vedere l'interfaccia del nostro profilo sul social network Instagram. A sinistra, all'interno del cerchio, c'è la nostra immagine del profilo, mentre a destra c'è la descrizione del profilo. Sotto si trovano i contenuti che abbiamo condiviso.

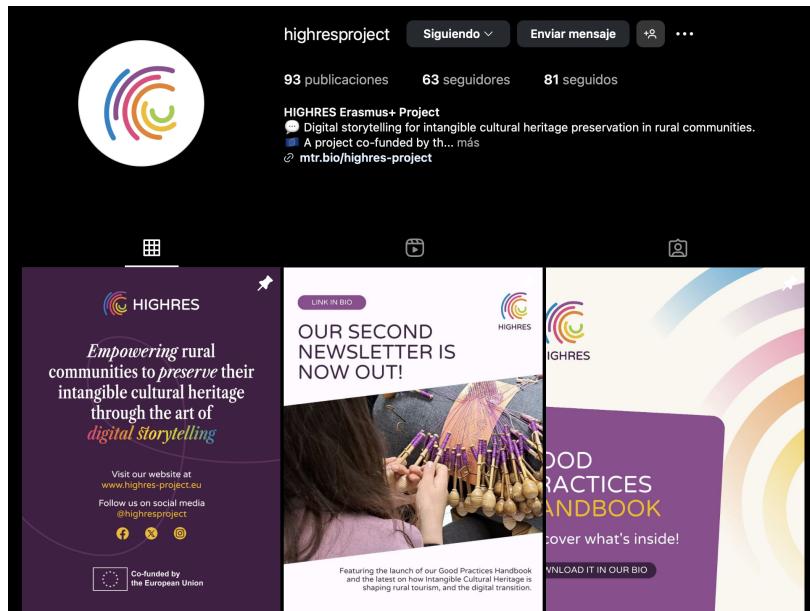


Fig. 2 Interfaccia del profilo del progetto HIGHRES. Screenshot degli autori.

Al contrario, quando parliamo di un sito web autogestito, il processo diventa più dettagliato e richiede maggiore pazienza. Gli elementi essenziali che incontreremo durante la progettazione di un sito web sono i seguenti:

1. Creare un dominio

Il dominio è il nome con cui identifichiamo il sito web, l'indirizzo URL che inseriamo nel browser per raggiungere il sito. Ad esempio: www.digitalnarratives.com o www.communityvoices.org.

2. Progettare l'interfaccia

I sistemi di gestione dei contenuti (CMS) ci consentono di creare il nostro sito web. Alcuni di essi offrono una serie di modelli predefiniti che possiamo utilizzare per il nostro sito. Questi modelli hanno una struttura, colori e schede predefiniti, che in alcuni casi possiamo modificare. In caso contrario, dovremmo progettare l'intero sito web da zero, scegliendo i colori, creando le schede, costruendo un menu, ecc. Le piattaforme CMS stanno diventando sempre più accessibili e nella maggior parte dei casi offrono un menu laterale in cui è possibile selezionare gli elementi da aggiungere al proprio sito (fig. 1).



Fig. 3 Interfaccia di un sito web in fase di realizzazione. Nel menu laterale possiamo vedere alcune delle opzioni disponibili. L'immagine mostra uno screenshot tratto dall'editor di WordPress.

3. Caricare i contenuti

MEDIOS

Il passo finale è caricare i contenuti sul nostro sito web. In questo caso, i siti web supportano formati audiovisivi, grafici e testuali. Il menu che abbiamo visto nell'immagine precedente ci permette di caricare file dal nostro computer o da un disco esterno. Inoltre, negli ultimi anni, alcuni sistemi di gestione dei contenuti hanno stretto partnership con piattaforme di contenuti audiovisivi per incorporare tali contenuti direttamente nel sito web. Nella figura 2, possiamo vedere come il menu di modifica mostra le opzioni per aggiungere contenuti multimediali.

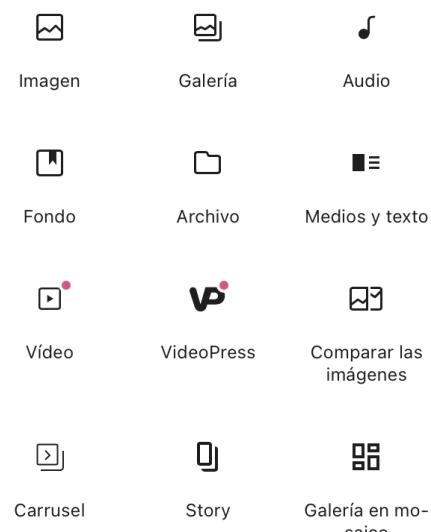


Fig. 4 Menu di modifica del sito web nella sezione multimediale. L'immagine mostra uno screenshot tratto dall'editor WordPress.

3. Storie da ricordare: gestione dei contenuti online

Abstract

Di seguito ci concentreremo sui contenuti che offriremo sulla nostra piattaforma, nonché sulle possibilità che abbiamo di creare una comunità di utenti attiva. Infine, discuteremo della manutenzione della piattaforma e della regolarità della pubblicazione dei contenuti.

Nel corso degli anni, i contenuti Internet hanno acquisito un certo livello di specializzazione e rigore. Infatti, negli ultimi anni sono emersi nuovi profili professionali legati ai contenuti Internet: creatori di contenuti, gestori di contenuti, editori audio e video, specialisti di marketing digitale.

Come abbiamo visto nel Modulo 4 di questo corso, il patrimonio culturale immateriale raccontato attraverso lo storytelling digitale può assumere vari formati multimediali: immagini, video, audio, design, arte, illustrazioni 3D, ecc. Questi media digitali sono uno strumento essenziale per dare visibilità al nostro patrimonio e raggiungere un gran numero di utenti.

Parallelamente alla specializzazione dei contenuti, l'evoluzione verso il Web 2.0, che consente agli utenti di Internet di creare i propri contenuti, ha portato a un'esplosione e a una massificazione dei contenuti online. Ciò ha portato alla creazione di piattaforme e persino di motori di ricerca che classificano i contenuti in base a modelli di interesse. Inoltre, i motori di ricerca "mantengono segreti i dettagli finali delle loro procedure, poiché queste informazioni potrebbero conferire loro un vantaggio competitivo e, pertanto, le considerano un segreto industriale" (Codina, 2004). In molti casi, i motori di ricerca stessi offrono servizi pubblicitari per classificare i contenuti a pagamento. Ciononostante, esistono vari criteri ipotizzati dagli analisti web.



3.1 Sostenere una comunità digitale attiva

In questo vasto mare di contenuti, distinguersi è fondamentale. Ecco perché disponiamo di una serie di strumenti che ci aiutano in questo compito. Si chiamano strumenti SEO, che sta per "Search Engine Optimization" (ottimizzazione per i motori di ricerca). Esistono due tipi di strumenti SEO:

- SEO on-page: queste strategie mirano a "creare contenuti di qualità, migliorare l'esperienza dell'utente e aumentare l'accessibilità". Alcuni esempi includono: inserimento di parole chiave, utilizzo di link interni, aggiunta di immagini con testo alternativo e ottimizzazione dei titoli. (Branch, 2024)
- SEO off-page: si basa sulla "costruzione di autorità, acquisizione di visibilità e guadagno di fiducia attraverso link che indirizzano da un sito web a un altro (backlink) e menzioni". Un esempio include l'essere attivi online impegnandosi in interazioni sui social media e altri forum web e apparire collegati nei contenuti di altri siti web. (Branch, 2024)

Oltre a questi strumenti che richiedono un livello più elevato di conoscenza nell'informatica e nel marketing digitale, esistono altri strumenti accessibili a tutti che ci aiutano a creare una comunità nei nostri spazi online.

Interazioni	Al giorno d'oggi, Internet si basa sulle interazioni, ovvero sulle relazioni che si creano con altri utenti. Queste interazioni aumentano e generano reti di connessione tra gli utenti. Nel caso dei profili sui social media, le interazioni sono completamente integrate attraverso le reazioni ai contenuti: like, condivisione di contenuti, invio di contenuti ad altri utenti, commenti sui contenuti, follow di profili correlati, ecc.
Forum	I forum sono uno strumento che alimenta le interazioni se abbiamo creato un sito web autogestito. Gli utenti che visitano il nostro sito possono creare forum di discussione o commentare i contenuti esistenti sul sito web.

Registrazione

Nel caso di un sito web autogestito, consentire agli utenti di registrarsi diventa un modo per fidelizzarli e creare una comunità all'interno del proprio sito web.

Newsletter

Le newsletter via e-mail sono uno strumento per tenere aggiornata la nostra comunità sui contenuti che pubblichiamo sul nostro sito web.

3.2 Verso contenuti di qualità

Nell'introduzione a questo modulo formativo abbiamo discusso della crescente sfiducia e del disinteresse degli utenti di Internet nei confronti delle informazioni che circolano online oggi. Questa situazione è in gran parte alimentata dalle fake news. In questo contesto, gli obiettivi primari nella pubblicazione dei nostri contenuti devono essere fondati su valori etici che garantiscano la qualità delle informazioni. A tal fine, possiamo seguire le linee guida etiche implementate dall'UNESCO, disponibili sul loro sito web:

<https://www.unesco.org/es/ethics>

D'altra parte, è importante che i nostri contenuti siano conformi e riflettano le normative appropriate in materia di diritto d'autore. Ciò significa che, quando utilizziamo un'immagine o un video preesistente trovato online, dobbiamo garantire la corretta attribuzione e riconoscere chiaramente l'autore. Per garantire questo processo, possiamo rivedere il Modulo 4: *La costruzione di narrazioni digitali sul patrimonio culturale immateriale*, che approfondisce le questioni relative alla creazione di contenuti digitali. Sempre in materia di copyright, possiamo attenerci agli standard stabiliti dall'Unione Europea:

<https://digital-strategy.ec.europa.eu/es/policies/copyright>

Infine, dovremmo sottolineare la versatilità dei contenuti multimediali di alta qualità. Ciò significa che la produzione di contenuti digitali per il nostro sito web può assumere vari formati, rendendo l'esperienza dell'utente più dinamica. Per svolgere questo

compito, seguiremo le raccomandazioni di esperti di diversi settori professionali, come quelle delineate nel seguente articolo: "Quali sono le migliori pratiche per creare una guida allo stile dei contenuti che funzioni per voi?":

<https://www.linkedin.com/advice/0/what-best-practices-creating-content-style-guide-works-df25c?lang=en&originalSubdomain=es>

4. Casi di studio

Abstract

In questa sezione esamineremo due esempi di buone pratiche relative all'argomento trattato in questo modulo. In particolare, analizzeremo due siti web di progetti dedicati alla diffusione del patrimonio culturale immateriale attraverso la narrazione. Questi esempi ci aiuteranno a visualizzare i concetti discussi nei capitoli precedenti e ci incoraggeranno a riflettere sul nostro progetto.

Per illustrare tutti i contenuti trattati finora in questa formazione, prenderemo due progetti dal *"Libro delle buone pratiche"* pubblicato dal nostro progetto HIGHRES, disponibile gratuitamente al seguente link:

<https://highres-project.eu/wp-content/uploads/2024/11/HIGHRES-handbook.pdf>

1. Le storie hanno potere

Il Museo Nazionale dell'Olocausto di Amsterdam pubblica sul proprio sito web e distribuisce su piattaforme di streaming musicale un podcast che racconta varie storie di vita di persone che hanno sofferto durante l'Olocausto nei Paesi Bassi. Il podcast si chiama *"Vergeet me niet"*, che significa *"Non dimenticarmi"*, e funge da modello di riferimento per condividere contenuti relativi al patrimonio culturale immateriale attraverso la narrazione digitale. Questo esempio ci mostra anche la possibilità di diffondere i nostri contenuti dal nostro sito web alle piattaforme di streaming, dando così alle nostre storie una più ampia visibilità.

Link: <https://jck.nl/verhalen-en-verdieping/vergeet-me-niet>



Fig. 5 Immagine dal sito web del Museo Nazionale dell'Olocausto di Amsterdam.

2. Uno spazio multimediale interattivo per le comunità



Fig. 6 Immagine dal sito web del progetto "Museu na Aldeia".

Link: <https://www.museunaaldeia.pt/exposicoes/sons-na-eira/>

Il progetto "Museu na Aldeia" offre una piattaforma con contenuti multimediali, mappature ed elementi interattivi in formato video, audio e immagine che mettono in risalto le tradizioni e il patrimonio di varie zone rurali del Portogallo. Nel link sottostante possiamo vedere un esempio specifico, la mostra "*Sons na Eira*", in cui, attraverso testi, collage di immagini animate e audio, vengono narrate le tradizioni di Moita, in Portogallo.

STRUMENTI DI AUTOVALUTAZIONE

DOMANDE DI AUTO-RIFLESSIONE

- 1) Immagina un sito web progettato per dare visibilità al patrimonio culturale immateriale della tua regione: quali elementi dovrebbe includere?
- 2) Quali strumenti e risorse online pensi che potremmo utilizzare per costruire un marchio o un'identità che contribuisca a dare visibilità alle tradizioni di una località?
- 3) È possibile creare un collegamento tra un profilo sui social media e un sito web autogestito? In che modo pensi che possano completarsi a vicenda?
- 4) In che modo lo storytelling e il patrimonio culturale immateriale possono combattere l'ondata di fake news e contenuti di bassa qualità su Internet?
- 5) Pensa a strumenti o azioni su Internet che possono aiutarci a entrare in contatto con utenti interessati allo storytelling digitale e al patrimonio culturale immateriale.
- 6) Oltre agli elementi già trattati nei capitoli precedenti che aiutano a mantenere informata la nostra comunità web, quali altri elementi ritieni possano essere efficaci a questo proposito?

TEST DI AUTOVALUTAZIONE

- 1) **Seleziona i due modelli che Internet ci offre per ospitare i nostri contenuti.**
 - a) Piattaforma di rete e social media.
 - b) Rete di contenuti online.
 - c) Blog e piattaforma di contenuti visivi.
 - d) Sito web autogestito e profilo utente su una piattaforma.
- 2) **Quando parliamo di piattaforme Internet dove è possibile creare un profilo e condividere contenuti, quali tipi esistono?**
 - a) Piattaforme di profili professionali e non professionali.

- b) Piattaforme di pubblicazione di contenuti scritti, piattaforme di contenuti visivi, piattaforme video, piattaforme audio e podcast, piattaforme social e di microcontenuti, piattaforme collaborative o wiki, piattaforme comunitarie e piattaforme istituzionali o culturali.
 - c) Piattaforme di pubblicazione di contenuti giornalistici, piattaforme di contenuti di viaggio e piattaforme di intrattenimento.
- 3) Quali vantaggi presenta la creazione di un sito web autogestito rispetto alla creazione di un profilo su una piattaforma?**
- a) Semplice e intuitivo all'inizio (richiede poca formazione per creare un profilo), una comunità già creata, facile interazione con altri utenti, la possibilità di promuovere i contenuti creati.
 - b) Controllo sul design dell'interfaccia e sull'aspetto, multiformato (i contenuti possono apparire in diversi formati), gestione e manutenzione proprie.
 - c) Non presenta vantaggi.
 - d) Vantaggi per la monetizzazione dei contenuti pubblicati.
- 4) Quali sono le azioni principali per creare un sito web autogestito?**
- a) Compilare un modulo e caricare i contenuti.
 - b) Creare un account su un social network, pubblicare contenuti e gestire strumenti SEO.
 - c) Basta creare un link URL.
 - d) Creare un dominio, progettare l'interfaccia e caricare contenuti.
 - e) Crea un account e-mail e completa i dati richiesti dalla piattaforma.
- 5) Per creare una comunità online che visiti il nostro sito web, è sufficiente creare una newsletter. Indica se l'affermazione precedente è vera o falsa.**
- a) Falso
 - b) Vero

Soluzioni

- 1) D
- 2) B
- 3) B
- 4) D
- 5) A

Riferimenti

Branch (3 ottobre 2024). *SEO On-Page vs. Off-Page: Cómo Impactan tu Visibilidad.* <https://branch.com.co/marketing-digital/seo-on-page-vs-off-page-como-impactan-tu-visibilidad/>

Codina, Ll. (2004). *Posicionamiento web: conceptos y ciclo de vida.* Hypertext.net. https://www.researchgate.net/publication/28079694_Posicionamiento_Web_Conceptos_y_Ciclo_de_Vida

Cormode, G. & Krishnamurthy, B. (2 giugno 2008). *Differenze fondamentali tra Web 1.0 e Web 2.0.* First Monday. https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/2125/1972?utm_source=chatgpt.com

Javier, H. (19 aprile 2024). *Il Web svelato: un'analisi quantitativa dell'uso globale del Web.* Arxiv. https://arxiv.org/html/2404.17095v2?utm_source=chatgpt.com

Fonti aggiuntive

Etica dell'UNESCO. <https://www.unesco.org/es/ethics>

Diritto d'autore dell'UE. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/es/policies/copyright>

Museu na Aldeia, mostra: "Sons na Eira".

<https://www.museunaaldeia.pt/exposicoes/sons-na-eira/>

Museo Nazionale dell'Olocausto, podcast: "Verget me niet" . <https://jck.nl/verhalen-en-verdieping/vergeet-me-niet>



HIGHRES

Modulo 6

PROMOZIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE
IMMATERIALE ATTRAVERSO PIATTAFORME
DIGITALI PER FAVORIRE IL TURISMO
CULTURALE E LO SVILUPPO RURALE



VIDZEME TOURISM
ASSOCIATION



STORY
TELLING
CENTRE

CS
projects

UJa.
Universidad de Jaén



Cofinanziato
dall'Unione europea

Finanziato dall'Unione Europea. Le opinioni e i punti di vista espressi sono tuttavia esclusivamente quelli dell'autore/degli autori e non riflettono necessariamente quelli dell'Unione Europea o dell'Agenzia esecutiva per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione Europea né l'EACEA possono essere ritenute responsabili per essi.

MODULO 6: Promozione del patrimonio culturale immateriale attraverso piattaforme digitali per favorire il turismo culturale e lo sviluppo rurale

Questo modulo esplora come le piattaforme digitali possano promuovere il patrimonio culturale immateriale (ICH) per sostenere il turismo culturale sostenibile e lo sviluppo rurale. Esamina l'interazione tra narrazione, innovazione e strumenti digitali nel migliorare la visibilità delle tradizioni locali e nel promuovere la resilienza economica. Gli argomenti trattati includono i principi del turismo sostenibile, il coinvolgimento della comunità, le industrie creative e l'integrazione con l'economia locale. Casi di studio e strategie di innovazione dimostrano come le comunità rurali possano utilizzare i beni culturali per creare esperienze turistiche partecipative e orientate al futuro. In linea con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite, il modulo incoraggia pratiche inclusive e rispettose della cultura che sostengono il patrimonio culturale, promuovendo al contempo la crescita e la creatività locali.

INDICE DEL MODULO

Introduzione	110
1. Preservare le tradizioni viventi attraverso il turismo sostenibile	111
2. Cultura in azione: dare forma a progetti sostenibili con uno scopo	113
3. Il impulso creativo della campagna: innovazione nei contesti rurali	118
4. Casi di studio	122
Strumenti di autovalutazione	125
Riferimenti	126

Introduzione

Abstract

All'inizio del Modulo 6, la fase finale di questa formazione, ci siamo concentrati su una domanda fondamentale: come possiamo utilizzare le narrazioni digitali sul patrimonio culturale immateriale del nostro territorio per contribuire allo sviluppo sostenibile della nostra comunità? Quali tipi di progetti possiamo intraprendere in questa direzione?

Oggi le zone rurali stanno subendo una trasformazione, sia in termini di dinamiche demografiche che di attività economica.

Il turismo svolge un ruolo fondamentale nello sviluppo rurale, ma proprio come la natura della vita rurale sta cambiando, così sta cambiando anche il turismo rurale. Tradizionalmente associato all'agricoltura e alle esperienze agrarie, il turismo rurale si sta ora orientando verso esperienze culturali, dando origine a nicchie emergenti come il turismo creativo.

Le aree rurali sono spesso custodi di un ricco patrimonio culturale immateriale (ICH) che riveste un valore significativo non solo per l'identità locale, ma anche come potente risorsa per il turismo.

In questo contesto, lo storytelling e le piattaforme digitali sono diventati strumenti essenziali. La digitalizzazione migliora la visibilità, l'accessibilità e la competitività delle destinazioni rurali, consentendo alle comunità di condividere il loro patrimonio culturale con un pubblico locale e globale.

Questo modulo formativo esplora come la promozione dell'ICH attraverso le piattaforme digitali possa favorire sia il turismo culturale che lo sviluppo rurale, offrendo nuove opportunità per la crescita sostenibile e la conservazione del patrimonio.

1. Preservare le tradizioni viventi attraverso il turismo sostenibile

Abstract

Vi siete mai chiesti come il turismo possa portare benefici senza danneggiare l'ambiente o la vita delle comunità locali? In questo capitolo esplorerete il concetto di turismo sostenibile e il suo legame fondamentale con il patrimonio culturale immateriale (ICH). Sebbene il turismo possa apportare benefici preziosi alle comunità rurali, se non gestito in modo responsabile può anche comportare rischi significativi per le tradizioni culturali locali. Vedrete come il turismo sostenibile offre un approccio equilibrato, sostenendo lo sviluppo economico nel rispetto e nella conservazione delle identità culturali. Alla fine di questo capitolo, capirete come affrontare lo sviluppo turistico in modo da onorare e sostenere il patrimonio culturale immateriale, garantendo che rimanga una forza viva e dinamica per le generazioni future.

1. Concetti. Definizione e principi del turismo sostenibile; applicazione all'ICH

L'Organizzazione mondiale del turismo delle Nazioni Unite (UNWTO) definisce il turismo sostenibile come "il turismo che tiene pienamente conto dei suoi impatti economici, sociali e ambientali attuali e futuri, rispondendo alle esigenze dei visitatori, dell'industria, dell'ambiente e delle comunità ospitanti". Inoltre, il turismo sostenibile considera gli aspetti ambientali, economici e socioculturali dello sviluppo turistico.

Il patrimonio culturale immateriale (ICH) svolge un ruolo significativo nella creazione di un turismo sostenibile - se non ricordate bene la definizione di patrimonio culturale immateriale potete tornare al Modulo 1 di questo corso intitolato: "Identificazione e catalogazione del patrimonio culturale immateriale nelle zone rurali"-. Il turismo e l'ICH hanno un rapporto reciprocamente vantaggioso. Da un lato, l'ICH è essenziale per lo sviluppo del turismo, poiché i viaggiatori moderni cercano qualcosa di più dei semplici monumenti architettonici e siti storici, desiderano infatti esperienze coinvolgenti che

mettano in mostra le tradizioni viventi delle comunità locali. Dall'altro lato, il turismo sostenibile è uno strumento potente per salvaguardare e promuovere l'ICH.

Sebbene il turismo offra numerosi vantaggi, se non gestito con attenzione può anche comportare dei rischi per il patrimonio culturale immateriale. L'eccessiva commercializzazione può portare alla perdita di autenticità e alla diluizione delle tradizioni culturali: per evitare ciò, è fondamentale un approccio sostenibile.

Quando si integra l'ICH nello sviluppo turistico, le comunità dovrebbero essere i principali responsabili delle decisioni relative alla condivisione e alla presentazione del loro patrimonio culturale ai visitatori. Lo sviluppo turistico dovrebbe essere limitato a ciò che è confortevole per la popolazione locale.

Raggiungere questi obiettivi può essere difficile, ma non se lo si fa con l'aiuto di altri. Tra questi vi sono le comunità locali, gli operatori del patrimonio culturale, le ONG, le imprese turistiche e le autorità locali. Attraverso sforzi cooperativi, il turismo può diventare un veicolo per la conservazione culturale, l'empowerment economico e la tutela dell'ambiente, garantendo benefici a lungo termine sia per i visitatori che per le comunità ospitanti.

2. Conservazione e promozione del patrimonio culturale immateriale: strategie per valorizzare il turismo culturale che ha un impatto positivo sulla comunità

Il turismo culturale è profondamente legato al patrimonio, alle tradizioni e alle attività uniche disponibili in un determinato luogo. Ogni luogo offre risorse culturali distintive che ne determinano l'attrattiva turistica. I turisti culturali di oggi non sono interessati solo alle visite turistiche, ma cercano esperienze significative, conoscenze più approfondite e intrattenimento. Sono attratti dal patrimonio locale, dalla storia, dalla gente, dalle tradizioni, dalla cucina e dai prodotti artigianali, elementi che possono essere trasmessi al meglio attraverso una narrazione coinvolgente.

Quando le comunità locali partecipano allo sviluppo del turismo, si favoriscono scambi significativi tra visitatori e residenti. Tali interazioni promuovono la comprensione culturale e creano una società aperta e sicura di sé. Inoltre, quando i turisti apprezzano

la cultura locale, aumentano l'autostima della comunità e rafforzano la sua identità culturale.

Il turismo culturale aumenta anche la consapevolezza dell'importanza di preservare il patrimonio locale. Questo incoraggia le comunità a salvaguardare, praticare e promuovere attivamente il loro patrimonio culturale immateriale, mantenendo al contempo il patrimonio materiale. Di conseguenza, il turismo può fungere da catalizzatore per la pianificazione e lo sviluppo territoriale. Oltre all'arricchimento culturale, il turismo può attrarre investimenti, migliorare le imprese locali e aumentare le opportunità di lavoro. Il patrimonio culturale non è solo una grande attrazione per i turisti, ma svolge anche un ruolo cruciale nel rendere un luogo attraente per gli investimenti a lungo termine e lo sviluppo sostenibile.

Inoltre, occorre considerare il potere che la digitalizzazione apporta a questo intero quadro. Essa consente un accesso più ampio al patrimonio culturale locale, permettendo a diversi gruppi della società di interagire con esso, anche senza visitare fisicamente il luogo. Allo stesso tempo, può suscitare interesse per questi luoghi, incoraggiando le visite anche nelle zone più rurali e remote. Con l'ascesa dei social media, gli operatori turistici possono raggiungere un pubblico globale in modo più efficace che mai.

2. Cultura in azione: dare forma a progetti sostenibili con uno scopo

Abstract

Nel contesto dello sviluppo rurale, i progetti culturali sostenibili offrono un modo significativo per collegare la conservazione del patrimonio con il rinnovamento economico e sociale. Ricche di ICH, le comunità locali possiedono risorse preziose che, se integrate nel turismo culturale o nelle industrie creative, possono favorire uno sviluppo inclusivo. Pianificare e realizzare progetti culturali significa sfruttare le tradizioni per l'innovazione, la generazione di reddito e la coesione sociale. Le iniziative culturali di successo sono quelle che coinvolgono le comunità locali in

ogni fase, dall'ideazione e pianificazione all'attuazione e valutazione. Questo approccio inclusivo garantisce rilevanza, senso di appartenenza e impatto a lungo termine. I progetti in linea con l'Agenda 2030 delle Nazioni Unite e gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG) possono aiutare le zone rurali a raggiungere gli obiettivi globali, rispondendo al contempo alle esigenze locali. I progetti culturali sostenibili devono anche adattarsi agli strumenti e alle tecnologie contemporanee. Attraverso lo storytelling digitale, le piattaforme di turismo sostenibile o l'e-commerce, gli attori rurali possono ampliare la loro portata, salvaguardare il patrimonio e creare mezzi di sussistenza significativi e orientati al futuro, radicati nella cultura e nella comunità.

1. Agenda 2030 delle Nazioni Unite e SDG: concetti di sostenibilità ed esempi di pratiche sostenibili nelle comunità



Fig. 1 Obiettivi di sviluppo sostenibile. Fonte: <https://sdgs.un.org/goals>

L'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile, adottata da tutti gli Stati membri delle Nazioni Unite nel 2015, rappresenta un appello universale all'azione per porre fine alla povertà, proteggere il pianeta e garantire che tutte le persone godano di pace e

prosperità entro il 2030. L'Agenda si basa su 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG), supportati da 169 target specifici.

Sebbene gli SDG abbiano portata globale, il loro successo dipende dall'azione locale. Il turismo contribuisce al progresso in diversi settori ed è esplicitamente citato in tre SDG: gli obiettivi 8, 12 e 14.

- SDG 8: Lavoro dignitoso e crescita economica: il turismo è un importante motore economico globale, che genera posti di lavoro, reddito e opportunità imprenditoriali.
- SDG 12: Consumo e produzione responsabili: il turismo incoraggia un approccio più consapevole all'uso delle risorse, sia da parte dei fornitori che dei consumatori.
- SDG 14: Vita sott'acqua: il turismo costiero e marino ha un legame profondo con la salute degli oceani e degli ecosistemi marini. Proteggere la vita marina garantisce che le comunità costiere possano continuare a fare affidamento su questi ecosistemi per il cibo, il turismo e l'identità culturale.

Ora pensate alla vostra città: sicuramente c'è un esempio di come il turismo contribuisca a valorizzare il patrimonio culturale immateriale. Alcuni esempi potrebbero essere: festival, folklore, artigianato e cucina tradizionale. I visitatori partecipano a esperienze autentiche, mentre la popolazione locale beneficia della creazione di posti di lavoro e dell'opportunità di tramandare le tradizioni (a sostegno degli SDG 8, 11, 12).

Ancora una volta, pensate se esiste un esempio che includa un elemento digitale. Ad esempio: piattaforme digitali per condividere le loro storie, promuovere i loro prodotti turistici e vendere articoli fatti a mano a livello globale. Ciò aumenta la visibilità, espande i mercati e incoraggia l'inclusione digitale (SDG 9, 10, 17).

2. Sviluppo sostenibile e comunità rurali. Relazione tra pratiche culturali locali e sostenibilità

Lo sviluppo sostenibile, come definito nel famoso Rapporto Brundtland (1987), è "uno sviluppo che soddisfa i bisogni del presente senza compromettere la capacità delle generazioni future di soddisfare i propri bisogni".



Come si può vedere da questa definizione, lo sviluppo sostenibile deve essere profondamente radicato nel contesto locale. Il turismo culturale e la produzione di artigianato tradizionale o di prodotti alimentari regionali aprono nuove opportunità economiche che diversificano le fonti di reddito rurali. Questi settori spesso si basano su attività su piccola scala e a basso impatto, più compatibili con lo sviluppo sostenibile.

Uno sviluppo rurale efficace richiede partnership intersetoriali: tra autorità pubbliche, imprese private, società civile e residenti stessi. Inoltre, la collaborazione tra generazioni diverse garantisce la conservazione delle conoscenze tradizionali, abbracciando al contempo le idee e le tecnologie innovative apportate dai giovani. Questa inclusività alimenta anche la titolarità locale delle iniziative, rendendo i progetti più duraturi e di maggiore impatto.

Come sapete, le persone che vivono nelle zone rurali tendono a stringere legami più forti con i propri vicini e a sviluppare un senso di comunità, quindi è fondamentale creare spazi e meccanismi per il dialogo e il networking. Questi possono includere piattaforme cooperative, gruppi di sviluppo locale, alleanze regionali per il patrimonio culturale e comunità digitali. Favorire la comunicazione tra gli attori rurali aiuta a rompere l'isolamento sociale, incoraggia la collaborazione e allinea gli sforzi verso obiettivi condivisi.

L'innovazione non riguarda solo la tecnologia, ma anche la ricerca di modi creativi per adattare le pratiche tradizionali alle realtà attuali. L'innovazione spesso nasce dall'intersezione tra patrimonio culturale e strumenti digitali. Integrando la conoscenza culturale con la tecnologia, le comunità possono preservare e promuovere stili di vita sostenibili radicati nella saggezza tradizionale. Iniziative come lo storytelling digitale, i mercati online, i tour culturali virtuali e l'educazione a distanza sul patrimonio consentono alle comunità rurali di condividere la loro identità con il mondo.

3. Integrazione con l'economia locale. Come il turismo culturale può promuovere lo sviluppo rurale.

Il turismo culturale offre alle zone rurali una possibilità di diversificare la propria economia. Anziché sostituire i mezzi di sussistenza rurali esistenti, li integra integrando l'espressione culturale nelle esperienze turistiche. Agricoltori, artigiani e detentori di



tradizioni diventano parte di una catena del valore più ampia che serve gli interessi dei viaggiatori culturalmente curiosi. L'apertura di strutture ricettive come pensioni, alloggi in famiglia o eco-lodge, nonché di servizi ausiliari come catering, trasporti, visite guidate e produzione di souvenir, può creare un'economia turistica locale che promuove l'imprenditorialità e crea posti di lavoro a diversi livelli di competenza.

Una delle caratteristiche distintive del turismo culturale è il suo potenziale di stimolare la collaborazione locale. Lavorando insieme, sia come fornitori di servizi turistici, ospiti, artisti o produttori, i membri della comunità co-creano valore economico e sociale, incoraggiando uno sviluppo più equo. I membri della comunità possono trovare ruoli adatti alle loro competenze e ai loro interessi, migliorando l'inclusività e la coesione.

Una delle sfide più urgenti nello sviluppo rurale è la migrazione dei giovani. Nel quadro del turismo culturale, i giovani imprenditori possono trovare opportunità nel marketing digitale, nella guida turistica, nella pianificazione di eventi o nell'agriturismo, avendo anche la possibilità di lavorare in attività sostenibili che valorizzano il loro patrimonio culturale.

I turisti culturali sono spesso consumatori appassionati di prodotti locali, che si tratti di artigianato, conserve fatte in casa, cereali tradizionali o vini regionali. Mettendo in evidenza questi prodotti nell'esperienza turistica, gli agricoltori e i produttori locali possono accedere a nuovi mercati e ampliare la loro base di clienti. Ciò può includere la vendita diretta ai visitatori, la partecipazione a mercati contadini o la collaborazione con ristoranti e strutture ricettive.

3. Il impulso creativo della campagna: innovazione nei contesti rurali

Abstract

Le zone rurali stanno emergendo come spazi vivaci per l'innovazione e la creatività, guidati dal potenziale del patrimonio culturale e delle economie basate sulla comunità. L'economia creativa, che comprende l'artigianato, la gastronomia, le arti visive, i festival e altre espressioni tradizionali, si è dimostrata uno strumento potente per lo sviluppo rurale. L'innovazione in questo contesto è profondamente radicata nell'autenticità culturale, con conoscenze e competenze locali adattate alle esigenze contemporanee. Il turismo creativo, la narrazione digitale e la collaborazione tra comunità sono alcune delle pratiche che sostengono sia la conservazione culturale che la resilienza economica. Man mano che le comunità rurali adottano nuove tecnologie e modelli creativi, aprono opportunità di crescita sostenibile, tutela dell'ambiente e scambi culturali significativi. Questo capitolo esplora come l'innovazione culturale in contesti rurali possa stimolare lo sviluppo inclusivo, trasformare il patrimonio in pratica vivente e creare esperienze uniche e partecipative a beneficio sia della popolazione locale che dei visitatori.

1. Concetti e applicazioni: innovazione e creatività applicate agli scenari rurali.

Uno dei motori chiave dello sviluppo nelle zone rurali è stata l'economia creativa. Come sottolineato nel documento dell'OCSE Turismo ed economia creativa (2014), "Le conoscenze e le competenze sono diventate fondamentali per la creazione di valore nell'economia nel suo complesso e le industrie creative, in particolare, sono diventate una forza economica, culturale e sociale significativa. Esse favoriscono la crescita e l'occupazione, contribuiscono all'innovazione, all'imprenditorialità e allo sviluppo delle competenze, sostengono la rigenerazione urbana e rurale, stimolano le esportazioni, mantengono l'identità culturale e valorizzano la diversità culturale".



Il modello dell'economia creativa incoraggia la collaborazione e facilita l'integrazione delle tradizioni locali con le esigenze del mercato contemporaneo. Contribuisce inoltre in modo significativo all'attrattiva delle aree rurali attraverso il turismo creativo. Questo modello offre ai visitatori la possibilità di partecipare attivamente alla cultura locale attraverso esperienze autentiche e pratiche.

Oltre ai canali mediatici tradizionali che già conosciamo, oggi Internet ci offre un'ampia gamma di possibilità, come abbiamo visto nel modulo precedente: "Portare le storie online: ospitare e condividere narrazioni digitali". Pertanto, l'integrazione della tecnologia e degli strumenti digitali amplifica ulteriormente il potenziale creativo delle comunità rurali, ampliandone la portata, migliorando la documentazione e consentendo una narrazione digitale che risuona oltre i confini geografici.

Lo storytelling digitale svolge un ruolo fondamentale nel potenziare il turismo creativo, dando vita a narrazioni, tradizioni ed esperienze locali attraverso formati multimediali coinvolgenti. Combinando immagini, audio, testo e racconti personali, le comunità possono condividere storie autentiche che risuonano nei turisti alla ricerca di esperienze significative e coinvolgenti. Le tecnologie aiutano ad approfondire la comprensione della cultura locale da parte dei visitatori e incoraggiano un coinvolgimento rispettoso con il patrimonio locale. Per i professionisti del turismo e i membri della comunità, lo storytelling digitale offre uno strumento potente e a basso costo per promuovere le destinazioni, attrarre viaggiatori culturalmente curiosi e sostenere uno sviluppo turistico sostenibile radicato nell'identità locale.

2. Strumenti per stimolare la creatività: metodi per promuovere la creatività locale.

Fate una passeggiata e trovate uno spazio di lavoro locale, un luogo tranquillo e stimolante, osservate i dettagli, condividete le vostre idee con i vostri vicini: non c'è dubbio che scoprirete innumerevoli fonti di ispirazione proprio intorno a voi.

Affinché il turismo creativo possa prosperare, è essenziale creare una solida rete creativa che possa essere supportata da più centri creativi in tutta la regione. Questi centri dovrebbero fungere da punti di riferimento per i creativi locali (artigiani, artisti, performer e operatori culturali) offrendo spazi, strumenti, opportunità di collaborazione e visibilità. Incentivi e strumenti di sostegno (come sovvenzioni,



residenze, programmi di tutoraggio o supporto al marketing) possono incoraggiare i creativi a trasferirsi o espandere il proprio lavoro in questi centri.

Dal punto di vista dello sviluppo turistico, la posizione strategica e le infrastrutture dei centri creativi sono fondamentali. L'accessibilità tramite la rete stradale, la disponibilità di trasporti pubblici e la vicinanza alle strutture ricettive influenzano il flusso di visitatori.

Il riutilizzo degli edifici storici come spazi creativi ha un duplice scopo. Non solo fornisce infrastrutture funzionali per le attività artistiche, ma garantisce anche il riutilizzo sostenibile del patrimonio culturale tangibile. Questi edifici, se adattati con sensibilità, diventano punti focali di coinvolgimento della comunità, creatività e turismo, aggiungendo profondità e unicità all'offerta turistica regionale.

Una rete creativa ben strutturata fornisce visibilità e contesto, aiutando i professionisti a posizionare il proprio lavoro come rilevante, apprezzato e significativo in un contesto contemporaneo. Attraverso workshop, dimostrazioni ed esperienze di co-creazione, i visitatori acquisiscono un apprezzamento più profondo per le conoscenze tradizionali e le loro applicazioni moderne, trasformando l'artigianato in pratiche viventi piuttosto che in esposizioni statiche.

3. Strumenti di innovazione: principi di design thinking, metodologie agili e innovazione sociale applicati al turismo e al patrimonio culturale.

Strumenti di innovazione come il design thinking, le metodologie agili e l'innovazione sociale possono essere applicati strategicamente al turismo e al patrimonio culturale, consentendo alle comunità rurali di creare soluzioni significative, adattive e sostenibili.

Design thinking

Il design thinking è un approccio alla risoluzione dei problemi che si concentra sulle esigenze e sulle esperienze dell'utente finale.

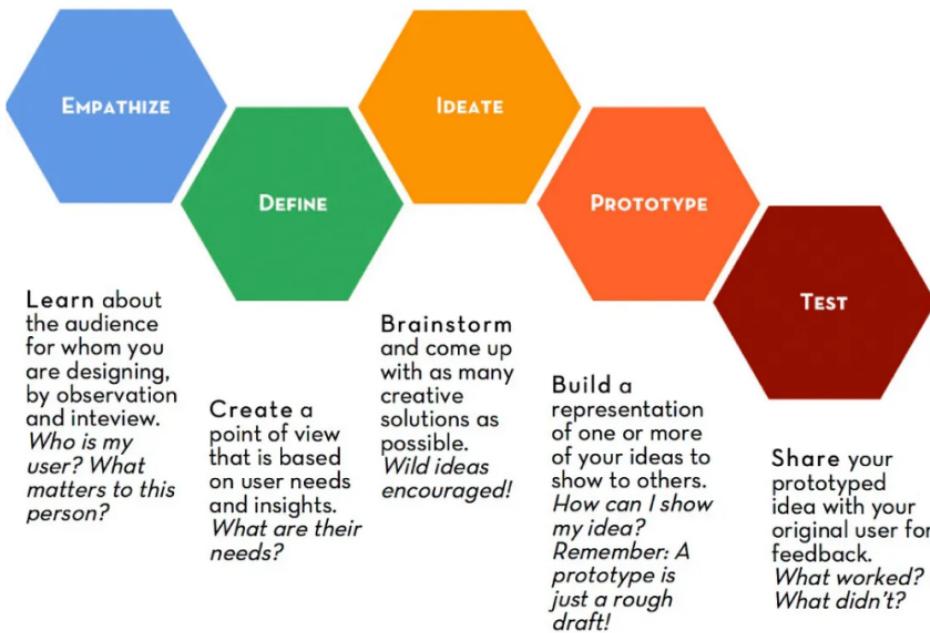


Image: Ironhack's course-work article

Fig. 2 Design thinking. Fonte: <https://vendiclarberg.medium.com/ironhacks-prework-design-thinking-challenge1-4246c8d5c02>

Pensiero agile

Il pensiero agile è la capacità di trovare soluzioni efficaci in situazioni incerte. È una mentalità che privilegia la risposta al cambiamento rispetto al seguire un piano prestabilito, enfatizza la comunicazione e la collaborazione, si concentra sulla consegna rapida di piccoli lavori utilizzabili e sostiene il miglioramento continuo.

Le metodologie di pensiero agile affondano le loro radici nel Manifesto Agile, originariamente creato per lo sviluppo di software, ma ora ampiamente applicato in vari settori. Alcune delle metodologie agili più comuni includono:

- **Scrum** – Un framework che organizza il lavoro in piccole iterazioni a tempo determinato chiamate sprint. <https://scrumguides.org/>
- **Lean** – Una metodologia incentrata sulla massimizzazione del valore e sulla minimizzazione degli sprechi. <https://www.planview.com/resources/guide/lean-principles-101/>
- **Kanban** – una metodologia incentrata sulla visualizzazione del lavoro, sulla limitazione del lavoro in corso e sul miglioramento del flusso.

<https://businessmap.io/kanban-resources/getting-started/what-is-kanban-board>

- **Extreme Programming (XP)** – un metodo che enfatizza l'eccellenza tecnica, includendo pratiche come la programmazione in coppia e l'integrazione continua.
<https://www.agilealliance.org/glossary/xp/>

Innovazione sociale

L'innovazione sociale è un approccio incentrato sullo sviluppo di nuove soluzioni alle sfide sociali, come la povertà, la disuguaglianza, l'istruzione o il cambiamento climatico, e sul miglioramento della vita delle persone. È incentrata sulle esigenze reali delle comunità, coinvolge molteplici parti interessate, mira a trasformare i sistemi e incorpora obiettivi sostenibili come benefici sociali e ambientali a lungo termine.

Guida all'innovazione sociale nelle aree rurali emarginate:
https://ec.europa.eu/enrd/sites/enrd/files/social_innovation_guide_for_practitioners.pdf

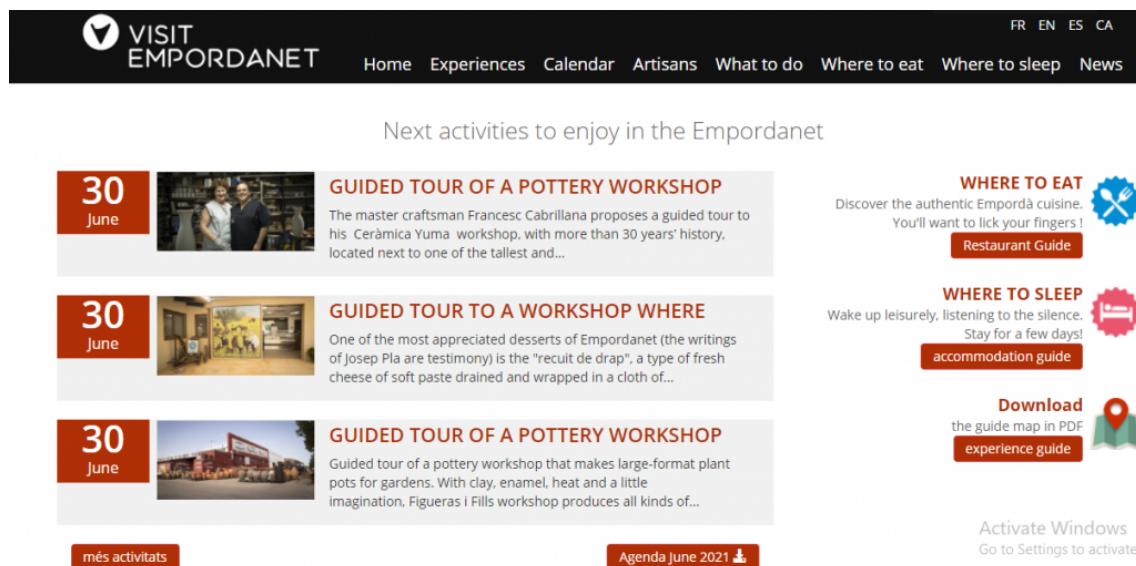
4. Casi di studio

Ecco alcuni esempi di progetti reali in cui i concetti e le idee di questo modulo sono stati messi in pratica. Siete pronti a immergervi nei casi di studio?

1. Visita Empordanet

Un potente esempio di innovazione culturale che integra sostenibilità, coinvolgimento della comunità e conservazione del patrimonio è la piattaforma di turismo creativo in Spagna www.visitempordanet.com. Questa iniziativa evidenzia come il turismo possa essere costruito attorno al patrimonio culturale immateriale delle comunità locali, come l'artigianato tradizionale e la profonda conoscenza della natura. Il sito web funge da catalogo digitale, presentando la storia unica della regione e offrendo descrizioni dettagliate delle esperienze locali, ospitate dagli stessi membri della comunità. Include un calendario di visite guidate e laboratori pratici, promuovendo la partecipazione attiva alle tradizioni culturali. Enfatizzando la narrazione, la piattaforma celebra l'autenticità e l'unicità di ogni attività, incoraggiando i visitatori ad assaggiare, scoprire

e acquistare prodotti locali. Si tratta di un forte esempio di pianificazione turistica strategica che non solo sostiene l'economia locale, ma promuove anche un senso di orgoglio e continuità all'interno della comunità.



The screenshot shows the Visit Empordanet website interface. At the top, there's a navigation bar with the logo 'VISIT EMPORDANET' and links for Home, Experiences, Calendar, Artisans, What to do, Where to eat, Where to sleep, and News. Below the navigation, a section titled 'Next activities to enjoy in the Empordanet' lists three events:

- GUIDED TOUR OF A POTTERY WORKSHOP** (June 30): Describes a tour to Ceràmica Yuma workshop, run by master craftsman Francesc Cabrillana.
- GUIDED TOUR TO A WORKSHOP WHERE** (June 30): Describes a tour to a workshop where 'recuit de drap' cheese is made.
- GUIDED TOUR OF A POTTERY WORKSHOP** (June 30): Describes a tour to a pottery workshop that makes large-format plant pots for gardens.

On the right side, there are sections for 'WHERE TO EAT' (with a link to a restaurant guide), 'WHERE TO SLEEP' (with a link to an accommodation guide), and a download section for a guide map. There's also a note about activating Windows.

Fig. 3 Visit Empordanet

2. Āraiši Leģendas. Gioco interattivo



Fig. 3 Āraiši Leģendas. Gioco interattivo

L'uso di app di giochi interattivi per la narrazione digitale offre un modo dinamico e coinvolgente per promuovere il patrimonio culturale e sostenere il turismo creativo. Queste app combinano la narrazione con meccanismi di gioco, come missioni, enigmi ed esplorazioni, per immergere gli utenti nelle tradizioni, nella storia e nei paesaggi locali.

Un eccellente esempio di narrazione digitale attraverso app di giochi interattivi si trova ad Āraiši, in Lettonia. Qui, il gioco interattivo "Āraišu Leģendas" ("Leggende di Āraiši") è stato sviluppato come prodotto turistico utilizzando



l'applicazione di gioco Actionbound. L'app, scaricabile gratuitamente, guidava i giocatori attraverso una mappa che mostrava siti culturalmente significativi, ciascuno legato a leggende locali. Ad ogni tappa, gli utenti incontravano storie, contenuti visivi e domande che approfondivano la loro comprensione del patrimonio della zona. Questo formato interattivo non solo educava i visitatori in modo divertente, ma incoraggiava anche l'esplorazione della regione, rendendo il turismo più coinvolgente e accessibile attraverso la tecnologia moderna, particolarmente apprezzata dai viaggiatori più giovani.

STRUMENTI DI AUTOVALUTAZIONE

DOMANDE DI AUTO-RIFLESSIONE

- 1) Pensa a una tradizione, una pratica o un'abilità locale della tua zona. Come potrebbe essere condivisa con i turisti nel rispetto della sua integrità culturale?
- 2) Lo storytelling digitale sarebbe efficace in questo caso? Perché sì o perché no?
- 3) Quali sono i potenziali rischi della promozione del patrimonio culturale immateriale attraverso il turismo? Come possono essere mitigati?
- 4) Secondo te, come possiamo bilanciare la crescita del turismo con la protezione delle tradizioni locali?
- 5) In che modo la creatività e l'innovazione possono migliorare le esperienze di turismo rurale?
- 6) Cita un'iniziativa di turismo culturale (dal modulo o altrove) che ti ha ispirato. Cosa l'ha resa un successo?

Test di autovalutazione

- 1) Come può la creatività e l'innovazione migliorare le esperienze di turismo rurale?
 - a) Promuovere solo il patrimonio fisico attraverso visite guidate
 - b) Concentrarsi sull'intrattenimento e sul profitto attraverso il turismo di massa
 - c) Aspetti economici, ambientali e socio-culturali che garantiscono la conservazione a lungo termine del patrimonio
- 2) Quali dei seguenti strumenti possono migliorare il turismo culturale rurale attraverso piattaforme digitali?
 - a) Pubblicità esterne e annunci sui giornali
 - b) Brochure stampate
 - c) Visite virtuali, social media e storytelling digitale
- 3) Perché il coinvolgimento della comunità è importante nel turismo culturale?
 - a) Garantisce che la comunità controlli e tragga beneficio dal modo in cui viene presentata la propria cultura

- b) Riduce i costi di assunzione di professionisti
 - c) Fa sentire meglio i turisti
- 4) Che cos'è il turismo creativo?**
- a) Il turismo culturale è solo per i musei; il turismo creativo è per i festival
 - b) Il turismo creativo enfatizza le esperienze pratiche, partecipative e di co-creazione
 - c) Il turismo creativo prevede la visione di spettacoli
- 5) In che modo il turismo culturale sostiene gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG) delle Nazioni Unite?**
- a) Incoraggiando le comunità rurali ad abbandonare le pratiche tradizionali
 - b) Contribuendo alla creazione di posti di lavoro, al consumo responsabile e al benessere della comunità
 - c) Scoraggiando il turismo nelle aree remote per proteggerle
- 6) Come si possono innovare l'artigianato e le conoscenze tradizionali per renderli attuali?**
- a) Adattando i modelli e gli usi pur mantenendo l'autenticità
 - b) Trasformandoli in souvenir prodotti in serie
 - c) Sostituendoli completamente con nuovi prodotti

Soluzioni

- 1) C
- 2) C
- 3) A
- 4) B
- 5) B
- 6) A

Riferimenti

Brundtland, G.H. (1987). Rapporto della Commissione mondiale sull'ambiente e lo sviluppo: Il nostro futuro comune digitallibrary.un.org/record

Ioan-Franc, V., Istoc, E.M. (2007). Turismo culturale e sviluppo sostenibile ipe.ro/rjef/rjef1_07/rjef1_07_7.pdf

Colucci, M., Palermo, A., Francini, A. (2015). Lo sviluppo sostenibile delle aree rurali. atlantis-press.com/proceedings

Jarábková, J., Hamada, M. (2012). Creatività e turismo rurale researchgate.net/publication/270173158_Creativity_and_Rural_Tourism

Kim, S., Whitford, M., Arcodia, C. (2021). Sviluppo del patrimonio culturale immateriale come risorsa turistica sostenibile: il punto di vista degli operatori del patrimonio culturale immateriale taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781003130253-4/development-intangible-cultural-heritage-sustainable-tourism-resource-intangible-cultural-heritage-practitioners-perspectives-soojung-kim-michelle-whitford-charles-arcodia

López-Sanz, J.M., Penelas-Leguía, A., Gutiérrez-Rodríguez, P., Cuesta-Valiño, P. (2021). Turismo rurale e obiettivi di sviluppo sostenibile. Uno studio sulle variabili che influenzano maggiormente il comportamento del turista frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2021.722973/full

Richards, G. (2020). Progettare luoghi creativi: il ruolo del turismo creativo sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738320300669?via%3Dihub

Richards, G. (2023). Turismo culturale e creativo nelle aree rurali e remote crocuseurope.eu/wp-content/uploads/CROCUS-literature-review-cultural-and-creative-tourism.pdf

Rosyadi, S., Haryanto, A., Kusuma, A.S., Fitrah, E. (2019). Il ruolo dell'economia creativa nella promozione dello sviluppo rurale sostenibile researchgate.net/publication/338445244_The_Role_of_Creative_Economy_in_Promoting_Sustainable_Rural_Development

UNESCO (2008). Verso strategie sostenibili per il turismo creativo
unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000159811

Wasela, K. (2023). Il ruolo del patrimonio culturale immateriale nello sviluppo del turismo culturale article_363738_0dbd0a81ce847507aed152f628e1ebde.pdf

OMT (2005). Rendere il turismo più sostenibile – Una guida per i responsabili politici
unep.org/resources/report/making-tourism-more-sustainable-guide-policy-makers

Ulteriori fonti di informazione

Agenda 2030 sdgs.un.org/2030agenda

Studi dell'OCSE sul turismo "Turismo ed economia creativa"
oecd.org/publications/tourism-and-the-creative-economy-9789264207875-en.htm

UNWTO, "Il turismo e gli obiettivi di sviluppo sostenibile - Viaggio verso il 2030", Il turismo e gli obiettivi di sviluppo sostenibile - Viaggio verso il 2030

OMT, "Turismo e patrimonio culturale immateriale", Turismo e patrimonio culturale immateriale | Organizzazione mondiale del turismo

Manifesto Agile: agilemanifesto.org