

Per grazia ricevuta

**Istituto d'istruzione superiore "Cattaneo-Deledda", Modena
Galleria civica, Modena**

Altri partner: Istituto superiore d'arte "Adolfo Venturi", Istituto d'istruzione superiore "Carlo Cattaneo", IRECoop - Istituto regionale per l'educazione cooperativa, "Bensone Boutique creativa", Sonia Fabbrocino, "Altraroba.it" di Luigi Ottani

Classi coinvolte: Il sezione H + IV sezione F + IV sezione G, Istituto "Cattaneo-Deledda" / V sezione N, Istituto "Venturi"

Web: www.isaventuri.it + www.galleriacivicadimodena.it

Contesto

L'istituto professionale "Cattaneo-Deledda" è frequentato da 1.280 studenti provenienti da Modena e provincia, di cui 350 stranieri di 30 nazionalità diverse, e 61 portatori di handicap. Tra i problemi affrontati negli ultimi anni si segnalano l'aumento degli studenti a forte rischio di insuccesso e di abbandono scolastico, per lo più provenienti da contesti familiari deprivati, e l'incremento degli studenti stranieri che richiedono l'attivazione di percorsi didattici finalizzati all'integrazione, alla motivazione e all'orientamento professionale.

"Per grazia ricevuta" rappresenta dunque una concreta e reale opportunità per accrescere l'autostima negli studenti, per rafforzare la loro capacità di progettare il futuro e di inserirsi in una realtà sempre più complessa. Il progetto consente inoltre di esprimere e sviluppare le loro potenzialità fornendo strumenti e competenze per partecipare attivamente alla realtà culturale e produttiva del territorio, e aiuta a formare dei cittadini consapevoli di avere un ruolo attivo nella crescita del contesto socioeconomico.

Obiettivi

Il traguardo immaginato consisteva nel creare una piccola impresa produttiva, diffondendo i principi cooperativi, favorendo la conoscenza del territorio e sperimentando un percorso di progettazione e di realizzazione tecnico-operativa. Attraverso la costituzione di una associazione scolastica cooperativa, si mirava a progettare e realizzare prodotti di moda e gadget (soprattutto borse) commercializzabili nel bookshop, utilizzando come materia prima i teloni pubblicitari già stampati per le mostre e gli eventi della Galleria civica di Modena e del Museo della figurina: un prodotto fashion, a basso impatto ecologico, di qualità e "a chilometro zero".

Gli obiettivi specifici del progetto sono stati:

- conoscere e valorizzare le realtà museali di Modena;
- approfondire i linguaggi e le modalità operative dell'arte contemporanea;
- fare interagire il mondo della formazione, quello dell'artigianato e quello della cultura;
- promuovere lo spirito di iniziativa e di imprenditorialità con la costituzione di un'associazione scolastica cooperativa;
- sviluppare fra i soci/alunni lo spirito di collaborazione e di solidarietà e diffondere una nuova sensibilità morale, sociale ed economica;
- destinare gli introiti dell'attività sociale all'acquisto di servizi e strumenti utili alla scuola, ma anche a iniziative di solidarietà rivolte all'esterno;
- promuovere la partecipazione, il confronto democratico e l'autogestione tra gli studenti;
- potenziare le competenze tecnico-professionali attraverso l'attivazione di percorsi pluridisciplinari;
- creare opportunità di collaborazione e di scambio tra diversi indirizzi e istituti scolastici;
- accrescere l'autostima e favorire i rapporti di reciprocità tra studenti;
- aumentare il senso di appartenenza e il legame della scuola con il territorio di riferimento e con le realtà culturali che in esse operano.

Percorso

Il progetto, realizzato tra ottobre 2011 e maggio 2012, si è articolato in 5 moduli.

Il primo, "Under 18. Percorsi d'arte contemporanea per ragazzi" è stato curato da Sonia Fabbro-

C

cino: tra ottobre e dicembre gli studenti sono stati coinvolti in una visita alla mostra di Josef Albers alla Galleria civica, in tre laboratori scolastici e in una mostra conclusiva dei manufatti realizzati, allestita nella Galleria; obiettivo: tradurre agli altri le suggestioni nate dalla visione della mostra e sperimentare in prima persona il processo di elaborazione artistica, dal pensiero all'azione compiuta.

Il secondo ha portato alla costituzione dell'associazione cooperativa scolastica (ACS): durante i quattro incontri a scuola con gli esperti dell'IRECoop, gli allievi hanno elaborato lo statuto ed eletto gli organi sociali e l'assemblea costituente, definendo i compiti delle aree commerciale, gestionale e tecnico-creativa.

Il terzo modulo, un laboratorio coordinato dal designer Ennio Sitta della "Boutique Bensone" e dalle docenti Raffaella Di Vittorio e Vincenza Cortese, ha portato i ragazzi a progettare la linea di accessori utilizzando banners della Galleria civica, in particolare quelli della mostra di "Josef Albers", e del Museo della figurina: insieme al nome del brand – "Per Grazia", ispirato da quello della scrittrice Deledda, a cui l'istituto deve parte della sua intitolazione – sono stati ideati 6 modelli di borse, "Ada", "Flavia", "Giuditta", "Ivo", "Vittore", nomi derivati da quelli dei santi in calendario nel giorno in cui è stata disegnata la borsa. Una volta realizzati i modelli di carta, i banners sono stati selezionati, lavati e tagliati; sono quindi state assemblate e cucite le borse. Alcuni allievi dell'indirizzo aziendale del "Cattaneo", coordinati dalla professoressa Zanasi e dal personale didattico, hanno seguito la commercializzazione dei prodotti con la definizione dei costi e la stesura del bilancio.

Il quarto, svolto dalla classe V N del "Venturi", ha definito il brand, realizzando un'immagine aziendale coordinata e progettando la corporate identity. Dopo una serie di incontri con le altre classi partecipanti, gli studenti hanno progettato il logo e il cartellino, realizzato una serie di immagini fotografiche e video pubblicitari e creato un catalogo on line dei prodotti.

Il quinto modulo ha definito la strategia per pubblicizzare i prodotti e comunicare i risultati del progetto, mettendo in cantiere la sfilata, i comunicati stampa, i contenuti per le pagine web dedicate e il video di documentazione realizzato di "Altraroba.it" di Luigi Ottani e dagli allievi del "Venturi".

Strategie e risorse

I diversi partners hanno collaborato in maniera proficua, ognuno con le proprie specificità. La scuola "Deledda" ha svolto un ruolo di coordinamento tra i vari partner; le altre realtà scolastiche si sono impegnate apportando competenze e idee; il museo, oltre a svolgere una fondamentale azione di sostegno e supporto alle varie attività, ha svolto un ruolo importante nella diffusione dei risultati; i partner legati al mondo produttivo e delle associazioni hanno dettato i tempi e i modi del fare concreto.

Valutazioni

L'utilizzo di metodologie differenti (apprendimento cooperativo, didattica laboratoriale, attività di ricerca, problem solving), i differenti contesti di apprendimento, la molteplicità di esperienze a confronto (realtà produttiva, realtà cooperativa e realtà museali) e il clima di lavoro collaborativo e informale, hanno sorpreso positivamente allievi e docenti, che hanno preso atto delle ottime performance degli studenti nei contesti coinvolti.

Per la valutazione sono stati utilizzati: schede, test e questionari adatti ai vari moduli del progetto, dalla produzione degli elaborati grafici (bozzetti, disegni, schede tecniche) alla modellistica, fino alla realizzazione dei prodotti. Ulteriori indicatori per valutare il successo dell'iniziativa sono la nutrita rassegna stampa, e il numero di borse vendute da marzo a giugno 2012: 65 unità, per un incasso totale di 2.835 euro.

Risultati e ricadute

"Per grazia ricevuta" ha consentito agli allievi di sperimentare la progettazione e la realizzazione di nuovi prodotti all'insegna della green economy ma soprattutto di condividere un'esperienza di autoimprenditorialità, utile al loro futuro inserimento lavorativo. Il progetto ha avuto una forte ricaduta sulla didattica quotidiana, in particolare quella dell'area professionale, e un forte impatto sugli alunni, che hanno mostrato un crescente coinvolgimento e una migliore conoscenza della realtà produttiva. Il successo dell'esperienza, in diversi casi, ha avuto una ricaduta positiva nel curriculum scolastico, potenziando le abilità professionalizzanti, l'interesse per il settore e la motivazione allo studio in generale, fino a recuperare situazioni di rendimento scolastico problematiche.

Promozione

Oltre alle varie presentazioni pubbliche nella sede della Galleria civica di Modena, il progetto ha potuto contare su diversi momenti di promozione: dalle presentazioni nell'ambito di "Pre-collezioni. Salone delle anticipazioni del tessile abbigliamento e degli accessori primavera/estate 2013" e di "Artigiana italiana" (Fiera di Modena, 17-18 gennaio e 2-4 marzo 2012) alle sfilate allestite durante il meeting del progetto europeo "EMAS connects the European Union" e la festa di fine anno dell'Istituto "Cattaneo-Deledda".

Durante le fasi di lavoro e le presentazioni sono stati realizzati video, diffusi comunicati stampa sui giornali locali e pubblicati contenuti sui siti web dei partner coinvolti. Il successo del progetto e dei prodotti prefigura una nuova edizione, con nuovi gadget per arricchire il bookshop, sempre nello spirito della green economy, del legame con il territorio e dell'attenzione alla cultura.

