

# BARCAMP

## FUTURO\_CREATIVO[titolo provvisorio]

*“Ognuno dovrebbe imparare a scoprire e a tener d'occhio quel barlume di luce che gli guizza dentro la mente più che lo scintillio del firmamento dei bardi e dei sapienti. E invece ognuno dismette, senza dargli importanza, il suo pensiero, proprio perché è il suo. E intanto, in ogni opera di genio riconosciamo i nostri propri pensieri rigettati; ritornano a noi ammantati di una maestà che altri hanno saputo dar loro.”*

*(R.W. Emerson)*

*“E se un giorno si potessero incontrare tutti i **giovani creativi di Capitanata**, con i **rappresentanti di istituzioni, di banche e di imprese o semplici curiosi** che*

***hanno a cuore il destino di del nostro territorio...***

*Immagina di entrare nel Castello Svevo-Angioino di sera ed*

*ascoltare ragazzi che suonano insieme,*

*magari per la prima volta e che poco prima neanche si conoscevano,*

*vederne altri che dipingono,*

*partecipare con altri ancora a gruppetti di discussione, parlare e*

***scambiarsi idee innovative per rilanciare il territorio** e contatti msn;*

*ragazzi che incontrano per la prima volta i rappresentanti di banche proiettate*

*al futuro, assessori e politici pronti a dargli una mano e a mostrargli*

*la strada da percorrere per **CO-GENERARE il futuro**,*

*un futuro sicuramente migliore...*

*...immagina se tutto questo si potesse svolgere in un **clima non formale**,*

*quasi da happy-hour, da lounge bar...*

*da **BARCAMP...**”*

## **COS'E' UN BARCAMP???**

“BarCamp è una rete internazionale di non conferenze aperte i cui contenuti sono proposti dai partecipanti stessi.

BarCamp e' una non-conferenza, così come solitamente intendiamo per conferenza, che nasce dal desiderio delle persone di condividere e apprendere in un ambiente aperto e libero.

Il BarCamp è una non-conferenza collaborativa, dove chiunque può “salire in cattedra”, proporre un argomento e parlarne agli altri, con lo scopo di favorire il libero pensiero, la curiosità, la divulgazione e la diffusione dei temi trattati.

Una non conferenza (unconference) quindi una riunione il cui tema di discussione è deciso dai partecipanti o proposto in anticipo dagli organizzatori, una riunione aperta in cui i contenuti vengono proposti dai partecipanti stessi.

I barcamp si stanno diffondendo anche in Italia: nelle città, il primo si è svolto a Milano, seguito da analoghi eventi a Torino, Roma, Ancona, Genova, Matera, Bari, Catania, nelle regioni Marche, Veneto, Lazio, Piemonte, Liguria e anche in Sicilia.”

fonte: wikipedia

## COME FUNZIONA???

La Prima Regola del BarCamp: *“Nessuno Spettatore, solo Partecipanti”*.

La Seconda Regola del BarCamp: *“Legge dei due piedi”*, un nome tanto curioso si deve al fatto che vuole ricordare che tutti hanno due piedi e devono essere pronti ad usarli. Se una persona si trova a conversare di un argomento e non ritiene di poter essere utile, oppure non è interessata, è molto meglio che si alzi e si sposti (su due piedi, per l'appunto) in un altro gruppo dove può essere più utile. Questo atteggiamento non va interpretato come una mancanza di educazione, ma come un modo per migliorare la qualità del lavoro.

Niente tavolone dei relatori, ma neanche sedie in cerchio e discussioni interminabili senza costrutto, è importante che i partecipanti si sentano a loro agio e che le sedie si possano spostare con facilità. In questo modo, già dal principio si viene a creare una sensazione di uguaglianza e partecipazione.

Al Barcamp della creatività puoi mostrare un'opera o un prodotto, lanciare un'idea, preparare una presentazione, una discussione o una performance, organizzare una sessione o aiutare in una di queste...ma anche no: se non ne hai voglia, vieni e chiacchieri, nessuno ti obbligherà a fare alcunché. Altrimenti puoi offrirti come volontario e contribuire in qualche modo al supporto dell'evento.

Il gioco è far incontrare e facilitare l'interscambio dei saperi di ognuno, liberamente; dare una spinta alla co-generazione di conoscenza relazionale.

Tutte le presentazioni devono avvenire il giorno del Barcamp. Vanno preparate e preannunciate attraverso il sito dedicato. Una volta arrivati nel posto, se hai qualcosa da proporre, affiggi un avviso su un tabellone/programma.

Le persone presenti all'evento sceglieranno quali conferenze vogliono ascoltare.

Nessun partecipante viene pagato per il proprio intervento.

Se presenti qualcosa, puoi pubblicare sul web le slide, le note, l'audio e/o il video della sua presentazione, in modo che anche chi non era presente ne possa beneficiare.

## IL TERRITORIO

Da un'indagine, effettuata dal Dipartimento di Scienze Storiche e Sociali dell'Università degli Studi di Bari e finanziata dalla Regione Puglia – Assessorato alla Trasparenza e alla Cittadinanza Attiva, nell'ambito del programma Bollenti Spiriti e intitolata "*Cosa Bolle in pentola*" sulle politiche, le risorse e la partecipazione giovanile, è emerso un dato particolare: nonostante ci sia "fermento" tra i giovani creativi in Puglia, questi trovano grandissima **difficoltà ad emergere** a causa di un contesto che non offre particolare sostegno.

Contesto che ha primaria importanza nel far nascere la passione e a coltivare giovani talenti, e può essere così analizzato:

cominciando dalla **famiglia**, comunità d'origine di ogni persona, che offre un sostegno, per garantirsi un tetto o le risorse per vivere, sperimentare o studiare, che ha talvolta il prezzo di un condizionamento verso modelli culturali non più attuali;

un altro elemento ricorrente, nel ricostruire la nascita della passione, è l'incontro/contagio con figure di riferimento (insegnanti, tutor, mentori). Incontri spesso casuali, che possono avvenire sia in famiglia, o nel proprio contesto sociale allargato o nei luoghi deputati all'apprendimento. La moltiplicazione delle **esperienze** e la mobilità costituiscono un vantaggio prospettico per i giovani non solo per l'accumulo di meta-competenze, ma per arricchire il punto di osservazione su di sé e sul proprio territorio e per sfuggire all'apatia e al disorientamento;

poi c'è l'**amore non corrisposto per il proprio territorio**: le esperienze hanno successo quando i giovani riescono a "guardare" il territorio e le sue carenze, non solo come ostacolo ma come risorsa ma chi si attiva trova nel territorio anche difficoltà ed ostacoli a causa di una difficile interazione con l'ambiente che lo circonda e che spesso non riconosce e non facilita la realizzazione dei progetti, opponendo ad essi indifferenza e disconoscimento.

Tutto questo sempre superando la dimensione locale. Lo sguardo dei nostri attori è uno sguardo lungo, si misura con uno spazio dentro in quale si intrecciano la dimensione locale, quella nazionale e quella internazionale, in un intreccio spesso virtuoso. Le esperienze riescono a svilupparsi quando costruiscono **reti di connessione locali e globali**. La compressione delle distanze, l'allungamento dello spazio di riferimento è peraltro una delle caratteristiche salienti delle attuali generazioni;

come ultimo elemento, ma non meno importante, è costituito dalla **politica locale** che troppo spesso considera i giovani come soggetti passivi, bisognosi di tutele piuttosto che attori che possono agire responsabilmente. Quando questo viene riconosciuto si innescano processi virtuosi in cui vi è una moltiplicazione delle energie ed una moltiplicazione delle opportunità per fasce crescenti di popolazione giovanile. Ciò che alla politica viene chiesto non è semplicemente la distribuzione di risorse economiche, ma la creazione delle condizioni perché si attivino processi di valorizzazione individuale e collettiva.

## **OBIETTIVI DELL'EVENTO**

- Favorire l'instaurarsi di una rete di relazioni stabili (network) tra i giovani attivi di Capitanata dei diversi comuni.
- Aumentare il coinvolgimento della popolazione nelle politiche di sviluppo del territorio.
- Favorire l'iniziativa imprenditoriale giovanile, mettendo a conoscenza dei partecipanti delle varie opportunità offerte dai vari enti sia pubblici che privati.
- Cominciare a tracciare una prima mappa delle RISORSE garganiche.
- Mettere in mostra le "buone prassi" e i risultati ottenuti da associazioni, organizzazioni, istituzioni e cittadini attivi del territorio.
- Promuovere le realtà locali, favorendo la crescita di un'economia legata ai contenuti e alla creatività.
- Abbattere l'isolamento relazionale che caratterizza gli abitanti dei comuni del territorio, che tendono ad avere relazioni solo con i propri concittadini.

## **A CHI E' RIVOLTO?**

Il barcamp sulla creatività è rivolto a chiunque ha qualcosa da proporre, mostrare, imparare o condividere;

Si possono distinguere tre classi principali di partecipanti:

1. **giovani creativi;**
2. **enti;**
3. **curiosi.**

### **GIOVANI CREATIVI:**

Per cominciare è bene definire il concetto di "giovani": giovani sono persone in transizione, individuabili nella fascia di età che va dai 16 ai 32 anni, che affrontano il passaggio dall'adolescenza all'età adulta. Una transizione che oggi avviene sempre meno secondo percorsi lineari (fine della scuola, lavoro, casa, famiglia e figli).

Giovani che stanno realizzando o intendono realizzare una esperienza di attivazione giovanile in tutti i campi: innovazione, creatività, tecnologia, urbanistica, design, architettura, web, inclusione sociale, tutela del territorio, energia, ambiente, arte, cultura, turismo ecc.

### **ENTI:**

Per enti si intendono sia pubblici (comune, provincia, regione), che privati (imprese, banche, associazioni culturali), ossia quei soggetti che in qualche modo hanno la possibilità materiale (sia in termini economici sia in termini di competenze e di esperienza) di aiutare, indirizzare, e promuovere l'azione e le iniziative dei giovani creativi.

### **CURIOSI:**

Tutti coloro che vorranno partecipare senza proporre progetti o idee, mossi dalla semplice curiosità sull'evento, con uno spirito curioso e aperto. Persone che si potrebbero invece rivelare straordinarie risorse latenti.

## COME SI SVOLGE?

Dopo una breve introduzione, l'evento sarà organizzato in due parti:

1. discussioni, tipica del barcamp, dove gli argomenti saranno proposti dagli stessi partecipanti, preventivamente sul sito dedicato o il giorno stesso dell'evento; gli interventi saranno organizzati in base al numero ed alla compatibilità degli stessi che comunque non potranno superare i 30 minuti
2. open space, dove i creativi potranno dare prova del proprio talento, esponendo i propri elaborati, le proprie opere, progetti e idee oppure dar vita a performance "live" (musicali, pittoriche, visual ecc.).

Le due aree non sono distinte ma interagenti e integrate nelle stesse aree della location scelta.

## DOVE E QUANDO?

Il luogo ideale è il Castello Svevo Angioino di Manfredonia non che Museo Nazionale, da poco finito di restaurare mentre la data ideale sarebbe venerdì 21 Agosto possibilmente di sera, inizio ore 17.00, fine a notte inoltrata.

## CAMPAGNA PROMOZIONALE

L'evento sarà principalmente pubblicizzato a costo quasi zero attraverso il web, ormai diventato il media principale dei giovani creativi, con la presenza nei maggiori social networks (Facebook, Twitter, MySpace), sul sito dei barcamp italiani ([www.barcampitalia.org](http://www.barcampitalia.org)), e naturalmente sulle web-communities locali.

Si prevede l'utilizzo solo nella settimana precedente all'evento, l'utilizzo di 2/3 cartelloni 6x3 ubicati in zone strategiche della città sipontina.

## PARTNERS

- ass. culturale ilSipontino.net

Si intende coinvolgere in oltre le maggiori associazioni culturali della zona, e nazionali sensibili all'argomento trattato.

## BUDGET E FINANZIATORI E SPONSOR

Si prevede un budget di 3000€ che sarà utilizzato per:

- service audio/video : n°2 postazioni audio amplificate a disposizione dei giovani artisti per performance live;  
n°2 proiettori video;
- n° 2/3 cartelloni pubblicitari 6m x 3m
- cancelleria per i partecipanti.
- gadget per i partecipanti:porta badge, t-shirt, pendrive
- materiale per allestimento spazi open space: fogli di carta, cartelloni, ecc.;
- catering e rinfresco.

Al momento non ci sono né finanziatori né sponsorizzazioni, ma si intende chiedere finanziamenti agli enti locali come comune, provincia, regione.