



SETTORE: EDUCAZIONE AL PATRIMONIO ARTISTICO
Anno: 2017

PROGETTI

Modulo “Richiesta di contributo economico per Progetti”

Denominazione: The Blank Contemporary Art
Sede Legale: Via Quarenghi n. 50 24122 Bergamo
Sede Amministrativa: Via Quarenghi n. 50 24122 Bergamo
Forma giuridica: Associazione culturale
Data costituzione: 30/06/2010
Codice Fiscale/Partita I.V.A.: 95184670164/ 04064620166
Iscrizione al Registro di/della: in data al n.
Numero di telefono: +39 035 19903477
Numero di fax:
Sito Internet: www.theblank.it
Indirizzo e-mail: associazione@theblank.it

Il sottoscritto/a Stefano Raimondi in qualità di rappresentante legale nato a Calcinante (Bg) il 18-12-1981 residente in Via Milano n. 13 Cologno al Serio (Bg) (Codice Fiscale: RMNSFN81T18B393G), telefono: +39 035 19903477, e-mail: associazione@theblank.it

chiede

un contributo per il progetto denominato: **THE BLANK EDUCATIONAL: VISITA GUIDATA CON INTERPRETE LIS A THE BLANK TR – TRANSIT MESSAGE SHOW**

OGGETTO del Progetto (spiegare dettagliatamente in cosa consiste il Progetto):

In occasione di ArtDate 2017, The Blank si propone di realizzare un programma di visite guidate rivolte ai giovani e al pubblico non specializzato, comprendente una visita accessibile ai non udenti. Con questa iniziativa The Blank lancia il progetto sperimentale di sviluppo dell'accessibilità dell'arte contemporanea con una visita dinamica guidata da un mediatore esperto di arte contemporanea affiancato da un interprete LIS. L'iniziativa è aperta a un massimo di 25 persone tra udenti e non

udenti, che parteciperanno alla visita dinamica, non solo ricevendo quanto esposto dalla guida, ma soprattutto costruendo insieme i contenuti attraverso il dialogo, tra loro e con il mediatore, grazie al supporto dell'interprete.

La mostra oggetto della visita è "The Blank TR – Transit Message Show", che rappresenta il punto di arrivo di un progetto e di una ricerca che invita diverse personalità del mondo della cultura italiana e internazionale a riflettere sul tema della comunicazione, su cosa significhi al giorno d'oggi "mandare un messaggio". La mostra, imperniata sul tema della comunicazione, si apre così a un confronto con il pubblico non udente e con la relativa disabilità di natura comunicativa, traendone un motivo di riflessione e favorendo l'interazione e la partecipazione attiva.

La riflessione sulla comunicazione, con uno sguardo particolare ai suoi limiti, punti di forza e strumenti, viene veicolata attraverso l'arte contemporanea, intesa come linguaggio trasversale e aperto alla contaminazione tra ambiti, ricerche e realtà diverse.

In questo contesto l'utilizzo della LIS fornisce la possibilità concreta di rafforzare le capacità comunicative dell'arte, che diventa oggetto e strumento di un dialogo tra udenti e non udenti funzionale al superamento di una barriera percettiva e comunicativa.

OBIETTIVI E FINALITA' del Progetto:

- Sperimentare un modello innovativo di accessibilità e di inclusione nell'ambito della partecipazione culturale sul territorio.
- Rendere le manifestazioni d'arte contemporanea accessibili ad ogni tipo di pubblico e in particolare a quello non udente.
- Coinvolgere in maniera attiva il pubblico non udente nella fruizione dell'arte contemporanea.
- Sviluppare un modello di mediazione dell'arte contemporanea come strumento di conoscenza, riflessione, inclusione e integrazione.
- Incrementare la sensibilizzazione sociale nei confronti della sordità attraverso lo sviluppo di un programma di iniziative condivise a lungo termine.

DESTINATARI del Progetto:

L'iniziativa si rivolge ad un pubblico non specialistico, costituito da persone udenti e non, provenienti dal territorio di Bergamo e dalle città limitrofe. Il target di età sarà compreso indicativamente tra i 18 e i 35 anni.

I destinatari saranno raggiunti attraverso un piano di comunicazione che prevede l'utilizzo di una newsletter con più di 30.000 contatti, le pagine dei social network (Facebook, Instagram, Twitter) con oltre 10.000 follower, la comunicazione a mezzo stampa attraverso un ufficio stampa interno locale e uno esterno nazionale (CLP – Relazioni Pubbliche), la distribuzione di flyer pubblicitari, locandine e programmi di ArtDate 2017, evento all'interno del quale l'iniziativa si inserisce.

TEMPI DI REALIZZAZIONE del Progetto:

Progettazione: Marzo – Aprile 2017

Comunicazione: Aprile – Maggio 2017

Realizzazione: 27 Maggio 2017

Valutazione: Giugno 2017