

**LA ME TÈRA
L'È LA PIANÜRA MANTUANA**

*Festival
Teatro & Cucina*

PREMIO "MERLIN COCAI"

www.associazionecomunali.it

STORIA E CULTURA POPOLARE MANTOVANA TRA INNOVAZIONE E TRADIZIONE

IL CONTESTO PROGETTUALE del FESTIVAL di TEATRO DIALETTALE intitolato a TEOFILO FOLENGO

Il territorio mantovano è costituito da ambiti territoriali caratterizzati da una precisa identità storico-culturale, dalla presenza di istituzioni di livello attivo nel settore culturale, da logiche territoriali diverse (la religione, l'arte, il patrimonio ambientale, la cultura del riso, la cultura del cibo, la storia...etc) e da proposte attrattive indirizzate a vari target turistici.

Lo sviluppo del progetto prevede l'implementazione di una precisa strategia di valorizzazione culturale d'area vasta attraverso la realizzazione di un modello innovativo di promozione del patrimonio culturale e alla sua innovazione.

Ambisce, inoltre, a rafforzare la conoscenza da parte delle comunità locali e a conquistare l'attenzione di un pubblico extra-provinciale che può essere attratto dal significativo patrimonio di eccellenze culturali, naturalistiche e ambientali diffuse su gran parte del territorio.

Il progetto individua nel "dialetto" il tematismo che nei secoli ha caratterizzato la storia del territorio mantovano.

La consapevolezza della cultura, la realizzazione di questo contesto si pone come risposta reale e concreta alla crescita della domanda di visitazione dei luoghi di cultura ed in relazione soprattutto ad un bisogno che è quello di una nuova ricerca di identità collettiva che si configura come un nuovo "viaggio di conoscenza" basato sulla esplorazione dei luoghi, dei contesti sociali e culturali per coglierne la vera essenza e nella capacità di attrarre pubblico al di fuori dei confini, ponendosi come "attrattore strategico" in grado di connotare un nuovo sistema di offerta turistica nei confronti dei diversi target del turismo culturale.



BIOGRAFIA TEOFILO FOLENGO in arte “ MERLIN COCAI “

Monaco benedettino, nacque a Mantova l'8 novembre 1491 e morì a Campese (presso Bassano del Grappa, in provincia di Vicenza) il 9 dicembre 1544. Figlio di un notaio mantovano e ottavo di nove fratelli, Folengo nacque da una famiglia nobile decaduta di Cipada (ora Cipata), una frazione di Mantova. Fin dalla sua infanzia mostrò un'intelligenza vivace ed una notevole abilità nel verseggiare. All'età di sedici anni entrò nel monastero di Sant'Eufemia, vicino Brescia, e diciotto mesi dopo entrò a far parte dell'ordine benedettino. Per alcuni anni la sua vita da monaco sembrò svolgersi in modo regolare; in questo breve periodo compose una discreta quantità di versi latini imitando lo stile di Virgilio, ma ebbe scarso successo. Nel 1524 Folengo abbandonò la vita monastica per Girolama Diedo, una giovane donna di buona famiglia con la quale vagabondò in varie città italiane, spesso in condizioni di grande povertà, avendo come unica fonte di guadagno la sua abilità nel comporre versi. Divenuto precettore dei figli di Camillo Orsini, si stabilì a Venezia per qualche tempo. Al termine di questo periodo "scapestrato", Folengo chiese ed ottenne, nel 1530, di essere riammesso nell'ordine religioso. La sua prima pubblicazione fu il Merlino Cocaii macaronicon, che narra le avventure di Baldus, un eroe fittizio. La ruvida buffoneria di questo lavoro è spesso risolledata da stralci di genuina poesia, come da descrizioni vivide ed acute critiche alla società ed alle abitudini. Il suo stile maccheronico è di difficile comprensione per l'uso frequente di parole e frasi dal dialetto mantovano. Nonostante venisse spesso censurato per l'uso di linguaggio ed idee volgari, il Merlino Cocaii macaronicon conquistò una vasta popolarità ed in pochi anni venne ristampato in numerosissime edizioni. Il successivo lavoro di Folengo fu l'Orlandino, un poema in otto canti, scritto in ottave. La prima pubblicazione, del 1526, portava il nuovo pseudonimo di Limerno Pitocco da Mantova (Merlino l'accattone da Mantova). Nello stesso anno, stanco della sua vita dissoluta, Folengo tornò all'obbedienza ecclesiastica; poco dopo scrisse il Caos del tri per uno, nel quale, parte in prosa e parte in versi, sia in latino (anche maccheronico) che in italiano, espose un velato resoconto delle vicende da egli stesso vissute sotto vari nomi. Del 1533 è una vita di Cristo, in ottave, intitolata L'umanità del Figliuolo di Dio. Successivamente compose un altro poema religioso sulla creazione, caduta e redenzione dell'uomo, oltre ad alcune tragedie. Queste ultime, tuttavia, non sono mai state pubblicate. Folengo trascorse parte degli ultimi anni in Sicilia occupandosi, per qualche tempo, di un monastero locale. Indi approdò alla corte del viceré Ferrante I Gonzaga, su ordine del quale scrisse, nel 1543 (e sotto lo pseudonimo di Marlin Coccaio), la prima rappresentazione sacra della quale si ha notizia in Sicilia: "L'Atto della Pinta". Sul finire dello stesso anno si ritirò a Santa Croce de Campesio, l'attuale frazione Campese del comune di Bassano del Grappa, dove morì il 9 dicembre 1544. La sua tomba è tuttora presente a Campese. Folengo è frequentemente citato e molto più spesso copiato da François Rabelais. Nel poema in 25 libri Baldus, nella raccolta di poesie di vario metro Zanitonella, nel poema eroicomico Moscheide e in un gruppo di epigrammi, opere tutte pubblicate in più redazioni con lo pseudonimo di Merlinus Cocaius, ha mostrato le possibilità artistiche del maccheronico, il linguaggio inventato a fine Quattrocento dagli umanisti delle corti padane, facendo interferire latino e dialetti. La sua competenza di umanista è visibile nella raccolta di carmi latini Varium poëma e nel poemetto Janus. La sua partecipazione al dibattito religioso del tempo si riflette nel poemetto Orlandino, nell'autobiografico Chaos del Triperuno, nei poemi sacri Umanità del Figliuolo di Dio e Palermitana e nella raccolta di vite di martiri Hagiomachia.

STORIE E TRADIZIONI

IL FESTIVAL DI TEATRO DIALETTALE PREMIO MERLIN COCAI E LA VALORIZZAZIONE DI STORIE E CULTURE LOCALI

SINTESI DEL PERCORSO ORGANIZZATIVO

Per divulgare e valorizzare la storia e la cultura locale è necessario conoscere e analizzare la storia intesa come globale che è la somma delle storie e culture locali, a tal punto si necessita un recupero delle memorie locali intese nell'espressione più ampia possibile.

Attraverso l'accumulo dei ricordi, racconti, esperienze, si costruisce la persona come insieme di idee e valori, quindi l'identità culturale non è un'acquisizione permanente ma va conservata e curata per non perderla. Quando avvengono dei cambiamenti sociali, economici e tecnologici, l'identità culturale può divenire molto fragile e delicata, modificandola o perdendola completamente. Quindi la riscoperta e la rivalutazione delle radici, del passato è importante perché rappresenta il portatore di un seme che deve dare un frutto, ossia il futuro, il passato deve essere sempre presente.

Obiettivo generale

Far conoscere la storia e cultura locale instaurando un rapporto interculturale tra le generazioni più anziane e quelle più giovani e con tutti gli attori pubblici e privati in un'ottica di divulgazione dei principi della cittadinanza attiva.

Obiettivo specifico	Attività
Obiettivo specifico 1 - studi e ricerche di settore e rilevamento delle iniziative locali	<i>rilevazione dati</i> <i>elaborazione dei dati rilevati</i> <i>piano di realizzazione</i>
Obiettivo specifico 2 - esamina del territorio	<i>identificazione dei luoghi storici</i> <i>mappatura</i>

Obiettivo specifico 3
- *raccolta delle tradizioni locali*

ricerca delle tradizioni tipiche e mappatura

Obiettivo specifico 4
- *valorizzazione della cultura locale*

campagna di informazione e sensibilizzazione

Obiettivo specifico 5
- *attività di animazione culturale*

organizzazione eventi

Obiettivo specifico 6
- *interazione con personaggi storici*

incontri con personaggi locali e storici

Obiettivo specifico 7
- *attività finale*

fine degli eventi con la rappresentazione teatrale a concorso

Obiettivo specifico 8
- *serata conclusiva eventi*

serata finale e premiazioni

Indicatori di risultato

Il progetto si prefigge di raggiungere un significativo **ampliamento delle attività** svolte, sia dal punto di vista qualitativo che quantitativo, ed un **miglioramento degli indici di partecipazione con il coinvolgimento degli utenti** nelle attività.

Inoltre la presenza dei volontari permetterà, a seguito di una più puntuale analisi dei bisogni, l'offerta di attività numericamente più corpose ed anche diversificate.

In riferimento al contesto territoriale (vedi punto 6) ed agli obiettivi individuati, si riportano di seguito gli **indicatori di risultato**:

⇒ Qualitativi

- *Valorizzazione e diffusione della storia e cultura locale*
- *Sviluppo e promozione di attività di animazione culturale*

⇒ Quantitativi

- *Numero delle tradizioni raccolte*
- *Numero degli eventi realizzati*
- *Numero di giovani e anziani coinvolti*

OBIETTIVI DEL PROGETTO

L'obiettivo che l'Associazione si pone è quello di diversificare le linee di sviluppo promozionale del territorio: si intende innanzitutto favorire lo sviluppo di una forte identità territoriale e la crescita nella popolazione della consapevolezza di una invidiabile tradizione di cultura e civiltà.

Il cardine della strategia proposta risiede in una forte integrazione tra le componenti del settore culturale e quello storico. L'integrazione tra i diversi settori e tra i diversi luoghi viene perseguita attraverso una "specializzazione territoriale", ovvero attraverso l'individuazione di luoghi privilegiati per l'insediamento di azioni di valorizzazione, per attività di animazione culturale, per la diffusione di itinerari, per la localizzazione di attività ad esso correlate.

Questo, in sintesi, l'obiettivo prioritario: migliorare l'accessibilità e la fruizione del patrimonio artistico e culturale dei luoghi attraverso la messa in rete di eventi che aggregano attorno ad un progetto le identità turistico-culturali che insistono sul territorio (cultura, enogastronomia, natura...) al fine di proporre al potenziale turista, un prodotto integrato in grado di soddisfare target di utenza ampi e diversificati.

PARTNER E I SOSTENITORI

Tale progetto è promosso dall'Associazione Comunali con la partecipazione di partner quali Enti Comunali e Associazioni e Proloco locali.

SPAZI CULTURALI

La realizzazione di tale progetto ha l'obiettivo di proporsi come guida concreta, chiara ed efficace per far conoscere gli spazi culturali presenti sul territorio, la disponibilità degli spazi fruibili per ospitare iniziative, manifestazioni ed eventi di carattere culturale in risposta alla primaria necessità di mappare tutti gli spazi culturali presenti sul territorio.

L'IDEA

Obiettivo della prima tappa è quello di avviare il progetto ed il suo contenuto narrativo mediante le storie e le testimonianze della gente. Questo approccio sta ad indicare le relazioni tra la geografia, ovvero la rappresentazione della terra e del territorio, con chi quella terra la abita e la vive. In questo senso il trait d'union è dato dal tempo, scandito da un lato dalle scoperte e dalle invenzioni tecnologiche e da un altro dai racconti.

LA PROVINCIA MANTOVANA E LA GEOGRAFIA DELLE EMOZIONI

L'idea è quella di valorizzare l'identità dei luoghi del territorio mantovano coniugando geografia e teatralità. Si tratta di un modello di intervento che tende a realizzare un "format territoriale", ovvero un approccio di sviluppo locale inedito, con la presunzione di individuare una visione strategica dell'area direttamente coinvolta. Ovviamente si tratta di un percorso progettuale che deve essere realizzato in un arco temporale sufficientemente ampio di almeno un anno con periodicità biennale.

CARATTERISTICHE DEL PROGETTO

Tra le peculiarità del progetto vi sono:

l'innovazione nel territorio; l'accrescimento della riconoscibilità della provincia di Mantova come area capace di offrire un sistema di offerta turistico-culturale di qualità; il rafforzamento del ruolo della cultura come elemento di costruzione/ricostruzione dell'identità locale per una maggiore identificazione tra popolazione e patrimonio; la scelta di favorire nuove forme di ibridazione e contaminazione creativa tra filiere sociali diverse ma con interessi complementari verso la creatività culturale e teatrale; il rafforzamento e la valorizzazione delle relazioni tra i soggetti territoriali locali, pubblici e privati.

FASE DI REALIZZAZIONE

La realizzazione delle azioni di piano delineate sarà attuata attraverso la messa in campo di forze diverse, ma con una continua opera di coordinamento fra di esse. In particolare l'Associazione Comunali opererà insieme ai partner del progetto con funzioni di coordinamento.

AZIONI DI COMUNICAZIONE

Il raggiungimento degli obiettivi strategici e operativi associati al progetto, è subordinato alla realizzazione di un'attività promozionale e di comunicazione coordinata che consenta di dare la massima visibilità al sistema culturale nel territorio di riferimento e ad accrescere la riconoscibilità della provincia di Mantova come area capace di offrire un sistema di offerta turistico-culturale di qualità.

Il piano promozionale vuole inoltre avere una valenza duplice: favorire l'avvicinamento e la conoscenza delle risorse del territorio da parte delle comunità residenti e conseguire la massima visibilità a livello locale ed interprovinciale nel breve e medio termine e a livello extra-regionale nel lungo termine. Anche per queste ragioni la strategia comunicativa si struttura su tre obiettivi: *la promozione verso l'esterno, quella verso l'interno e le azioni di marketing territoriale. Il tutto verrà esercitato con strumenti mezzo stampa e multimediali.*

UFFICIO STAMPA

Le azioni di immagine saranno coordinate e curate dall'ufficio stampa dell'Associazione Comunali di concerto con le Amministrazioni locali aderenti al progetto e sono relative a:

- creazione di un data base di tutti i contatti utili per diffondere in modo capillare le notizie riguardanti il progetto;
- creazione di una cartella stampa di base contenente articoli, informazioni, immagini utili già strutturate per la pubblicazione;
- invio materiali informativi agli organi di stampa;
- contatti con i mass-media locali (quali radio, televisioni, giornali riviste) per la redazione di servizi ad hoc, supportate dall'acquisto di spazi pubblicitari;

- pubblicazione di articoli informativi sulle maggiori testate locali;
- creazione di pagine sui maggiori social network (Facebook, Twitter e simili) di promozione dell'iniziativa per diffondere quanto realizzato grazie a strumenti innovativi, utilizzati da fasce di popolazione comprese tra i 18 e i 50 anni sempre più ampie e significative. In questo modo, la diffusione sarebbe davvero capillare e raggiungerebbe anche utenti non direttamente coinvolti dal progetto;
- redazione di comunicati stampa in occasione dei diversi eventi che verranno organizzati nel corso della durata progettuale;
- organizzazione di una conferenza stampa per presentare il progetto;
- stampa di manifesti e locandine informative riguardo il progetto e gli eventi che lo caratterizzano e gestione della relativa distribuzione ed affissione;
- rassegna stampa.

PUBBLICAZIONI E INFORMAZIONI

Si progetteranno e realizzeranno sempre nella logica di immagine coordinata, brochure informative sul progetto. Si realizzeranno inoltre video informativi che illustrino e valorizzino le risorse locali attraverso ricostruzioni di percorsi “fiction” e animazioni multimediali

INFOPOINT

Si valuterà di allestire totem infopoint a livello promozionale e comunicativo. Esso costituirà una finestra di dialogo e contemporaneamente una vetrina, che si espliciterà, anche, tramite il sito internet che promuoverà on-line risorse e servizi del sistema culturale. Si potenzieranno i servizi di informazione già esistenti sul territorio e attivati dall’Agenzia Turistica Locale

AZIONI VERSO SCUOLE E GRUPPI ORGANIZZATI

Uno dei primi canali comunicativi identificati per importanza e rilevanza sul territorio è quello delle istituzioni scolastiche e delle differenti realtà associative (associazioni culturali, parrocchie, circoli ricreativi..) che potrebbero essere di supporto allo sviluppo e al coordinamento di alcune attività del progetto in un’ottica di gestione partecipata.

VISITA IL SITO



ProloQuandoMantova

Associazione Comunalì

www.associazionecomunalì.it

ProloQuandoMantova

www.comitatomanifestazionimantova.it

☎ 0376 323531 - 0376 223311



CarnevaleReTrigol



Festival Gospel&Blues



FestivalFolkArtists



FESTIVALMERLINCOCAL
Teatro & Cucina



Festival*Scienza
Remoto*Futuro



**LE NOSTRE
INIZIATIVE!**

RIFERIMENTI

Per informazioni sulla manifestazione e sulle modalità di partecipazione contattare:

Sede uffici e segreteria organizzativa:

Via Ariosto, 2/B – 46100 Mantova - Italia

Associazione Comunalì

www.associazionecomunalì.it

Comitato Manifestazioni Mantova

www.comitatomanifestazionimantova.it

Ideatore e Coordinatore: Sergio Olivieri -Presidente

Cell.:+39 3356068289