



REGGIO CHILDREN

La Fondazione si ripensa con l'esperienza della pandemia

Nuovo logo, nuovi progetti e un tesseramento. La Fondazione Reggio Children si ripensa dopo la pandemia. FONTANILI / PAGINA 13

LA RIPARTENZA

Fondazione Reggio Children gli obiettivi ai tempi del Covid

Presentato il nuovo logo e lanciata la campagna di tesseramento per il 2021
Tra le principali sfide «l'importanza di contrastare la povertà educativa»

Roberto Fontanili/REGGIO EMILIA
La pandemia ha costretto anche la Fondazione Reggio Children a ripensarsi e, a dieci anni dalla sua nascita (che cadrà il prossimo 29 settembre), guarda al futuro confermando la propria vocazione alla ricerca e alla solidarietà in ambito educativo in Italia e nel mondo. Un passaggio che definisce sempre meglio i ruoli tra la Fondazione e Reggio Children, che invece si occupa di formazione, e che vede l'ente presieduto da Carla Rinaldi far coincidere la ripartenza con il lancio di una campagna di tesseramento annuale aperto a tutti i cittadini che con il contributo di 30 euro potranno sostenere la ricerca per progetti educativi di qualità.

Inoltre la Fondazione ha anche rinnovato la propria immagine e presentato il nuovo logo Frc (l'acronimo di Fondazione Reggio Children). Un ripensare il proprio modo di agire e della propria immagine che punta sulla ripresa delle attività in presenza, a fianco a quelle online, ma che conferma l'impegno a contrastare povertà

educativa e a realizzare innovativi contesti di apprendimento per avvicinare scuole, famiglie e comunità.

«Se il Covid minaccia l'infanzia, rispondiamo con una ricerca rafforzata per una educazione di qualità che coinvolga famiglie e comunità», ha detto Carla Rinaldi nell'illustrare le attività in programma e nel sottolineare di «non voler disperdere quanto la pandemia ha insegnato in occasione della forzata convivenza in famiglia in cui nella relazione tra genitori e figli il gioco è diventato uno spazio di incontro, confermando quanto si possa apprendere giocando». È stato poi il responsabile della comunicazione Massimiliano Massimelli a declinare le attività del nuovo anno, sottolineando che «la maggior parte sta continuando in continuità tra online e presenza fisica, con un approccio di ricerca che abbraccia discipline e contesti sociali differenti», lasciando a Frederic Argazzi e Francesco Ceccarelli dell'agenzia Bunker illustrare il nuovo logo e il contenuto del sito www.frchildren.org.

Contrasto alla povertà educativa. È in corso a Napoli, Palermo, Reggio e Teramo, con il coinvolgimento di oltre duemila persone, il progetto Fa.c.e. (Farsi Comunità Educanti), sulle relazioni e legami di comunità tra scuola, famiglie con bambini, servizi sociali e istituzioni. La riprogettazione dei luoghi educativi. La Fondazione ha dato vita con Officina Educativa ai progetti delle scuole Marco Polo e Galilei nell'ambito di Scuola Diffusa promossa dal Comune. Inoltre sta per iniziare la terza edizione del progetto Abitare il Paese e il progetto Fare Scuola che ha portato, (insieme a Enel Cuore e Enel Energia), a ripensare contesti di apprendimento in un centinaio di scuole



Peso: 1-3%, 13-46%



italiane.

Prosegue intanto la ricerca su gioco e apprendimento dello spazio Scintillae, (voluto da Fondazione e the Lego Foundation), nel quale sono state pensate molteplici attività creative proposte on line durante la pandemia e sono in programma tre speciali riaperture in ottobre e novembre. Ricerca su gusto e benessere. Con Pause Atelier Dei Saponi, si stanno costruendo nuovi contesti e nuove regole dello stare insieme a tavola anche attraverso sperimentazioni decentrate, rivolte a

bambini e famiglie e piccole comunità. Tornerà Cucina di Quartiere e partirà un progetto di ricerca per contrastare disturbi alimentari dell'infanzia e dell'adolescenza. Ai primi di novembre inizierà in presenza, con 11 iscritti, il secondo corso di dottorato industriale "Reggio Childhood Studies" e realizzato in collaborazione con il Dipartimento di Educazione e Scienze Umane di Unimore.

La Fondazione si apre ai soci sostenitori La Fondazione si apre alla città e lancia l'invito a diventare soci per soste-

nere i diritti dei bambini, ad un'educazione di qualità anche nei contesti più difficili, con quote annuali (30 euro) o con donazioni. —



La presentazione della campagna di tesseramento e dei nuovi obiettivi della Fondazione Reggio Children



Peso:1-3%,13-46%