

Piccoli Budda

Si tratta di una ricerca Promossa dall'Associazione Nazionale Yoga Educazione che ha coinvolto una rete di quattro scuole pugliesi e La cattedra di pedagogia sperimentale diretta dal prof. Michele Baldassarre dell'Università di Bari. La metodologia di lavoro è quella codificata dalla dott.ssa Cavalluzzi nel libro "bimbi a scuola" di yoga Ed. Lulu. Il libro "Yoga a scuola" si divide in cinque aree. La prima parte presenta il disegno di ricerca, la seconda, come abbiamo lavorato; la terza, la ricaduta sui processi di apprendimento; la quarta, le osservazioni e riflessioni di docenti genitori e alunni; la quinta, le riflessioni dei docenti sulla ricerca.

Hanno collaborato: Enzo Siciliano, Marcel Proust, Assia Thermes, Giorgio van Straten, Francesca Sanvitale, Antonio Moresco, Leonardo Colombati, Marco Mantello, Helena Janeczek, Flavio Santi, Raffaele Manica, Stefano Simoncelli, Vincenzo Pardini, Piero Sorrentino, Marco Giovenale, Tommaso Pincio, Sebastiano Leotta, Nicola Vitale, Raffaella D'Elia, Emanuele Trevi, Manuela Marchesini, Ruggero Savinio, José Emilio Pacheco, Brendan Kennelly, Francesca Serra, Andrea Gibellini, Luca Canali, Alessandro Baldacci, Sebastiano Mondadori, Elisabetta Liguori, George R. Gissing, Mauro F. Minervino, Nadia Anjuman.

«I nuclei delle generazioni sono come quelli degli atomi: dimensioni strutturali tenute insieme da “forze forti”, che attraggono con la loro carica positiva e sprigionano energia di legame. E proprio come i nuclei degli atomi, anche quelli generazionali non possono essere quantificati con esattezza ma devono essere osservati nella loro attività. Isolati attraverso l’osservazione etno-antropologica, con tutta la loro carica positiva producono un’enorme attrazione nei confronti di altri soggetti, sia della propria generazione sia di altre, con una potenza che plasma valori e comportamenti del futuro. Lavorare sui nuclei generazionali significa dunque definire una concezione dinamica della segmentazione, in cui, estendendo le aree di attrattività dei brand sulla scia della forza di legame, diventa possibile utilizzare il nucleo generazionale come core target: non come una gabbia o un bersaglio militare, ma piuttosto come una molla verso altre generazioni. In questa nuova prospettiva, imprenditori e manager potranno così valutare le opportunità di convergenza tra settori e utilizzare i nuclei generazionali come facilitatori per nuove partnership. I gruppi generazionali non sono infatti semplicemente target di mercato, ma produttori di possibilità inedite, per una società globale rigenerata, fondata sulla varietà dell’umano, alla ricerca di nuove forme di convivenza.»

(dall'Introduzione)

[Copyright: 60242c42ea13ea4c2be05423308ee604](https://www.pdfdrive.com/piccoli-budda-pdf.html)