

## La cultura che crea i cittadini

### 1. Scenario - Analisi di contesto

---

Il tema dell'accesso alla cultura ha le sue fondamenta nell'idea che da un lato, le amministrazioni pubbliche debbano essere interessate alla possibilità che i finanziamenti pubblici vengano utilizzati in modo redistributivo, raggiungendo in tal modo un segmento di popolazione che sia il più ampio possibile; dall'altro, che le istituzioni culturali debbano concentrarsi sul bisogno di ampliare i propri pubblici per ragioni di sostenibilità così come di responsabilità sociale. Il tutto, fortemente ancorato al tema del diritto di tutte le persone a prendere parte alla vita culturale (Art. 27 Dichiarazione Diritti Uomo, art. 9 Costituzione Italiana).

Altrettanto importanti sono le azioni che fanno crescere la "curiosità culturale" del pubblico per sostenere anche nuove progettualità creative e sviluppare una necessaria varietà e diversità di proposte culturali contemporanee.

Coinvolgere il pubblico, ampliarne i numeri e le tipologie - in una parola, svolgere azioni finalizzate all'*audience development* - è una priorità per la Commissione Europea, così come per la maggior parte delle organizzazioni culturali e le amministrazioni pubbliche in Europa. L'*Audience development* è un approccio pianificato dell'intera organizzazione per estendere il raggio e la natura delle relazioni con il pubblico: sostiene l'organizzazione nel raggiungere la propria mission, mantenendo un bilanciamento tra gli scopi sociali, finanziari e le ambizioni creative"<sup>1</sup>.

Avere un piano di *audience development* aiuta le organizzazioni a concentrarsi su chi si vuole raggiungere e come, ad identificare quanto costerà realizzare i progetti in atto, sviluppare modi di coinvolgere pubblici esistenti, trovarne di nuovi, generare profitto e trovare nuove opportunità e partnership.<sup>2</sup>

Gli operatori culturali sono chiamati a trovare **strategie, pratiche e policies** innovative e sostenibili che assicurino la loro sopravvivenza essendo disposti a rivedere il proprio *management, programmazione e comunicazione* pianificando come aumentare/diversificare/rafforzare la partecipazione del pubblico, saperlo conoscere, creare una relazione, captarne le esigenze. E' necessario quindi lavorare sulle competenze degli operatori culturali e **professionalizzare la figura che si occupa di audience development all'interno delle organizzazioni**.

Una nuova leadership che ponga il pubblico al centro dei propri obiettivi finanziari, sociali e creativi non può che avere ricadute su un nuovo modello di business più sostenibile.

Il tema dell'*audience development* è anche legato a quello dell'inclusione culturale delle fasce tradizionalmente escluse da accesso, partecipazione e rappresentazione all'interno delle istituzioni/attività culturali. Parlando di inclusione culturale non si può non parlare di dialogo interculturale, soprattutto in una città come Roma in cui i numeri di migranti di prima e seconda generazione - e recentemente anche di rifugiati - sono considerevoli. Già nel 2005 la Convenzione di Faro (Convenzione quadro del Consiglio d'Europa sul valore del patrimonio culturale per la società), ratificata dall'Italia nel 2011, ha definito il ruolo del patrimonio culturale come fattore di legame sociale, come fonte utile allo sviluppo umano, alla valorizzazione delle diversità culturali e alla promozione del dialogo interculturale; il Libro Bianco sul Dialogo Interculturale del COE del 2008 afferma che la creazione di un'identità europea non può prescindere dalla condivisione di valori fondamentali, dal rispetto dei nostri comuni patrimoni, e della diversità culturale, così come dal rispetto della dignità di ogni individuo. Mai come in questo momento storico dobbiamo ricordare queste parole e lottare affinché siano tradotte in realtà.

---

<sup>1</sup> Definizione di The Audience Agency, UK

<sup>2</sup> Definizione di Arts British Council

## 2. Analisi dei bisogni e individuazione degli obiettivi

---

- **Coinvolgimento dei decisori politici**, per avere una pianificazione politica che abbia questo tema come priorità
- **Coinvolgimento delle istituzioni e del sistema culturale** finalizzato ad una pianificazione strategica: per attivare un processo di revisione della propria gestione/programmazione e comunicazione, è fondamentale che le figure apicali e direttive siano concordi e proattive nel definire il processo all'interno dell'organizzazione
- **Formazione degli operatori**: le istituzioni culturali devono trovare strategie, pratiche e politiche innovative e sostenibili che assicurino la loro sopravvivenza e sostenibilità. Una delle componenti chiave per la sostenibilità degli enti culturali è di aumentare/diversificare/rafforzare la partecipazione del pubblico, saperlo conoscere, creare una relazione, captarne le esigenze. E' necessario quindi lavorare sulle competenze degli operatori culturali e professionalizzare le figure che si occupano di *audience development* all'interno delle organizzazioni
- **Analisi e conoscenza dei pubblici**: per implementare strategie di AD è necessario conoscere il pubblico che frequenta il settore culturale e il pubblico che non lo frequenta raccogliendo e analizzando dati socio-demografici finalizzati a offrire un servizio adatto al pubblico di riferimento
- **Valutazione dei programmi e delle attività**: è necessario promuovere un processo di valutazione in itinere ed ex post per verificare gli aspetti qualitativi degli interventi, oltre che gli aspetti quantitativi al fine di tarare la strategia e gli strumenti messi in campo

## 3. Strategie e azioni da mettere in atto

---

- **Sensibilizzazione** dei policy maker e delle istituzioni culturali
- **Raccolta e analisi dei dati** sulla partecipazione culturale
- **Formazione degli operatori culturali**: creare momenti di formazione interna e/o congiunta per aggiornare/formare i manager culturali per una nuova leadership che ponga il pubblico al centro dei propri obiettivi finanziari, sociali e creativi
- **Creazione di partenariati tra diverse figure-chiave**: la partecipazione dei cittadini è centrale per attuare questa strategia, dal momento che le misure da adottare possono essere meglio delineate attraverso un approccio partecipativo, tramite una consultazione dei pubblici potenziali
- **Condivisione di modelli e la diffusione di buone pratiche**: è molto importante conoscere cosa accade nel resto dell'Europa e imparare reciprocamente sulle modalità di approccio alle questioni di accesso culturale
- **Costruzione del pubblico**: diversi studi dimostrano che la questione dell'accesso e della partecipazione appare sbilanciata più dal lato della domanda che da quello dell'offerta. Tuttavia gli sforzi relativi allo sviluppo del pubblico riguardano prima di tutto la creazione di una domanda: le istituzioni e le organizzazioni culturali dovrebbero adeguare l'offerta ai bisogni del pubblico, passando da un metodo di lavoro guidato dall'offerta a uno guidato dalla domanda
- **Produzione di valutazione di impatto**: c'è un forte bisogno di una metodologia di valutazione accurata, basata su dati quantitativi e qualitativi. Inoltre, c'è un evidente bisogno di una valutazione sul medio e sul lungo termine con lo scopo di analizzare processi complessi, come la costruzione di nuovi pubblici e la definizione di strategie per la partecipazione
- **Mettere il dialogo interculturale al centro della politica culturale cittadina**, anche attraverso la creazione di un Centro per l'Intercultura a Roma oppure di un Festival della multietnicità: la città è ricchissima di iniziative interculturali, numerosi sono gli spazi in cui ciò avviene (scuole, biblioteche, centri sociali, associazioni), ma deve esserci un centro unico. Uno spazio fisico e non solo in cui tutte queste esperienze possano convergere. Uno spazio in cui tutte le forze

dell'intercultura romane si uniscano e si incontrino. L'idea è quella di un centro che abbia la funzione non soltanto di esibire l'intercultura ma produrla (a titolo esemplificativo, si veda l'esperienza di Milano [http://www.cittametropolitana.mi.it/cultura/progetti/la\\_casa\\_delle\\_culture\\_del\\_mondo\\_milano/spazi/index.html](http://www.cittametropolitana.mi.it/cultura/progetti/la_casa_delle_culture_del_mondo_milano/spazi/index.html))

- Favorire **processi di diversificazione** a livello di gestione delle istituzioni culturali

#### 4. Fonti

---

- ADESTE (2014), *Research Report on New Training Needs*, [http://www.adesteproject.eu/sites/default/files/resources/attachments/ADESTE\\_Report\\_New\\_Training\\_Needs\\_Dec\\_2014.pdf](http://www.adesteproject.eu/sites/default/files/resources/attachments/ADESTE_Report_New_Training_Needs_Dec_2014.pdf)
- ADESTE (2014), *Research Report: European Occupational Standard Profile of the Audience Developer*, [http://www.adesteproject.eu/sites/default/files/resources/attachments/ADESTE\\_Report\\_Profile\\_Audience\\_Developer.pdf](http://www.adesteproject.eu/sites/default/files/resources/attachments/ADESTE_Report_Profile_Audience_Developer.pdf)
- Bollo, A., Di Federico, E., Gariboldi, A. (2009), *Quali politiche per un pubblico nuovo*, Fondazione Fitzcarraldo, Torino, [http://www.fitzcarraldo.it/ricerca/pdf/nuovipubblici\\_report.pdf](http://www.fitzcarraldo.it/ricerca/pdf/nuovipubblici_report.pdf)
- Da Milano, C. e Falchetti, E. (a cura di.) (2014), *Storie per i musei, musei per le storie*, Vettrani editore srls, Nepi (VT), <http://www.diamondmuseums.eu/downloads/Handbook-Italian.pdf>
- De Biase, F. (a cura di) (2014), *I pubblici della cultura. Audience development, audience engagement*, Franco Angeli, Milano
- OMC-Open Method of Coordination working group of EU Member States experts (2012), *Report on policies and good practices in the public arts and in cultural institutions to promote better access to and wider participation in culture, 2012* [http://ec.europa.eu/culture/policy/strategic-framework/documents/omc-report-access-to-culture\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/culture/policy/strategic-framework/documents/omc-report-access-to-culture_en.pdf)
- Consiglio d'Europa (2005), *Convenzione quadro del Consiglio d'Europa sul valore del patrimonio culturale per la società*, [http://www.beniculturali.it/mibac/multimedia/UfficioStudi/documents/1362477547947\\_Convenzione\\_di\\_Faro.pdf](http://www.beniculturali.it/mibac/multimedia/UfficioStudi/documents/1362477547947_Convenzione_di_Faro.pdf)
- Consiglio d'Europa (2008), *Libro Bianco sul Dialogo Interculturale. Vivere insieme in pari dignità*, [http://www.coe.int/t/dg4/intercultural/Source/Pub\\_White\\_Paper/WhitePaper\\_ID\\_ItalianVersion.pdf](http://www.coe.int/t/dg4/intercultural/Source/Pub_White_Paper/WhitePaper_ID_ItalianVersion.pdf)