

Compagnia
di San Paolo

ORA!

—
LINGUAGGI CONTEMPORANEI
PRODUZIONE INNOVATIVE

Analisi dei progetti partecipanti al Bando ORA!

Aprile 2017

***CSS – EBLA
Centro Studi Silvia Santagata***

Indice

Introduzione	5	SECONDA PARTE	28
		Contributi di riflessione	
PRIMA PARTE	6		
Analisi dei soggetti e dei progetti			
1. I soggetti	7	3. La cultura crossdisciplinare e tecnologica in Italia	29
1.1 La carta di identità dei soggetti che hanno partecipato al Bando ORA!	7	3.1 Premessa narrativa e metodologica	29
• Tipologie	7	3.2 Verso un umanesimo digitale contemporaneo	29
• Presenza sulla scena della produzione culturale ed età dei soggetti	7	3.3 Progetti culturali: il cosmo umanistico crossdisciplinare	30
• Traiettorie lavorative e competenze	9	3.4 Cenni analitici intorno ai risultati del Bando ORA!	30
• Ambiente lavorativo e condizioni contrattuali	10	3.5 Conclusioni, proposte e domande	31
• Bilanci dei soggetti e finanziamento richiesto al bando	11		
1.2 Distribuzione geografica e area di lavoro	12	4. Qualche considerazione prospettica sul ruolo della Compagnia di San Paolo per la produzione artistica contemporanea	32
• La diffusione del Bando ORA!	13		
• Il territorio di attività delle organizzazioni	14	TERZA PARTE	34
1.3 Ambiti di attività	16	Approfondimenti	
1.4 Metodologia di lavoro	17		
1.5 Utilizzo delle nuove tecnologie	18	5. Misure della multidisciplinarietà in ambito culturale	35
1.6 Pubblico di riferimento	18		
		6. Nuove tecnologie e innovazione culturale	42
2. I progetti	19		
2.1 Distribuzione geografica e area di lavoro	19	7. Bibliografia	45
• Sede del progetto a confronto con il territorio di azione delle organizzazioni	20		
2.2 La capacità di fare rete	20		
2.3 Crossdisciplinarietà e ambiti di attività di riferimento	21		
• Crossdisciplinarietà, soggetti, progetti	21		
• Crossdisciplinarietà come compenetrazione o giustapposizione	22		
2.4 Nuove tecnologie	24		
2.5 Pubblico di riferimento	25		
2.6 Elementi economici dei progetti	26		

Introduzione

L'analisi che viene presentata di seguito è l'esito di un gruppo di lavoro esteso, che ha coinvolto lo scrittore Gianluigi Ricuperati e i ricercatori del Centro Studi Silvia Santagata –EBLA in un ricco e fecondo processo di dialogo e confronto con l'Area Innovazione Culturale della Compagnia di San Paolo.

La prima parte dell'analisi è frutto del lavoro congiunto di Giovanna Segre e Paola Borrione e presenta i soggetti che hanno partecipato al Bando ORA!, analizzando le loro caratteristiche principali, così come i progetti per i quali è stato richiesto il finanziamento.

La seconda parte ospita due riflessioni, a firma di Gianluigi Ricuperati e Giovanna Segre, rispetto alle prospettive di lavoro sul ruolo della Compagnia di San Paolo per la produzione artistica contemporanea, sulla base dei risultati del bando stesso.

La terza e ultima parte, infine, accoglie due contributi di approfondimento di quelle che per il Bando ORA! sono due delle tematiche principali attorno alle quali si richiedeva la riflessione dei partecipanti, quella della crossdisciplinarietà, a firma di Giangavino Pazzola e quella dell'utilizzo delle nuove tecnologie nell'ambito della produzione culturale a firma di Paola Borrione.

Prima parte Analisi dei soggetti e dei progetti

1. I soggetti

1.1 La carta di identità dei soggetti che hanno partecipato al Bando ORA!

Tipologie

Il primo risultato che viene evidenziato dall'analisi dei soggetti che hanno partecipato al Bando ORA! è il fatto che le associazioni culturali sono i protagonisti pressoché assoluti delle risposte. La maggior parte dei soggetti che hanno trasmesso un progetto sono infatti associazioni - oltre il 70% dei partecipanti -, suddivise fra associazioni non riconosciute, 119 su 176, associazioni riconosciute (30) e associazioni di promozione sociale (26), oltre a un Comitato di promozione dello sport. Il restante terzo si suddivide tra enti privati non a scopo di lucro e fondazioni, cooperative, enti

locali, organizzazioni di volontariato e Università o Politecnico (4 soggetti in totale).

Presenza sulla scena della produzione culturale e età dei soggetti

Il secondo dato saliente è quello relativo alla durata della presenza sulla scena culturale delle organizzazioni: un terzo dei soggetti che hanno presentato domanda al bando sono attivi sulla scena culturale da 5 anni o meno. Fra i partecipanti vi sono infatti 80 organizzazioni nate dopo il 2012. Anche gli altri partecipanti sono relativamente giovani, la maggior parte, infatti, è nata dopo il 1996 e in particolare dopo il 2008, come è facile notare nel grafico che segue in cui l'ampiezza delle "bolle" cresce sulla base del numero di organizzazioni nate per anno.

Grafico 1
Suddivisione dei soggetti partecipanti al bando per tipologia di organizzazione

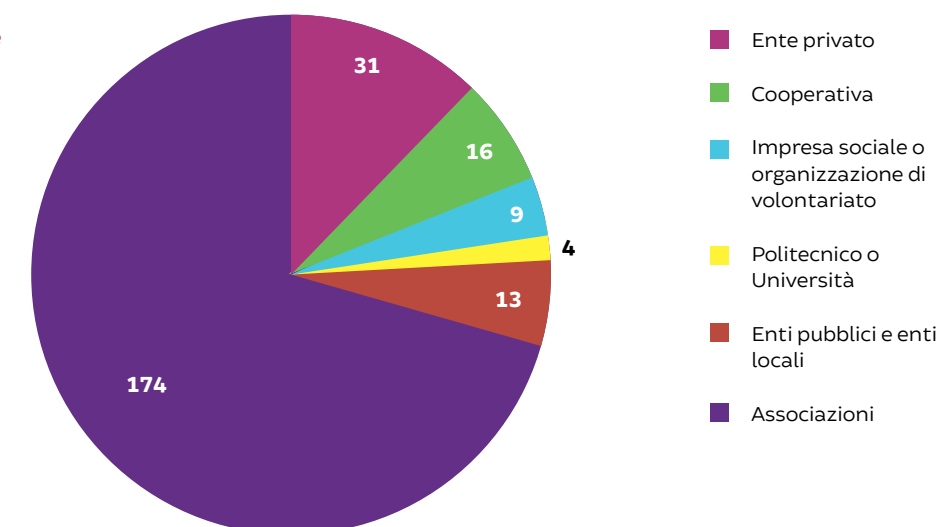
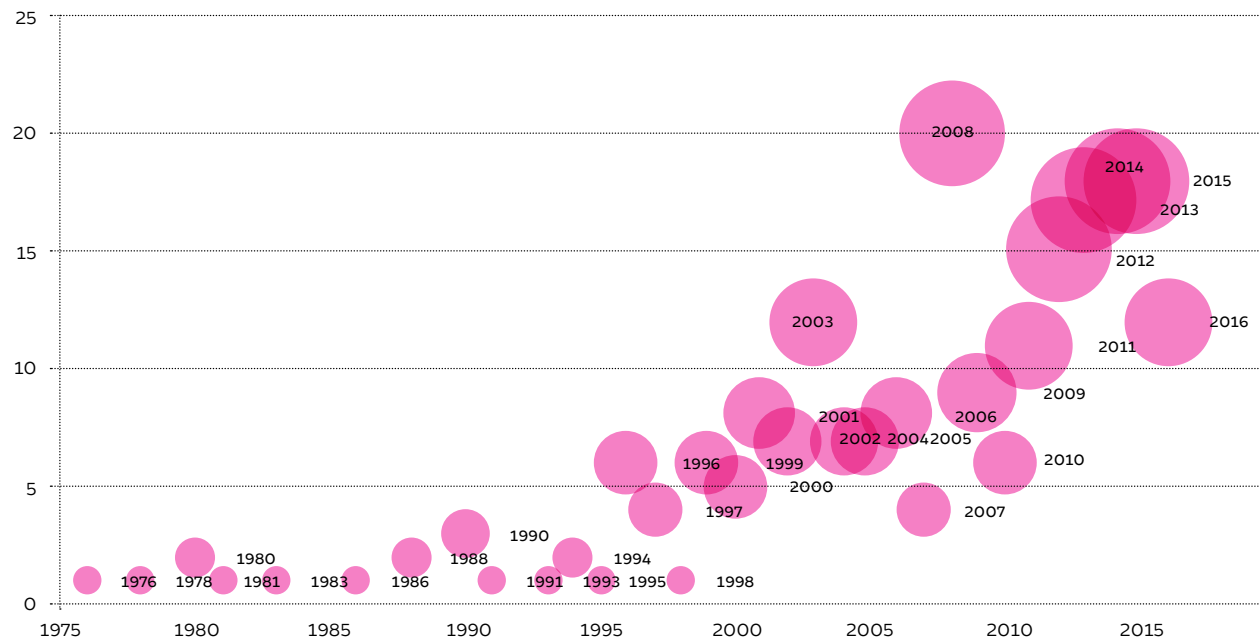


Grafico 2
Andamento delle "nascite" dei soggetti partecipanti per anno (dal 1975 in poi)



Dal punto di vista dell'età delle persone che collaborano stabilmente con i soggetti che hanno presentato le proposte, vi è una leggera preminenza di persone con meno di 35 anni (il 52%), rispetto al

48% di over 35. Questa prevalenza sale nettamente fra le persone che operano in soggetti nati di recente: le organizzazioni nate dopo il 2010, infatti, hanno quasi il 60% di personale con meno di 35 anni.

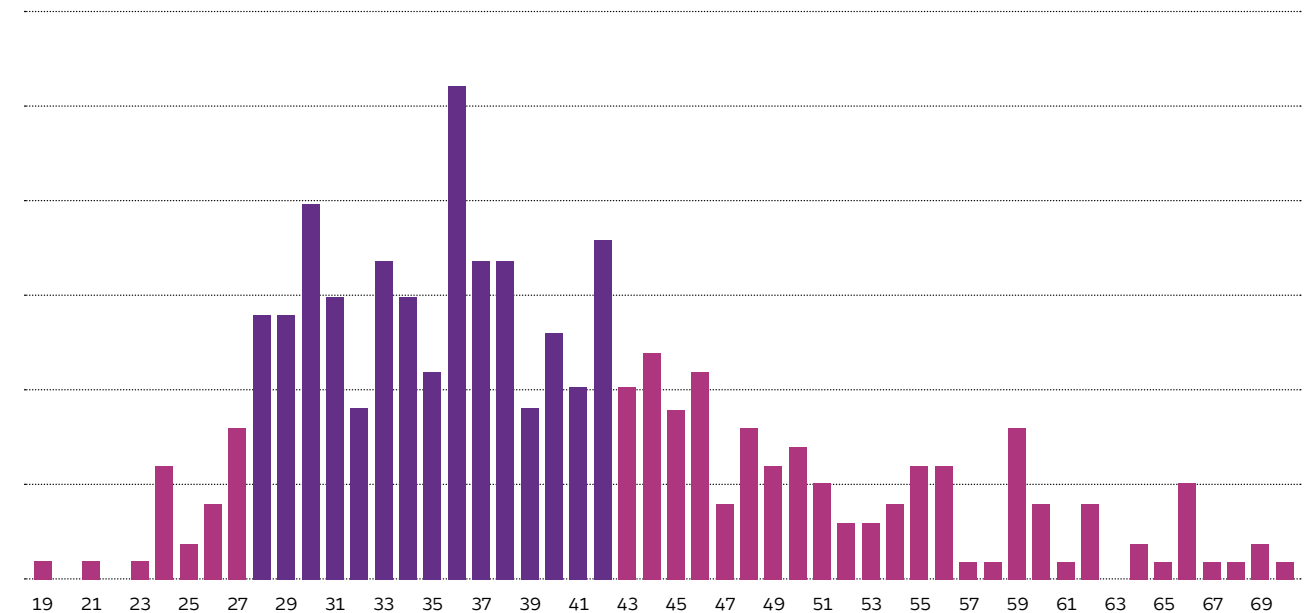
Tabella 1
Suddivisione del personale dei soggetti che hanno presentato domanda fra over e under 35 sulla base della data di nascita dell'organizzazione

Data di nascita dell'organizzazione	% del personale con più di 35 anni	% del personale con meno di 35 anni
Fino al 1999	57	43
2000-2016	43	57
Ultimi dieci anni (2007-2016)	42	58

Questo dato, tuttavia, differisce con quello relativo ai **team di lavoro del progetto (circa 2.000 persone)**. Quasi il 70% delle persone coinvolte, come

progettisti o artisti, nei progetti presentati ha più di 35 anni.

Grafico 3
Distribuzione per età degli artisti partecipanti al Bando ORA!



L'età media dei progettisti è di 43 anni e nel 70% dei casi i progettisti sono in media più anziani di 7 anni rispetto agli artisti. **Letà media degli artisti è 41 anni**: la maggior parte degli artisti ha tra i 28 e i 42 anni, equamente distribuiti tra i più giovani (28-34 anni) e i più vecchi (35-42 anni). La distribuzione per età si estende verso le età più avanzate, mentre sono pochissimi i giovani under 30: i grandi assenti fra i partecipanti al Bando ORA! sono gli artisti giovani e giovanissimi, quelli che in questi anni si stanno formando o hanno appena terminato il loro percorso all'interno di scuole e accademie.

Traiettorie lavorative e competenze

Alcune ulteriori considerazioni possono essere compiute a livello di team di progetto. Innanzi tutto è interessante notare che circa il 34% delle

domande individua come responsabile del progetto un artista, il 48% persone con un percorso lavorativo eterogeneo (artistico e da *project manager* allo stesso tempo) e solo il **18% un progettista** che si dichiara tale anche a livello di curriculum vitae, esperienze compiute, competenze e specializzazione lavorativa. I progettisti culturali sono pochi e nella maggior parte dei casi sono più giovani degli altri responsabili di progetto: sembra quindi trattarsi di una figura professionale delineatasi più di recente, le cui mansioni e competenze in passato venivano probabilmente assorbite dagli artisti. Una seconda considerazione può essere compiuta rispetto ai percorsi lavorativi dei responsabili di progetto e degli artisti coinvolti: si tratta nella maggior parte dei casi di **percorsi professionali molto frammentati** che, se da una parte mostrano una ricchezza di esperienze molto accentuata,

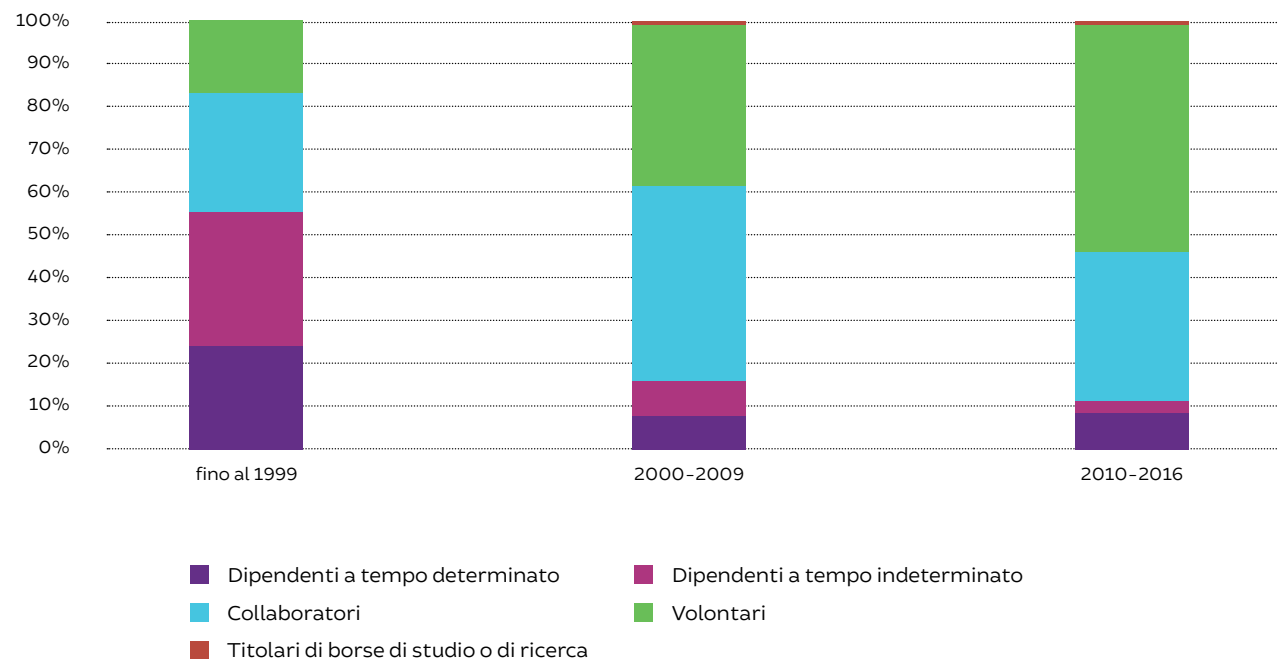
dall'altra segnalano una certa fragilità dovuta a percorsi poco coerenti o al convivere di esperienze lavorative molto differenti, che sembrerebbero dettate in buona parte dei casi dalla necessità di trovare un equilibrio a livello di risorse economiche. Tutto questo, chiaramente, a discapito dell'investimento rispetto allo sviluppo delle proprie competenze in campo artistico e di conseguenze di una carriera in tal senso. Infine, analizzando i funzionigrammi presentati, è interessante notare che, pur con differenti livelli di approfondimento e strutturazione del team, sono stati presentati gruppi di progetto abbastanza ben delineati, soprattutto a livello di competenze artistiche e culturali, ma meno a livello di competenze amministrative o di direzione di progetto.

Ambiente lavorativo e condizioni contrattuali

Tornando ad analizzare le organizzazioni coinvolte possiamo notare che le persone (escluso il personale degli enti pubblici) prestano la loro opera

all'interno delle organizzazioni secondo **modalità contrattuali molto diversificate**: la maggior parte del personale ha una collaborazione (1308), oppure opera come volontario (1248). Circa mille soggetti sono invece inquadrati con contratti di lavoro stabili, a tempo determinato (457) o indeterminato (505). Residuali invece coloro che sono titolari di borse di studio o di ricerca (15). Le organizzazioni più longeve sono quelle che offrono condizioni contrattuali più stabili ai lavoratori, mentre quelle nate più di recente si appoggiano più facilmente al lavoro volontario o alle collaborazioni. Questo dato da una parte riflette un andamento simile a livello nazionale, in qualsiasi altro settore produttivo, dall'altra riteniamo che derivi dal fatto che molte delle organizzazioni che hanno partecipato al bando sono nate da pochi anni. Le persone che collaborano con queste organizzazioni, probabilmente, intendono il loro operare anche come un investimento di tempo per far crescere l'organizzazione stessa, che non deve essere riconosciuto in maniera adeguata in termini di compenso o di stabilità contrattuale nell'immediato.

Grafico 4
Tipologie di relazione organizzazione - personale sulla base del periodo di nascita delle organizzazioni

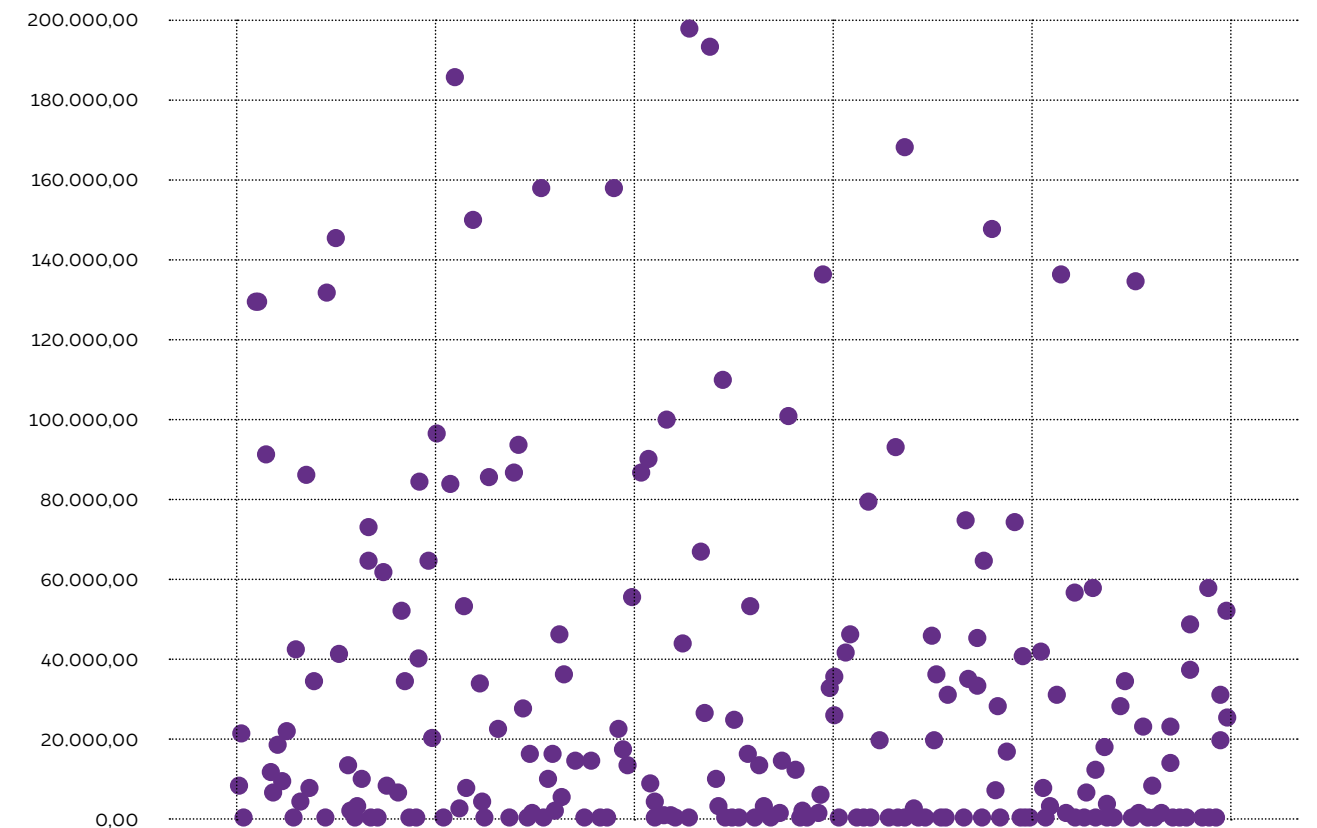


Bilanci dei soggetti e finanziamento richiesto al bando

È possibile compiere un'ultima osservazione rispetto alla **capacità dei soggetti di finanziare le proprie attività** al fine di comprendere quali siano i canali più utilizzati e come venga inteso il potenziale contributo della Compagnia di San Paolo. Innanzi tutto bisogna sottolineare che si tratta di soggetti che per la maggior parte non hanno **mai beneficiato di contributi da parte della Compagnia di San Paolo**. 201 soggetti, infatti non hanno mai ricevuto contributi in passato, mentre i rimanenti 49, escludendo gli enti pubblici, hanno ricevuto in più della metà dei casi una serie di contributi nel corso del tempo che in totale ammontano al massimo a 100.000 euro. Vi sono poi una

serie di soggetti che hanno ricevuto contributi cumulati di entità molto superiore, fra i 100.000 e i 500.000 euro nel corso del tempo, ma si tratta principalmente di istituzioni, fondazioni o soggetti che operano in ambito sociale. La maggior parte dei soggetti non opera attraverso campagne di raccolta fondi: sono 179 le organizzazioni che non lo fanno e 71 le organizzazioni che lo fanno. Di queste ultime solo 28 hanno fornito dati sulle campagne effettuate, le altre nella maggior parte dei casi dichiarano di essere intenzionate a fare campagne di raccolta fondi ma di non averle ancora realizzate o di non aver al momento raggiunto risultati apprezzabili. In media le organizzazioni dimostrano di essere capaci di raccogliere tra i 2.000 e i 3.000 euro all'anno, con alcune eccezioni con maggiori entrate.

Grafico 5
Distribuzione delle organizzazioni per fasce di entrate (dal grafico sono state eliminate le organizzazioni le cui entrate superano i 200.000 euro per permettere di apprezzare meglio le organizzazioni che si trovano nella fascia inferiore del grafico). Media delle entrate degli ultimi due anni dichiarati in sede di domanda.



Comparare i dati di bilancio risulta più difficoltoso, sia perché le organizzazioni possono decidere di procedere alla redazione di bilancio per cassa o per competenza, sia soprattutto perché sono moltissime le organizzazioni nate da pochissimi anni i cui bilanci sono esigui o addirittura, nel 2016, si trovano al primo anno di esercizio. Possiamo tuttavia compiere alcune osservazioni:

- La maggior parte delle organizzazioni ha **entrate inferiori ai 20.000 euro**, e fra questi è preponderante la situazione di chi, storicamente, ha entrate pari a 0. Questi dati tratteggiano due situazioni differenti: quella delle organizzazioni che hanno appena iniziato la loro attività e quella di associazioni che lavorano da anni "al minimo" e che provano a cogliere l'occasione del bando per ottenere le risorse con cui lavorare in maniera più strutturata. In questo secondo caso possiamo ipotizzare che la fonte di reddito delle persone che partecipano all'organizzazione provenga da altri lavori e che il percorso di crescita dell'organizzazione stessa sia molto legato alle occasioni che possano capitare, più che alla capacità imprenditoriali dei soggetti.
- Le organizzazioni con bilanci più solidi sono in misura preponderante quelle che operano nel campo del sociale e quelle che gestiscono spazi per le *performing arts*. Si tratta, come è facile aspettarsi,

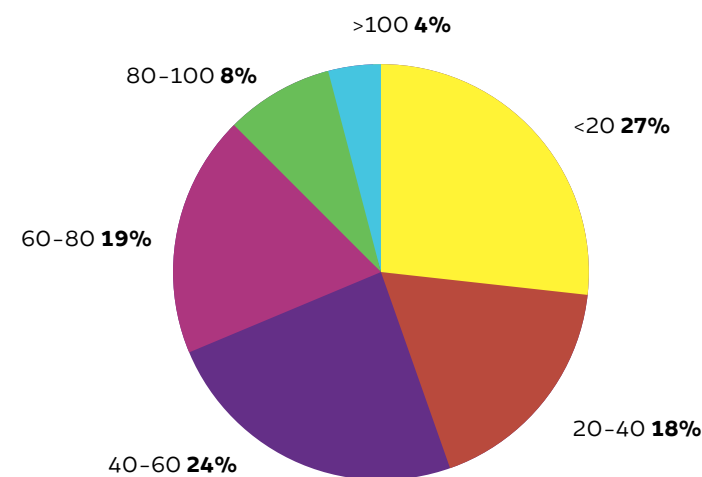
di organizzazioni longeve, quelle di costituzione più recente hanno infatti bilanci più fragili e meno costanti nel tempo.

Il contributo richiesto a Compagnia nel 45% dei casi corrisponde a meno del 40% delle entrate previste per il 2016 mentre supera il 60% delle entrate previste nel 31% dei casi (alcuni addirittura hanno entrate previste minori rispetto al contributo richiesto e quindi anche al costo del progetto).

Quella richiesta tramite il bando si tratta nella maggior parte dei casi di un'entrata importante, soprattutto se si tiene conto del fatto che la maggior parte delle organizzazioni che chiedono cifre corrispondenti a meno del 20% del loro budget sono quelle che operano nel campo socio assistenziale e della formazione e non in campo strettamente culturale.

Tale considerazione viene rafforzata dall'analisi delle fonti di entrata previste per il 2016: la differenziazione delle fonti è una situazione abbastanza rara. Come detto pocanzi in più della metà dei casi il contributo di Compagnia rappresenta la maggiore fonte di entrate; seguono le attività commerciali (principalmente biglietti di spettacoli, assistenza, formazione), contributi da enti pubblici (comuni, regioni, MIBACT), contributi da altre fondazioni o enti e, in maniera residuale, contributi da privati (soci o donazioni).

Grafico 6
Incidenza delle richieste di contributo rispetto alle entrate previste



In sintesi

- Le organizzazioni culturali che hanno partecipato al bando sono in maggioranza associazioni nate di recente con personale in buona misura under 35
- Tuttavia i team di progetto hanno un'età media più avanzata e i grandi assenti fra i partecipanti al Bando ORA! sono gli artisti giovani e giovanissimi, quelli che in questi anni si stanno formando o hanno appena terminato il loro percorso all'interno di scuole e accademie
- Vi è scarsa presenza di progettisti culturali a livello di responsabili di progetto
- Gli artisti e i progettisti sono caratterizzati da frammentarietà delle esperienze e fragilità del percorso lavorativo
- La maggior parte delle organizzazioni non ha mai richiesto contributi alla Compagnia di San Paolo

1.2 Distribuzione geografica e area di lavoro

La provenienza geografica dei soggetti che hanno partecipato può essere sintetizzata sulla base di due prospettive principali:

- si tratta per la maggior parte di soggetti che hanno sede nel **Nord Italia** e in particolare nel Nord Ovest: più di metà dei partecipanti ha sede in Piemonte e un terzo dei partecipanti ha sede a Torino
- la maggior parte dei soggetti ha sede all'interno del territorio urbano, in primis **Torino (89), Genova (25), Milano (24)**, confermando il dato che emerge da diversi studi (Bertacchini, Santagata 2012; Symbola

– Unioncamere, 2016) relativo alla specializzazione territoriale nell'ambito di produzione di cultura. I contesti urbani si confermano i più attivi nelle industrie di produzione di contenuto, nelle *performing arts* e nell'arte contemporanea, mentre i territori non urbani, quando vedono la presenza di industrie culturali, ospitano le industrie creative legate alla cultura materiale.

La diffusione del Bando ORA!

Se si esamina la capacità del Bando ORA! di allargare gli orizzonti di azione della Compagnia, ad un primo sguardo si sarebbe tentati di rispondere

Figura 1A
Distribuzione geografica delle organizzazioni Nord Italia

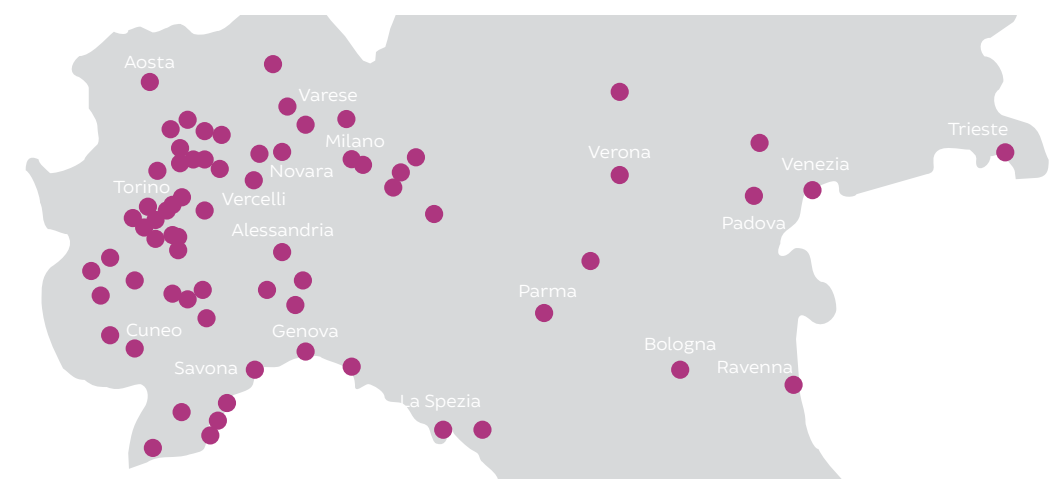


Figura 1B
Distribuzione geografica delle organizzazioni
Italia



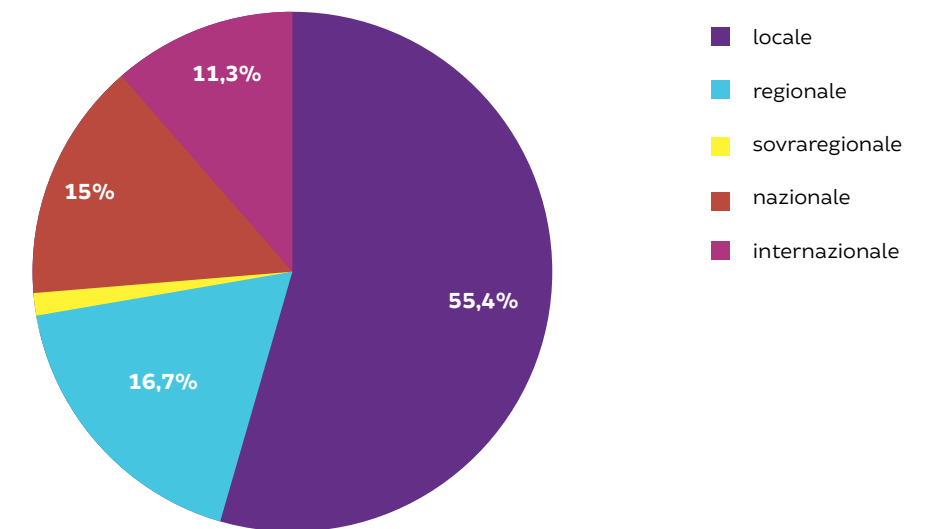
in termini negativi: nonostante la diffusione a livello nazionale del bando, infatti, la partecipazione si concentra nel Nord Ovest. Tuttavia, se si confrontano i dati di questo bando con le altre azioni strutturate che Compagnia di San Paolo ha promosso nel corso del tempo (Generazione Creativa del 2011 e Scene allo Sbandò del 2014), la differenza è netta. Nel bando Scene allo Sbandò la totalità delle candidature proveniva da Piemonte o Liguria (ma questa caratteristica era un requisito del Bando). In Generazione Creativa il 63% dei progetti candidati proveniva da Torino, l'85% dal Piemonte e il 96% da Piemonte e Liguria, contro un 4% dal resto d'Italia. Nel caso del Bando ORA! la percentuale di organizzazioni con sede in Piemonte e Liguria cala al 70% e quella dei soggetti fuori ambito sale al 30%. A titolo di esempio, i soggetti che provengono dalla Lombardia eguagliano coloro che hanno sede

in Liguria. È dunque evidente che il Bando è riuscito nell'intento di allargare dal punto di vista geografico la base dei richiedenti, raddoppiando di fatto le richieste di chi opera al di fuori delle regioni focus della Compagnia di San Paolo.

Il territorio di attività delle organizzazioni

Se guardiamo alla scala territoriale cui operano i soggetti, desunta dalla descrizione delle attività che ogni soggetto ha inviato, più della metà è attivo a livello locale, si tratti di un quartiere o zona della città o di una singola città. Il 20% dei partecipanti lavora abitualmente a livello regionale, grazie a collaborazioni o presenza su più sedi, il 15% a scala nazionale - grazie a rappresentazioni, presenza in gallerie, mostre, festival cui partecipa, e l'11% a scala internazionale, avendo costruito una rete di partnership a livello europeo o avendo la capacità di

Grafico 7
Raggio di azione delle organizzazioni



attrarre sul territorio artisti internazionali. Vi sono tuttavia differenze abbastanza significative

rispetto al raggio di azione dei partecipanti sulla base della loro provenienza.

Tabella 2
Raggio di azione delle organizzazioni per provenienza geografica

raggio di azione	Piemonte (%)	Liguria (%)	Lombardia (%)	Lazio (%)	altre regioni (%)
locale	65	60	11	31	57
regionale	15	10	19	38	20
sovraregionale	1	7	0	8	0
nazionale	8	17	44	15	17
Internazionale	11	7	26	8	6

Fonte: elaborazione nostra su database Bando ORA!

Nel dettaglio si evidenzia come i soggetti che provengono fuori dal Piemonte hanno più spesso una dimensione nazionale come territorio di riferimento a livello di partnership, professionisti coinvolti, o pubblico, con il caso "estremo" dei soggetti aventi sede in Lombardia che hanno una dimensione nazionale nel 44% dei casi e

internazionale nel 26%, ben al di sopra di tutti gli altri territori (cfr. Tabella 2). Non essendo i bandi della Compagnia uno dei canali usuali di finanziamento degli enti presenti su altri territori, solo alcuni operatori sono riusciti a dare una risposta alla proposta del Bando ORA!. Se quindi nel territorio piemontese tutti gli operatori, più o meno

strutturati, a qualsiasi livello territoriale operino, vengono a conoscenza dei bandi della Compagnia e li utilizzano quali strumenti di finanziamento dei propri progetti, su altri territori è evidente che è necessario essere più strutturati (assumendo il fatto che lavorare sul territorio nazionale e internazionale sia un indice di maggiore strutturazione) per

venire a conoscenza di tali bandi e poi decidere di parteciparvi. Questo, peraltro, potrebbe essere un ulteriore risultato positivo poiché l'autoselezione dei partecipanti ha innalzato il livello medio dei partecipanti dal punto di vista della solidità, della costruzione di reti, e probabilmente anche della qualità delle proposte progettuali.

In sintesi

- Il Bando ORA! ha ampliato il raggio di azione geografico abituale della Compagnia di San Paolo
- La maggior parte delle organizzazioni ha sede nel Nord Ovest e in particolare in territorio urbano (Torino 89, Genova 25, Milano 24)
- Le organizzazioni fuori dal territorio di azione usuale di Compagnia di San Paolo che hanno risposto al bando sono più strutturate in termini di partnership e curriculum

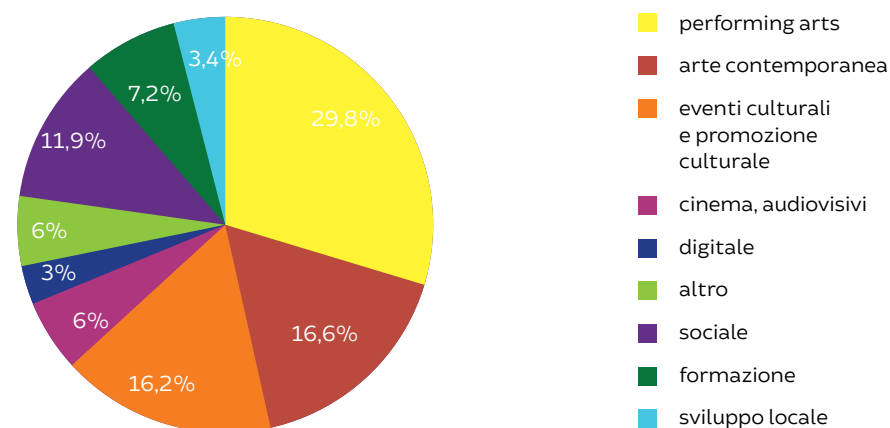
1.3 Ambiti di attività

Analizzando le informazioni che i soggetti hanno fornito, si può desumere quali siano gli ambiti di attività principali. Ai fini della presente analisi è stata considerata una sola attività per ognuno dei soggetti, e a parte è stata rilevata la presenza o l'assenza di crossdisciplinarietà nella costruzione della propria proposta culturale (cosa differente dal fatto che i soggetti operino in diversi campi

dell'offerta culturale, come ad esempio teatro e danza).

Le domande al Bando ORA! provengono per circa il 30% da soggetti che operano nel campo delle *performing arts* (abbiamo considerato come operanti nelle *performing arts* chi lavora nel campo del teatro, della musica dal vivo e della danza); all'interno di questo settore sono le compagnie teatrali o le organizzazioni che operano in campo teatrale ad aver partecipato in numero superiore.

Grafico 8
Ambito di azione delle organizzazioni



Seguono le organizzazioni che operano nel campo dell'arte contemporanea e coloro che organizzano eventi o che operano nella promozione culturale (spesso organizzando eventi). Vi sono poi una minoranza di soggetti che opera nel campo del cinema e degli audiovisivi e del digitale (intendiamo con digitale coloro che utilizzano come mezzi espressivi artistici le nuove tecnologie, come per esempio coloro che digitalizzano colori, suoni, forme, movimenti e li traspongono in oggetti digitali o materiali). Restano fuori da questa classificazione tutta una serie di soggetti che operano in nicchie molto precise della sfera culturale (fumetto, giochi urbani, editoria d'arte, intercultura, ...). Oltre agli operatori culturali in senso stretto,

hanno partecipato al bando anche soggetti la cui attività principale non è in campo culturale, ma ad esempio in campo sociale - 28 organizzazioni - per i quali le attività culturali sono intese come mezzi di inclusione, cura, *empowerment*), nel campo dello sviluppo locale e ambientale (8 organizzazioni), per i quali quella culturale è una delle dimensioni degli interventi e gli operatori della formazione (17). A livello di differenziazione territoriale non è possibile individuare un pattern preciso; tuttavia si può notare come le domande provenienti dal Piemonte siano riconducibili a un numero di settori più ampio, mentre quelle provenienti da altre regioni si concentrino in alcuni settori (arte contemporanea, audiovisivo, performing arts e teatro in particolare, sociale).

In sintesi

- Performing arts e arte contemporanea sono gli ambiti di lavoro prevalenti delle organizzazioni

1.4 Metodologia di lavoro

Una delle richieste principali del Bando ORA! ai progettisti è quella di elaborare proposte crossdisciplinari, crossmediali, all'incrocio quindi tra discipline differenti, quale elemento distintivo di innovazione. È quindi interessante verificare se i soggetti che hanno risposto al bando sono soliti operare attraverso questa metodologia nelle attività culturali che realizzando. Esaminando la descrizione dei soggetti si evince che **solo un terzo** dei partecipanti lavora secondo una prospettiva crossdisciplinare, integrando forme espressive differenti. I restanti due terzi dei proponenti non lavora abitualmente in tale maniera, anche se sono molti a operare in diversi campi artistici. Non si riscontrano particolari differenze rispetto ai territori di provenienza, mentre si notano delle differenze sulla base dei campi di attività di riferimento. Sono maggiormente votati all'uso di metodologie crossdisciplinari coloro che operano nel campo del

digitale (la quasi totalità) e dell'arte contemporanea (metà dei partecipanti). Mentre per quanto riguarda gli altri ambiti artistici o non (sociale, formazione, sviluppo locale), la crossdisciplinarietà si attesta intorno o sotto la media. Un discorso a parte meritano le *performing arts*: in media hanno un'offerta crossdisciplinare circa il 40% delle organizzazioni. Questo dato, tuttavia, è fortemente influenzato dalla presenza di un grande numero di soggetti che individuano genericamente nelle *performing arts* il proprio settore di riferimento, magari accostando tra di loro diversi settori disciplinari, senza un focus preciso. Questi sono più propensi a descriversi come crossdisciplinari, mentre gli operatori che sono specializzati in uno solo degli ambiti delle *performing arts* (danza, teatro, ...) sono più di frequente "monodisciplinari". Bisogna tuttavia sottolineare che proprio questi ultimi soggetti sono quelli che vantano in media curricula con un profilo qualitativo più elevato, capacità di tessere partnership e relazioni a livello internazionale, presenza nelle manifestazioni di maggiore rilievo.

In sintesi

- Solo un terzo dei partecipanti lavora secondo una prospettiva crossdisciplinare
- Sono maggiormente votati all'uso di metodologie crossdisciplinari coloro che operano nel campo del digitale (la quasi totalità) e dell'arte contemporanea (metà dei partecipanti al bando)

1.5 Utilizzo delle nuove tecnologie

In generale le organizzazioni hanno una buona presenza sul web, tramite il proprio sito web o pagine social. Sono tuttavia solo 7 le realtà che lavorano in maniera diretta nel digitale, ovvero utilizzando le

nuove tecnologie come mezzi espressivi. Non sembra dunque esserci una pratica diffusa dell'uso delle nuove tecnologie all'interno delle organizzazioni prese in considerazione, se si eccettua la funzione di comunicazione e promozione.

1.6 Pubblico di riferimento

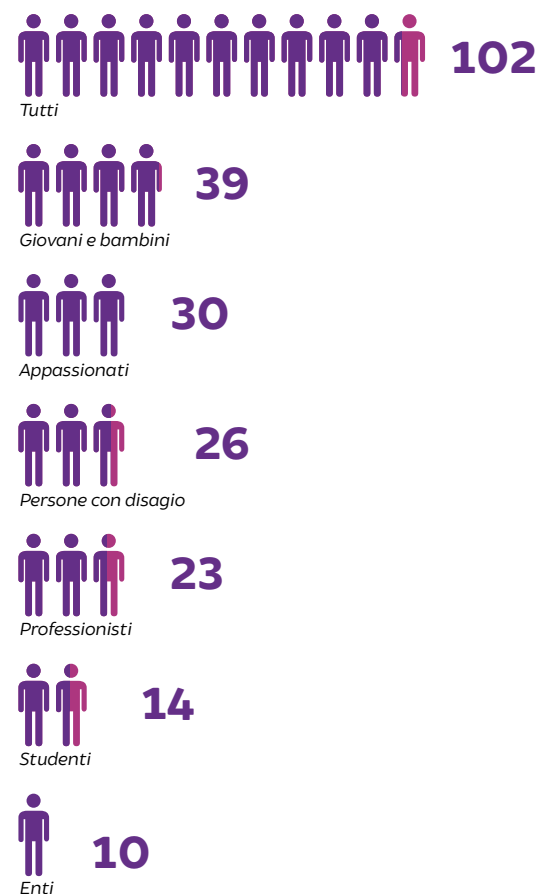
Gran parte delle organizzazioni non ha un pubblico di riferimento preciso: "tutti" sono i destinatari dei progetti e delle attività realizzate. Questa indicazione ha due declinazioni principali: il non aver individuato in maniera univoca un pubblico principale di riferimento (cosa che, peraltro, aiuterebbe nel definire la propria proposta culturale) o l'aver molti diversi target (bambini, famiglie, adulti fra i 40 e i 50, anziani, ...) senza una particolare preponderanza di uno di essi. Altre organizzazioni, invece hanno individuato in maniera più chiara quali sono i loro target di riferimento; se si eccettuano i casi della formazione e della risposta al disagio (economico, mentale, sociale, ...) i pubblici più di frequente nominati sono quello dei giovani e dei bambini, degli appassionati (di danza, di arte contemporanea, di musica, ...) e dei professionisti dell'arte e della cultura. Tralasciando le organizzazioni non culturali (che quindi per definizione hanno un pubblico che è in maggioranza obiettivo delle loro funzioni), è interessante osservare che sono soprattutto le organizzazioni che si occupano di digitale e quelle che si occupano di arte contemporanea ad aver individuato un **target preciso di riferimento**:

- per chi opera nel digitale il target sono principalmente **i professionisti e realizzatori**
- per chi lavora nell'arte contemporanea il target di riferimento sono gli **appassionati di arte contemporanea e i professionisti** del settore (galleristi, critici, artisti).

In tutti gli altri casi il pubblico "generico" prevale su quello specifico.

Grafico 9

Pubblico di riferimento delle organizzazioni



In sintesi

- Il pubblico "generico" prevale su quello specifico
- Gli operatori dell'arte contemporanea e del digitale hanno individuato nei professionisti e negli appassionati un target specifico

2. I progetti

2.1 Distribuzione geografica e area di lavoro

L'esame delle sedi in cui saranno svolti i progetti presentati evidenzia i seguenti dati: innanzi tutto le sedi dei progetti sono state individuate con un **grado di localizzazione molto differente**: si parte dall'indicazione molto ampia del territorio regionale di riferimento, all'individuazione della o della città, all'indicazione del quartiere (es. Torino Mirafiori, o Barriera), all'individuazione del luogo esatto in cui si svolgerà il progetto (Carcere di Genova, Castello

di Tassarolo,...). La localizzazione più precisa del progetto potrebbe indicare una progettazione più chiara e anche l'individuazione più avanzata dei partner. 178 progetti scelgono di avere una sola sede in cui presentare il progetto, mentre 68 individuano due o più sedi in cui realizzare le attività progettuali (alcuni non individuano sedi precise). Di questi ultimi circa la metà indica due località, mentre la restante ne indica 3 (14 casi), 4 (8 casi), 5 (6 casi) 6 o più (6 casi). Quando si indicano diverse sedi, nella maggior

Figura 2

Distribuzione geografica dei progetti



parte dei casi, si indicano Torino o Genova e un'altra località; negli altri si tratta di località vicine fra di loro o che sono abituate a fare sistema (ad esempio i paesi di una vallata) oppure delle diverse città in cui l'organizzazione opera. Ciò che è interessante è che le sedi indicate in questi ultimi casi, sono spesso fuori dalle regioni in cui il Bando richiede di realizzare il progetto e coinvolgono principalmente paesi o città lombarde e campane.

Il **Piemonte** e la **Liguria** sono le regioni in cui si trovano la **maggior parte dei comuni sedi dei progetti**, con moltissimo distacco seguono, come seconda sede del progetto, la Lombardia (indicata 10 volte), la Campania (indicata 4 volte), la Basilicata, il Lazio, la Toscana (indicati 2 volte), la Calabria, l'Emilia Romagna e la Val d'Aosta (1 località), oltre ad alcuni progetti che individuano sedi internazionali (Belgio, Svizzera, Egitto, Francia, Tunisia, Bosnia).

Tra tutti i luoghi sede di progetto emerge Torino: viene indicata in **127 progetti**, di cui 92 solo a Torino e 35 insieme ad altre località. Segue Genova, in cui si vorrebbero realizzare 49 progetti, Ivrea (7), e la città capoluogo di provincia piemontesi e liguri (Alessandria 6, Novara 5, Vercelli 4, Verbania 4, La Spezia 4, Biella 4, Savona 3, Cuneo 3), e come seconda sede del progetto, Milano (4), e Napoli (3).

Sede del progetto a confronto con il territorio di azione delle organizzazioni

In più di metà dei casi (132) la sede dell'organizzazione non coincide con quella del progetto: una buona parte delle organizzazioni che hanno partecipato al bando, quindi, hanno dato segno di saper lavorare al di fuori del proprio territorio di riferimento, grazie

a *partnership* consolidate o grazie all'attivazione di nuove reti, o ancora cogliendo l'occasione del bando per iniziare a progettare per un nuovo territorio, nella maggior parte dei casi rispondente alla città di **Torino**. Se si guarda al raggio di azione delle attività, la maggior parte dei progetti presentati hanno valenza locale (171), 16 progetti interessano il territorio regionale di Piemonte o Liguria, un numero superiore ha valenza sovregionale (41, molti dei quali sono quelli che interessano Torino o Genova insieme ad altre città), 16 vedono l'intero territorio nazionale come sede delle attività di progetto e 4 hanno un raggio di azione internazionale.

Se si confronta il raggio di azione dei progetti con quello abituale delle organizzazioni che li hanno proposti, 97 organizzazioni hanno proposto progetti nell'ambito territoriale in cui operano abitualmente, 83 in un ambito territoriale meno ampio rispetto a quello usuale e 58 prevedono un raggio di azione più ampio rispetto a quello storico dell'organizzazione (stanno fuori alcuni progetti che non indicano la sede delle attività).

La grande maggioranza delle organizzazioni, quindi, ha individuato come territorio di riferimento delle attività progettuali un territorio che conoscono bene, in cui hanno *partnership* e hanno già lavorato; per quanto riguarda invece gli altri casi si tratta in gran parte di progetti che coinvolgono la città di Torino, scelta come sede dei progetti, pur essendo fuori dalle traiettorie progettuali usuali dei candidati al bando.

Nel caso del raggio d'azione dei progetti si osserva una differenza tra le organizzazioni di Piemonte e Liguria e quelle delle altre regioni: queste ultime, infatti, presentano più spesso in proporzione progetti di valenza nazionale e internazionale.

2.3 Crossdisciplinarietà e ambiti di attività di riferimento

Identificare l'ambito di riferimento dei progetti, che dovrebbero essere, per la stessa natura del bando, crossdisciplinari, è attività piuttosto difficile. Si è quindi deciso di procedere in tre step:

1. innanzi tutto abbiamo identificato un ambito prevalente di attività del progetto,
2. in seguito abbiamo censito tutti gli ambiti di lavoro,
3. infine abbiamo suddiviso i progetti tra quelli che prevedono la crossdisciplinarietà come profonda penetrazione tra discipline diverse, da quelli che la intendono come integrazione (interdisciplinarietà) di discipline differenti e da quelli che la intendono come giustapposizione (multidisciplinarietà), considerando queste ultime due modalità come comprensione parziale delle richieste del bando, con il fine di indagare sia le modalità in cui è stata concepita la crossdisciplinarietà, sia quali ambiti sono forieri delle due diverse interpretazioni, e di confrontare l'ambito di attività e la crossdisciplinarietà dei progetti con la metodologia di lavoro propria dei soggetti.

Crossdisciplinarietà, soggetti, progetti

Se si guarda all'ambito di azione principale, ovvero **all'attività maggiormente caratterizzante del progetto**, i progetti che più di frequente prevedono attività crossdisciplinari sono quelli nell'ambito delle performing arts (51%), e dell'arte che utilizza le nuove tecnologie (46%), mentre le altre categorie (arte contemporanea, audiovisivi, varie) sono staccate di almeno dieci punti percentuali. Significativo il caso degli eventi, in cui i progetti presentano crossdisciplinarietà sono nell'accezione di giustapposizione di eventi di natura disciplinare differente tra di loro.

La maggior parte dei progetti presentati hanno come ambito di produzione principale le *performing arts* (39%), cui segue l'arte contemporanea (32%), gli audiovisivi (9%), i progetti in campo sociale, di sviluppo territoriale (6%), il digitale, le mostre e gli eventi (fra il 5% e il 4%).

Dal punto di vista della localizzazione geografica delle organizzazioni non si notano grandi differenze rispetto all'ambito di azione primaria, se non nel caso della Lombardia, in cui i progetti di *performing arts* sono il perno delle attività multidisciplinari in più del 50% dei casi, quindi, ben oltre la media.

Figura 3
Tag cloud degli ambiti di produzione dei progetti del Bando ORA!



In sintesi

- I progetti presentati insistono su territorio conosciuti bene dalle organizzazioni
- Torino è territorio di elezione

2.2 La capacità di fare rete

Le *partnership* attivate per il progetto presentato sono per il 49% di livello locale, per il 5% di livello regionale, per il 14% sovregionale, e per il 15% nazionali o internazionali (rispettivamente il 6 e il 9%). Il 17% dei progetti non prevede *partnership* specifiche. Le relazioni attivate o previste dimostrano un buon grado di congruità rispetto al raggio di azione dei progetti e anche rispetto

alla capacità storica di attivare relazioni con altri soggetti. Si conferma, come per i soggetti, una maggiore propensione dei progetti presentati da organizzazioni fuori dal territorio piemontese e ligure – ed in particolare da parte di quelle lombarde, ad attivare relazioni di livello nazionale o internazionale (rispettivamente il 6% e l'11% per i soggetti residenti in altre regioni diverse da Piemonte e Liguria e l'11% e il 15% per la Lombardia).

Nel 58% dei casi l'ambito disciplinare proposto non rientra strettamente nella specializzazione dell'organizzazione che lo propone, ma la proporzione non è la stessa per tutti i settori culturali in cui operano le diverse organizzazioni. Chi propone progetti nell'ambito delle *performing arts* o dell'arte contemporanea, infatti, è più di frequente specializzato proprio in quel campo (81% e 76% delle organizzazioni rispettivamente), ben al di sopra della media, che viene vistosamente abbassata da tutte quelle organizzazioni che non operano in campo culturale, ma di promozione sociale, sviluppo locale, ecc., e che hanno comunque

proposto un progetto. Eliminando dall'analisi i progetti proposti da tali soggetti, si ribaltano le proporzioni: il 58% dei soggetti propone progetti nell'ambito della propria specializzazione, con il primato costante di chi opera nelle *performing arts* e nell'arte contemporanea. Le categorie disciplinari che abbiamo utilizzato sono volte a dare una chiave di lettura sintetica degli ambiti disciplinari in cui si muovo i progetti; una fotografia della varietà e numerosità degli output specifici dei progetti è offerta dalla figura che segue.

Figura 4
Tag cloud degli output all'interno dei progetti del Bando ORA!



Crossdisciplinarietà come compenetrazione o giustapposizione?

Ex post, quindi possiamo affermare che crossdisciplinarietà dal punto di vista delle discipline, e a prescindere dagli output, è stata concepita secondo due modelli:

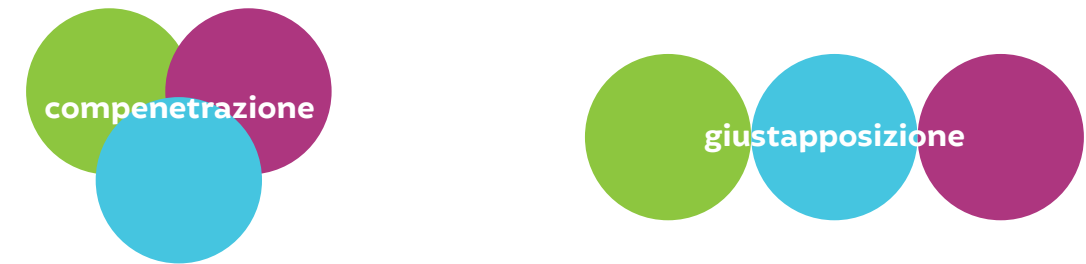
- la **compenetrazione** di più discipline
- la **giustapposizione** di discipline

Il primo modello anche in base agli standard a livello internazionale, risulta quello più corretto e

auspicabile.

Un terzo dei progetti non prevede nessuna forma di crossdisciplinarietà, non rispondendo così a uno dei criteri preferenziali del bando. I due terzi restanti prevedono una costruzione crossdisciplinare delle attività per 98 progetti e di giustapposizione della attività (interdisciplinare) per circa 60 progetti. In sintesi in totale sono più i progetti che non prevedono crossdisciplinarietà o che la prevedono nella sola forma della giustapposizione, intendendo come tale più la realizzazione di molti e diversi output (ad esempio la realizzazione di una mostra,

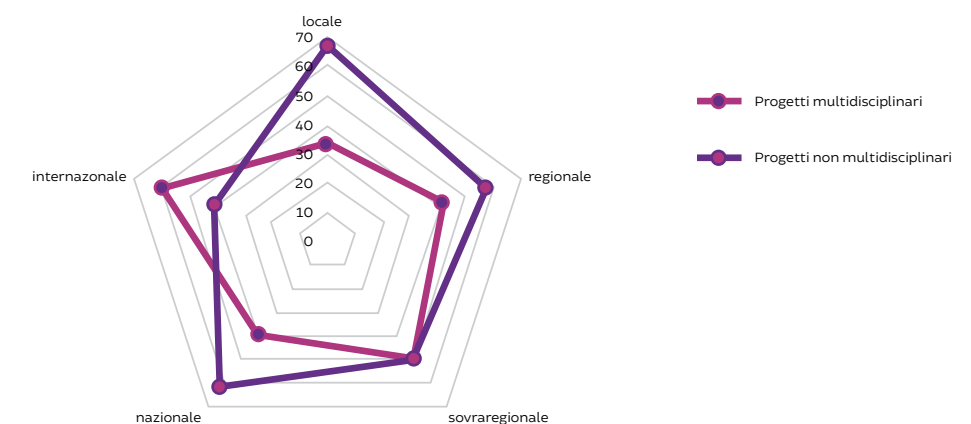
Figura 5
Confronto tra prospettive multidisciplinari



di uno spettacolo, di un concerto...) rispetto a quelli che hanno posto al centro del proprio progettare la prospettiva crossdisciplinare. Coloro che hanno già realizzato attività culturali crossdisciplinari così come emerge dai curricula delle organizzazioni e dei team di progetto, sono leggermente più propensi a costruire progetti crossdisciplinari rispetto a chi non adotta abitualmente questa modalità di lavoro. Tuttavia sono un numero elevato (55) i casi di organizzazioni che non dimostrano di avere un curriculum crossdisciplinari ma propongono un progetto in tal senso. Stupisce anche il caso di chi lavora in maniera crossdisciplinare ma non porta questa esperienza nella risposta al bando, 44 organizzazioni in tutto. A differenza di quanto si è osservato rispetto

ai soggetti, i progetti che si caratterizzano per essere più di frequente crossdisciplinari sono stati presentati da organizzazioni che hanno sede in Liguria (45%) o in Piemonte (39%). A mano a mano che cresce la complessità e il raggio delle partnership che le organizzazioni sono in grado di tessere cresce anche la capacità di proporre progetti crossdisciplinari. Chi nel tempo ha creato e mantenuto relazioni a livello internazionale, infatti, è due volte più propenso a presentare progetti crossdisciplinari e viceversa (cfr. Grafico 10). Infine si rileva come una visione più corretta di crossdisciplinarietà sia stata proposta da soggetti in possesso di un curriculum più robusto, con competenze monodisciplinari di alto livello.

Grafico 10
Rapporto tra ambito territoriale delle partnership dell'organizzazione e multidisciplinarietà dei progetti



In sintesi

- La crossdisciplinarietà non è ancora la modalità di lavoro più diffusa tra le organizzazioni culturali
- Prevale una concezione della crossdisciplinarietà ottenuta come somma di settori culturali, a cui si accompagna l'introduzione di un limitato numero di attività (Spettacoli, Mostre, Laboratori, Workshop, Residenze).
- Sono più capaci di concepire progetti crossdisciplinari le organizzazioni con partnership di ampio raggio
- Sono più capaci di concepire progetti crossdisciplinari le organizzazioni che operano nel capo dell'arte contemporanea e delle performing arts

2.4 Nuove tecnologie

Nell'analizzare l'utilizzo delle nuove tecnologie nei progetti presentati si è deciso di adottare la prospettiva offerta dalla lettura della filiera di produzione di cultura. I progetti hanno infatti inteso il rapporto tra nuove tecnologie e arti secondo due prospettive:

- il digitale nell'arte, ovvero l'utilizzo delle nuove tecnologie come elemento di **produzione** dell'intervento culturale (fase della concezione e realizzazione)
- il digitale per l'arte, ovvero nuove tecnologie come elemento di **supporto** lungo la filiera produttiva (fase della distribuzione e consumo)

Figura 6
Prospettive di utilizzo delle nuove tecnologie nella filiera di produzione di cultura



Il primo modello risulta il più auspicabile, anche in base agli standard a livello internazionale. Nei progetti presentati risulta tuttavia prevalente il secondo modello.

In generale sono di più i progetti che non prevedono l'uso di nuove tecnologie o che le utilizzano a supporto delle fasi di distribuzione e consumo

dell'attività culturale, ad esempio attraverso la realizzazione di siti web comunicativi o di app (147) rispetto a quelli che sanno integrare nella concezione e realizzazione delle opere le nuove tecnologie (102). Questo è particolarmente vero per i progetti di organizzazioni piemontesi (fra le quali si trovano, tuttavia, molti soggetti estranei alla scena prettamente culturale) e in parte liguri, mentre

nelle altre regioni prevalgono le organizzazioni che presentano progetti in cui la tecnologia è parte integrante della realizzazione dell'opera. Quando i progetti sono in prevalenza ascrivibili ai settori dell'arte contemporanea e delle performing arts si evidenzia un utilizzo superiore rispetto agli altri ambiti delle nuove tecnologie nello

stadio della realizzazione delle opere. Allo stesso modo, i progetti crossdisciplinari (che ricordiamo, sono stati espressi in maniera particolare da chi lavora nelle performing arts o nel settore dell'arte contemporanea) sono quelli che più di frequente incorporano nello stadio della concezione e realizzazione le nuove tecnologie.

In sintesi

- Mancano competenze specifiche in campo digitale a livello di concezione e realizzazione del progetto
- Risulta inoltre scarsa la competenza digitale proposta all'interno del secondo modello che si limita a presentare strumenti standard di base, senza introdurre alcun elemento innovativo

2.5 Pubblico di riferimento

A quale pubblico si rivolgono i progetti presentati al bando? Come accade per le organizzazioni, quasi due terzi dei progetti non hanno un pubblico specifico, sono rivolti, in maniera generica, a tutti. Ci sono, tuttavia circa 50 progetti che sono concepiti per gli artisti, siano essi professionisti dell'arte contemporanea o delle performing arts. È dunque

possibile rilevare un focus piuttosto preciso sugli artisti più che sui fruitori. Sono solo tre i progetti concepiti per il pubblico degli appassionati, nonostante sia questo uno dei target di riferimento delle organizzazioni che lavorano nel campo dell'arte contemporanea. Evidentemente il Bando ORA! È stato colto anche come opportunità per ampliare il proprio pubblico di riferimento, uscire dai circuiti abituali, dare maggiore visibilità alla propria attività culturale.

In sintesi

- Si rileva un focus sugli artisti più che sui fruitori (mancata individuazione di un pubblico specifico)
- Il Bando ORA! è visto come opportunità per allargare il proprio pubblico di riferimento (ma senza riflessione su chi possa essere il pubblico potenziale)

2.6 Elementi economici dei progetti

I budget dei progetti vanno da un minimo di 4.578 € ad un massimo di 282.000 €. Dividendo in fasce di budget tutte le proposte ricevute, i risultati evidenziano che circa il 62% dei progetti ha un budget tra i 30 e i 60 mila euro, con un picco del 36% dei progetti con budget tra i 50 e i 60 mila euro, la fascia che ottimizza i criteri del bando. Per regolamento di Bando, infatti, la Compagnia di San Paolo finanzia l'80% del costo del progetto con un contributo massimo di 45.000 €. La scelta più efficiente da parte degli enti promotori è stimare i costi totali per un massimo di 56.250 € il cui 80% equivale a 45.000.

Solo il 5% ha un budget inferiore ai 20.000 euro mentre il 3% (7 proposte) ha un budget superiore ai 100.000.

La maggior parte dei progetti (143) richiede a Compagnia:

- di sostenere l'attività con una cifra compresa tra il 75% e l'86% del costo totale del progetto.
- il 26% circa chiede un contributo pari al 60-75% dell'intero progetto
- sono residuali le organizzazioni che chiedono percentuali inferiori.

In generale le organizzazioni mostrano una capacità contenuta di attingere a risorse proprie: 111 progetti

non sono finanziati direttamente dalle organizzazioni che li propongono e un terzo dei restanti può contribuire al progetto con meno di 5.000 euro. Fra le organizzazioni che contribuiscono a finanziare il progetto un terzo può contribuire con risorse proprie per un ammontare compreso tra 5.000 e 10.000 euro e un terzo con cifre superiori ai 10.000 euro. Il 75% dei progetti non ha acquisito altre risorse rispetto a quelle richieste a Compagnia: questo può essere letto come il segno che è il Bando a creare l'occasione della progettualità, piuttosto che essere concepito come mezzo per finanziare la progettazione già in essere.

Il restante 25% dei progetti ha già acquisito risorse in queste proporzioni: 24 organizzazioni hanno acquisito risorse inferiori a 5.000 euro, 14 fra i 5.000 e i 10.000 euro e 25 sopra i 10.000 euro (di cui 12 sopra i 15.000).

Le organizzazioni che lavorano a livello locale dimostrano di saper attingere più delle altre a risorse proprie e anche di riuscire ad acquisire più facilmente fondi da parte di altri finanziatori, a conferma di come il legame con il territorio, la presenza storica su di esso, e la cura delle partnership possa rivelarsi un prezioso strumento a livello di *fundraising*.

Tabella 3
Ripartizione dei progetti per fasce di budget

Fasce di budget	Numero di progetti	% sul totale
Meno di 20.000 €	13	5
20.000 – 30.000 €	20	8
30.000 – 50.000 €	64	26
50.000 – 60.000 €	89	36
60.000 – 80.000 €	42	17
80.000 – 100.000 €	14	6
più di 100.000 €	7	3

In sintesi

- Il 62% degli attori ha saputo costruire una risposta efficiente a livello di somma richiesta e percentuale del budget sulla base dei vincoli del bando
- Le organizzazioni mostrano una capacità contenuta di attingere a risorse proprie o di acquisire altre risorse rispetto a quelle richieste a Compagnia di San Paolo.
- Le organizzazioni che lavorano a livello locale mostrano maggiori capacità di fundraising e di utilizzo delle proprie risorse

Seconda parte Contributi di riflessione

3. La cultura crossdisciplinare e tecnologica in Italia

di Gianluigi Ricuperati

3.1 Premessa narrativa e metodologica

Nella mia esperienza di autore letterario e curatore crossdisciplinare ho imparato almeno una cosa: l'unico modo di allenare la mente a intuire i parametri ambientali e i codici di discipline diverse dalla propria è *ricominciare* ogni anno. Ogni anno ricominciare a essere un romanziere, dopo essersi dimenticati gli strumenti usuali. Ogni anno ricominciare a tessere relazioni in ambienti che nel frattempo sono mutati a una velocità doppia rispetto a quello prima. Ogni anno ricominciare a costruire metodi per orientarsi in sistemi diversi, stringere le corde alla propria voce perché diventi uno strumento adatto ad aggiustare cose appena rotte, o appena prodotte, o appena pensate - anche da altri. È faticoso. È ciclico. È un piano quinquennale della mente. Con questa attitudine e questo bagaglio di

esperienze e competenze - intuire traiettorie complesse, individuare le innovazioni nell'ambito delle esperienze di produzioni culturali umanistiche, dare nomi alle cose - ho approcciato la mole di risultati e dati provenienti da una ricerca analitica e quantitativa.

Con questa attitudine, e questi strumenti, ho provato infine a porre alcune domande *rilevanti per il futuro* intorno al tema della ricerca in oggetto, che si possono leggere nella parte finale del saggio.

Le tre aree di interesse principale sono state:

- 1) La qualità delle idee e la loro capacità di essere crossdisciplinari
- 2) Le modalità di esporre le suddette idee: parole, registri, tono, retoriche messe in campo, e come si inseriscono nell'orizzonte della contemporaneità
- 3) Le possibili reazioni/azioni che un paesaggio come questo impone/suggerisce (fase propositiva).

3.2 Verso un umanesimo digitale contemporaneo

Ci sono due tratti principali che caratterizzano la produzione culturale contemporanea più sofisticata e responsabile:

- a) *vive e prospera anche e soprattutto lungo i confini tra discipline diverse*
- b) *coltiva una relazione critica ma profonda con la noosfera digitale*

La **noosfera**, dal Greco 'nous' e 'sphere' è un termine coniato dal teologo e scienziato Pierre Teilhard de Chardin negli anni '20 del Ventesimo Secolo per indicare uno **strato di pensieri** che 'avvolge' il pianeta, rendendolo differente da tutti gli altri corpi nell'universo: in altre parole la 'noosfera' è la coscienza degli uomini, e l'interconnessione del sapere scambiato, aumentato, generato

intersoggettivamente. Tale neologismo ci pare urgente in un'epoca che verrà ricordata come l'età della rivoluzione digitale. Non è difficile né ingenuo immaginare la 'noosfera' come una delle più squillanti predizioni di ciò che è oggi il WorldWide Web (e le altre reti digitali, tra terminale e terminale, persona e persona, oggetto e oggetto). **Ecco perché è cruciale oggi inserire ogni discorso intorno alla produzione culturale all'interno di una cornice concettuale legata alla connessione digitale.** Per quanto riguarda la crossdisciplinarietà, ciò che fino a tre decenni fa era isolato e anticipatorio, è adesso una moneta corrente negli scambi di saperi che governano il discorso culturale globale. Il mondo intero - o una parte consistente, per qualità e ramificazione, del nostro modo di pensare al 'mondo intero' - sembra essere tornato ad **essere un Black Mountain College** (la leggendaria *art school* fondata nel 1933 in North Carolina da John Rice,

e da quest'ultimo diretta fino al 1957, nella quale gli insegnanti erano pensatori radicali provenienti dalle discipline più diverse).

3.3 Progetti culturali: il cosmo umanistico crossdisciplinare

Si dà un **cosmo umanistico crossdisciplinare** quando avvengono in contemporanea almeno cinque fenomeni complessi che potremmo riassumere così:

- 1) il codice che regola una disciplina, come un virus al contrario, viene *ospitato fuori* dalla zona di **comfort**, incatenato a una mente troppo curiosa, troppo distratta, troppo insoddisfatta. Così il metodo diventa una metafora di spaesamento, di inizio-da-capo: e il linguaggio, e il suo ospite parlante, incantato da un altro linguaggio, s'installa in un **campo magnetico di saperi** che ribaltano i modi di costruire anche il più abituale dei processi.
- 2) Si tende a costituire una comunità di eterni studenti: **eterni imparanti**. Che sono anche maestri.
- 3) Si prendono **metodi e tecniche di altre discipline e**

In realtà andrebbe postulato che **la tecnologia stessa è una macrodisciplina con cui integrare la propria spinta conoscitiva**.

le si travasano nella propria.

4) Si agisce in una logica 'peer-less'. Il mondo monodisciplinare è – o dovrebbe essere – ispirato a una retorica tra pari: *a peer-to-peer world*. Il mondo crossdisciplinare è un *peerless world*, senza pari: che trae vantaggi dal non poter essere giudicato costantemente dai propri simili ma rischia proprio per questo di sconfinare nell'irrelevanza. È necessario mettere a punto il *peer review* dei *peerless*.

5) Si coltiva il giardino della propria lingua di origine (disciplinare) **come un perno** intorno al quale far muovere la ricerca ispirata a una forma di **curiosità infinita**. Non è una guerra fra mono-disciplinare e crossdisciplinare. I praticanti di percorsi crossdisciplinari sono anche **agenti monodisciplinari**, e comunque **nessun discourse crossdisciplinare potrebbe fare a meno dei dati così doviziosamente prodotti da un sistema monodisciplinare**.

3.4 Cenni analitici intorno ai risultati del Bando ORA!

L'analisi qualitativa e culturale di un processo come il Bando Ora! nella sua totalità – ovvero non solo concentrando l'attenzione sui progetti vincenti, ma sull'intera popolazione dei partecipanti – richiede una varietà di sforzi interpretativi e codici ermeneutici.

Di seguito alcune tendenze di cui tenere conto, che emergono in moderata quantità anche nei settori più 'alti' della popolazione esaminata (i progetti vincenti e quelli meglio posizionati secondo i vari parametri previsti dal bando).

1. Si rileva in generale un certo **deficit espressivo** certa frequenza di espressioni linguistiche trite, o altrimenti identificabili come cliché, luoghi comuni. Le modalità espositive, sia in sede tecnico-descrittiva (come richiesto dal bando), sia in sede di racconto orale (e restituzione pubblica) sono talvolta zoppicanti, mancanti di immaginazione dialettica e di capacità fantastica. I nostri progettisti culturali anche quando hanno grandi idee si

appoggiano a strumenti deboli per amplificarle e raccontarle – e in un mondo come il nostro, interamente imperniato su una produzione di valore a partire dalla comunicazione, ci sembra un vulnus da correggere.

2. Si rileva l'esistenza di **deficit di aggiornamento** internazionale: molte idee proposte sono derivative o comunque non sembrano tenere conto dei più recenti sviluppi in materia di progettualità culturale avanzata emersi negli ultimi cinque – dieci anni. Si segnala un avvallamento di consapevolezza che in molti casi pregiudica strutture di lavoro potenzialmente fruttuose e feconde. Un tema particolarmente significativo è la relativa rarità di **format totalmente originali**.

3. Crossdisciplinarietà e umanesimo digitale contemporaneo (vedi prima e seconda parte di questo saggio). Si rileva un **deficit di complessità**: ovvero una tendenza moderata ma sulla quale porre attenzione a **concepire l'attitudine crossdisciplinare come una mera giustapposizione**,

mentre dovrebbe essere più simile a una **cross-pollinazione**.

In altre parole, nei casi migliori (i vincenti) si assiste a una compenetrazione di linguaggi e assetti valoriali e codici concettuali e operativi tra punti di vista appartenenti a discipline diverse. Si nota che alcuni gruppi di lavoro operano già in modo crossdisciplinare nella propria vita

3.5 Conclusioni, proposte e domande

Sulla base di ciò che ho cercato di sintetizzare nei paragrafi precedenti, il **Cosmo Umanista Crossdisciplinare** appare in Italia come un promettente fanciullo che ha **tanta voglia di imparare** ad andare in bicicletta ma per ora si muove ancora su un **triciclo**: fuor di metafora, l'analisi rivela uno spazio culturale caratterizzato dalla sicurezza, da progetti ben fatti e tutto sommato privi di rischi (e rischiose ambizioni). Come permettere a questa promettente popolazione di progettisti culturali di compiere il salto pragmatico e visionario che conduce dalla stabilità del triciclo al limpido equilibrio delle due ruote? Per immaginare una risposta, è necessario formulare le domande cui facevo cenno nell'incipit del saggio. Le domande cruciali sono dunque almeno quattro:

- 1) Come **sostenere l'aggiornamento culturale** in genere all'interno delle comunità progettuali culturali italiane?
- 2) Come **lavorare in modo collettivo ed efficace** alla definizione di quel 'cosmo crossdisciplinare e tecnologico' (vedi prima e seconda parte) nella progettazione culturale italiana contemporanea?

quotidiana, mettendo a confronto idee e modalità differenti. Altri – la maggioranza – interpreta questa tendenza come un *habitus* di superficie, da indossare quando il bando o l'occasione lo richiede. La tecnologia appare così come un mero **strumento** (a volte indossato anche qui secondo mode e cliché) e non una **griglia conoscitiva profonda**, in grado di influenzare il processo generativo concettuale.

- 3) Come **vivificare la qualità narrativa ed espositiva** di progettualità simili?
- 4) Come **comunicare e raffinare i pilastri di un impegno della Compagnia di San Paolo** nel sostegno della progettualità crossdisciplinare e tecnologica contemporanea?

Si potrebbe immaginare un luogo d'incontro, esposizione e formazione reciproca della popolazione esaminata, i cui obiettivi principali siano:

- A) aggiornamento
- B) formazione al **dialogo profondo tra discipline**

L'idea potrebbe essere quella di concepire un incrocio tra un festival e un campus di aggiornamento, magari a Torino, nel quale creare occasioni avanzate e ramificate di confronto formazione accelerazione. Una sorta di incubatore delle potenzialità. Ma credo che ancor prima varrebbe la pena organizzare un seminario interno che renda gli attori protagonisti di tali attività più certi e sicuri della direzione in cui andare. Perché a parere di chi scrive tale direzione sarà radicale, e consapevole, oppure non sarà.

4. Qualche considerazione prospettica sul ruolo della Compagnia di San Paolo per la produzione artistica contemporanea

di Giovanna Segre

Analizzare le domande presentate al Bando ORA! è stato un esercizio molto proficuo. Come evidenziato nella prima parte di questo lavoro, tale operazione ha consentito di delineare le caratteristiche principali delle organizzazioni e degli artisti presenti sulla scena delle arti contemporanee piemontesi, in particolare, ma aprendo lo sguardo alla scala nazionale e internazionale. E' stato possibile, inoltre, iniziare a delineare quali siano attualmente gli orientamenti di lavoro, quale il rapporto con le nuove tecnologie, quali gli elementi di debolezza o di forza, anche dal punto di vista economico, delle organizzazioni stesse. In estrema sintesi possiamo riassumere in alcuni punti salienti i risultati dell'analisi svolta, con la prospettiva di evidenziare gli aspetti che possono costituire le basi su cui progettare le azioni successive:

- i team di progetto che hanno partecipato al Bando sono **raramente costituiti da giovani e giovanissimi**, che risultano perciò essere i grandi assenti fra i partecipanti al Bando
- vi è **scarsa presenza di figure professionali specializzate nella progettazione** delle azioni culturali
- artisti e progettisti sono caratterizzati da **grande frammentarietà dei percorsi professionali**, cosa che da una parte può essere vissuta come una grande ricchezza in termini di relazioni e opportunità di crescita, ma che, allo stesso tempo, può denotare fragilità rispetto all'acquisizione di competenze solide e alla stabilità finanziaria
- **manca generalmente una riflessione sul pubblico** destinatario dell'azione culturale
- **manca**, nella maggior parte dei casi, **una riflessione rispetto a quali possano essere elementi per costruire un'economia di scala dei progetti**
- le organizzazioni mostrano una **capacità contenuta di attingere a risorse proprie** o di acquisire altre risorse rispetto a quelle richieste alla Compagnia di San Paolo, a discapito della

sostenibilità dell'organizzazione stessa

- infine, osservazione che non è stata riportata nell'analisi della prima parte, si evidenzia una certa **difficoltà nell'esplicitare e raccontare con chiarezza le proposte di attività** e nell'enucleare in maniera chiara quali sono gli obiettivi, i benefici, i destinatari, ecc.

In questa lettura del fenomeno è stato accantonato il riferimento esplicito al ruolo giocato dall'approccio crossdisciplinare e da quello fondato sulle nuove tecnologie, entrambi fattori scarsamente sviluppati, in quanto oggetto di specifico approfondimento nella seconda parte di questo lavoro.

A monte delle riflessioni che vengono sollevate dalle considerazioni espresse pocanzi, vi è un'importante questione da prendere in considerazione: qual è la prospettiva di lavoro con cui la Compagnia intende guardare a questi risultati? Si apre a questo proposito un bivio: ci si vuole concentrare, nelle azioni future, sul complesso e variegato panorama dei soggetti che operano nel campo delle arti contemporanee o si vuole invece lavorare a stretto contatto solo con coloro fra questi che mostrano competenze più solide e maggiore possibilità di emergere anche sulla scena internazionale?

A questo punto dell'analisi è infatti utile anticipare un risultato dell'analisi dei soggetti vincitori del finanziamento previsto dal Bando (non oggetto di studio in questo lavoro): i soggetti che hanno vinto il Bando Ora! Mostrano, nel confronto con il totale dei partecipanti, competenze più solide e riconoscimenti e relazioni a livello internazionale. Se da una parte questo indica che il metodo di selezione ha dato buoni risultati, poiché sono stati selezionati gli artisti di maggiore qualità e potenzialità (assumendo che i riconoscimenti internazionali siano proxy di tali qualità), dall'altra ci si può interrogare se sia necessario procedere alla selezione con un dispiego di forze e risorse così importanti, invece, ad esempio, di intercettare chi

ha già fornito segnali di lavorare ad alto livello. La diretta conseguenza di queste considerazioni, indica come una prima scelta da intraprendere sia quella tra la sollecitazione della comunità artistica tramite un bando simile a quello già realizzato o la selezione di un certo numero di artisti su cui investire, che hanno già saputo esprimersi e ricevere consensi a livello internazionale. A prescindere da queste prime scelte, tuttavia, ci sembra che la ricerca abbia evidenziato alcune debolezze o difficoltà da prendere in considerazione in entrambi i casi.

Innanzitutto il tema dell'età: probabilmente, qualunque sia il metodo di scelta previsto, potrebbe essere utile segmentare i partecipanti in under e over 35, in modo da rivolgersi in maniera specifica ai più giovani (magari in collaborazione con le Accademie) e, soprattutto, in modo da non mettere a confronto tra di loro artisti con carriere molto differenti in termini di durata.

Vi sono poi una serie di punti critici evidenziati che raccontano la difficoltà delle organizzazioni o dei team di progetto di costruire strutture con competenze specifiche e dotate di solidità. A questo proposito si possono individuare due strade principali:

- quella della **formazione**, in modo da permettere ai team di progetto di integrare le competenze mancanti
- quella della costruzione di una sorta di **"super-organizzazione"** che fornisca a tutti i team di progetto quelle competenze tecniche che mancano.

La prima strada è chiaramente più facile da realizzare nel breve periodo – anche sulla base del percorso intrapreso dalla Compagnia con i vincitori del Bando – ma trova dei limiti nella costituzione stessa dei team, che spesso sono privi delle figure che potrebbero poi nel concreto occuparsi degli aspetti progettuali, di sviluppo del concept a livello di filiera, della rendicontazione, ecc... Avrebbe inoltre necessità di essere fortemente connessa al sistema di formazione già presente sul territorio, da cui ci sembra poco lungimirante prescindere.

La seconda strada è molto più onerosa dal punto di vista progettuale e organizzativo e necessita di essere approfondita rispetto a possibili casi simili a livello internazionale e alle connessioni con le altre iniziative a livello locale, ma potrebbe essere foriera di due effetti importanti:

- il posizionamento chiaro e innovativo della Compagnia di San Paolo rispetto all'area della

produzione contemporanea di cultura,

- la possibilità per la Compagnia di San Paolo di fungere da attrattore sul territorio regionale, e del Nord Ovest più in generale, rispetto ai giovani artisti contemporanei, cui si metterebbe a disposizione una serie di competenze e di servizi difficili da trovare altrove.

Inoltre, questa seconda strada, potrebbe riuscire in maniera più sistematica ad accompagnare gli artisti nel percorso di sviluppo delle loro intuizioni e dei loro progetti artistici, anche ponendo le prime basi per una sostenibilità economica delle organizzazioni culturali. Se si guarda ai progetti presentati, infatti, sono davvero un numero esiguo quelli che hanno previsto elementi che permettano di attivare un'economia intorno al progetto artistico. Al di là, infatti, del reperimento di finanziamenti, sono pochissime le modalità di finanziamento del progetto e a tendere anche dell'organizzazione. Le modalità più diffuse sono:

- i ricavi derivanti dalla vendita di biglietti per gli spettacoli delle *performing arts*
- la ripetizione del progetto in luoghi differenti, non necessariamente associato, tuttavia, al contenimento complessivo dei costi o a maggiori ricavi
- l'utilizzo di canali di distribuzione differenti per la stessa idea progettuale, ad esempio uno spettacolo dal vivo che viene ripreso e rimontato in un prodotto adatto ad essere veicolato dal web
- l'affitto del materiale tecnico o dell'infrastruttura tecnologica acquisita dai soggetti per il progetto.

In un paio di casi si immagina l'attivazione della filiera produttiva artigianale locale e la vendita di oggetti prodotti in seno all'azione artistica. Senza entrare qui nel dettaglio di quali potrebbero essere strategie alternative, più remunerative in termini di risorse o visibilità, segnaliamo che quello che sembra mancare è il passaggio dall'idea artistica a una serie di forme progettuali di produzione artistica che siano in qualche modo anche ripetibili e rivendibili. Se è difficile che questo obiettivo sia connotato nell'approccio alla propria opera da parte degli artisti, tuttavia una struttura di sostegno alla produzione artistica potrebbe avere la finalità, le competenze, le risorse per agire anche su questo fronte.

Terza parte

Approfondimenti

5. Misure della crossdisciplinarietà in ambito culturale

di Giangavino Pazzola

La nozione di produzione culturale sta cambiando per quanto riguarda sia i modi di produrre cultura, sia la definizione stessa di prodotto culturale. La prima trasformazione identifica un avanzamento del sistema di produzione verso una maggior strutturazione del sistema informale o indipendente. Gli artisti concepiscono le opere spinti da motivazioni intrinseche all'evoluzione del linguaggio artistico, e da altre di stampo reputazionale e di posizionamento in termini di progressione della carriera. In genere, tali produzioni sono pensate per un pubblico di riferimento formato da una comunità di pari. Un sistema votato alle innovazioni artistiche e alle sperimentazioni espressive che si sviluppano nell'ambito di un processo relazionale ed esperienziale basato sulla condivisione e confronto di segni e simboli culturali. La seconda evoluzione investe il prodotto culturale, che tradizionalmente non considerava un pubblico specializzato come destinatario della produzione culturale. Tale dominio è spesso guidato dalle logiche di mercato basate sui gusti dei consumatori e le mode, mentre gli artisti competono per il successo attraverso la conquista del maggiore pubblico.

Tale metamorfosi di paradigma nella concezione della produzione culturale è dovuta soprattutto alla crisi economica e alle opportunità di creazione, condivisione e partecipazione al processo creativo permesse:

1. dalle nuove tecnologie,
2. dall'agglomerazione dei membri della classe creativa nelle città post-industriali, e dall'alto tasso di capitale culturale così disponibile.

La produzione culturale non viene concepita più solo in quanto espressione di estro individuale, ma come un insieme immateriale e relazionale, dove il valore simbolico dei beni prodotti viene affiancato dal valore di condivisione sociale delle esperienze,

dell'attivazione di una filiera produttiva e di processi cognitivi nei vari pubblici. Oltre alle competenze disciplinari tradizionali, infatti, molti gruppi di ricerca stanno evidenziando l'importanza delle **competenze crossdisciplinari**, intese sia come:

1. integrazione nella formazione professionale degli artisti
2. opportunità per gli artisti di un apprendimento interdisciplinare attraverso la pratica artistica
3. opportunità di apprendimento per il pubblico
4. stimoli per un consumo culturale maggiore
5. ambiente sociale che elabora la diversità come valore positivo orientato alla tolleranza e all'inclusione
6. basse barriere all'ingresso nel mercato del lavoro e nelle reti sociali.

A causa dei rapidi cambiamenti tecnologici e sociali è aumentata la domanda di stimolare e affinare anche altre competenze, oltre quelle tradizionali: il problem solving, la capacità comunicativa e quella d'apprendimento su tutte. Secondo una ricerca OCSE PISA, «*le competenze crossdisciplinari sono ritenute essenziali (in ambito formativo) affinché i giovani possano svolgere il loro compito di cittadini, padroneggiare gli impegni di lavoro nei futuri ruoli occupazionali e sviluppare disponibilità motivazionali e capacità di apprendimento lungo tutto l'arco della vita (lifelong learning)*» (INVALSI 2003).

Dalle riflessioni sopra riportate sulla crossdisciplinarietà emerge come questa dimensione incida sull'innovazione dell'offerta culturale (mentre sono ancora da verificare gli effetti sul versante della produzione) e sulla formazione di un pubblico consapevole anche fuori dal tempo libero. Questo porta a un maggiore assottigliamento dei confini tra produzione ristretta e quello su larga scala. Ogni individuo è un prosumer, ossia un fruitore di cultura e allo stesso tempo un potenziale creatore di prodotti culturali

con un'attitudine alla sperimentazione attiva. Gli individui partecipano alle pratiche artistiche, condividendole con altri appassionati e attivando processi creativi in cui ci si appropria di simboli, rielaborandoli in nuove forme espressive.

Ma come è possibile misurare la crossdisciplinarietà in una produzione culturale?

I criteri quantitativi che potrebbero rappresentare delle proxy, cercano di separare le organizzazioni culturali con maggiori influenze multidisciplinari dalle altre, focalizzando la riflessione sul piano strutturale della produzione culturale e considerando quelle con una programmazione più varia come le organizzazioni più orientate alla sperimentazione artistica e all'innovazione culturale.

In questa direzione potremmo indicare le seguenti dimensioni come ipotesi da validare:

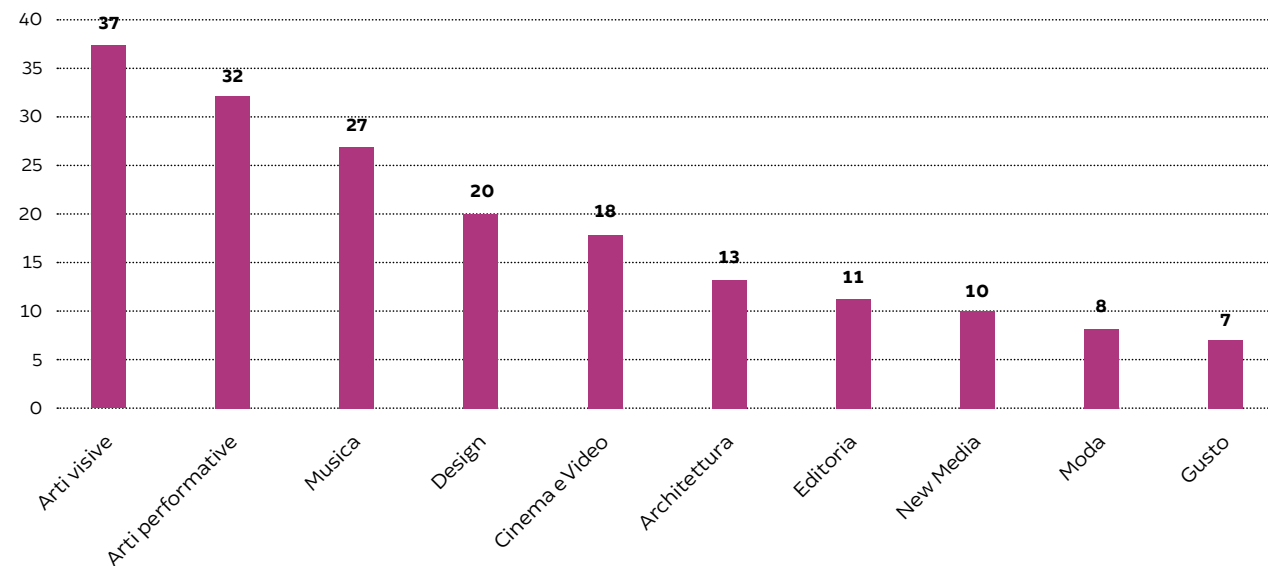
1. Settori artistici di appartenenza
2. Specializzazione e capacità di diversificazione

3. Attività all'interno della programmazione (non necessariamente compresenti nella stessa produzione)
4. Relazioni con produttori culturali operanti in altri settori

In questo senso, un primo studio è stato fatto a Torino sui centri indipendenti di produzione culturale (Bertacchini, Pazzola 2015). Dalle cinquantatré realtà considerate nella prima mappatura, emerge un quadro della produzione culturale indipendente molto vario. Il campione analizza delle organizzazioni dal set organizzativo e finanziario leggero che nel:

- 70% svolgono le proprie attività nel settore delle arti visive,
- 60% in quello delle arti performative,
- 51% in quello della musica,
- 13% in quello del gusto e dell'enogastronomia.

Grafico 11
Numero di Centri per tipologia di produzione culturale a Torino

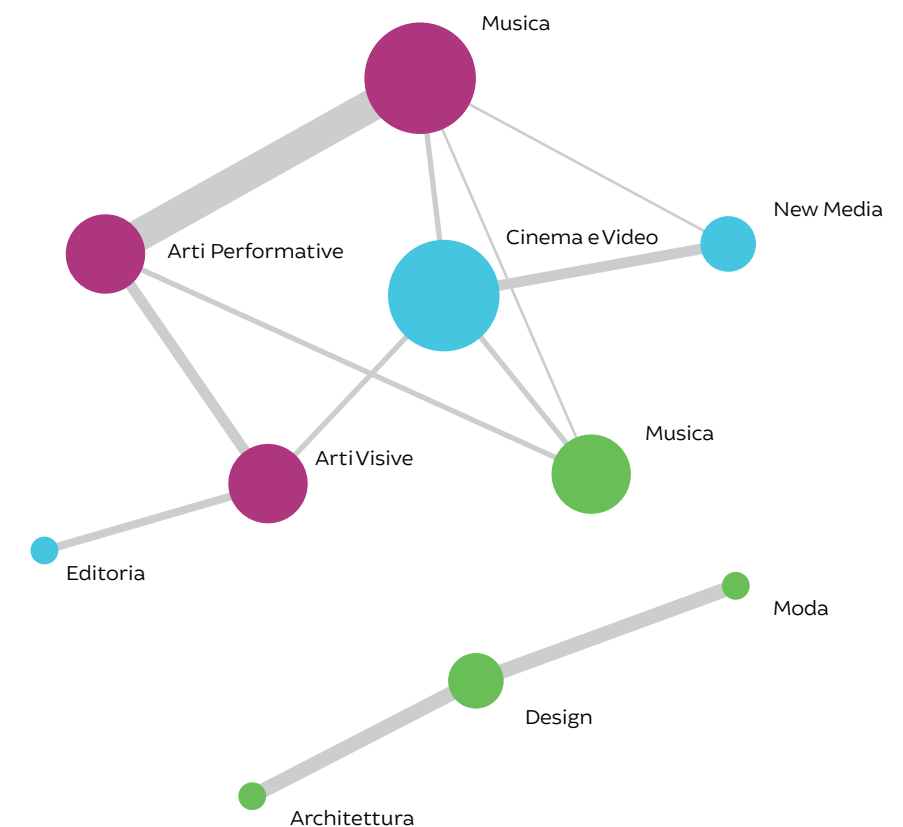


Fonte: Torino Creativa, I Centri Indipendenti di Produzione Culturale sul territorio torinese, 2015

Questa rilevazione conferma le aspettative sugli ambiti di produzione culturale in campo indipendente (arti visive, performative e musica), e allo stesso tempo evidenzia i settori che offrono una **maggior possibilità di realizzare una programmazione culturale che consideri lo scambio one to one** (di interazione tra professionisti e di relazione tra questi con e il pubblico), oltre che di ricercare di nuovi percorsi linguistici. Una seconda indicazione viene data dal numero di ambiti culturali in cui le organizzazioni operano. Questa misura rivela il **grado di specializzazione e diversificazione**. Sebbene una parte significativa dichiara di operare in uno/due settori culturali (23), dall'altra, una folta schiera dichiara di operare in 4 o più ambiti di produzione culturale – con picchi fino a 10 (24 organizzazioni). È possibile

ipotizzare un'alta disponibilità di competenze (più o meno qualificate) disponibili a convergere su una produzione culturale, determinando un **potenziale ampliamento dell'offerta**. La grande disponibilità di capitale sociale e umano da canalizzare nel processo creativo diventa quasi una variabile strutturale delle progettualità nel tentativo di creare un contenitore alternativo, materiale o immateriale, che possa trasmettere una certa vivacità artistica. Queste riflessioni sembrano confermate da uno studio che sottolinea come: «tali spazi artistici sostengono programmi nelle arti visive, musica e teatro/danza. Il centro culturale [...] espande i propri programmi per offrire un'alphabetizzazione gratuita [...] orientata verso la maggioranza dei residenti dei quartieri che li circondano» (Grodach 2011, pag 74-85).

Grafico 12
Relazioni tra le diverse produzioni culturali a Torino



Fonte: Torino Creativa, I Centri Indipendenti di Produzione Culturale sul territorio torinese, 2015

Dalla figura emerge come i settori di musica e cinema e video siano quelli che intrattengono il maggior numero di relazioni con altri settori (4). Questo sta a significare che **molte centri, seppur specializzati in ambiti propri, considerano altre attività** (in questo campione, musicali e cinematografiche) **come un elemento complementare della loro offerta culturale**. La produzione musicale, nello specifico, è quasi sempre presente nelle realtà che operano anche nelle Arti performative, indicando l'alto grado di integrazione tra le due discipline nell'ambito della produzione culturale. È importante anche il legame tra Arti visive e Arti performative, così come quella tra Cinema e video e New Media. Abbastanza interessante è notare come Architettura, Design e Moda – tutti e tre settori classificabili come Cultura materiale – esprimano una relazione a sé stante (separazione). Un altro grado di diversità nell'offerta può essere riscontrata sia in termini settoriali, come visto

sopra, sia in termini di principali attività svolte. Nella rilevazione torinese, dati significativi arrivano dall'organizzazione di mostre ed esposizioni (presenti in quasi l'80% dei casi), corsi/laboratori (circa 70%) e spettacoli dal vivo (circa 60%), osservazione che rafforza l'**idea di crossdisciplinarietà intesa come produzione culturale in relazione diretta con il pubblico**. È, tuttavia, importante notare che i centri assolvono all'attività di formazione e di coinvolgimento consapevole delle persone attraverso l'organizzazione di corsi e laboratori e di attività di networking, azioni rivolte alla creazione di un pubblico qualificato. Solo nel 10% dei casi si è registrata la presenza di residenze artistiche. Dall'analisi preliminare del campione disponibile in seguito alle candidature pervenute per il Bando ORA!, è possibile evidenziare dei punti di tangenza con quanto descritto sopra. Nella tabella di seguito sono mostrati i **settori maggiormente presenti nel processo di sottomissione della candidatura online**.

Tabella 4
Principali settori di attività

Settore di attività	Conteggio	Percentuale
Arte contemporanea	76	31 %
Audiovisivi	22	9 %
Digitale	13	5 %
Eventi	23	9 %
Performing arts	98	39 %
Varie	17	7 %

La prima osservazione in merito ci porta, da una parte, a verificare un punto di tangenza con le esperienze registrate in bibliografia, con i primi due settori classificati – arti visive e *performing arts* – che confermano il loro "primato storico".

D'altro canto, è possibile sottolineare l'assenza di due settori importanti come design e musica che, tuttavia, potrebbero essere rintracciati in altre voci come mostre e eventi. Considerando l'orientamento del bando nel premiare delle

produzioni innovative, e la presenza diffusa dei mezzi tecnologici nelle produzioni culturali, la definizione di un settore importante per Torino – come il design – potrebbe aver spinto dei soggetti a autodefinirsi nella categoria digitale, che racchiude in sé il valore della progettazione. Sussiste una differenza sostanziale, tuttavia, tra l'elaborazione di un prodotto finale a base tecnologica e l'uso di una nuova tecnologia nella produzione culturale (che non determinerebbe quindi una specificità settoriale e vedrebbe la necessità di classificare diversamente i dati). La classificazione per settori rispetta lo stesso ordine di posizionamento anche quando il campione viene ridotto sulle organizzazioni selezionate dopo la prima scrematura e su quelle vincitrici alla fine del processo di selezione. Prendendo in considerazione la seconda delle *proxies* suggerite, inerente il **grado di specializzazione e diversificazione**, si è cercato di isolare il dato relativo alla corretta interpretazione del processo metodologico crossdisciplinare nella costruzione della proposta. In ambito culturale si è registrata una crescita di esperienze orientate al superamento della distinzione rigida delle discipline, esperimenti variamente classificati come pluridisciplinari, multidisciplinari e transdisciplinari che, indipendentemente dai risultati ottenuti o perseguiti, hanno evidenziato il tentativo di integrare visioni prospettiche differenti. Se il problema centrale resta il modo in cui questi processi si dipanano nella pratica artistica e culturale, una sorta di vacuità o inadeguatezza terminologica è ben presente nell'identificazione di metodologie coerenti all'indagine del reale. Jacques Rancière, facendo leva su questa instabilità, suggeriva addirittura la via dell'indisciplinarietà, sottolineando l'importanza di concentrarsi sulla sperimentazione orientata alla rottura delle discipline stesse e non al superamento della divisione tra esse (Campailla 2016, pag. 445-464). In ambito accademico sono documentate diverse linee di pensiero che distinguono in modo chiaro le differenze nella tecnica della ricerca e nei processi di apprendimento. Per multidisciplinarietà si intende un approccio didattico all'oggetto di ricerca nell'ottica di più discipline che, nonostante riconoscano la tematica inerente ai propri fini e comune agli interessi di altri saperi, non interagiscono fra loro sul piano metodologico. Un approccio di questo genere circoscrive una pratica di ricerca sensibile allo sviluppo

di argomenti comuni che, tuttavia, mantiene inalterate le specificità metodologiche e l'assetto programmatico di ogni disciplina. Il campo della pluridisciplinarietà, invece, rappresenta un passo dialogico ulteriore verso l'interazione fra discipline diverse. La prospettiva di indagine a un dato oggetto di studio ipotizza una predisposizione alla ricerca tale che l'approccio metodologico incida sulla programmazione delle singole discipline, sviluppando così un percorso d'apprendimento incentrato su nodi tematici comuni, e quindi rendendo il processo di apprendimento pluridisciplinare e tangente. Affrontare una tematica secondo varie angolazioni prospettiche, pur sempre disciplinari ma convergenti e complementari, implica una rivisitazione di tutta l'impostazione disciplinare e comincia ad incidere sulle principali linee di metodo di una singola disciplina. Il concetto di interdisciplinarietà è stato coniato dallo psicologo e pedagogista Jean Piaget, riferendosi all'interconnessione sul piano metodologico delle discipline (Ferrigno 2003, pag 5-34). La prospettiva interdisciplinare della didattica non muove dalle discipline al metodo, bensì da questo alle discipline: stabiliti dei paradigmi formali da estendere a più campi del sapere, si procede nella ricerca a partire da una matrice metodologica comune. L'interdisciplinarietà coinvolge saperi nello stesso modo, ma utilizzando tale esperienza per creare nuovi strumenti, modelli e approcci che non potrebbero realizzarsi se fossero trattati separatamente. L'interazione delle discipline per affrontare le questioni da entrambi i lati offre la possibilità di sviluppare un nuovo modo di cercare di trovare nuove risposte. Un approccio crossdisciplinare consiste, dunque, nell'osservazione di un oggetto di interesse comune con approcci e conoscenze differenti, ma che cercano di avvicinare quanto più possibile i metodi di lavoro. Questo approccio differisce da quello di coloro che hanno interpretato la questione della crossdisciplinarietà come un affiancamento di vari saperi e attività che, ad ogni modo, rimangono autonomi nella loro realizzazione e non tendono ad una sorta di ibridazione consapevole. Per ultimo, ma non per questo meno importante nell'ottica dello sviluppo di nuove politiche di intervento, si è isolata la percentuale delle proposte che hanno avanzato l'idea di operare secondo un'unica prospettiva – che potrebbe soddisfare la verifica della specializzazione di competenze all'interno del nostro campione di riferimento.

Grafico 13
Grado di specializzazione nella produzione culturale

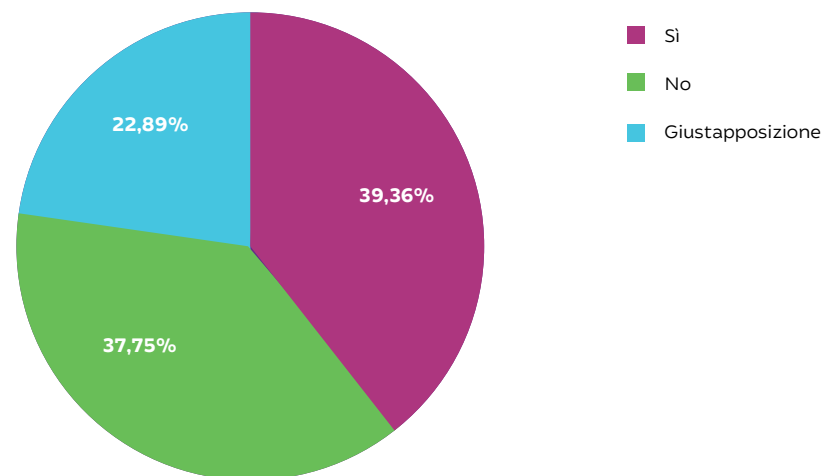


Tabella 5
Tipologie di produzione culturale

Tipologia	Numero	Percentuale
Spettacoli dal vivo	210	21 %
Laboratori / workshop	166	16 %
Mostre / esposizioni	160	16 %
Azioni web	96	9 %
Video	80	8 %
Public programs	68	7 %
Residenze	60	6 %
Arte pubblica	46	5 %
Festival	32	3 %
Contest	30	3 %
Concerti	24	2 %
Community	20	2 %
Edizioni	14	1 %
Archivi	6	0,6 %
Tournée	2	0,2 %
Videomapping	2	0,2 %
Annualità	2	0,2 %

Fonte: elaborazione nostra su database Bando ORA!

Il terzo indicatore è inerente alla **varietà e vivacità di azioni** che vengono svolte da un'organizzazione. Viene confermato il trend alto degli spettacoli dal vivo e dagli appuntamenti pubblici a carattere formativo. Anche le mostre e le esposizioni esprimono un valore apprezzabile proprio in virtù della possibilità di configurarsi come momento pubblico di fruizione e socializzazione. Il punto centrale del bando legato alla richiesta di utilizzo di nuove tecnologie ha determinato l'incentivo a proporre delle idee che cercassero di mettere in relazione l'offerta culturale con lo spettatore, anche quando questo avviene in una modalità online. Il numero totale di attività registrate nel dataset è di 509, che ci permette di calcolare una media ponderata delle azioni per organizzazione di 2,04

attività per organizzazione. Nelle realtà studiate sembra intravedersi quindi un nuovo approccio attivo alle pratiche di produzione artistica e culturale, che abbatta le barriere tra attore e spettatore, che tende al coinvolgimento e all'allargamento delle audience per la costruzione di una comunità attraverso l'inclusione nel processo creativo di più attori. Si suggerisce una maggiore attenzione alle dinamiche crossdisciplinari lato produzione culturale. Come indicato da Porter, infatti, le fonti dinamiche e sostenibili di vantaggio competitivo per le città non derivano tanto da minori costi e efficienze di produzione, ma da elementi che favoriscono la crescita della produttività e l'innovazione nel corso del tempo (Porter 1998).

6. Nuove tecnologie e innovazione culturale

di Paola Borrione

Il ruolo delle nuove tecnologie nel cambiamento della società e del sistema economico odierno è al centro del dibattito scientifico e anche culturale in tutte le società contemporanee. L'adozione a livello globale di **internet** e della comunicazione mediata dalla rete ha infatti comportato un brusco cambiamento dei comportamenti sociali (si vedano, ad esempio, le statistiche dell'uso del tempo e l'apparire negli ultimi 5 anni del tempo speso sui social network, alcuni anni fa non presente), così come della produzione economica.

Lo sviluppo in termini di adozione e frequenza d'uso delle **nuove tecnologie in tutti i campi della vita quotidiana è infatti cresciuto rapidamente negli ultimi 15 anni**, con due fasi principali, quella dal 1999 al 2003, che ha visto un rapido espandersi all'interno delle aziende e come attori principali i siti di informazione, e quella successiva al 2004-2005 (anni in cui è nei fatti iniziata l'adozione dell'ADSL sul territorio nazionale), legati all'espandersi dei servizi di posta, di messaggistica, alla vendita online e ai social network più di recente.

Le nuove tecnologie hanno - in pochi anni - cambiato il modo in cui ci informiamo, facciamo acquisti, comunichiamo.

In anni recenti, inoltre, gli ulteriori cambiamenti sono stati la tendenza ad utilizzare sempre più internet in mobilità (smartphone e tablet), l'espandersi dell'uso a tutte le fasce di età e le prime applicazioni di tecnologie connesse agli oggetti (IoT). A livello del **sistema economico generale** in questi primi anni di entrata sulla scena delle nuove tecnologie si sono osservati alcuni cambiamenti, già preconizzati nel 1999 nel celebre lavoro "Information Rules" dei due economisti Carl Shapiro e Hal Varian:

- nuove forme di distribuzione (es blog vs giornali)
- abbondanza di informazioni vs scarsità del modello precedente
- forme di produzione collaborative
- nuove forme di possesso e uso dei beni (affitto,

sharing, co-ownership, ..)

- e recentemente l'innestarsi della tecnologia negli oggetti della vita quotidiana.

Nel **sistema culturale** possiamo osservare queste stesse dinamiche, pur con declinazioni proprie del settore, che hanno portato cambiamenti a tutti i livelli della filiera di produzione di cultura:

La convergenza dei supporti: le nuove tecnologie consentono di utilizzare un unico supporto (in questo momento lo smartphone) per fruire di contenuti culturali di natura differente, al cui consumo, in passato, erano dedicati mezzi e talvolta luoghi appositi (si pensi all'ascolto di musica, visione di film, lettura...)

L'adozione di un nuovo modello di produzione: passaggio da un modello di produzione culturale in cui non vi è rapporto diretto e biunivoco tra artista e fruitore a quello di dialogo tra chi produce e chi consuma cultura. Market are conversations, diceva il visionario Cluetrain Manifesto (Levine, Locke, Searls, Weinberger 2000) a fine anni '90, e questo è valido anche per la produzione culturale, che da modello di produzione top-down si sta trasformando in opera dialogica.

Co-creazione: i consumatori si stanno trasformando anche in produttori di beni culturali (prosumers), poiché stimolati a partecipare alla produzione di contenuti grazie alle piattaforme tecnologiche.

De-materializzazione: delle opere, dei supporti, della distribuzione.

Queste dinamiche stanno causando una serie di cambiamenti **a livello di filiera di produzione** della cultura, lungo tutti gli stadi: selezione, creazione e realizzazione, distribuzione, consumo.

1. La selezione degli artisti: è il primo passaggio della filiera di produzione culturale, che vede

come protagonisti, in un primo stadio istituzioni e mecenati, autoselezione e Accademie, politica e, in un secondo stadio, il mercato. Le nuove tecnologie hanno consentito di anticipare l'entrata del mercato nel processo di selezione, sin dal primo stadio di selezione. È quello che accade, ad esempio, grazie a piattaforme di *crowdfunding* di progetti culturali, nate sulla falsariga di quelle dedicate alla prototipazione e produzione di prodotti tecnologici, come Kickstarter.

Tramite tali piattaforme il pubblico seleziona gli artisti, premiando le idee, sulla base dei progetti presentati, dei propri gusti, dei temi affrontati, ecc. Tali strumenti sono cresciuti molto negli ultimi anni, specializzandosi per tipologia di attività o per territorio di afferenza, sino a diventare uno dei pilastri del finanziamento dei progetti culturali più innovativi, dalla realizzazione di cortometraggi a quella dei festival, dalla produzione di libri a quella musicale. Parallelamente, i meccanismi di selezione crowd e mediati dalle tecnologie si sono estesi al mondo culturale, dando vita a interessanti esperimenti, come quello della "Youtube Symphony Orchestra".

2. Creazione: l'artista isolato nel suo studio, o ancora l'artista come produttore unico dell'opera d'arte sono concetti che, poco alla volta, le tecnologie digitali stanno mettendo in difficoltà/scardinando. Vi sono, infatti, numerosi esempi di opera d'arte prodotte in maniera congiunta, grazie al lavoro collaborativo su piattaforme dedicate o social network, ... Alcuni esempi, tra le molte esperienze che si trovano in rete, sono "The Twitter Opera" in cui un'intera opera musicale è stata composta tramite i tweet dei coautori, l'online "Local History Museum" dello Smithsonian, antesignana piattaforma che permette al pubblico di divenire curatore della memoria e identità culturale collettiva, il progetto "Re-Captcha", in cui siamo tutti (inconsapevoli) traduttori di manoscritti antichi.

3. Distribuzione: lo stadio della filiera di produzione culturale della distribuzione ha subito tre trasformazioni principali:

- La Dinsitermediazione: ovvero il tentativo di saltare alcuni anelli della catena distributiva da parte degli autori, avvenuto con più o meno successo a seconda dei settori e/o la creazione di nuovi attori della distribuzione che operano su scala mondiale e tramite spazi virtuali. Si pensi, ad esempio al caso della musica: si è passati dalla distribuzione fisica su supporti differenti, dal vinile al cd, alla distribuzione online grazie alla tecnologia mpeg4, che è diventata

preponderante solo quando è entrato sul mercato un device apposito, alla connessa piattaforma di distribuzione (ipod-itunes), all'abbonamento online a servizi di distribuzione musicale, come Spotify.

• Multicanalità e multi-device: la possibilità di produrre in digitale ha reso possibile distribuire i prodotti culturali tramite canali differenti, accomunati dall'essere digitale, di consumare lo stesso contenuto su device differenti e anche di consumare contenuti di tipologie differenti sullo stesso device. La produzione di contenuti culturali si è riorganizzata intorno all'idea portante di dematerializzazione.

• Scambio/sharing/opensource: la possibilità di mettere a disposizione del pubblico opere open, libere da diritti, o riutilizzabili sta ponendo seri interrogativi al sistema dei diritti di autore e ha dato vita a nuove forme di produzione e di circolazione delle idee. Vi sono molti esempi di questa tendenza nel mondo del design, della moda, ma anche della musica.

4. Consumo: per quanto riguarda l'ultima fase della filiera produttiva culturale, ovvero il consumo di beni culturali, le nuove tecnologie hanno reso possibile, e i social network hanno in seguito accentuato, due tendenze principali: la trasformazione dei consumatori in *prosumers*, ovvero in produttori-consumatori, di cui abbiamo già brevemente trattato, e il *gaming*. Questa seconda tendenza è ben rappresentata dal progetto "Twitteratura", un gioco social che coinvolge i partecipanti tramite twitter nel riscrivere i grandi capolavori della letteratura. Operazione culturale di rilettura e comprensione dei grandi classici, gioco, connettore di nuove relazioni e anche nuovo modo di consumare uno dei prodotti culturali più antichi, il libro.

Rispetto al consumo, una tendenza già brevemente evidenziata nelle pagine precedenti, è quella relativa all'innestarsi della *tecnologia negli oggetti della vita quotidiana*. Questa tendenza, che avrà sviluppi interessanti per tutto il sistema economico soprattutto nei prossimi anni, è già presente anche nel campo culturale. Le applicazioni più frequenti, ad oggi, sono quelle che permettono di aggiungere uno "strato" informativo alle opere d'arte, ai musei, al patrimonio. Ne sono un esempio i "muri parlanti" (ovvero l'applicazione di qr code a palazzi storici o significativi tramite cui con uno smartphone si può accedere a contenuti multimediali), le guide interattive a musei e mostre, ecc.

Un'ultima considerazione può essere compiuta, guardando alla **sostenibilità economica dell'utilizzo delle nuove tecnologie in campo culturale**.

Contrariamente all'accezione comune, che lega il digitale a bassi costi di realizzazione, le nuove tecnologie digitali sono molto costose in termini di competenze che devono essere acquisite, costi di sviluppo e costi di mantenimento nel tempo. Le innovazioni lungo la filiera culturale si sono prodotte là dove, più che "inventare" nuove tecnologie, le istituzioni culturali, gli attori della filiera, o il pubblico hanno saputo trovare nuovi modi di utilizzo delle tecnologie esistenti, o hanno saputo sfruttare a proprio vantaggio nuovi usi che si sono prodotti nel tempo. Sono le competenze soft, ovvero la capacità di comprendere il contesto tecnologico, l'uso social e di intuire le direzioni future, ad essere foriere di innovazione sostenibile. E sono queste, quindi, quelle da sviluppare e sostenere.

7. Bibliografia

Bertacchini E. e Pazzola G., *Torino Creativa - I Centri Indipendenti di Produzione Culturale sul territorio torinese*, Edizioni GAI, Torino, 2015

Bertacchini E. e Santagata W. (a cura di), *Atmosfera Creativa*, Il Mulino, Bologna, 2012

Campailla, G., "La politica de La Mésentente. Un bilancio a vent'anni dalla prima pubblicazione" in *Storia del pensiero politico* 3, 2016

Ferrigno, G., "Sogno, neuroscienze, linguaggio multimediale e interdisciplinarietà" in *Riv. Psicol. Indiv* 54, 2003

Grodach, C., "Art spaces in community and economic development: Connections to neighborhoods, artists, and the cultural economy" in *Journal of Planning Education and Research* 31.1, 2011

Invalsi, *Rapporto nazionale di OCSE-PISA*, Armando editore, 2003

Levine, Locke, Searls, Weinberger, *The Cluetrain Manifesto: The End of Business as Usual*, Cambridge, Mass, Perseus Books, 2000

Porter, M. E., "Clusters and the new economics of competition" in *Harvard Business Review* vol 76, Boston

Shapiro, C., and H. R. Varian, *Information Rules*, Harvard Business School Press Boston, Mass., 1999

Symbola – Unioncamere, *Io sono cultura - 2016. L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi*, Symbola - Unioncamere, Roma, 2016



#INNOVAZIONEORA