SABATO 15 OTTOBRE 2022 10.00.33

Strati della Cultura 2022, focus su partecipazione culturale di fronte alle crisi

Strati della Cultura 2022, focus su partecipazione culturale di fronte alle crisi
(AgenziaCULT) - Roma, 15 ott - Nell'ambito di Strati della Cultura 2022, l'evento nazionale che l'Arci
organizza ogni anno dal 2007 per confrontare le proprie proposte sulla
"promozione culturale" con il mondo delle istituzioni, della politica, della
cultura, si è tenuto venerdì l'incontro "Cultura dal vivo o dal divano?
Stili di vita, consumi e partecipazione culturale al tempo delle crisi. Il ruolo
del terzo settore culturale". Sono intervenuti Daniele Lorenzi, Presidente
Nazionale Arci e Roberta Cappelli, Presidente Arci Ravenna; Sandra Aloia
(Fondazione Compagnia di San Paolo); Flavia Barca (Economista della Cultura);
Annalisa Cicerchia (Istat); Nicola Curtarelli (Arci Piacenza); Stefano Carmassi
(Arci Toscana); Massimo Maisto (Presidente Arci Emilia Romagna).

Al centro del dibattito, le crisi che attraversano il nostro Paese, da quella
dovuta alla pandemia a quella economica e sociale legata al progressivo aumento
delle diseguaglianze e alla crisi energetica. Queste stesse crisi stanno
modificando gli stili di vita delle persone e rischiano di cambiare in
profondità le modalità della partecipazione culturale nel nostro Paese. In
realtà sono almeno quindici anni che la spesa delle famiglie per spettacoli e
cultura è costantemente in calo e continua a diminuire la propensione alla
partecipazione culturale in spazi fisici. Inoltre, quattro italiani su dieci
lamentano carenza di tempo libero e la fruizione "dal divano" di contenuti
culturali è esplosa.

Si tratta di uno scenario che apre molteplici interrogativi. Cosa implica
tutto ciò sulla socialità delle persone? Come possiamo rispondere a questi
cambiamenti continuando a dare l'opportunità alle persone di vivere
l'esperienza culturale collettivamente "dal vivo"? Cambia la domanda e
come cambierà l'offerta? Quale sarà il ruolo delle organizzazioni sociali e
culturali?(asa)
(segue)
20221015T100013Z

SABATO 15 OTTOBRE 2022 10.00.34

Strati della Cultura 2022, focus su partecipazione culturale di fronte alle crisi (2)

Strati della Cultura 2022, focus su partecipazione culturale di fronte alle crisi (2)
(AgenziaCULT) - Roma, 15 ott - Il quadro che emerge, tuttavia, non deve aprire al pessimismo. Anzi, alcune
rilevazioni lasciano intravedere prospettive interessanti. "I dati presentati
dall'ISTAT sulla partecipazione culturale - ha spiegato Sandra Aloia -
descrivono un trend quasi drammatico ma ci sono in verità altre evidenze che
possono riportare un cenno di ottimismo. Dai dati interni in possesso dalla
Fondazione CSP si rileva un contro trend sulle partecipazioni ai festival e
sulle presenze negli spazi di partecipazione che ci suggeriscono una
polarizzazione dei comportamenti post pandemici: una parte della popolazione
cerca come e parrebbe più di prima la cultura nei contesti socializzanti. La
cultura vista quindi come bene relazionale, strumento di coesione".

Aloia si è soffermata in particolare sui dati relativi al nord-ovest dove
CSP sta sperimentando un metodo di lavoro per favorire la partecipazione attiva
basata su cinque punti, "il tutto - ha sottolineato Alia - se diamo per
scontato l'assunto che, come dice l'OMS, la salute sia il benessere fisico,
mentale e sociale degli individui":

Dati: Conoscere da una parte quanto più possibile quante persone
partecipano ai processi civici e culturali e dall' altra conoscere i
comportamenti, le preferenze, i desideri dei singoli (es. Progetto
digitalizzazione tessera sviluppato da Arci To).
Alleanze territoriali (riferimento all'art 118 della Costituzione) tra il
territorio, il terzo settore e i soggetti pubblici che portino a
co-programmazioni.
Stabilizzare metodi per mantenere aperte e accoglienti le comunità (qui il
tema centrale è sulle modalità di governance e cessione del potere).
Nuove competenze e nuove professioni, necessarie per affrontare nuovi
bisogni e nuovi ruoli di questi presidi territoriali.
Replicare delle best practice: - coinvolgere i destinatari nella gestione,
programmazione, progettazione, governance; - cambiare le liturgie del consumo
culturale (nuovi orari, nuovi luoghi, nuovi format); - co- costruire tra più
stakeholder programmi, strategie, progetti e co gestire spazi; - capacity
building dei gestori e degli operatori; - sviluppo di comunità attraverso la
cultura quale leva di coesione.(asa)
20221015T100013Z