

Cultura e digitale

Tavolo n. 3 – 13 febbraio 2017 Rovigo

Il digitale per i processi e le produzioni culturali creative

Partecipanti

I contesti da cui provenivano i partecipanti sono:

Università di Padova (centro musei), Restauratore, Associazione culturali, Collettivo di video maker, Servizi per lo spettacolo, il teatro e la danza, centro di formazione per insegnanti e studenti, illuminotecnica applicata ai beni culturali, Dirigente della Regione del Veneto, regista, musicista, operatore culturale per la promozione della lettura, Spin off dell'Università di Padova, una dottoranda in Museum Studies all'Università di, Teatro stabile veneto (presidente), teatro "La piccionaia", Fondazione Zoè, Fotografo, Consorzio Arsenal, Incubatore certificato, Agis Triveneto, Camera di Commercio di Venezia e Rovigo Delta lagunare.

Inquadramento

Il facilitatore fa una breve premessa al tema in discussione dopo la quale fa fare un giro di presentazione ai partecipanti. Uno degli aspetti importanti da tenere in considerazione è non solo in che modo si possono usare la tecnologia nei contesti di produzione o diffusione culturale, ma anche che cosa, proprio questi contesti, gli operatori e le istituzioni coinvolte, possono dare alla tecnologia. L'invito è stato quello di essere aggressivi nel proporre, tenendo conto anche dei temi della narrazione e nell'engagement.

Sintesi delle idee e delle proposte

Sostegno economico nel settore cultura

- In sintesi, il tavolo a larga maggioranza è composto di operatori e prevale l'iniziativa privata. Emerge come primo bisogno, visto che sappiamo che il sostegno economico in questo settore è difficile, di cercare di lavorare in modo che tra i soggetti ci sia un sostegno di servizi, ora siamo in aumento ma il livello della spesa era dimezzato con la crisi. Ci sono settori che sono andati in crisi e sono profondamente cambiati con il digitale (stampa, fotografia) mentre il settore audio/video è cresciuto in Europa e in Italia; quindi c'è stato un impatto diverso sui settori. C'è un desiderio di creare dei ponti tra settori e tra servizi che non si conoscono.
- Valorizzare appieno le imprese in modo che abbiano un grosso vantaggio fiscale;
- Dalla realtà degli incubatori si può dire che chi porta avanti le attività culturali ha una grande passione, ma manca l'abilità imprenditoriale e l'idea di fare reddito. Mentre è difficile avere la sensibilità artistica è più facile formare a fare *business plan*, trasformando le idee e la qualità in impresa. Tagliare le attività improduttive e trasformare quelle artistiche e culturali;
- Supportare realtà sia pubbliche che private per essere *content provider* sostenibili;

La rete degli operatori e tavolo virtuale

- Messa in rete di operatori, non esiste un registro regionale delle associazioni culturali, creare un tavolo virtuale degli operatori culturali;
- Porto a casa da questo tavolo che il museo e i produttori culturali devono lavorare assieme alle imprese creative per fare nuove cultura, nuovo modo di pensare alternanza scuola/impresa, l'operatore può fare da ponte tra artista e insegnante.
- Creare dei tavoli virtuali, modello della comunità di interesse e di pratica

Provvedimenti legislativi per la cultura

- Trovare una modalità di recepire il provvedimento legislativo regionale a favore della cultura;

Certificazione e qualifica delle imprese culturali

- Struttura che certifichi le professionalità nel settore culturale e le nuove professionalità;
- Qualificazione delle imprese nell'ambito del restauro, ci vorrebbero stampanti 3d o laser scanner, creare contesto tecnologicamente avanzato per la comprensione del frammento; si tratta di un problema di qualificazione delle ditte che partecipano agli appalti, ma anche approccio alle tecnologie che non sia troppo costoso per le imprese;

- Nell'ambito della fotografia, ritorna il problema della qualità del lavoro da salvaguardare e dei contesi di gare e appalti in cui la logica del ribasso economico fa abbassare anche il livello delle prestazioni e dei servizi offerti. Altro intervento precisa che ora il prezzo più basso non dovrebbe ora avere più quel peso, chi fa il bando trasferisce idea progettuale e a carattere politico deve farlo con l'ausilio di chi poi ci dovrà lavorare;
- C'è bisogno di una migliore comunicazione a livello regionale del rapporto tra azienda e enti con cui lavorare. Ad esempio se si deve valorizzare il patrimonio dando ad una villa veneta un nuovo sistema di illuminazione è molto difficile collegare l'offerta al bisogno; come far interagire professionali e quindi anche far circolare le competenze in modo che i curatori di un museo possano avvalersi dei professionisti dell'illuminazione;

Accesso

- Digitale è il mezzo per far arrivare la cultura a chi non può averne accesso. Ad esempio l'idea del museo virtuale, ma anche a teatro e al cinema. Quale accesso alla cultura per chi non si può muovere? La proposta è quella di ampliare l'offerta ad esempio per il bambino ricoverato, per il paziente oncologico o per l'anziano;
- Il digitale offre sicuramente possibilità di aumentare l'accesso, d'altro canto le realtà che possono proporre servizi culturali digitali soffrono il rischio di vedere crollare il servizio in presenza ad esempio la visita reale. Bisogna quindi cercare di non tirarsi la zappa sui piedi. Discutiamo delle formule di sopravvivenza e della digitalizzazione.

Digitale per favorire rete di comunicazione e di fruizione

- Oltre alle tecniche di digitalizzazione vanno considerate anche le tecniche di comunicazione, potenziando la rete di trasmissione dati, le call-conference, e gli spettacoli trasmessi a chi ha un certo tipo di problemi con costi inferiori; torna il tema della accessibilità da remoto come esperienza virtuale;
- Lo streaming è uno strumento stupendo per fare condivisione e accesso. Se ho un potenziale pubblico che non si riferisce al contesto locale della biblioteca, ad esempio chi fruisce della lingua italiana nel mondo. Sono molti ad avere piattaforme dove lavorare in streaming, ma termini di sistemi si lavora come monadi e singoli ambiti. Quindi cercare di mettere insieme spettacolo dal vivo e digitalizzazione;
- Esportare le cose che si fanno sì ma anche far intervenire persone lontane in eventi locali e quindi intervenire in una biblioteca, in un teatro collegamento sia dal punto di vista tecnico, il digitale come mezzo concettuale ma anche di contesto e relazionale;
- Cosa è cambiato nella fruizione degli spettacoli? Ad esempio per le famiglie, con *device* simili al mercato turistico, la chiave di ciò che sta cambiando, la comunicazione che è la preparazione dell'esperienza reale avviene attraverso engagement e domanda di protagonismo che può essere reale o percepito (falso perché costruito dai commenti pilotati) (io scelgo il mio b&b)
- Digitalizzare la comunicazione dello spettacolo non è solo avere una App per dire al fruitore cosa si può andare a vedere. Può essere la base per un osservatorio vero delle nostre attività, per misurarci per quello che viene fatto e per il valore creato;

Digitale come mezzo ma anche come fine per la realizzazione creativa

- Distinzione tra digitale come mezzo e digitale come fine. Molte osservazioni finora fatte sono legate al digitale come mezzo (social, archiviazione, fruizione di contenuti), ma il digitale come finalità e modalità di rappresentazione degli eventi artistici è un aspetto da tenere in considerazione molto importante. Può modificare l'esperienza del fruitore, ad esempio la rappresentazione di uno spettacolo o di un'opera dove il digitale diventa fine ed entra nelle normative legate al teatro. Se digitale è invece strumento per far meglio il lavoro è un'altra cosa;
- Le nuove tecnologie nella produzione cinematografica ci permettono di raccontare con la realtà aumentata, con le riprese in 3d ecc. Ci sono tanti operatori non professionisti e problemi burocratici di autorizzazione e molte persone si improvvisano. Penare ad un luogo di formazione che sia dato dalla regia della Regione, ad esempio nei Fablab?

CHIUSA

Riflessione del Direttore del settore *Beni Attività Culturali E Sport* della Regione Veneto: non ci sono i soliti volti noti, stiamo raggiungendo ambiti e settori interessati alla cultura, ma con una visione che parte da un'altra prospettiva. **Creare un sistema, una rete della cultura, dalla relazione e dal confronto con le istituzioni, siamo ancora legati al progetto in sé. Bisognerebbe approfondire la parte dei processi di digitalizzazione piuttosto che la singola necessità, questo è il fatto importante. Inoltre per la Regione la cultura è una delle aree importanti della riflessione sull'Agenda digitale.** In queste occasioni, vengono raccolte le necessità e si faranno riflessioni su queste tematiche. E' stato colto questo appello che la Regione ha rivolto alla cultura e recepito come modalità di misurarsi in una forma di innovazione. Altro intervento dalla Regione veneto, temi della Produzioni culturali creative, della creazione di valore aggiunto, dell'Intersectorialità ricordiamo che tutti i giovani dedicano una parte della giornata all'utilizzo di strumenti digitali per la musica, i video, per produrre o per fruire, e per diletto. Questa è una potenzialità cerchiamo di collegarci al mondo giovanile tenendo conto del legame tra cultura/giovani/lavoro.

Intervento da parte della Camera commercio Venezia Rovigo Delta Lagunare.

Con il prof. Panozzo abbiamo fatto ricerca sul valore economico delle imprese culturali nella provincia di Venezia, è stato rilevato un impatto notevole, ma poco identificabile nelle forme di imprenditorialità che sono tipiche del registro imprese camerale, **Le realtà culturali vivono in un sistema pluristratificato, con livelli di sedimentazione, quindi lo zoccolo duro dipende da quanto ricco è il sistema associativo.** Non è maturata la consapevolezza imprenditoriale di costruire percorsi che siano sostenibili e che non dipendano da contributi pubblici, verso una logica dell'investimento ovvero mettendo soldi in strutture che generano valore aggiunto

Abbiamo problemi nuovi con strumenti vecchi. Una delle cose emerse dalla ricerca è stato che sostenere i sistemi imprenditoriali è punto imprescindibile da cui partire come Camera, ma richiede capire a chi dare i fondi

Chiusa e sintesi del facilitatore:

- 1) Dal settore culturale emerge che si dovrebbe avere una forma che il mondo economico riconosca vicino alle sue logiche. È più facile che creativo faccia un business Plan, piuttosto che un economista impari a fare il creativo;
- 2) Necessità di fare rete: tavoli intersettoriali di creativi, archivi, musei, spettacolo dal vivo, cinema, ecc. Allora questo è un problema che si può ovviare perché i settori sono apparentemente lontani, ma in realtà non è così;
- 3) Attenzione perché digitale è anche un momento creativo in sé, è già avvenuta la transizione dove il digitale è elemento di espressione, abbiamo bisogno di creare in dimensione dematerializzata o rimaterializzata con il digitale; sforzo di produzione creativa, difendere questo *core business*;
- 4) Tema certificazioni delle professioni nel settore culturale;
- 5) Tema degli appalti tema relazionale come stare insieme e fare intrattenimento con informazioni appropriate per scegliere, avere informazioni di grana fine;
- 6) Necessità di creare un tavolo almeno virtuale per parlarsi