

Competenze professionali per l'Audience Development

di Ludovica De Angelis e Antonia Silvaggi

Partecipazione culturale come diritto e come opportunità. Questo l'assunto di base da cui prendono spunto molte attività che Melting Pro¹ porta avanti da anni, legate ai concetti di audience development ed engagement. Elemento di forza, il continuo confronto con esperti incontrati in progettualità complesse inserite nell'ambito di finanziamenti nazionali ed europei. Di queste iniziative, molte prevedono ricerche internazionali su un tema di grande attualità, quello delle competenze professionali e trasversali necessarie per innovare le imprese culturali e creative e rendere più competitivo il settore².

In particolare, dal 2013, a partire dal progetto "ADESTE, Audience Developer: Skills and Training in Europe", ci interroghiamo sulle abilità e sulle conoscenze necessarie a sviluppare piani strategici audience oriented all'interno delle organizzazioni. L'approccio sviluppato nell'ambito del progetto intende l'audience development come il processo attraverso cui gli enti del settore hanno l'opportunità di diventare più democratici e socialmente rilevanti, in modo duraturo e significativo.

L'iniziativa, finanziata nell'ambito del programma europeo dell'apprendimento permanente (LLP), è terminata ad aprile 2016. Il partenariato, guidato dalla Fondazione Fitzcarraldo di Torino, ha visto la partecipazione di realtà molto competenti sul tema come The Audience Agency (UK), il Danish Center for Arts and Interculture (DK), la Goldsmith, University of London (UK), l'Institute of Leisure Studies (ES), l'European Network of Cultural Administration Training Centre (BE) e la municipalità di Varsavia (PL) e, ovviamente, a Melting Pro. Inoltre, sono stati coinvolti partner internazionali del calibro del Los Angeles County Museum of Art (USA) e dell'India Foundation for the Arts, Bangalore (INDIA).

ADESTE ha portato all'identificazione di un nuovo profilo professionale definito "audience developer" di cui si sono tracciate abilità e competenze, alcune strategiche, come il marketing, la comunicazione, la progettazione, altre relazionali, come la capacità di gestire il cambiamento, la negoziazione e altre ancora legate alla capacità di leadership.

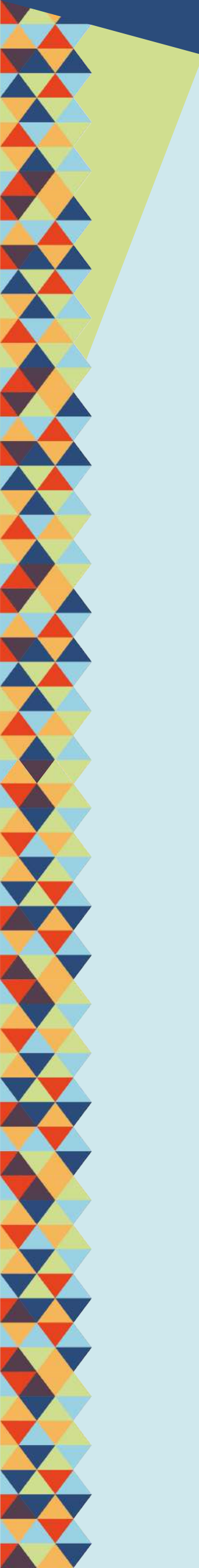
E' risultato subito evidente che, per occuparsi di strategie di sviluppo dei pubblici, ci sia bisogno di un team di persone con differenti expertise afferenti a più dipartimenti. Con una premessa: l'audience development deve prima di tutto diventare un obiettivo strategico dell'organizzazione. Solo così diventa davvero funzionale formare/coinvolgere competenze e professionalità specifiche.

Senza entrare nel dettaglio del profilo dell'audience developer consultabile sul sito www.adesteproject.eu, se ne intende in questa sede evidenziarne alcune caratteristiche fondamentali:

- si tratta di una figura senior che deve possedere una profonda conoscenza dell'organizzazione culturale e delle sue relazioni con il contesto;
- è un agente di cambiamento per l'organizzazione;
- è importante che contribuisca a ridefinire mission e vision dell'organizzazione, in cui inserirà l'attenzione ai pubblici;
- dovrà agire in stretto contatto con il top management;

1. Melting Pro è una organizzazione che supporta enti nell'elaborazione di strategie, progetti e modelli finalizzati allo sviluppo di territori, comunità e persone. Facilita alleanze, costruzione di reti e collaborazioni tra enti a livello nazionale e internazionale. Realizza ricerche e attività nei seguenti ambiti: rigenerazione urbana; audience development; empowerment e formazione per il settore culturale. www.meltingpro.org

2. Oltre alle ricerche presentate in questa sede, si segnalano i progetti Arts. Skills for the creative economy, creato per individuare i fabbisogni del mercato del lavoro nel settore creativo e culturale in Europa attraverso un programma di ricerca e formazione internazionale, <http://arts-project.eu>, e MUSA. MUuseum Sector Alliance che porta avanti un'indagine sulle competenze oggi necessarie per innovare le organizzazioni museali, <http://www.project-musa.eu/it/>.



- è responsabile della crescita di connessioni dentro e fuori l'impresa culturale e favorisce collaborazioni anche tra posizioni differenti (es. dipartimenti artistici e comunicazione).

A partire dal nuovo profilo professionale è stato articolato un percorso formativo sperimentale che prevede lo sviluppo di competenze hard e relazionali, per queste ultime utilizzando una metodologia didattica informale e partecipativa come l'action learning³.

Il corso ha avuto l'obiettivo di trasferire competenze e strumenti necessari ad attuare piani strutturati di audience development e, a Roma, ha coinvolto diverse realtà tra cui: il Museo zoologico, la GNAM – Galleria nazionale d'arte moderna e contemporanea di Roma, il MUSE – Museo delle Scienze di Trento, il Consorzio Teatri di Bari, che da quest'anno riunisce i teatri storici Kismet e Abeliano, la Fondazione Romaeuropa, il Museo di Storia Naturale e Archeologia di Montebelluna, CLAC, che a Palermo gestisce l'Ecomuseo Mare Memoria Viva, e CAOS, il Centro per le Arti Opificio Siri di Terni.

L'esperienza ha messo in evidenza alcuni punti deboli delle realtà nazionali, tra cui una profonda lacuna nella conoscenza dei pubblici della cultura, conoscenza dalla quale non si può prescindere per avviare strategie audience oriented. Pochissime organizzazioni sono solite fare raccolta di dati sui pubblici (magari attraverso semplici questionari) e chi lo fa non ha ancora competenze e strumenti per leggerli, interpretarli e utilizzarli al meglio.

Dall'esperienza del progetto ADESTE e dal suo partenariato, è nata la nuova progettualità "Connect_ Connecting Audiences: European Alliance for Education and Training in Audience Development"⁴, strutturata per dare continuità agli studi europei in materia, con un focus specifico sulle competenze necessarie per coprire il gap tra formazione universitaria e i bisogni delle organizzazioni culturali. Dai dati della ricerca Connect si evidenzia come nella formazione formale universitaria sia assente la tematica dell'audience development, nonostante sia ritenuta fondamentale da studenti e operatori. Obiettivo dell'iniziativa è sviluppare un modulo formativo multidisciplinare, adattabile a contesti universitari e non, attraverso una metodologia che includa formazione formale e informale (action learning e mentoring) per lo sviluppo di competenze hard e soft sia degli studenti che dei professionisti culturali. Per questo si prevede di sviluppare un corso sperimentale aperto agli operatori nei a partire da settembre 2018.

A livello nazionale, in questi anni, abbiamo provato a trasferire metodologie e strumenti acquisiti attraverso le esperienze europee. In particolare, considerando l'audience developer figura trasversale ai diversi settori creativo-culturali, il percorso formativo è stato ripensato per gli operatori del Circo contemporaneo nell'ambito del progetto "Quinta Parete"⁵ e per i professionisti dello spettacolo dal vivo durante l'esperienza del corso "Per un teatro di impresa", percorso manageriale organizzato dal Teatro dell'Orologio⁶.

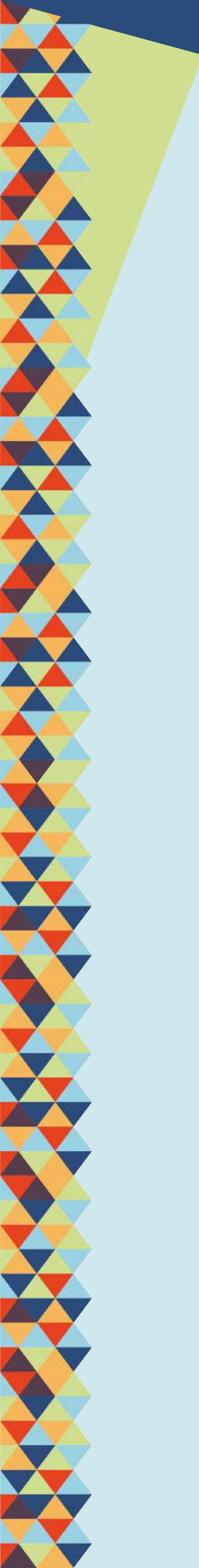
In generale, l'approccio alla formazione in materia di audience development di Melting Pro, riflette un'idea di AD strettamente legata alla direzione strategica delle organizzazioni e prevede la strutturazione di percorsi formativi e consulenziali volti a fornire strumenti di management strategico semplici ed efficaci.

3. L'action Learning è una tecnica di coaching di gruppo particolarmente indicata a sostenere le persone nel cambiamento e a sviluppare il proprio approccio personale all'interno del luogo di lavoro. Incoraggia l'apprendimento basandosi su azioni e situazioni reali, favorendo l'apprendimento attraverso l'esperienza, la riflessione e l'azione. L'action learning richiede un processo rigoroso e si basa su solide tecniche di condivisione.

4. connectingaudiences.eu/

5. Iniziativa finanziata dal MIBACT all'interno del Fondo Unico dello Spettacolo (FUS) e promosso dall'Associazione Giocolieri e Dintorni (G&D) in partnership con Melting Pro, <http://www.progettoquintaparete.it>.

6. www.teatroorologio.com/per-un-teatro-d-impresa.html



Sicuramente, le variabili che definiscono il contesto in cui l'organizzazione opera contribuiscono a delineare le diverse esigenze professionali e per questo si lavora con un modello di formazione e affiancamento graduale e flessibile in grado di riflettere le aspettative delle diverse realtà e soddisfarne i bisogni.

Per chiudere questa breve trattazione che non ha pretese di essere esaustiva su una questione aperta e articolata, si sottolinea come molte organizzazioni giustificano lo scarso impegno e investimento dedicato alla formazione di figure competenti in audience development con il poco tempo a disposizione. Il tempo dedicato al "pubblico", nel senso più ampio del termine, non può più essere considerato residuale se davvero si vuole promuovere un nuovo paradigma culturale e, per farlo, non si può prescindere dal coinvolgimento di figure professionali competenti e aggiornate.

Bibliografia

Amaia Makua & Macarena Cuenca "In search of the ideal set of skills. The issue of research: Why and what we did" Retrieved from <http://www.ade-stepproject.eu/steps-towards-good-audience-practice-following> (November 2016).

EUROPEAN OCCUPATIONAL STANDARD PROFILE OF THE AUDIENCE DEVELOPER
Retrieved from <http://www.ade-stepproject.eu/report-european-standard-occupational-profile> (Downloaded November 2016)

REPORT ON NEW TRAINING NEEDS Retrieved from <http://www.ade-stepproject.eu/report-new-training-needs> (Downloaded November 2016)

Sitografia:

<http://connectingaudiences.eu/>



Ludovica De Angelis

Socia fondatrice di Melting Pro, è esperta nella progettazione e gestione di interventi di formazione/riqualificazione professionale degli operatori del settore culturale promossi a livello nazionale ed europeo.

Ricerca e promuove l'utilizzo di metodologie didattiche innovative e partecipative ed è docente in corsi di formazione di progettazione europea, imprenditorialità creativa e fundraising. È autrice di articoli e pubblicazioni scientifiche su cultura, Europa e formazione continua.

Contatto l.deangelis@meltingpro.org



Antonia Silvaggi

Cofondatrice di Melting Pro, facilitatrice in percorsi di digital storytelling, da anni si occupa della gestione di progetti a livello nazionale ed europeo incentrati sulle tematiche dell'audience development e engagement. Porta avanti la ricerca su attività di formazione innovativa, creativa e modelli di competenze per il settore culturale orientato allo sviluppo delle capacità legate all'imprenditorialità e alla leadership culturale.

Collabora con musei, organizzazioni del terzo settore, università e imprese.

Contattato a.silvaggi@meltingpro.org

mp meltingPro

via Messina, 15
Roma
info@meltingpro.org
www.meltingpro.org



[meltingpro](#)



[MeltingPro](#)



[meltingpro](#)