



UN CAFFÈ CON... ALESSANDRO BOLLO

Nel quinto numero della rivista abbiamo voluto raccontare esperienze legate al difficile periodo che stiamo vivendo, ragionando sul “valore della pausa” e sulle nuove modalità di relazione tra persone, luoghi e contenuti culturali, soprattutto per trarre ispirazione per il futuro.

Indice

McIntyre

Costa e Soares

Bazán

Frost

Connor

Bollo

In questo scenario, la testimonianza del Polo del '900 crediamo sia davvero significativa. Per iniziare, Alessandro, parliaci del tuo lavoro: di cosa ti occupi al momento?

Lavoro da più di 3 anni come direttore del Polo del '900, un centro culturale polifunzionale e ibrido di Torino che ospita e integra l'attività di 22 istituzioni culturali, aperto alla cittadinanza e interessato a sperimentare modalità inedite di audience engagement. Il mio lavoro attuale riguarda l'impostazione strategica ma comporta anche prendere parte a processi decisionali e organizzativi molto diversi: dalla progettazione al fundraising, dalla comunicazione al budgeting.

Qual è l'insegnamento più importante che il nostro settore può trarre dalla crisi sanitaria?

Il periodo di lockdown ci ha messo di fronte a una società sempre più marcata da diseguaglianze e ci ha dimostrato come il combinato disposto del digital divide unito al cultural divide rischi di creare fratture collettive sempre più profonde. Il ruolo e l'agire delle organizzazioni culturali non potranno non tenere in considerazione questo nuovo mutato contesto.

Se intendiamo ripensare a nuovi indicatori in grado di fornire elementi di comprensione del senso profondo della partecipazione, dovremmo sperimentare metriche che misurino il contributo effettivo dell'offerta culturale nel rendere più equilibrate le condizioni di accesso, di partecipazione, di crescita e di beneficio individuale e collettivo, a partire da una valutazione iniziale del livello delle disuguaglianze su scala territoriale.

Quali strategie avete messo in campo per mantenere e prendervi cura della relazione con le vostre comunità e i vostri pubblici?

Abbiamo rafforzato la dimensione digitale, lavorando su proposte ibride: ad esempio incontri che si svolgevano sia in presenza sia attraverso modalità streaming e on demand.

Abbiamo sperimentato linguaggi e format digitali nuovi come i podcast culturali, che stanno avendo un ottimo riscontro di pubblico, e sviluppato kit digitali per gli insegnanti al fine di aiutarli e accompagnarli in questa fase molto complicata di didattica in remoto. Con il mondo della scuola abbiamo, inoltre, realizzato specifiche attività di ascolto e analisi attraverso survey finalizzate a conoscere bisogni e necessità del corpo docente per ripensare la progettazione 2020-2021. I risultati della survey, che sono stati condivisi con gli altri istituti culturali della città, sono consultabili [qui](#).

IL PERIODO DI LOCKDOWN CI HA MESSO DI FRONTE A UNA SOCIETÀ SEMPRE PIÙ MARCATA DA DISEGUAGLIANZE

00 IL NUOVO PROGRAMMA CULTURALE
SARÀ FORTEMENTE ORIENTATO A
FORNIRE STRUMENTI DI
INTERPRETAZIONE DEL DECENNIO CHE
SI STA APRENDO E CHE SI STA
CARATTERIZZANDO PER LA NATURA
DELLE INCOGNITE, DELLE SFIDE E
DELLE QUESTIONI APERTE A CUI SARÀ
FONDAMENTALE TROVARE RISPOSTE
EFFICACI E TEMPESTIVE 00



La gestione Covid-19 ci ha dato l'occasione di sviluppare ulteriormente il sistema di CRM che adesso è collegato ai sistemi di prenotazione e membership e che consente un'azione di profilazione del pubblico utile a supportare la promozione delle attività.

OO ABBIAMO SPERIMENTATO LINGUAGGI E FORMATI DIGITALI NUOVI COME I PODCAST CULTURALI, CHE STANNO AVENDO UN OTTIMO RISCONTRO DI PUBBLICO OO

Non abbiamo però cercato di perdere il rapporto con i luoghi fisici e con le nostre comunità di riferimento. L'impegno è stato, infatti, quello di riaprire in sicurezza, non solo con un numero di partecipanti inferiore, ma con modalità di accoglienza differenti (tutto avviene adesso su prenotazione obbligatoria), che hanno anche portato alcuni eventi nelle piazze e nei cortili della città di Torino (sono aumentate le iniziative di outreach e di collaborazione con realtà diffuse sul territorio).

Che impatto ha avuto la crisi sanitaria sulla vostra situazione economico finanziaria?

Rispetto al 2019, il 2020 si chiuderà presumibilmente con una riduzione attorno al 20% del budget, ma un modello di sostenibilità multi-stakeholder e il fatto di non dipendere esclusivamente dalle entrate di biglietteria (la maggior parte dei nostri servizi sono offerti gratuitamente al pubblico) ci ha permesso di poter continuare a fare investimenti e a progettare. Le nostre perdite, infatti, derivano principalmente dalla riduzione degli sponsor e dalla forte contrazione delle entrate di natura commerciale, in particolare quelle legate all'affitto dei nostri spazi di cui abbiamo perso circa il 90%.

Uno sguardo al futuro: quali sono le risposte che le organizzazioni culturali possono offrire a fronte delle trasformazioni nelle forme della partecipazione?

La proposta ibrida è già un primo tentativo di offrire contenuti anche a chi non può essere fisicamente presente (sia perché le capienze sono ridotte, sia perché alcune persone preferiscono ridurre ancora le occasioni di socialità) e per aprirsi a bacini di utenza nuova. Occorrerà migliorare la qualità della produzione digitale, anche sperimentando modelli e formati in grado di generare engagement, attivazione e dialogo tra il pubblico in presenza e quello in remoto.

La risposta riguarderà anche la scelta dei contenuti che andremo a proporre. Il nuovo programma culturale sarà fortemente orientato a fornire strumenti di interpretazione del decennio che si sta aprendo e che si sta caratterizzando per la natura delle incognite, delle sfide e delle questioni aperte a cui sarà fondamentale trovare risposte efficaci e tempestive. Tra queste, quella ecologica

OO OCCORRERÀ MIGLIORARE LA
QUALITÀ DELLA PRODUZIONE
DIGITALE, ANCHE SPERIMENTANDO
MODELLI E FORMATI IN GRADO DI
GENERARE ENGAGEMENT,
ATTIVAZIONE E DIALOGO TRA IL
PUBBLICO IN PRESENZA E QUELLO IN
REMOTO OO



è sicuramente emblematica della necessità di aggiornare i nostri paradigmi, ma anche il bisogno di ripensare modelli e approcci a livello politico, sociale e culturale riguarderà molti altri aspetti (dal sistema dei diritti al concetto di democrazia, dagli sviluppi dell'ingegneria genetica e dell'intelligenza artificiale, ai rischi di conflitti nucleari o biologici, dal rapporto tra lavoro e lavoratori fino ai crescenti squilibri in termini di accesso alle opportunità tra aree e popolazioni del pianeta). ▀

Alessandro Bollo dal 2017 è direttore della Fondazione Polo del '900 di Torino ed è presidente di Kalatà impresa sociale. Precedentemente è stato cofondatore e responsabile Ricerca e Consulenza della Fondazione Fitzcarraldo. È docente in diversi corsi e master a livello nazionale e internazionale occupandosi di management e politiche della cultura.

Dal 2011 ha collaborato alla candidatura di Matera a Capitale Europea della Cultura per il 2019 facendo parte del comitato tecnico e coordinando la redazione del dossier finale di candidatura. Presidente del Comitato scientifico di Palma di Montechiaro Capitale della Cultura 2022, dal 2013 al 2016 è stato coordinatore nazionale della Commissione Valutazione dei musei e studi sui visitatori di ICOM Italia. Dal 2017 fa parte del Comitato Tecnico Scientifico di Biennale Democrazia e dal 2018 della rivista Economia della Cultura del Mulino.