

A.A. 25/26 SESSIONE MARZO 2026

Archivio.cult

**Un servizio metodologico per
il consolidamento delle realtà
culturali instabili.**

Applicazione al caso studio MEGA FUORI.

ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
DIPARTIMENTO DI ARCHITETTURA

CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN
ADVANCED DESIGN DEI SERVIZI

TESI DI LAUREA MAGISTRALE IN
SERVICE DESIGN PER L'INNOVAZIONE

RELATRICE
PROF.SSA ELENA VAI
CANDIDATA
ERICA INNOCENTI



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA

DIPARTIMENTO DI ARCHITETTURA
CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN
ADVANCED DESIGN DEI SERVIZI

Archivio.cult

**Un servizio metodologico per il
consolidamento delle realtà culturali instabili.**

Applicazione al caso studio MEGA FUORI.

TESI DI LAUREA MAGISTRALE IN
SERVICE DESIGN PER L'INNOVAZIONE

RELATRICE
PROF.SSA ELENA VAI

CANDIDATA
ERICA INNOCENTI

A.A. 2024/2025
SESSIONE MARZO 2026



Alla nostra generazione



0.0 Abstract

1.0 Introduzione

2.0 *Discover 1.0* | Ricerca quantitativa

2.1.0 Letteratura critica

- 2.1.1 Introduzione
- 2.1.2 "La metropoli e la vita dello spirito" George Simmel
- 2.1.3 "Sottopassaggio" Siegfried Krakauer
- 2.1.4 "l'Infra - ordinario" Georges Perec
- 2.1.5 "La città autistica" Alberto Vanolo
- 2.1.6 Mappa comparativa
- 2.1.7 Riflessione e spunti

2.2.0 Analisi del contesto urbano macro: Italia

- 2.2.1 Introduzione al contesto nazionale ITALIA
- 2.2.2 Capitolo C10 "Cultura e tempo libero", ISTAT
- 2.2.3 Lettura e interpretazione dei dati
- 2.2.4 "QUANTO VALE LA CULTURA PER I GIOVANI IN ITALIA?" ARTRIBUNE
- 2.2.5 "IO SONO CULTURA 2025", SYMBOLA
- 2.2.6 Tabella comparativa

2.3.0 Analisi del contesto urbano micro: Bologna

- 2.3.1 Introduzione al contesto locale BOLOGNA
- 2.3.2 Analisi del contesto urbano
- 2.3.3 Dati demografici
- 2.3.4 Presenza giovani sul territorio, ISTAT
- 2.3.5 "Cultura a Bologna. Pianificare e valutare l'impatto della cultura a Bologna", COMUNE
- 2.3.6 Punti chiave
- 2.3.7 Legge regionale n. 2 del 2023
- 2.3.8 Perché Bologna?
- 2.3.9 Sintesi critica

2.4.0 L'ecosistema di supporto alla cultura a Bologna: Governance, Reti e terzo settore

- 2.4.1 I Registi della strategia: Cultura bologna e FIU
- 2.4.2 La Governance: Cultura Bologna
- 2.4.3 Il ruolo del Terzo Settore: ARCI e AICS

2.5.0 Il Target

3.0 *Define* | Ricerca qualitativa

3.1.0 Il metodo: *questionario e interviste*

- 3.1.1 Introduzione
- 3.1.2 Definizione punti critici
- 3.1.3 Cluster
- 3.1.4 Questionario: risposte *multiple* rilevanti
- 3.1.5 Questionario: risposte *aperte* rilevanti
- 3.1.6 Osservazione sui cluster emergenti
- 3.1.7 Interviste: i profili intervistati
- 3.1.8 Selezione interviste e cluster di riferimento
- 3.1.9 **Tabella comparativa: Visioni e Soluzioni per cluster**
- 3.1.10 **Linee Guida per una Progettazione CulturaleIntegrata**

4.0 *Design* | UX tools

- 4.1.0 Insight *utenti e organizzatori*
- 4.2.0 Problem Statement
- 4.3.0 HMW
- 4.4.0 Il Servizio
- 4.5.0 5W+1H
- 4.6.0 Il Caso studio base del Servizio: MEGA FUORI (2024-2025)
- 4.7.0 MEGA FUORI: progetto 2026
- 4.8.0 Stakeholder Map
- 4.9.0 Flusso Economico
- 4.10.0 Un economia circolare
- 4.11.0 User Journey Map *Personas 1*
- 4.12.0 User Journey Map *Personas 2*
- 4.13.0 User Journey Map *Personas 3*
- 4.14.0 Service Blueprint
- 4.15.0 Impatti MEGA FUORI: collegamenti SDGs

Tutte le fotografie presenti sono di realizzazione personale.

5.0 *Brand Identity* | **Archivio.cult**

6.0 Conclusioni

- 6.1.0 Sviluppi futuri
- 6.2.0 Prospettive e impatto del servizio Archivio.cult
- 6.3.0 Scalabilità

6.0 Bibliografia e sitografia

0.0 Abstract

Il presente lavoro di ricerca si inserisce nel dibattito contemporaneo sul modo in cui le nuove generazioni vivono, producono e ricordano la cultura all'interno di contesti urbani sempre più segnati da accelerazione digitale, frammentazione percettiva e smaterializzazione dei linguaggi. La tesi affronta la questione della perdita di memoria culturale in un ecosistema dominato da flussi continui di contenuti e da pratiche di fruizione rapide e intermittenti, interrogando la cultura non solo come evento o prodotto, ma come esperienza situata, come processo di costruzione collettiva e come gesto che richiede tempo e spazio per sedimentare.

A partire dalla tensione tra dimensione digitale e dimensione tangibile, lo studio esplora l'emergere di nuove forme di partecipazione culturale nel target tra i 19 e i 35 anni, osservando come le persone abitano la città, attraversano eventi, cercano comunità e costruiscono immaginari all'interno di un paesaggio sempre più ibrido. In questo quadro, Bologna diventa il campo d'indagine privilegiato: una città densa, attraversata da scene culturali eterogenee, flussi studenteschi, micro-comunità temporanee e una produzione culturale che oscilla tra ritualità consolidate e sperimentazioni fugaci, rendendo visibili tanto le potenzialità quanto le fragilità della cultura urbana contemporanea.

La ricerca si muove tra teorie della cultura, studi urbani, pratiche partecipative e strumenti della UX, adottando un approccio che integra analisi critica e sperimentazione progettuale. Accanto all'indagine teorica e alla ricerca sul campo, condotta attraverso interviste, questionari e osservazioni dirette, il lavoro sviluppa e testa un servizio culturale come dispositivo di ricerca applicata. Il progetto non viene inteso esclusivamente come output finale, ma come strumento operativo attraverso cui osservare, attivare e mettere in tensione le dinamiche emerse, verificando come pratiche di partecipazione, produzione e restituzione possano incidere sull'esperienza culturale.

L'OBIETTIVO È COSTRUIRE UNA CORNICE INTERPRETATIVA CAPACE DI RETITUIRE COMPLESSITÀ AL RAPPORTO TRA GIOVANI E CULTURA, MOSTRANDO COME IL DESIDERIO NON SIA LIMITATO AL CONSUMO DI EVENTI, MA CHE SI ORIENTI VERSO FORME DI COINVOLGIMENTO, CREAZIONE E CONDIVISIONE CHE ATTRIBUISCONO PESO, DURATA E PRESENZA ALL'ESPERIENZA.

In questo senso, la tesi contribuisce alla riflessione sul ruolo del design non solo come strumento di analisi, ma come pratica situata in grado di leggere le trasformazioni culturali contemporanee e sperimentare nuovi modi di costruire comunità, immaginari e ritualità urbane, in un momento storico in cui la produzione e la fruizione della cultura rischiano di diventare esperienze volatili, non memorabili, veloci e dimenticabile.

1.0 Introduzione

Questa ricerca prende avvio da un'osservazione che riguarda il modo in cui la cultura viene vissuta oggi: un'esperienza frammentata, intermittente, spesso legata alla rapidità con cui le immagini scorrono sugli schermi e alla moltiplicazione di stimoli che caratterizza la quotidianità urbana. La cultura è ovunque, accessibile e diffusa, ma non sempre riconoscibile come esperienza significativa; appare vicina, ma raramente diventa un fenomeno che lascia una traccia duratura.

Negli ultimi anni, infatti, la relazione tra giovani e cultura ha subito uno spostamento profondo. Le modalità di accesso si sono ampliate, ma al tempo stesso si sono fatte più veloci, meno sedimentate. La partecipazione culturale tende a concentrarsi in momenti brevi, sovrapposti, difficili da distinguere e da ricordare. In questo scenario, la cultura rischia di trasformarsi in un flusso continuo di eventi e contenuti, più che in un insieme di esperienze capaci di costruire senso, appartenenza e memoria. È all'interno di questa tensione che la città assume un ruolo centrale. Lo spazio urbano non è solo il contenitore della cultura, ma il luogo in cui essa prende forma, si confronta con i suoi limiti e rivela la propria capacità, o difficoltà, di creare continuità. Per questo la ricerca si concentra su Bologna, un contesto in cui l'elevata densità di iniziative culturali e la presenza costante di eventi convivono con una percezione diffusa di **saturazione, frammentazione e instabilità** . Bologna si configura così come un osservatorio privilegiato, in cui le contraddizioni della cultura urbana contemporanea emergono in modo evidente e quotidiano. In questo contesto si collocano le domande che orientano la ricerca:

Cosa cerchiamo nella cultura?

E cosa perdiamo quando smettiamo di ricordarla?

Questi interrogativi non nascono da una mancanza di interesse o di desiderio, ma da un bisogno crescente di esperienze che non siano solo spettacolari o consumabili, bensì capaci di trasformare i luoghi e renderli memorabili, riconoscibili.

L'emergere di pratiche partecipative, di micro-comunità temporanee, di esperienze ibride tra digitale e fisico, di forme di auto-produzione e condivisione indica una tensione chiara: il desiderio di una cultura che abbia corpo, durata e memoria.

Per affrontare questa tematica, la ricerca adotta uno sguardo che intreccia design, studi culturali e osservazione critica dei comportamenti urbani. Il design è qui inteso non come pratica esclusivamente formale o risolutiva, ma come strumento interpretativo e operativo, capace di leggere i cambiamenti in atto, rendere visibili dinamiche sociali emergenti e mettere alla prova ipotesi attraverso la progettazione.

L'indagine si sviluppa attraverso un percorso articolato che combina analisi teorica, ricerca sul campo e sperimentazione progettuale. Interviste, questionari e momenti di osservazione situata permettono di raccogliere voci, pratiche e percezioni legate alla partecipazione culturale contemporanea. Parallelamente, **lo sviluppo di un servizio culturale viene utilizzato come dispositivo di ricerca applicata: non come soluzione definitiva, ma come strumento attraverso cui osservare, attivare e interrogare le dinamiche emerse.**

L'obiettivo non è definire un modello univoco, ma costruire una cornice di lettura capace di restituire complessità al rapporto tra giovani e cultura, mettendo in luce tensioni, mancanze e potenzialità che attraversano l'esperienza urbana contemporanea. In questo percorso, Bologna non rappresenta un caso isolato, ma un contesto emblematico attraverso cui osservare trasformazioni più ampie, che riguardano il modo in cui la cultura viene oggi vissuta, prodotta e ricordata.

DISCOVER

DISCOVER

2.0 Ricerca Quantitativa

2.1.0 Introduzione

La prima fase della ricerca è di natura quantitativa e ha l'obiettivo di costruire una cornice di riferimento ampia entro cui collocare il fenomeno studiato. Questa fase si basa sull'analisi della letteratura critica e sulla ricerca desk, intesa come raccolta e interpretazione di studi, saggi teorici e dati istituzionali.

Attraverso questo approccio è stato possibile individuare tendenze, ricorrenze e criticità che attraversano la cultura contemporanea, in particolare in relazione alla partecipazione giovanile, alla trasformazione degli spazi urbani e alla difficoltà di costruire memoria nel tempo. La ricerca quantitativa non mira a descrivere esperienze individuali, ma a riconoscere pattern e dinamiche strutturali, fornendo una base analitica su cui fondare le fasi successive dell'indagine.

Questa lettura a monte consente di contestualizzare i dati che seguono, evitando interpretazioni isolate e permettendo di osservare il caso studio all'interno di un quadro più ampio e condiviso.

Il percorso di ricerca di questa tesi prende avvio dalla letteratura critica, considerata come il primo strumento necessario per costruire una comprensione solida e consapevole del fenomeno studiato. Prima ancora di raccogliere dati, osservare comportamenti e dialogare con i contesti contemporanei è essenziale guardare indietro: individuare quali idee, interpretazioni e quali narrazioni hanno già provato a descrivere la città, la cultura, la memoria e le trasformazioni sociali che attraversano le generazioni.

Partire dalla letteratura critica significa riconoscere che ogni fenomeno presente ha radici storiche, culturali e simboliche che lo precedono. Le dinamiche che oggi osserviamo **"La velocità del consumo culturale, la smaterializzazione delle esperienze.."** non sono eventi isolati ma l'esito dei processi più lunghi che nel tempo hanno modellato il modo in cui viviamo, attraversiamo e ricordiamo la città.



1927, Berlino, *Sinfonia di una grande città*

La selezione degli autori che compongono questa sezione risponde a un'esigenza specifica:

ricostruire una genealogia di idee che parlano di città, di spazi, di attenzione, memoria e partecipazione. Dalla metafisica urbana di Simmel alla critica della chiusura sociale di Vanolo, dalle letture di Kracauer sugli spazi di passaggio alle micro-osservazioni di Perec.

Questa cornice teorica crea dunque il terreno su cui poggia l'intera ricerca: permettere di comprendere come la cultura sia diventata frammentaria, come gli spazi abbiano modificato il loro ruolo sociale, perché la memoria fatica a sedimentare e quali sono le condizioni emotive e percettive che caratterizzano le generazioni più giovani.

A partire da questo quadro, la tesi volgerà la prospettiva di analisi nel presente: dalle teorie alla città reale, dalle interpretazioni degli autori alle voci e alle pratiche culturali delle persone che vivono a Bologna oggi.

2.1.1 "La metropoli e la vita dello spirito"

Saggio–George Simmel, 1903

Nel pensiero di Georg Simmel la città moderna è un luogo che amplifica la complessità dell'esperienza umana: una trama di stimoli, tensioni, ritmi e interazioni che, pur offrendo possibilità infinite, rischia di saturare la sensibilità individuale. È proprio questa saturazione a generare ciò che Simmel definisce atteggiamento *blasé*: una forma di indifferenza protettiva, una soglia sensoriale che si alza per difendersi dall'eccesso di stimoli e dalla perdita continua di significato.

Per Simmel, la città mette costantemente l'individuo di fronte a una quantità di informazioni troppo grande per essere elaborata. L'attenzione si frammenta e la percezione diventa selettiva, quasi anestetizzata. Ciò non implica assenza di emozione, ma una difficoltà crescente nel dare profondità agli eventi che attraversano il quotidiano. In questo senso, la cultura urbana corre il rischio di trasformarsi in un insieme di esperienze brevi e consumabili, che non riescono a sedimentare. È qui che la riflessione di Simmel tocca uno dei nuclei centrali della cultura contemporanea: la fatica di ricordare, la perdita di quella dimensione narrativa che un tempo costruiva legami e identità. Secondo Simmel, per contrastare questo impoverimento percettivo occorre un ritorno allo

_____ pain

Saturazione, accelerazione e sincronizzazione degli eventi

Perdita di significato

Sensazione di indifferenza

Esperienze brevi e consumabili

Sedimentazione culturale

sguardo sul dettaglio, sull'ordinario, su quelle tracce di quotidianità che sfuggono all'evidenza ma che compongono la sostanza della vita urbana. Lo stesso vale per gli spazi: ponti, porte, strade non sono solo infrastrutture, ma metafore di passaggi, connessioni e transizioni che strutturano il modo in cui la città viene vissuta.

Nel contesto della cultura giovanile, la teoria di Simmel permette di leggere la tensione tra la sovrabbondanza degli eventi e la difficoltà di trovarvi un significato autentico. L'atteggiamento blasé non è disinteresse, ma una risposta psicologica a un ambiente che produce troppo e troppo in fretta. In questo senso, richiamare Simmel significa interrogarsi su come creare spazi culturali capaci di rallentare, di rendere visibile l'infraordinario, di restituire peso all'esperienza.

_____ riflessioni

Sguardo al dettaglio/quotidiano

Rallentare il flusso

Radicare la cultura

2.1.2 "Sottopassaggio"

Saggio–Siegfried Krakauer, 1932

Siegfried Krakauer, osservatore attento della modernità urbana, descrive il sottopassaggio come un dispositivo simbolico capace di rivelare le dinamiche sociali che attraversano la città. Il sottopassaggio non è solo un luogo di transito, ma un microcosmo in cui si manifestano gerarchie, ruoli, distanze e forme di marginalità.

Le persone non si distribuiscono nello spazio in modo casuale: chi si ferma ai margini è spesso marginale anche socialmente; chi attraversa velocemente occupa la fascia centrale; chi si posiziona nel mezzo vive una condizione intermedia. Lo spazio racconta la società tanto quanto la società racconta lo spazio.

Krakauer interpreta il sottopassaggio come un luogo dove si concentrano le dinamiche dell'alienazione urbana: velocità, anonimato, ripetizione, distanza emotiva, perdita di orientamento. È lo spazio di chi attraversa senza vedere, di chi osserva senza toccare, di chi vive la città come un insieme di percorsi da completare piuttosto che come un tessuto di relazioni da abitare.

All'interno di questa cornice, la cultura non è un fenomeno neutro: può essere uno strumento che

_____ pain

Ruoli sociali definiti dallo spazio occupato

spazio di passaggio vissuto come un percorso da completare

interrompe il flusso, che apre spiragli, che permette di riconnettersi a qualcosa che non sia solo funzione. Ma quando la cultura rispecchia la logica del sottopassaggio-rapidità, passaggio, consumo-rischia di diventare essa stessa alienante, incapace di generare legami.

Krakauer ci invita quindi a osservare attentamente ciò che accade "al margine" degli spazi culturali, a leggere i comportamenti informali, le posture, i modi in cui i giovani si muovono, scelgono, evitano o attraversano determinati contesti. Il suo sguardo aiuta a comprendere perché molti eventi culturali non riescano a diventare luoghi di connessione: perché riproducono, inconsapevolmente, la logica della città che li ospita-frammentata, veloce, anonima. Il suo contributo teorico apre così una domanda centrale:

come creare spazi culturali che non siano solo attraversati, ma anche vissuti?

_____ riflessioni

Valorizzazione degli spazi di connessione urbana

Valorizzazione dell'esperienza

_____ metodo

Osservare come i giovani oggi vivono gli spazi al "margine della città"

2.1.3 "L'infra—ordinario"

Libro—Georges Perec, 1975, Francia

Nel lavoro di Georges Perec la cultura non è ciò che accade nei grandi eventi, ma ciò che si manifesta nel ritmo ripetitivo e spesso invisibile del quotidiano. Con il concetto di infraordinario, Perec invita a osservare tutto ciò che tende a scomparire nel rumore della vita urbana: i gesti minimi, gli spazi di passaggio, gli oggetti che maneggiamo senza pensarci, i cambiamenti impercettibili che definiscono i nostri modi di abitare il mondo.

La sua opera è un tentativo di ricondurre l'attenzione all'essenziale, a ciò che viene trascurato proprio perché troppo vicino.

Perec mette in discussione la gerarchia culturale che distingue tra straordinario e ordinario, mostrando come la memoria e l'identità si costruiscano soprattutto attraverso ciò che consideriamo insignificante. La ripetizione dei gesti, i percorsi abituali, i dettagli degli spazi vissuti, tutto ciò che sfugge all'occhio accelerato della contemporaneità, diventa materia narrativa. Esplorare l'infraordinario significa dunque sospendere la velocità della percezione e restituire profondità a ciò che normalmente passa inosservato.

In *"Tentativo di esaurimento di un luogo parigino"*, Perec descrive con precisione quasi ossessiva ciò che accade in una piazza nell'arco di alcuni giorni: il passaggio dei bus, il movimento delle persone, i colori delle insegne, le variazioni minime del tempo. Questa catalogazione non è un semplice esercizio stilistico, ma un metodo per trattenere ciò che rischia di svanire, per contrastare la tendenza della modernità a

cancellare la memoria attraverso l'eccesso di stimoli.

In un mondo in cui tutto cambia velocemente, Perec mostra che la vera cultura è quella che sappiamo ancora riconoscere e ricordare.

Il suo interesse per gli spazi, sviluppato anche in *"Specie di spazi"*, offre una lettura fondamentale per comprendere la cultura urbana contemporanea. Perec attraversa gli ambienti dal micro al macro: la stanza, la casa, il condominio, la strada, la città, fino all'universo. Ogni livello è una soglia che richiede attenzione, un dispositivo che plasma la nostra percezione e il nostro modo di costruire significato.

Nelle città di oggi, dove la velocità domina e lo spazio pubblico è costellato di passaggi rapidi, l'approccio di Perec diventa uno strumento critico per interrogare la cultura non solo come evento, ma come esperienza radicata nei luoghi.

La sua riflessione assume un valore particolare nel contesto della cultura giovanile, caratterizzata da pratiche ibride, esperienze veloci e un rapporto complesso con la memoria. Il digitale amplifica lo straordinario ma voracizza l'ordinario: immagini, eventi, contenuti scorrono senza sedimentare.

Perec ci ricorda che per costruire memoria collettiva bisogna saper rallentare lo sguardo, osservare, descrivere, nominare. La cultura non resiste nell'impatto, ma nella traccia; non nell'eccezione, ma nella ripetizione; non nella spettacolarità, ma in ciò che sappiamo riconoscere come parte di noi.



_____ metodo

Osservare il fenomeno

_____ pain

Perdere di vista il valore dei piccoli gesti

Il digitale ha portato alla velocizzazione del flusso informativo e della sedimentazione culturale

2.1.4 "La città autistica"

Saggio–Alberto Vanolo, 2016

Nel suo lavoro sulla città autistica, Alberto Vanolo utilizza una metafora forte e provocatoria per descrivere una delle condizioni più evidenti delle città contemporanee: la progressiva chiusura dei sistemi urbani, la perdita di permeabilità tra gruppi sociali e la difficoltà crescente di costruire relazioni autentiche nello spazio pubblico.

La metafora non ha un significato clinico, ma sociologico: si riferisce a città che "si ripiegano su sé stesse", in cui le interazioni si riducono a gesti funzionali, privi di coinvolgimento emotivo o comunitario.

Vanolo osserva come le città europee vivano una trasformazione caratterizzata da sicurezza esasperata, privatizzazione degli spazi, standardizzazione delle esperienze e un crescente senso di distanza tra chi abita la città. L'urbanità diventa una sequenza di attraversamenti rapidi, governati da regole invisibili, algoritmi, flussi economici e tempi compressi.

In questo scenario, la cultura rischia di diventare un prodotto, un evento da consumare più che un processo da vivere. Le comunità si frammentano; i pubblici diventano segmenti; le pratiche culturali perdono la loro capacità di generare immaginari condivisi.

La città autistica descritta da Vanolo "è una città che sente ma non ascolta, vede ma non osserva, produce ma non condivide". È un contesto in cui la partecipazione culturale giovanile può facilmente trasformarsi in presenza passiva, in ricerca di novità senza



continuità, in un vagabondare tra eventi che raramente riescono a diventare riferimento, luogo, memoria.

Applicare la lente di Vanolo alla ricerca sulla cultura giovanile significa interrogarsi su come riaprire spazi, creare nuove permeabilità, restituire al pubblico un ruolo attivo. Significa capire come la città, pur essendo ricca di opportunità, possa diventare paradossalmente un luogo che isola, che disconnette, che rende difficile il radicamento.

È proprio dentro questa tensione che la cultura può trovare nuove forme: meno centralizzate, più affettive, più comunitarie, più situate.

pain

**Persone percepite "come di passaggio"
gesti funzionali privi di emotività**

Standardizzazione dell'esperienze

Perdita di connessione emotiva

Rapporti umani ridotti a rapporti lavorativi

Cultura vista come un prodotto

riflessioni

*Valorizzazione degli spazi di connessione
urbana restituire al pubblico un ruolo attivo*

Cultura situata

2.1.5 Mappa comparativa

2.1.6 Riflessione e spunti

CONCETTI CHIAVE **PAINS** **PERCHÉ È RILEVANTE**

Atteggiamento blasè
Saturazione sensoriale
Velocità urbana
Perdita di profondità percettiva
Spazi come metafore (ponte/porta)

Saturazione degli eventi
Cultura veloce e non memorabile
Giovani che "vedono tutto ricordano poco"
Difficoltà di costruire significato

Simmel spiega perchè i giovani sembrano disinteressati: non è disinteresse, è **protezione del troppo**. Aiuta a leggere la fatica di costruire memoria culturale.

Chiusura degli spazi urbani
Privatizzazione
Frammentazione sociale
Distanza emotiva
Città che non ascolta

Mancanza di spazi per la cultura
Pubblici disconnessi
Frammentazione della scena culturale
Scarso coinvolgimento attivo

Vanolo mostra come la città contemporanea genera isolamento anche nei contesti culturali. Utile per capire perchè gli eventi non diventano comunità o memoria.

Alienazione urbana
Spazi di passaggio
Non-luoghi
Stratificazione sociale visibile negli spazi
Attraversamento senza relazione

Eventi percepiti "come di passaggio"
Cultura consumata e dimenticata
Mancanza di momenti significativi
Giovani che non si sentono partecipi

Krakauer offre una metafora potentissima: la cultura oggi è un "sottopassaggio". Si attraversa, non si vive. **Partecipazione superficiale.**

Valore del quotidiano
Memoria nei piccoli gesti
Osservazione lenta
Spazio vissuto
Catalogazione come resistenza all'oblio

Cultura che scivola via
Difficoltà di trattenere gli eventi
Mancanza di memoria tangibile
Desiderio di esperienze più lente e profonde

Perec offre la chiave teorica per parlare di memoria, tangibilità e attenzione. Perfetto per spiegare perchè serve dare peso alla cultura e archivarla.

L'insieme degli autori analizzati permette di costruire un quadro complesso e stratificato della condizione urbana e culturale contemporanea. Ogni prospettiva illumina un frammento diverso del problema, ma la convergenza dei loro sguardi restituisce una diagnosi comune:

la cultura nelle città contemporanee vive una tensione costante tra abbondanza e vuoto, velocità e smarrimento, presenza e superficialità.

Nel loro insieme, questi autori evidenziano non solo le trasformazioni della città, ma i loro effetti emotivi, percettivi e culturali: una combinazione che aiuta a comprendere in modo più profondo perchè oggi la cultura giovanile fatica a radicarsi, a partecipare, a costruire continuità.

2.2.0

Analisi del contesto urbano *macro: Italia*

2.2.1 Introduzione al contesto nazionale *ITALIA*

Prima di entrare nel dettaglio del contesto urbano specifico, la ricerca ha previsto un'analisi preliminare su scala più ampia, intesa come osservazione del territorio nazionale nel suo insieme. Questo passaggio si è rivelato necessario per evitare una lettura isolata del caso studio e per comprendere se le dinamiche osservate a livello locale fossero espressione di un fenomeno più diffuso. Come afferma Pierre Bourdieu, infatti, *«le pratiche culturali sono strettamente legate alle strutture sociali che le rendono possibili»* (Bourdieu, *La distinzione*), rendendo indispensabile una lettura sistemica del contesto in cui esse si sviluppano.

L'Italia, considerata come sistema urbano e culturale composito, presenta una forte concentrazione di pratiche culturali nei centri urbani, in particolare nelle città universitarie e metropolitane. Come osserva Sharon Zukin, *«la cultura è diventata una risorsa chiave per le città, ma anche un fattore di selezione e di esclusione»* (The Cultures of Cities). L'analisi dei dati nazionali relativi al consumo culturale, alla partecipazione giovanile e alla produzione di eventi restituisce così un quadro caratterizzato da un'alta densità di iniziative, accompagnata però da una crescente frammentazione dell'esperienza culturale.

Questa condizione può essere letta alla luce delle riflessioni di Georg Simmel, secondo cui *«l'intensificazione degli stimoli nervosi è il tratto distintivo della vita metropolitana»* (Le metropoli e la vita dello spirito). L'eccesso di stimoli porta l'individuo a sviluppare una forma di difesa percettiva che riduce la capacità di attribuire profondità e significato all'esperienza vissuta.

In questa prospettiva, la velocizzazione del consumo culturale e la smaterializzazione delle esperienze si inseriscono in processi più ampi di accelerazione sociale. Come sottolinea Hartmut Rosa, *«l'accelerazione non produce una vita più ricca, ma una vita più povera di risonanza»* (Accelerazione e alienazione), rendendo sempre più difficile la sedimentazione del senso.

L'osservazione del contesto italiano ha permesso di individuare alcune criticità strutturali, tra cui la saturazione dell'offerta, la standardizzazione dei format e la difficoltà di costruire pratiche culturali durature. In questo senso, Andrea Vanolo evidenzia come *«le città contemporanee tendano a replicare modelli culturali omogenei, riducendo la possibilità di sperimentazione sociale»* (La città autistica).

2.2.0

Analisi del contesto urbano *macro: Italia*

A partire da questa cornice nazionale, la ricerca si è progressivamente focalizzata su un contesto urbano capace di rappresentare in modo emblematico tali dinamiche. Bologna emerge come un caso particolarmente significativo. Come osserva David Harvey, *«le città sono luoghi privilegiati per osservare come i processi globali prendano forma nella vita quotidiana»* (Città ribelli), rendendo il contesto urbano un laboratorio di trasformazioni sociali.

Questo passaggio consente infine di leggere Bologna non come un'eccezione, ma come una sintesi rappresentativa di processi più ampi. In linea con Henri Lefebvre, secondo cui *«lo spazio è un prodotto sociale»* (Il diritto alla città), la città diventa così un punto di osservazione privilegiato per analizzare il rapporto tra produzione culturale, partecipazione giovanile e costruzione di senso nel presente.



2.2.2 Capitolo C10— "Cultura e tempo libero" di ISTAT Edizione 2024 (dati riferiti all'anno 2023)

Il **Capitolo C10** fa parte del **rapporto annuale ISTAT sugli Aspetti della vita quotidiana** e raccoglie i principali indicatori sulla partecipazione culturale della **popolazione italiana**. Al suo interno sono riportati dati aggiornati su cinema, concerti, musei, lettura, spettacoli dal vivo e attività ricreative, suddivisi per fasce d'età, genere e territorio. È una fonte ufficiale e consolidata, utile per comprendere le tendenze nazionali e le differenze tra aree urbane e metropolitane.

in generale

18–24 ANNI
88,2% partecipazione culturale

20–24 ANNI
Concerti 59,9%
Cinema 46,9%
Discoteche 29,8%

25–34 ANNI
Concerti 38,6%
Cinema 62,2%
Discoteche 19,3%

nello specifico

MUSEI SITI MOSTRE

18–24 ANNI
Musei 68,4%
Siti 66,3%
Discoteche 19,3%

1 v./anno

CLUB CULTURE

18–19 39,2%
20–24 26,8%
25–34 15,5%

7v./anno

CONCERTI E MUSICA

prevalentemente giovani tra 18–24

15% musica classica
46% altri concerti (pop / indie / elettronica)

oltre 7v./anno

CINEMA

giovani tra 18–24

Aumenta nei centri, es. a Bologna, il 48,7% va al cinema almeno una volta/anno

4v./anno

EVENTI SPORTIVI

18–19 63,1%
20–24 59,9%
25–34 38,6%

NON PARTECIPAZIONE

Tra i giovani 18–24 anni si osserva il tasso più basso di inattività (circa 50%)

L'inattività aumenta molto dopo i 30+

2.2.3 Lettura e interpretazione dei dati

I dati ISTAT analizzati mostrano come **la partecipazione culturale giovanile in Italia sia molto alta nelle fasce 18–30, ma caratterizzata da una fruizione discontinua e frammentata.**

Le percentuali più elevate si concentrano nei comuni metropolitani, categoria in cui rientra anche Bologna. Sebbene non riguardino specificamente il Comune di Bologna, questi dati offrono un quadro utile per comprenderne le dinamiche: in contesti urbani ricchi di eventi, i giovani partecipano molto, ma spesso senza continuità, con un'attenzione culturale che si accende e si spegne rapidamente.

Un elemento rilevante riguarda il tema della **non partecipazione culturale**, che, pur in calo negli ultimi anni, coinvolge ancora una quota significativa della popolazione.

Nel 2023 oltre un quarto degli italiani dichiara di non aver preso parte ad alcuna attività culturale nell'arco dell'anno. Questo dato varia sensibilmente in base al territorio: l'inattività risulta più elevata nel Sud e nelle Isole, mentre diminuisce nei contesti urbani e metropolitani, dove l'offerta culturale è più ampia e accessibile. Tale squilibrio evidenzia come la partecipazione non dipenda esclusivamente dall'interesse individuale, ma anche dalla presenza di infrastrutture, reti culturali e occasioni di accesso.

La lettura dei dati suggerisce inoltre una tensione centrale per questa ricerca: **la quantità di eventi e opportunità culturali non garantisce automaticamente un'esperienza significativa.**

L'aumento della partecipazione complessiva, accompagnato dalla crescita della quota di persone che partecipano a molte attività diverse nello stesso anno, indica un comportamento culturale sempre più orientato all'accumulazione e alla rapidità, piuttosto che alla sedimentazione e alla

costruzione di memoria. In questo senso, i dati ISTAT restituiscono l'immagine di una cultura ampiamente consumata ma raramente trattenuta, soprattutto nei contesti urbani ad alta densità di offerta.

Infine, il rapporto tra partecipazione culturale e livello di istruzione rafforza l'idea di una cultura vissuta come pratica selettiva: la fruizione cresce in modo significativo tra i laureati e si riduce drasticamente tra chi possiede titoli di studio più bassi, suggerendo che l'accesso alla cultura rimane fortemente mediato da capitale educativo e sociale.

Nel complesso, il Capitolo C10 offre una cornice quantitativa essenziale per comprendere alcune delle criticità che attraversano la cultura contemporanea in Italia: **la discontinuità dell'esperienza, la difficoltà di costruire abitudini culturali stabili, la dipendenza dal contesto urbano e l'emergere di pratiche di fruizione rapide e intermittenti.** Questi elementi costituiscono il terreno su cui si innesta la ricerca sul campo sviluppata nei capitoli successivi, orientata a comprendere come tali dinamiche vengano vissute, percepite e rielaborate dalle persone, in particolare all'interno di un contesto urbano come Bologna.

2.2.4 "QUANTO VALE LA CULTURA PER I GIOVANI IN ITALIA?" di Artribune

Articolo di Stefano Monti, 01/09/2024

L'articolo presenta i risultati di un sondaggio promosso da Consiglio Nazionale dei Giovani. **Il sondaggio chiede ai giovani come valutano l'impatto della cultura sul proprio benessere.**

Le risposte al sondaggio

La distribuzione delle risposte alla domanda del sondaggio mostra come tra i giovani sia sufficientemente diffusa l'idea che la cultura giovi al proprio benessere. Resta però da segnalare il fatto che, su cento giovani, cinque non sappiano rispondere a questa domanda, e quindici ritengono che la cultura incida poco, o per nulla, sulla propria qualità della vita.

Ancora più interessante è la differenza dei pareri tra le due macro-classi di età:

se per i ragazzi tra i 18 e i 24 anni avere accesso alla cultura incide "abbastanza" o "molto" sul proprio benessere nel 90% dei casi, tra i 25 e i 34 tale incidenza scende fino al 70%.

Un dato che, al netto delle interpretazioni, indica che abbiamo una generazione tra i 25 e i 34 anni che ritiene molto meno importante la cultura di quanto facciano i propri fratelli o cugini più piccoli.

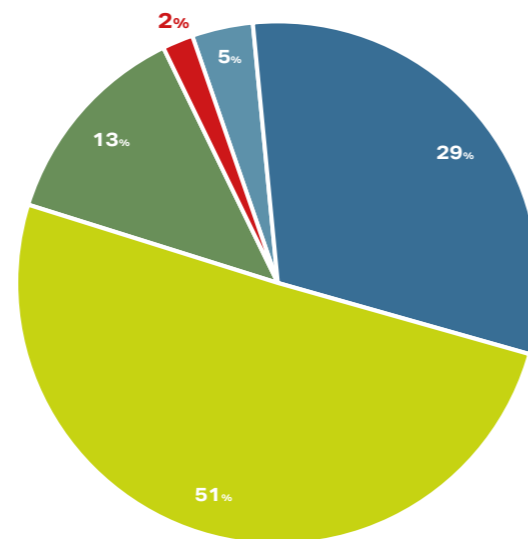
Nelle leggere questa evidenza, però, bisogna sospendere qualsiasi atteggiamento giudicante: **non è affatto detto che la cultura debba necessariamente essere centrale nella vita di tutti.** Così come non tutti ritengono lo sport un elemento fondante nella propria esistenza, o i cambiamenti climatici, o il cibo sano, così può valere anche in questo caso.

Guardando alla differenza di pareri tra i 18-24 e i 25-34, infatti, si potrebbe affermare che quelle nuove generazioni—le stesse che accusiamo

sempre di essere troppo distratte—tendano in realtà a dare alla cultura maggiore importanza di quanto facciano le generazioni precedenti.

Quanto l'accesso alla cultura incide sul suo benessere?

● molto ● abbastanza ● poco ● per nulla ● non sa



Risultati del sondaggio sul valore della cultura per i giovani in Italia

18–24 anni

Il **90%** degli intervistati ritiene che l'accesso alla cultura incida "abbastanza" o "molto" sul proprio benessere.

Il **15%** ritiene che la cultura abbia poca o nessuna incidenza sulla qualità della vita.

conferma che tra i più giovani la cultura è percepita come valore centrale: utile per definire il **target**.

esistono fragilità e disaffezione nel rapporto con la cultura, un terreno fertile per indagare **criticità e ostacoli**.

25–34 anni

La percentuale di interesse sulla cultura scende al **70%**.

Circa il **5% del campione** non sa rispondere alla domanda.

suggerisce che con l'ingresso nella vita adulta la partecipazione culturale tende a perdere priorità—un dato legato al concetto della **velocità di vita** e del **ricambio generazionale**.

2.2.5 "IO SONO CULTURA 2025"

Promosso da Fondazione Symbola, Unioncamere, Centro Studi Tagliacarne e Deloitte

Il rapporto "*Io sono Cultura 2025*" descrive il sistema culturale italiano come un ecosistema dinamico ma strutturalmente fragile, segnato da accelerazione tecnologica, discontinuità progettuale e trasformazione dei linguaggi. Pur essendo sempre più diffusa e integrata nella vita quotidiana, la cultura fatica a costruire continuità, memoria e senso di appartenenza, soprattutto tra le generazioni più giovani, confermando molte delle criticità emerse nella presente ricerca.

Io sono Cultura 2025
Qualità e della bellezza



I Quaderni di Symbola

Nonostante le criticità del contesto, il Sistema Produttivo Culturale e Creativo conferma la propria capacità di generare occupazione e valore economico. Nel 2024 ha prodotto 112,6 miliardi di euro di valore aggiunto, con una crescita del +2,1% rispetto all'anno precedente e del +19,2% rispetto al 2021. Il suo peso sull'economia nazionale rimane significativo, con un contributo pari al 5,7% della ricchezza complessiva e al 5,8% dell'occupazione totale. Inoltre, ogni euro generato dalle attività culturali e creative attiva ulteriori 1,7 euro nel resto dell'economia, per un valore complessivo di 303 miliardi di euro, corrispondente al 15,5% dell'economia italiana.

Gli effetti del moltiplicatore del Sistema Produttivo Culturale e Creativo nel 2024
Fonte: Centro Studi Tagliacarne - Unioncamere, Fondazione Symbola, 2025

Moltiplicatore n



Totale valore aggiunto creato dalla filiera culturale e creativa
302,9 mld/€
(15,5%)

* Il totale non corrisponde alla somma dei singoli valori per via degli arrotondamenti nei decimali

GIOVANI E CULTURA: DATI STRUTTURALI

Il rapporto conferma una **forte presenza** di giovani tra i **25 e i 34 anni** nei settori culturali e creativi rispetto alla media dell'economia italiana. Questa fascia risulta particolarmente attiva nei domini più orientati all'innovazione e alla sperimentazione, come comunicazione, software, videogiochi, performing arts e arti visive.

Tuttavia, questa presenza non coincide con **stabilità o continuità**. Nei comparti più vicini alla produzione artistica e performativa si registrano:

- alti livelli di lavoro temporaneo
- incidenza elevata di part-time non volontario
- progettualità brevi e intermittenti

Questa condizione produce un effetto diretto sulla **qualità dell'esperienza culturale**: la difficoltà di consolidare pratiche, comunità e archivi non è solo simbolica, ma anche strutturale.

ACCELERAZIONE, INNOVAZIONE E PERDITA DI SEDIMENTAZIONE

Un tema centrale del documento è il **cambiamento del concetto di innovazione**. Se in passato l'innovazione era un evento puntuale, oggi si manifesta come **flusso continuo**, alimentato dalla digitalizzazione pervasiva e dall'intelligenza artificiale.

Questa accelerazione costante produce una **cultura aggiornata ma raramente stabile**.

L'innovazione, anziché aprire spazi di trasformazione duratura, rischia di diventare rapidamente assorbita dal mainstream, perdendo il suo carattere critico.

Nel contesto culturale, ciò si traduce in:

- moltiplicazione di format simili
- riduzione dei tempi di attenzione
- difficoltà nel distinguere ciò che è significativo da ciò che è solo visibile

DIGITALE, AI E SMATERIALIZZAZIONE DEI LINGUAGGI

Il rapporto dedica ampio spazio all'**impatto delle tecnologie digitali e dell'intelligenza artificiale nei settori culturali**, in particolare musica, arti performative e produzione creativa.

Da un lato, queste tecnologie democratizzano l'accesso alla produzione culturale, permettendo a un numero sempre maggiore di persone di creare contenuti. Dall'altro lato, contribuiscono a una **smaterializzazione dell'esperienza**, dove la produzione è rapida, replicabile, spesso disancorata da un contesto fisico e relazionale.

Questo scenario rafforza una cultura *fatta di output più che di processi, di contenuti più che di esperienze condivise*, mettendo in crisi la possibilità di costruire **memoria collettiva**.

CULTURA, TERRITORIO E IMPATTO SOCIALE

Un elemento particolarmente rilevante è il **riconoscimento del valore sociale** della cultura. Secondo i dati del "*Social Return on Investment*", ogni euro investito in progetti culturali genera in media 3,36 euro di benefici sociali, con impatti su coesione, inclusione e rigenerazione urbana.

Il documento evidenzia come le istituzioni culturali stiano progressivamente assumendo un **ruolo di spazi abilitanti**, capaci di attivare comunità, benessere e partecipazione, specialmente nei contesti urbani.

Questa prospettiva rafforza l'idea che la cultura non sia solo consumo, ma infrastruttura sociale, e che il problema contemporaneo non sia la mancanza di eventi, ma la **mancanza di dispositivi** capaci di rendere l'esperienza culturale duratura e condivisa.

2.2.6 Tabella comparativa

ARTRIBUNE



SYMBOLA 25

Valore della cultura
Giovani
Produzione culturale
Esperienza
Nodo critico

Alto ma fragile
Interessati ma insoddisfatti
Sovrabbondante
Rapida, poco memorabile
Perdita di senso

Alto e misurabile
Centrali ma precari
Dinamica ma instabile
Difficile da rendere duratura
Perdita di continuità



Il confronto tra l'articolo di Artribune e il rapporto Io sono Cultura 2025 evidenzia una frattura centrale: mentre il sistema culturale italiano produce valore economico e sociale significativo, questo valore fatica a tradursi in esperienze percepite come significative e memorabili dalle giovani generazioni. La distanza tra produzione e vissuto rappresenta uno dei nodi critici su cui si innesta la presente ricerca.

SYMBOLA Artribune

2.3.0

Analisi del contesto urbano *micro*: Bologna

2.3.1 Introduzione al contesto locale BOLOGNA

Una volta delimitato il quadro nazionale, l'analisi si concentra sul contesto urbano di Bologna. La città si presenta come un sistema metropolitano complesso, caratterizzato da un'elevata presenza giovanile, da una forte dimensione universitaria e da una tradizione culturale storicamente radicata. Bologna rappresenta un nodo centrale nel panorama culturale italiano, in cui istituzioni, realtà indipendenti e pratiche informali convivono e si intrecciano in modo continuo. Queste caratteristiche rendono il contesto bolognese particolarmente significativo per osservare le dinamiche tra produzione culturale, spazio urbano e partecipazione, offrendo una base solida per l'analisi che segue.

Bologna è una città metropolitana che vive in equilibrio tra storia e trasformazione, memoria e movimento. Situata al centro dell'Emilia-Romagna, rappresenta uno dei poli culturali, economici e universitari più rilevanti d'Italia. La sua struttura urbana, definita da oltre quaranta chilometri di portici, da un centro storico compatto e da una rete di spazi pubblici densa e attraversabile, crea un ambiente in cui la vita sociale e cultura si intrecciano quotidianamente

Città multicentrica e inclusiva, Bologna accoglie ogni anno migliaia di giovani provenienti da tutta Italia e dall'estero, trasformando la popolazione in un tessuto dinamico e in costante rinnovamento. La presenza dell'ALMA MATER, la più antica Università del mondo occidentale, contribuisce a rendere Bologna un laboratorio sociale unico, caratterizzato da una forte mobilità, da comunità temporanee e da una produzione culturale che riflette linguaggi diversi.

Allo stesso tempo, Bologna conserva un'identità riconoscibile: tradizione e innovazione convivono in una città che tutela il patrimonio storico ma mantiene una forte propensione alla sperimentazione artistica, musicale e culturale. In questo contesto, il territorio non è solo sfondo, ma attore attivo: la conformazione urbana, i ritmi della città e la presenza di una popolazione giovane influiscono direttamente sul modo in cui la cultura viene prodotta, vissuta e ricordata.

2.3.2 Analisi del contesto Urbano

Scegliere Bologna come contesto di ricerca significa collocarsi all'interno di una città che vive una condizione ambigua: Non è periferia ma considera dinamiche di margine; non è solo una città universitaria ma è abitata da comunità temporanee, cicliche e porose. Questa ambivalenza la rende un osservatorio privilegiato per studiare come la cultura si produce, si trasforma e talvolta si disperde. Bologna è attraversata da un'intensità culturale costante. Festival, mostre, talk, dj set, laboratori e collettivi artistici si sovrappongono generando un ecosistema vibrante, ma allo stesso tempo tempo fragile.

Molte realtà faticano a resistere nel tempo, come si vedrà più avanti nel corso della tesi, altre compaiono e scompaiono rapidamente, altre ancora alternano periodi di attività a fasi di silenzio.

Questa oscillazione rende evidente una dinamica tipica delle città contemporanee: la cultura è in continuo movimento e dipende dalle persone che la attraversano e dei modi in cui scelgono di abitarla. La forte presenza giovanile contribuisce a questo processo. Ogni anno la città si rinnova accogliendo nuove generazioni che portano con sé linguaggi, estetiche e pratiche differenti

Allo stesso tempo, questa ciclicità produce una fragilità strutturale: comunità che si fiorano senza consolidarsi, progetti che nascono velocemente ma faticano a radicarsi, un senso di saturazione che convive con il desiderio di spazi realmente significativi.

2.3.3 Dati demografici dal codice ISTAT 37006

1° per dimensione in provincia di Bologna
1° in Emilia-Romagna
7° in Italia

comuni
55

abitanti
390.734

superficie
140,7 km²

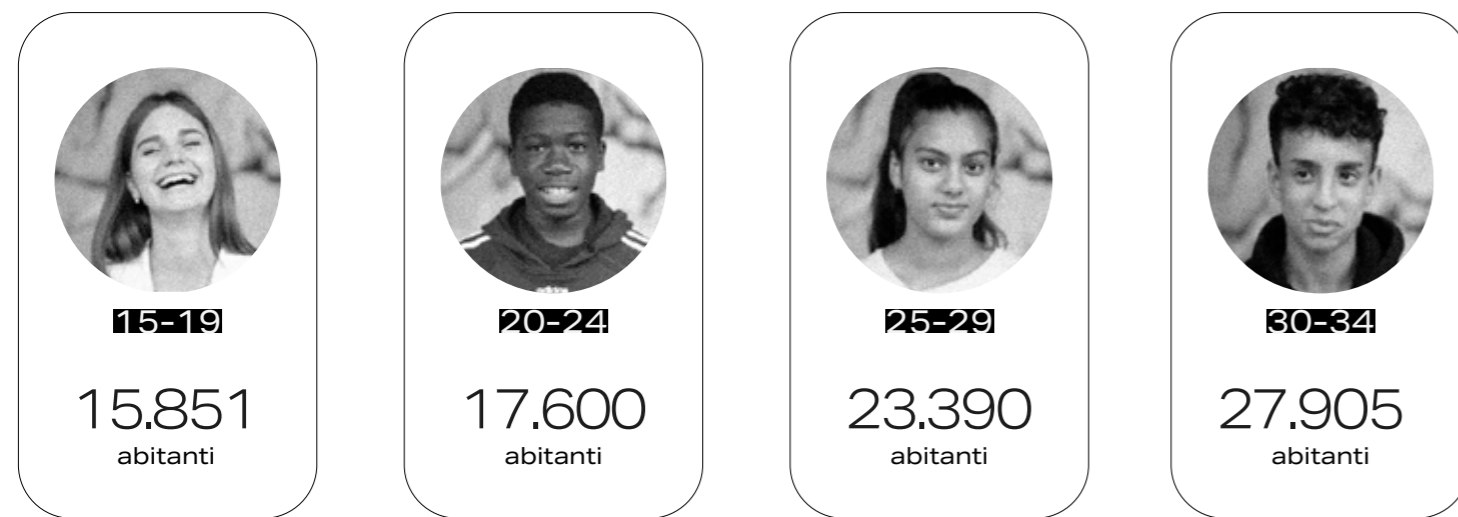
abitanti/km²
2,776,5



2.3.4 Presenza giovani sul territorio *di ISTAT* Report - I numeri di Bologna, 2023

I giovani rappresentano **1/5** della **popolazione totale**

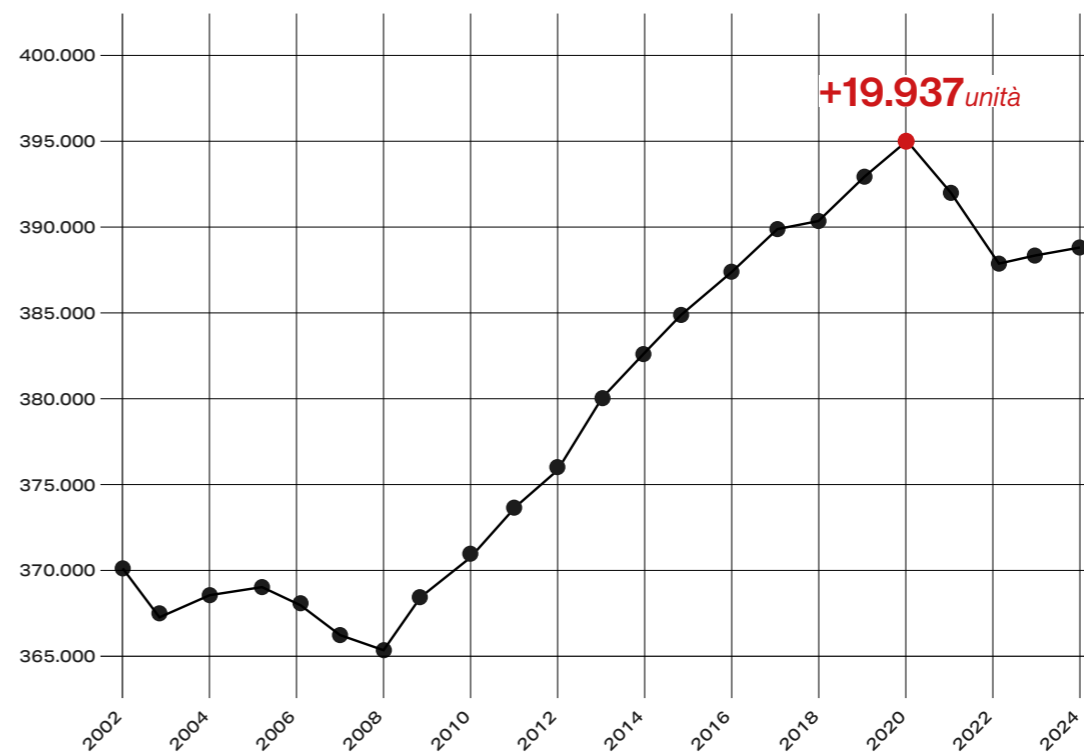
85.500 su **390.734**



Rispetto al 2024 la popolazione è cresciuta di :

636 unità
+0,2%

- ▶ Al 1° Gennaio 2025 Bologna aveva **390.734** abitanti.
- ▶ Nel lungo periodo si osserva una crescita di **19.937** unità.



Istat ultimo aggiornamento del 31/03/2025
<https://inumeridibologna metropolitana.it/studi-e-ricerche/le-tendenze-demografiche-bologna-nel-2023>

2.3.5 "Cultura a Bologna. Pianificare e valutare l'impatto della cultura a Bologna"

Rapporto - Dipartimento Cultura e Promozione della Città, 2022

Il rapporto "**Cultura a Bologna**" è un'iniziativa del Comune di Bologna (Dipartimento Cultura e Promozione della Città), con l'obiettivo di **costruire uno strumento condiviso per misurare l'impatto della cultura nella città**. L'intento è non solo contare eventi e partecipazioni, ma valutare come la cultura possa incidere su *benessere, coesione, identità urbana e qualità della vita*, in un approccio strategico e a lungo termine.

OBIETTIVI DEL PROGETTO:

Per il Comune:

- Promuovere, all'interno del Dipartimento Cultura, una **visione di lungo periodo strategica** e **condivisa** del ruolo della cultura e del suo impatto per la città.
- Mettere a punto uno **strumento di dialogo** pubblico-privato condiviso e non imposto, posizionandosi nel dibattito nazionale e internazionale sul tema.
- Avviare un processo di **consapevolezza** delle opportunità, strumenti, indicatori più adatti a **valutare le risorse**, all'interno del settore culturale territoriale.

Per l'ecosistema culturale bolognese:

- **Crescere e consolidarsi** come un settore che può contribuire in maniera innovativa e inedita al benessere della città e dei suoi abitanti, nonché **all'identità** complessiva della città.
- Il progetto prevede nei prossimi mesi una serie di appuntamenti di **confronto** tra il *Dipartimento Cultura e Promozione della città* e gli *operatori culturali convenzionati*.
- Diffondere una **consapevolezza** dell'impatto del sistema culturale sulla società, non solo usando indicatori classici (economici) ma **promuovendo una riflessione sulle dimensioni di impatto della cultura**.

2.3.6 Punti chiave

Visione strategica della cultura come bene comune

Il progetto parte da cinque scenari di cambiamento:
Geografie culturali;
Cultura come rete;
Produzione culturale;
Lavoro culturale;
Sostenibilità sociale, economica e ambientale.

Valutazione dell'impatto oltre il dato economico

L'obiettivo non è solo misurare ricavi o audience, ma l'effetto sociale e culturale: senso di comunità, partecipazione, identità urbana, qualità della vita.

Approccio partecipativo e bottom-up

Il progetto nasce da un confronto con gli operatori e mira a creare uno strumento condiviso, non imposto dall'alto.

Riconoscimento della fragilità dell'ecosistema culturale

Il report ammette che la scena culturale locale è complessa, con realtà spesso instabili; l'impatto vuole aiutare a stabilizzare e dare valore a produzioni culturali significative.

Coinvolgimento di attori diversi

Amministrazione, operatori culturali, associazioni: la cultura pensata come rete collaborativa, non come attività dispersa.

Allineamento con obiettivi istituzionali e sociali

L'iniziativa si inserisce in un percorso più ampio, che riconosce la cultura come leva di sviluppo urbano, inclusione sociale e partecipazione democratica.

2.3.7 "Attrazione, permanenza e valorizzazione dei talenti ad elevata specializzazione in Emilia-Romagna"

Legge regionale n. 2 del 21 febbraio 2023

La "Legge Regionale 2/2023" della Regione Emilia-Romagna, dedicata all'attrazione, valorizzazione e permanenza dei talenti, offre una cornice istituzionale che dialoga in modo diretto con le criticità emerse nella ricerca. La normativa riconosce come i territori urbani contemporanei siano capaci di attrarre giovani e competenze, ma evidenzia al contempo la necessità di passare da una logica di semplice accoglienza a una di radicamento. Come citato nell'Art. 1, l'obiettivo è infatti «**accrescere l'attrattività, l'innovazione, la qualità e la sostenibilità dello sviluppo del territorio regionale**» attraverso la «**permanenza e valorizzazione di talenti ad elevata specializzazione**» (L.R. 2/2023).

Il concetto di talento viene affrontato non come qualità individuale isolata, ma come risultato di un ecosistema fatto di spazi, relazioni e condizioni di accesso. In assenza di queste condizioni, il rischio è quello di una cultura vissuta per attraversamenti rapidi: un fenomeno che si sposa con i concetti di velocità e sincronizzazione finora esposti.

Questo quadro istituzionale rispecchia in modo evidente quanto osservato nel caso di Bologna. La città emerge come un polo fortemente attrattivo, attraversato da flussi continui di creativi e operatori, ma segnato da una fragilità strutturale: l'abbondanza di eventi non sempre si traduce in percorsi duraturi o senso di appartenenza stabile. La tensione tra attrazione e permanenza, centrale nella legge

regionale, coincide con uno dei principali pain individuati dalla ricerca sul campo. In questo senso, la normativa regionale rafforza l'ipotesi di fondo della tesi:

La crisi della cultura urbana contemporanea non risiede nella mancanza di offerta o di interesse, ma nella difficoltà di costruire dispositivi capaci di trasformare la partecipazione culturale da consumo episodico a esperienza significativa, condivisa e memorabile.



Bologna diventa così un caso paradigmatico, non isolato, ma rappresentativo di dinamiche che attraversano molte città europee oggi, dove la sfida legislativa e sociale è quella di creare «**servizi di welfare territoriale**» e «**sistemi integrati**» (Regione Emilia-Romagna, 2024) capaci di trattenere il valore generato dai talenti in transito.

SINTESI DEI PILASTRI DELLA LEGGE REGIONALE 2/2023

Finalità generali	Attrazione, permanenza e valorizzazione dei talenti ad elevata specializzazione.
Definizione di "talenti"	Persone con conoscenze ed esperienze di particolare rilevanza nei settori strategici.
Programmazione coordinata	La legge si collega a 12+ diverse leggi regionali su formazione, lavoro, giovani, parità, cultura e innovazione.
Partenariati e collaborazioni	Promozione di accordi locali, europei e internazionali con università, imprese e reti.
Internazionalizzazione	Sostegno alla mobilità e all'internazionalizzazione dei talenti.
Supporto a Università & Ricerca	Promozione di dottorati, formazione avanzata, servizi di accompagnamento e mobilità.
Manifesto annuale	Obbligo di un manifesto annuale per l'attrazione dei talenti.
Incentivi e welfare	Misure di incentivo per le assunzioni e conciliazione famiglia/lavoro.
Osservatorio e Monitoraggio	Istituzione del Comitato regionale per talenti e osservatorio per monitorare dati e criticità.
Risorse finanziarie previste	~€700.000 per il 2023 e ~€650.000 annui per 2024–2025.

2.3.8 Perché Bologna?

Elevata concentrazione di giovani

Ecosistema culturale attivo

Tradizione di produzione indipendente

Istituzioni, realtà indipendenti e pratiche informali convivono e si intrecciano

Forte propensione alla sperimentazione artistica, musicale e culturale

2.3.9 Sintesi critica



Dopo aver definito il quadro teorico attraverso la letteratura critica, analizzato il contesto urbano e interpretato i principali dati statistici nazionali e locali, la ricerca entra ora nella fase dedicata al campo, ovvero l'osservazione diretta dei comportamenti, delle percezioni e delle pratiche culturali dei giovani che vivono Bologna.

Il percorso fin qui tracciato ha permesso di costruire una base solida: prima comprendere i fenomeni nella loro dimensione teorica, poi leggerli nello spazio concreto della città, infine confrontarli con i dati istituzionali che ne evidenziano le tendenze macro.

Adesso è necessario verificare come questi elementi si manifestino nella quotidianità, nei vissuti e nelle esperienze reali delle persone. Dall'analisi precedentemente svolta emerge infatti

un quadro preciso: Bologna è un ecosistema culturale ricchissimo ma caratterizzato da alcune criticità strutturali che influenzano la percezione e la partecipazione dei giovani. Il primo elemento riguarda il surplus di eventi simili, spesso sovrapposti, che crea una scena vivace ma anche altamente dispersiva. La densità delle proposte genera un terreno fertile, ma allo stesso tempo fragile: molte realtà resistono con difficoltà, altre si affacciano e scompaiono rapidamente, altre ancora alternano fasi di forte vitalità a momenti di assenza. Questo surplus rischia inoltre di appiattire il valore delle singole iniziative, facendo perdere riconoscibilità anche a quelle con output culturali significativi.

2.4.0

L'ecosistema di supporto alla cultura a Bologna:

Governance, Reti e Terzo Settore

Bologna non è solo una "città di cultura", ma una città-laboratorio dove il supporto alla produzione culturale è diventato un pilastro delle politiche di rigenerazione urbana. Il passaggio fondamentale avvenuto negli ultimi anni è la transizione da una governance "verticale" (il Comune che finanzia) a una governance collaborativa, dove il Terzo Settore partecipa attivamente alla gestione del bene comune culturale.

2.4.1 I Registri della strategia: Cultura Bologna e FIU

Fondata nel 2018 dalla sinergia tra il Comune di Bologna e l'Università di Bologna, la FIU nasce come un centro di analisi, comunicazione e co-produzione sulle grandi trasformazioni urbane. Non è un ente culturale in senso stretto, ma agisce come un "traduttore" tra le istituzioni e la cittadinanza. La sua missione è quella di trasformare le sfide della città (ecologiche, digitali, sociali e culturali) in percorsi di innovazione aperta, utilizzando l'ascolto attivo come strumento di governo.

Il dispositivo dell'Immaginazione Civica e la risposta a Simmel:

Il cuore operativo della FIU è l'*Ufficio dell'Immaginazione Civica*. Attraverso i cosiddetti **Laboratori di Quartiere**, la Fondazione ha spostato l'asse della cultura dalla fruizione passiva alla negoziazione territoriale.

Co-progettazione e Bilancio Partecipativo:

In questi spazi, la cultura diventa il terreno su cui i cittadini decidono come investire le risorse pubbliche. Non si decide più "dall'alto" quali eventi finanziare, ma si co-progetta la funzione culturale dei luoghi.

Il superamento dell'alienazione:

Questo approccio risponde direttamente alle criticità sollevate da Georg Simmel ne "La metropoli e la vita dello spirito". Se la città moderna spinge l'individuo verso un "atteggiamento blasé" e una protezione distaccata dai troppi stimoli, la FIU cerca di invertire il processo: attraverso la partecipazione, il cittadino smette di essere uno spettatore passivo e anonimo della vita urbana per diventare un attore che "lascia il segno". La cultura, mediata dalla FIU, diventa lo strumento per rompere l'isolamento e trasformare lo spazio pubblico in uno spazio di senso condiviso.

I Patti di Collaborazione:

La cultura come Bene Comune.

Bologna ha consolidato questo modello essendo la prima città in Italia ad adottare, già nel 2014, il Regolamento per la cura e la rigenerazione dei beni comuni urbani. La FIU è il facilitatore principale di questo strumento, che si concretizza nei Patti di Collaborazione.

Oltre la burocrazia:

I Patti permettono a gruppi informali di giovani, collettivi di artisti e piccole associazioni del Terzo Settore di gestire spazi pubblici (piazze, porzioni di biblioteche, ex magazzini) senza dover affrontare la complessità di una concessione amministrativa classica.

Presidi di prossimità:

Questi spazi diventano "micro-centri culturali" che operano fuori dalle logiche di mercato, dove la produzione culturale è legata al quartiere. È qui che si attua il passaggio dal "consumo" alla "cura": la cultura non è un prodotto da acquistare, ma un bene comune di cui la comunità si prende responsabilità.

**fondazione
innovazione urbana**

2.4.2 La Governance: Cultura Bologna

Il Comune di Bologna, attraverso la piattaforma e il coordinamento di Cultura Bologna, opera non solo come finanziatore, ma come nodo strategico di pianificazione.

Pianificazione e Impatto: Seguendo le linee del rapporto "Cultura a Bologna" del Comune, l'amministrazione punta a misurare l'impatto sociale della cultura, che a livello nazionale genera 3,36€ di valore sociale per ogni euro investito.

Supporto alla Produzione: La governance locale si muove verso la creazione di "spazi abilitanti" capaci di attivare comunità e partecipazione, cercando di superare la logica del mero consumo per favorire la "sedimentazione del senso".

2.4.3 Il Ruolo del Terzo Settore: ARCI e AICS.

Le grandi reti associative come ARCI e AICS rappresentano l'ossatura del Terzo Settore bolognese, agendo come presidi contro quella "città autistica" che vede ma non osserva.

ARCI Bologna

Associazione Ricreativa e Culturale Italiana, nasce nel 1957 come grande rete di circoli popolari legati alle tradizioni del mutualismo e dell'antifascismo. A Bologna, l'ARCI è storicamente il pilastro della promozione culturale e politica: i suoi spazi sono luoghi di aggregazione dove la cultura è intesa come strumento di emancipazione e cittadinanza attiva. La sua identità è fortemente orientata alla produzione artistica indipendente, alla musica dal vivo e al dibattito civile. Attraverso la sua rete capillare di circoli, ARCI intercetta il bisogno di socialità del target 18-35 anni, offrendo spazi di "rallentamento" rispetto all'accelerazione urbana descritta da Simmel. I circoli diventano luoghi dove la cultura non "scivola via", ma lascia una "traccia".

Cultura Bologna



AICS Bologna

Associazione Italiana Cultura Sport, nata nel 1962, ha invece un'anima più vicina alla promozione sociale attraverso lo sport e il tempo libero. Sebbene si occupi attivamente di cultura, il suo approccio è marcatamente orientato al benessere integrale della persona e all'integrazione. A Bologna, AICS si distingue per la capacità di coniugare l'attività fisica e ricreativa con percorsi di inclusione sociale, rendendo la cultura un elemento di un sistema di welfare più ampio. Contribuisce a un'offerta culturale ibrida, dove la partecipazione è meno selettiva rispetto ai contesti elitari. Questo è cruciale dato che l'accesso alla cultura rimane spesso mediato dal capitale educativo.

Le differenze chiave

Mentre l'ARCI tende a focalizzarsi sulla sperimentazione dei linguaggi artistici e sulla politica culturale (spesso intercettando la scena underground e creativa), AICS punta maggiormente sulla coesione sociale e sulla sussidiarietà, utilizzando la cultura come un ponte per il superamento delle fragilità fisiche e sociali. Insieme, esse coprono l'intero spettro del bisogno relazionale urbano.

Resilienza Post-Pandemica e Ibridazione degli spazi

Nel biennio 2024-2025, i circoli ARCI a Bologna hanno vissuto una mutazione genetica, rispondendo alla precarizzazione del lavoro culturale che colpisce duramente la fascia 18-35 anni.

Contrasto alla precarizzazione

Molti circoli (realtà come il Ritmo Lento o lo Sferisterio) si sono trasformati in coworking informali durante le ore diurne. In una città dove il costo della vita e degli spazi è in aumento, ARCI offre ai giovani freelance "scrivanie sociali" a basso costo, dove la condivisione del lavoro diventa anche condivisione di istanze politiche.

Produzione vs Consumo

Di notte, questi spazi tornano alla loro vocazione di centri di produzione artistica. Questa ibridazione permette di abbattere i costi e di offrire ai giovani luoghi di espressione non mercificati, contrastando la "città autistica" di Vanolo: nei circoli si produce cultura collettivamente, uscendo dall'isolamento della fruizione digitale.

AICS e il Welfare Culturale: La "Cultura come Cura"

Parallelamente, AICS Bologna ha saputo interpretare la crisi del welfare pubblico trasformando la cultura in un servizio di prossimità.

Welfare sussidiario

Attraverso il concetto di "cultura come cura", AICS integra progetti di teatro sociale o danza inclusiva all'interno della sua offerta. Questo approccio trasforma l'evento culturale in una pratica terapeutica e di integrazione per soggetti fragili (anziani, persone con disabilità, migranti), colmando i vuoti lasciati dalle istituzioni.

La cultura come diritto

Per il target giovanile, l'impegno in AICS spesso coincide con forme di volontariato attivo che permettono di acquisire competenze nel settore del sociale e dell'educazione. Questo trasforma il tempo libero in tempo "civico", offrendo una risposta alla "noia metropolitana" e al disimpegno che caratterizza spesso le grandi aree urbane.



19 - 35 anni

I dati rilevati conducono all'individuazione di un target compreso tra i **19 e i 35 anni**. Si tratta di una fascia d'età eterogenea, accomunata da una relazione intensa ma frammentata con l'offerta culturale contemporanea. In questo intervallo si concentrano studenti, giovani lavoratori, freelance e soggetti in una fase di transizione, per i quali la partecipazione culturale rappresenta non solo un momento di svago, ma anche uno spazio di costruzione identitaria e relazionale.

All'interno di questo gruppo emergono pratiche di fruizione caratterizzate da alta esposizione agli eventi, ma anche da una crescente selettività, dovuta alla saturazione dell'offerta e alla limitata

disponibilità di tempo ed energie. Il target individuato si colloca quindi in una condizione di costante tensione tra desiderio di partecipazione e difficoltà nel riconoscere esperienze realmente significative, rendendolo particolarmente rilevante per l'analisi delle dinamiche culturali urbane.

Questa fascia generazionale, inoltre, è quella che più frequentemente attraversa la città in modo temporaneo o ciclico, contribuendo alla mobilità e alla trasformazione continua del tessuto culturale. Per queste ragioni, il target 18-35 rappresenta un osservatorio privilegiato per comprendere come la cultura venga vissuta, consumata e ricordata nei contesti urbani contemporanei.



3.0 Ricerca Qualitativa

Il Metodo:

questionario e interviste

Successivamente..

alla fase di tipo quantitativo e definizione del target, la ricerca si sviluppa attraverso una fase qualitativa, orientata all'osservazione diretta delle pratiche culturali e delle esperienze vissute all'interno del contesto studiato. Questa fase nasce dall'esigenza di affiancare ai dati e alle teorie un confronto diretto con le persone che abitano e attraversano quotidianamente la scena culturale.

3.1.1 Introduzione

In questa fase viene utilizzato come metodo di ricerca quella diretta **sul campo**, attraverso un contatto diretto con le persone coinvolte nel contesto culturale analizzato e si articola in due strumenti principali: le interviste e il questionario.



Le **interviste** sono state utilizzate come strumento di approfondimento e confronto diretto con gli attori che operano all'interno del sistema culturale urbano, con un focus specifico sugli organizzatori. Attraverso il dialogo, le interviste permettono di far emergere esperienze, pratiche, criticità e modalità operative che caratterizzano il lavoro culturale quotidiano, offrendo una lettura situata delle dinamiche emerse nelle fasi precedenti della ricerca.



Il **questionario** è stato invece impiegato per estendere l'indagine a un pubblico più ampio, intercettando prevalentemente i partecipanti e fruitori di eventi culturali. Questo strumento consente di raccogliere una pluralità di punti di vista, individuare tendenze ricorrenti e comprendere modalità di fruizione, aspettative e percezioni diffuse rispetto all'offerta culturale presente nel contesto urbano.

L'uso combinato di interviste e questionari permette di osservare il fenomeno su più livelli: da un lato il punto di vista di chi progetta, organizza e produce cultura, dall'altro quello di chi la attraversa e la vive come esperienza. Questo approccio consente di mettere in relazione pratiche, percezioni e bisogni, costruendo una lettura più articolata e aderente alla realtà osservata.

3.1.2 Definizione punti critici

Prima di procedere, è fondamentale soffermarsi su una riflessione relativa ai seguenti punti, emersi e mappati durante la fase di ricerca. Si tratta delle principali criticità individuate attraverso il confronto tra la letteratura critica di riferimento e l'analisi del contesto urbano, sia a livello macro che micro.

Dalla
letteratura
critica

>

Dal
contesto urbano
macro/micro

Saturazione degli eventi	Saturazione dell'offerta
Sincronizzazione degli eventi	Velocizzazione dei tempi di fruizione
Esperienze brevi e consumabili	Eventi isolati / discontinuità
Standardizzazione dell'esperienze	Standardizzazione dei format
Eccesso di stimoli	Standardizzazione dei format
Spazio di passaggio vissuto come un percorso da completare	Mancanza di memoria/ricordo
Perdita di significato	Saturazione dell'offerta
Sensazione di indifferenza agli eventi	Mancanza di emotività
Digitale = velocizzazione del flusso di informazioni	Fruizione discontinua e frammentata
Cultura vista come un prodotto	Difficoltà nel costruire pratiche culturali
Mancanza di sedimentazione culturale	Eccesso di linguaggi culturali diversi Comunità temporanee Mancanza di memoria/ricordo Aumento demografico del target +0,2%

La progettazione di questa mappa ha l'obiettivo di individuare i **punti critici** della ricerca da entrambe le prospettive analizzate. Tali elementi costituiranno, nella fase successiva del progetto dedicata alle interviste, i *cluster* di riferimento che guideranno l'organizzazione e l'andamento del progetto per formulare la domanda di ricerca.

3.1.3 Cluster

Dopo aver mappato i *pain point* più ricorrenti, è stato utile raggrupparli in punti unici e condivisi, così da rendere le criticità più leggibili e facilitare le fasi successive del progetto.

CLUSTER 1

Saturazione dell'offerta culturale

- Saturazione degli eventi
- Eccesso di linguaggi culturali diversi
- Aumento dell'offerta legata al digitale
- Cultura vista come prodotto

S I N T E S I

Un'offerta culturale eccessiva e poco gerarchizzata genera rumore, più che valore.

CLUSTER 2

Standardizzazione e perdita di unicità

- Standardizzazione dei format
- Standardizzazione dell'esperienza
- Esperienze brevi e consumabili
- Eventi replicabili e poco distintivi

S I N T E S I

La ripetizione di format simili riduce l'impatto e la riconoscibilità delle esperienze culturali.

CLUSTER 3

Fruizione accelerata e frammentata

- Velocizzazione dei tempi di fruizione
- Fruizione discontinua e frammentata
- Spazio vissuto come luogo di passaggio
- Eventi isolati / discontinuità

S I N T E S I

La cultura viene attraversata rapidamente, senza tempo per costruire un rapporto duraturo.

CLUSTER 4

Perdita di significato ed emotività

- Perdita di significato
- Mancanza di emotività
- Sensazione di indifferenza agli eventi
- Mancanza di memoria / ricordo

S I N T E S I

Le esperienze culturali faticano a lasciare traccia emotiva e simbolica nel pubblico.

CLUSTER 5

Debolezza della dimensione comunitaria

- Comunità temporanee
- Mancanza di sedimentazione culturale
- Crisi delle pratiche culturali comuni

S I N T E S I

Gli eventi generano presenze momentanee, ma non relazioni né continuità culturale.

CLUSTER 6

Trasformazione del contesto urbano

- Aumento demografico del target
- Mancanza di sedimentazione culturale

S I N T E S I

Il cambiamento del pubblico urbano non è accompagnato da una reale riprogettazione dell'offerta culturale.

3.1.4 Questionario: risposte multiple rilevanti

120 COMPILAZIONI

Profilo

02. Età → **25-30** anni

03. Genere → distribuzione equilibrata

04. Occupazione principale → studenti / lavoratori

05. Città di residenza → fuori sede domiciliati a bologna / residenti

Rapporto con la cultura

06. In quali ambiti artistici ti riconosci maggiormente? → musica **88%**
arti visive 48%
07. In che modo vivi oggi la cultura? → spettatore **85,2%**
partecipante attivo 25,2%
08. Dove partecipi più spesso ad attività? → locali **77,8%**
festival / centri sociali 59,3%
09. Cosa ti motiva a partecipare a un'attività? → interesse personale **92,6%**
incontri con persone affini 70,4%
nuove esperienze 74,1%
10. Cosa ti scoraggia dal partecipare? → costi elevati 51,9%
mancanza di tempo **70,4%**

Esperienza e coinvolgimento

11. Ti piacerebbe che gli eventi culturali coinvolgessero direttamente il pubblico?

mi piacerebbe essere parte attiva 44,4%
dipende dal tipo di evento **60,7%**

12. Che tipo di coinvolgimento ti piacerebbe vivere?

esperienze artistiche collettive 66,7%
workshop **70,4%**

13. Quale ambito culturale o creativo ti attrae di più?

design e art direction **40,7%**
illustrazione - visual art 37%
fotografia - video 37%
Scrittura - storytelling 29%

14. Ti interesserebbe un evento che unisca più linguaggi artistici? → Sì **96,3%**

15. Quante volte all'anno vorresti che si tenesse un evento di questo tipo?

una volta/anno **55,6%**
una per stagione 44,4%

16. In che modo preferiresti vivere un'esperienza culturale?

in contesto intimo e raccolto 40,7%
medie dimensioni, equilibrio tra socialità e spazio individuale **77,8%**

17. Ti piacerebbe che ogni edizione lasciasse una traccia fisica o collezionabile? → Sì **100%**

Tempo e desiderio di esperienze

18. Quanto tempo dedicheresti volentieri a un'esperienza culturale?

un pomeriggio 25,9%
dal pomeriggio alla sera o notte **44,4%**

19. Dopo una settimana di lavoro o studio, ti piacerebbe trovare attività che...

ti coinvolgano per più ore in modo immersivo **44,6%**
ti facciano rilassare 36%
ti facciano scoprire qualcosa di nuovo 40%

20. Ti capita che gli eventi a cui partecipi non ti lascino nulla di nuovo?

sì spesso 18,5%
a volte **70,4%**
raramente 11,1%

Accessibilità e prezzi

22. Quanto conta per te il costo del biglietto o quota di partecipazione?

abbastanza **81,5%**
poco 11,1%

23. Ritieni che a Bologna gli eventi culturali siano accessibili a tutti?

sì 29,6%
solo in parte **88,1%**

24. Fascia di prezzo ideale per partecipare a un workshop o evento singolo:

fino a 10 € 29,6%
10–20 € **40,7%**
in base all'offerta 18,5%

3.1.5 Questionario: risposte aperte rilevanti

Tempo e desiderio di esperienze

21. Cosa manca oggi negli eventi culturali per essere coinvolgenti o significativi?

x: Il coinvolgimento attivo del pubblico.

Il pubblico, spesso, è ancora considerato spettatore passivo.

Oggi, invece, serve un modello partecipativo; ad esempio: laboratori esperienziali; interazioni digitali ben progettate; momenti di dialogo diretto con artisti, studiosi o curatori; progetti di co-creazione culturale (il pubblico che contribuisce all'opera o al racconto).

C5

x: Probabilmente forse una maggiore fusione tra le diverse arti e discipline artistiche.

C2

x: Essere originali, si tende a seguire le mode e fare ciò che già in tanti fanno.

C2

x: Oggettivamente riesco a frequentare pochi eventi oltre a concerti e serate club e mi piacerebbe avere più tempo da dedicare ad eventi legati alle arti visive in generale. Mi piace quando questi sono mischiati a una dimensione musicale e quindi in poco tempo entri in contatto con molti input nuovi sia visivi che musicali e con una buona possibilità di socializzare in un contesto diverso dal club, magari con più possibilità di conversare.

C3

x: La comunicazione, engagement, accessibilità economica.

C1

x: Sentirsi realmente parte, c'è molto distacco.

C5

x: Spesso il partecipante è considerato come un cliente e non come una possibile parte attiva dell'attività culturale.

C4

x: Circolarità.

C5

x: Una maggiore varietà di generi che coinvolga più persone non accumulate necessariamente dagli stessi interessi.

Accessibilità e prezzi

21. Quanto spenderesti per un'esperienza culturale ampia e immersiva?

Le risposte raccolte convergono su un orientamento piuttosto chiaro: la maggior parte delle persone si dichiara disposta a investire tra i 30 e i 40 euro, a condizione che l'offerta sia coerente con la durata e con la qualità dell'esperienza proposta.

C1

Emerge inoltre la preferenza per una struttura di prezzo differenziata, che distingua tra chi desidera partecipare come semplice spettatore, con una quota ridotta, e chi, invece, intende prendere parte attivamente ai workshop, prevedendo in questo caso una quota base di ingresso a cui aggiungere il costo specifico dell'attività scelta.

C4

21. Cosa renderebbe un evento veramente accessibile anche a chi ha meno disponibilità economica?

Anche su questo punto le risposte mostrano una forte convergenza: l'idea è quella di contribuire concretamente allo svolgimento dell'evento, supportando i workshop, occupandosi dell'accoglienza o della manutenzione degli spazi, in modo da trasformare la quota economica in un'azione di valore. Questo modello permetterebbe anche a chi ha difficoltà economiche di partecipare, sostenendo il progetto non solo come pubblico, ma come parte integrante del suo funzionamento.

C5

Percezione della scena culturale bolognese

21. Cosa ne pensi della scena di intrattenimento attuale a Bologna?

x: C'è una bella proposta ma in pochi riescono a mantenere una linea ben delineata.

C2

x: Stanno nascendo vari contesti, ma molto spesso hanno tutti ad oggetto la stessa attività, stesso genere musicale e quindi poca varietà.

C2

x: Credo ci sia troppa proposta "frastagliata".

C1

x: Not bad, forse in alcuni contesti si crea troppo la chiusura da "nicchia /elite".

C5

C1
Saturazione dell'offerta culturale

C3
Fruizione accelerata e frammentata

C5
Debolezza della dimensione comunitaria

C1
Saturazione dell'offerta culturale

C3
Fruizione accelerata e frammentata

C5
Debolezza della dimensione comunitaria

C2
Standardizzazione e perdita di unicità

C4
Perdita di significato ed emotività

C6
Trasformazione del contesto urbano

C2
Standardizzazione e perdita di unicità

C4
Perdita di significato ed emotività

C6
Trasformazione del contesto urbano

21. Cosa ti scoraggia nel partecipare alla scena locale?

x: <i>Quel sentimento di circolino chiuso di cui parlavo prima (elite/nicchia).</i>	C5
x: <i>Mancanza di tempo in settimana.</i>	C3
x: <i>La poca novità, cura dell'estetica e del soundsistem.</i>	C2
x: <i>Odio chi pubblica qualsiasi tipo di contenuto tanto per. I prodotti nati per puro vezzo. Amo chi si esprime perché ha l'urgenza di farlo (in qualsiasi forma).</i>	C4
x: <i>Poca comunicazione e poca pubblicità, costi alti per partecipare. /Spesso vengo a conoscenza degli eventi dopo che si sono svolti.</i>	C1

21. Cosa miglioreresti?

x: <i>Accoglienza.</i>	C5
x: <i>Meno uso di dispositivi elettronici durante gli eventi, da parte del pubblico.</i>	C3
x: <i>Vorrei più spazi aperti alla partecipazione collettiva.</i>	C5
x: <i>Varietà di stimoli artistici proposti, non focalizzati soltanto sul piano musicale.</i>	C2
x: <i>Comunicazione, utilizzo di spazi pubblici inoperosi.</i>	C6
x: <i>La promozione sui social. Più eventi mirati, meno collettivi.</i>	C1

21. C'è qualcosa che eviti negli eventi culturali attuali?

x: <i>Eventi troppo affollati, in cui il benessere dello spettatore non viene considerato.</i>	C6
x: <i>Locali piccoli e affollati ed eventi spesso sovrapprezzati.</i>	C6
x: <i>Commercialità, malessere collettivo legato al format/evento.</i>	C4

x: *Chi politicizza per dare aria alla bocca. / Le persone saccenti.* **C5**

x: *Eventi dove bisogna esprimersi a parole.* **C3**

21. Pensi che le attività di oggi rispecchino ciò che i giovani desiderano?

x: *Rispecchiano in parte quello che vuole la maggioranza, ma altri aspetti sono ignorati.* **C2**

x: *In parte. / Non sempre. / Non a pieno..* **C2**

x: *Penso che sia un rapporto bidirezionale, offerta e richiesta rimbalzano da un lato all'altro, al contempo penso che se ci fosse più varietà la gente potrebbe scoprire che si possono apprezzare tante cose diverse.* **C1**

x: *Quelle pubbliche e più grandi, spesso organizzate dal comune, no. Es. molte attività che fanno in piazza maggiore sembrano quasi pensate per allontanare i giovani perché sono proprio vecchio stampo.* **C6**

x: *Forse no. sicuramente la perdita di molti spazi come ad esempio i centri sociali hanno fatto perdere la possibilità di fruire di luoghi con interazioni legate alla sfera artistica senza doversi curare delle dinamiche economiche. stare in un posto in cui con anche poche possibilità economiche puoi prendere e scambiare nozioni, arte e sapere.* **C6**

C1 Saturazione dell'offerta culturale

C3 Fruizione accelerata e frammentata

C5 Debolezza della dimensione comunitaria

C1 Saturazione dell'offerta culturale

C3 Fruizione accelerata e frammentata

C5 Debolezza della dimensione comunitaria

C2 Standardizzazione e perdita di unicità

C4 Perdita di significato ed emotività

C6 Trasformazione del contesto urbano

C2 Standardizzazione e perdita di unicità

C4 Perdita di significato ed emotività

C6 Trasformazione del contesto urbano

3.1.6 Osservazioni sui Cluster emergenti

1. Dal Consumo alla Co-creazione (C5 & C4)

Il dato più significativo è il rifiuto del ruolo di "cliente". Nelle risposte, il termine "cliente" viene usato con una connotazione negativa, associato a un'esperienza passiva e transazionale.

Il problema: La debolezza della dimensione comunitaria (C5) deriva dal fatto che gli eventi sono "calati dall'alto". Questo svuota l'esperienza di significato emotivo (C4).

La soluzione proposta: Il pubblico chiede circolarità. L'idea di pagare l'ingresso attraverso il lavoro (manutenzione, accoglienza) non è solo una strategia economica per l'accessibilità, ma un modo per "comprare" il diritto di appartenenza. Se aiuto a costruire l'evento, l'evento è anche mio.

2. La "Stanchezza dell'Uguale" (C2 & C1)

Bologna viene descritta come una città con un'offerta "frastagliata" ma, paradossalmente, standardizzata.

Il paradosso della scelta: C'è tantissima offerta (C1), ma è tutta concentrata sugli stessi generi musicali o sugli stessi format "di moda" (C2). Questo crea una saturazione che non genera valore, ma solo confusione e rumore di fondo.

L'urgenza espressiva: Gli utenti distinguono nettamente tra chi produce contenuti "per vezzo" (marketing) e chi lo fa per "urgenza" (arte). C'è una fame di autenticità che la scena attuale, troppo attenta ai social e all'estetica superficiale, non riesce a soddisfare.

3. La Barriera del "Circolino" (C5 & C6)

L'accessibilità non è solo una questione di soldi, ma di codici comportamentali.

Esclusione culturale: Il termine "nicchia/elite" indica che molti eventi, pur essendo pubblici, sono percepiti come chiusi. Se non conosci il "gergo" o non fai parte del gruppo,

Spazio Pubblico vs Spazio Privato: La nostalgia per i centri sociali o la richiesta di riutilizzo di spazi pubblici inoperosi (C6) riflette il bisogno di luoghi "neutri" dove l'interazione non sia mediata dal dover consumare obbligatoriamente (alcol, biglietti costosi) o dal dover dimostrare di essere "abbastanza cool" per stare lì.

4. La Gestione del Tempo e dell'Attenzione (C3)

La "fruizione accelerata" non è solo un modo di dire. Il pubblico è consapevole che lo smartphone e i ritmi settimanali uccidono l'esperienza.

L'evento "ibrido" come soluzione: La richiesta di mischiare arti visive, musica e conversazione è una strategia di resistenza alla frammentazione. Poiché il tempo è poco, il pubblico cerca esperienze dense (multidisciplinari) ma che permettano ancora il dialogo umano, quello che i club troppo affollati e rumorosi impediscono.

In sintesi: Cosa vuole davvero il pubblico?

Il pubblico sta chiedendo un passaggio di paradigma:

Meno quantità, più identità: Eventi meno frequenti ma con una direzione artistica più coraggiosa e meno "modaiola".

Abbattimento della quarta parete: Non vogliono solo guardare un palco, vogliono poter parlare con chi sta sopra o dietro il palco.

Economia del valore, non del prezzo: Sono disposti a pagare (anche 40€), ma solo se l'esperienza è immersiva e curata. Altrimenti, preferiscono "pagare" con il proprio tempo e lavoro per sentirsi parte di qualcosa.

3.1.7 Interviste: i profili intervistati

Per questa analisi sono state selezionate sette figure chiave che rappresentano l'intero ecosistema della produzione e fruizione culturale:

Luca (Organizzatore "Megafuori", 25 anni):

Il punto di vista operativo e pragmatico. Rappresenta chi sperimenta format orizzontali e "ibridi" per rompere la barriera spettatore-attore.

Alessandro (Curatore/Project Manager, 33 anni):

La visione critica e intellettuale. Analizza i meccanismi sociologici della cultura urbana (effetto blasé, anestesia emotiva).

Marco (Artista/DJ/Organizzatore, 21 anni): La voce della Generazione Z "produttiva". Rappresenta l'instabilità creativa e la fame di protagonismo digitale e reale.

Sole (Partecipante Attivo/Creativo, 32 anni): Il target "prosumer" (produttore + consumatore). Cerca nella cultura un'estensione della propria identità ma soffre la velocità dei consumi.

Valeria (Partecipante Disilluso, 24 anni): Il target "silenzioso". Rappresenta chi è stato respinto dal sistema per eccesso di rumore o per mancanza di codici d'accesso.

Vittorio (Curatore eventi ibridi, 27 anni): Lo stratega della partecipazione. Si focalizza sulla memoria e sulla rarità come strumenti contro la saturazione.

3.1.8 Selezione interviste e cluster di riferimento

1. LUCA (Organizzatore MEGA FUORI)

"Manca comunicazione, ingaggio e coinvolgimento... era un evento 'ibrido' e ha funzionato perché c'era partecipazione attiva."

C5

"Oggi il digitale appiattisce tutto. L'esperienza diretta crea intimità e attenzione, mentre dietro uno schermo si perde empatia."

C4

"L'obiettivo è far sì che in ogni momento e in ogni angolo ci sia qualcosa da fare o da scoprire (es. massaggio thai accanto alla techno)."

C2

2. ALESSANDRO (Curatore Link 4.0)

"Il panorama culturale urbano appare estremamente denso, ma poco stratificato... Tutto sembra avvenire sullo stesso piano temporale: l'oggi."

C1

"Il pubblico è costantemente esposto a stimoli... questo produce una sorta di anestesia emotiva. Non c'è il tempo di rielaborare."

C3

"Ridurrei la pressione alla costante visibilità. Dare più valore al processo che al risultato immediato."

C4

3. MARCO (Artista/DJ collettivo)

"A Bologna l'offerta è costante e questo cambia il modo di partecipare: si sceglie meno, si passa di più."

C1

"Le persone entrano ed escono dagli eventi senza sentirsi realmente parte di qualcosa. L'esperienza è intensa, ma breve, e non lascia traccia."

C3

"Tutti cercano visibilità nello stesso momento, negli stessi luoghi, con linguaggi simili. Questo crea tensione e dispersione."

C2

4. SOLE (Partecipante Attivo)

"Spesso questi eventi finiscono per assomigliarsi molto tra loro, almeno nella forma, e questo alla lunga stanca."

C2

"Rimane forse una foto sul telefono o una storia sui social, ma a livello di memoria personale resta poco."

C4

"Mi piacerebbe avere spazi in cui poter condividere [i miei lavori] senza dover passare da selezioni rigide o dinamiche competitive."

C5

5. VALERIA (Partecipante Disilluso)

"Non è una mancanza di interesse, quanto più una sensazione di disconnessione: faccio fatica a capire cosa mi possa davvero dare qualcosa."

C4

"Molti eventi sembrano pensati per un pubblico specifico... se non fai parte di quel giro, ti senti un po' fuori posto."

C5

"Descriverei la scena culturale attuale come rumorosa. Ci sono molte voci, ma poche riescono davvero a farsi ascoltare."

C1

6. VITTORIO (Curatore)

"Le persone hanno visto molto e faticano a lasciarsi sorprendere. Questo rende il coinvolgimento una sfida progettuale."

C2

"Cerco di rallentare. Pochi eventi, ma pensati. La rarità aumenta il valore percepito."

C3

"Senza memoria non c'è crescita. Archivi, racconti, tracce permettono agli eventi di continuare a esistere."

C4

C1
Saturazione dell'offerta culturale

C3
Fruizione accelerata e frammentata

C5
Debolezza della dimensione comunitaria

C1
Saturazione dell'offerta culturale

C3
Fruizione accelerata e frammentata

C5
Debolezza della dimensione comunitaria

C2
Standardizzazione e perdita di unicità

C4
Perdita di significato ed emotività

C6
Trasformazione del contesto urbano

C2
Standardizzazione e perdita di unicità

C4
Perdita di significato ed emotività

C6
Trasformazione del contesto urbano

3.1.9 Tabella Comparativa: Visioni e Soluzioni per Cluster

	VISIONE DELL'ORGANIZZATORE/ CURATORE	VISIONE DEL PARTECIPANTE (ATTIVO/DISILLUSO)	SOLUZIONE EMERGENTE DALLE INTERVISTE
C1 Saturazione dell'offerta culturale	La scena è "densa ma poco stratificata"; è difficile far emergere il valore nel "rumore."	Troppa scelta genera "anestesia" e "blocco"; si finisce per non scegliere nulla.	Rarità e Cura: Ridurre la quantità per aumentare il valore percepito e la distinguibilità.
C2 Standardizzazione e perdita di unicità	Confusione tra innovazione e riproposizione di modelli vecchi o modaioli.	Gli eventi "si assomigliano tutti"; manca l'originalità e l'urgenza espressiva.	Ibridazione: Mescolare linguaggi diversi (musica, arte, workshop) per rompere i format ripetitivi.
C3 Fruizione accelerata e frammentata	Il digitale livella tutto e toglie spessore; tutto passa troppo in fretta.	Partecipazione "frammentata": si entra e si esce senza lasciare traccia o memoria.	Rallentamento SLOW CULTURE: Creare eventi con tempi più lunghi che favoriscano la sosta e il dialogo.
C4 Perdita di significato ed emotività	Mancanza di uno spazio di riflessione e restituzione dopo l'evento.	Sensazione di essere solo "spettatori passivi" o "clienti". L'evento finisce quando si esce.	Memoria e traccia: progettare l'evento affinché lasci un "oggetto" o un racconto che duri nel tempo.
C5 Debolezza della dimensione comunitaria	Il coinvolgimento è una sfida progettuale; serve partecipazione attiva e per creare legami.	Barriera del "circolino"; timore di essere giudicato o di sentirsi fuori posto.	Orizzontalità: Spazi accoglienti, non giudicanti, dove il pubblico può "fare" (co-creazione).

3.1.10 Linee Guida per una Progettazione Culturale Integrata

1. Progettare l'Orizzontalità (C5 e C4)

Dallo Spettatore al "Co-Autore": L'evento non deve essere un pacchetto chiuso. È necessario prevedere spazi di intervento per il pubblico (workshop, open wall, talk aperti). Come suggerito da Sole, il pubblico vuole sentire che la propria presenza "cambia qualcosa".

Abolizione del "Circolino": Utilizzare un linguaggio comunicativo inclusivo e non elitario. L'accoglienza deve essere curata fisicamente: l'ingresso non deve essere un check-point, ma un momento di introduzione alla comunità.

2. Ibridazione dei Linguaggi (C2 e C1)

Multisensorialità come Standard: Seguire il modello di Luca: integrare musica, arti visive e laboratori artigianali. L'obiettivo è creare un "ecosistema creativo" dove chi non è interessato al main stage possa trovare senso in un'attività collaterale (es. serigrafia o proiezioni interattive).

Curatela Tematica Forte: Per battere la standardizzazione (C2), ogni edizione deve avere un'identità unica (es. la proposta del tema "Cielo Stellato"). Questo trasforma l'evento da "serata clubbing" a "momento culturale irripetibile".

3. Radicalità del Tempo e della Memoria (C3 e C4)

Slow Culture (Rallentamento): Contrastare la fruizione frammentata (C3) riducendo la quantità di stimoli simultanei a favore di una qualità più immersiva. Come suggerisce Vittorio, "la rarità aumenta il valore".

Progettare il "Dopo": Creare tracce fisiche (fanzine, stampe live, archivi digitali del processo) che permettano all'evento di restare nella memoria collettiva, rispondendo all'esigenza di Alessandro di dare "profondità e stratificazione" alla scena.

4. Riconquista dello Spazio e della Materia (C6 e C1)

Uscire dai Circuiti Tradizionali: Utilizzare spazi pubblici inoperosi o aree urbane da risignificare. Questo rompe l'effetto "già visto" e attira il pubblico disilluso come Valeria, che cerca luoghi "non giudicanti".

Comunicazione Tattile: Ridurre la dipendenza dai social (che appiattiscono tutto nello stesso feed, come dice Marco). Tornare alla comunicazione fisica: manifesti d'artista, stampe manuali, guerrilla marketing tattile. La carta riciclata e il lettering manuale comunicano autenticità e urgenza.

5. Accessibilità come Collaborazione (C1 e C5)

Modello di Pricing Partecipativo: Superare la logica del biglietto fisso. Introdurre la possibilità di "pagare con il tempo": chi contribuisce all'allestimento o alla gestione ottiene l'accesso. Questo trasforma il "cliente" in "membro attivo", abbattendo le barriere economiche e sociali.

Sintesi

La progettazione deve passare da un modello Top-Down (organizzatore che offre un prodotto a un cliente) a un modello Circolare (piattaforma che abilita la comunità a esprimersi).

Il successo di un evento oggi non si misura nel numero di presenze, ma nel grado di trasformazione del partecipante: se è entrato come spettatore ed è uscito come parte di un racconto, il cluster della "Perdita di Significato" (C4) è stato sconfitto.



4.0 UX TOOLS

4.1.0 Insight

/utenti

INSIGHT 1

Operano all'interno di un ecosistema culturale fragile.

La densità dell'offerta genera un contesto dinamico ma instabile, in cui molte realtà faticano a mantenere continuità e sostenibilità nel tempo, trovandosi spesso a operare in condizioni di forte competizione e limitata stabilità strutturale.

INSIGHT 2

Incontrano difficoltà nel differenziarsi.

In un panorama saturo, emergere richiede uno sforzo crescente, spesso senza garanzie di riconoscibilità o ritorno. Questo porta a una ripetizione di format già esistenti.

INSIGHT 3

Riscontrano una mancanza di continuità progettuale.

Molte iniziative alternano fasi di forte attività a periodi di pausa o scomparsa, rendendo complesso costruire percorsi culturali stabili e riconoscibili.

INSIGHT 4

Faticano a conservare la memoria culturale.

Gli eventi tendono a esaurirsi nel momento stesso in cui si svolgono, lasciando poco spazio alla sedimentazione delle esperienze culturali e rendendo così difficile la costruzione di un rapporto continuativo e duraturo con la cultura.

INSIGHT 5

Cercano esperienze più autentiche e personali.

Dalla ricerca emerge il desiderio di momenti culturali capaci di rispecchiare valori, identità e sensibilità individuali, in contrasto con format standardizzati e ripetibili.

/organizzatori

INSIGHT 1

Faticano a distinguere il valore nell'offerta culturale.

La sovrapposizione di eventi simili rende difficile riconoscere ciò che è realmente significativo. L'eccesso di proposte riduce la capacità di orientamento e porta spesso a una fruizione superficiale.

INSIGHT 2

Percepiscono un coinvolgimento passivo.

Molte esperienze culturali vengono vissute come momenti di consumo più che di partecipazione. Questo limita il senso di appartenenza e la possibilità di sentirsi parte attiva di una comunità culturale.

INSIGHT 3

Mostrano una forma di assuefazione agli stimoli culturali.

La continua esposizione a eventi, contenuti e comunicazioni produce un effetto blasé, in cui l'intensità emotiva si abbassa e l'interesse si affievolisce nel tempo.

INSIGHT 4

INSIGHT 4

Sono sottoposti a una pressione costante.

La necessità di produrre e comunicare rapidamente riduce il tempo dedicato alla ricerca, alla sperimentazione e alla cura dei contenuti.

INSIGHT 5

Riconoscono un uso ambivalente del digitale.

Il digitale è uno strumento centrale per la visibilità, ma spesso non riesce a generare relazioni profonde né a restituire il valore esperienziale delle pratiche culturali.

4.2.0 Problem statement

PROBLEM STATEMENT 1

Perdita di significato nell'eccesso di offerta culturale.

Nei contesti urbani contemporanei, l'elevata densità di iniziative culturali e la loro frequente sovrapposizione temporale rendono l'offerta poco leggibile e difficilmente distinguibile. Progetti anche qualitativamente validi rischiano di apparire intercambiabili, riducendo la capacità delle persone di orientarsi, scegliere consapevolmente e attribuire valore alle singole esperienze. La quantità di proposte non si traduce in ricchezza culturale, ma in dispersione di attenzione e senso.

>

/utenti

INSIGHT 1

Faticano a distinguere il valore nell'offerta culturale attuale.

INSIGHT 3

Mostrano una forma di assuefazione agli stimoli culturali.

INSIGHT 5

Riconoscono un uso ambivalente del digitale.

/utenti

INSIGHT 1

Operano all'interno di un ecosistema culturale fragile.

INSIGHT 2

Incontrano difficoltà nel differenziarsi.

PROBLEM STATEMENT 3

Mancanza di continuità e memoria condivisa.

Le esperienze culturali faticano a lasciare tracce nel tempo a causa dell'assenza di dispositivi strutturati di restituzione, archiviazione e narrazione. Ogni progetto tende a esistere nel solo presente, senza consolidare percorsi riconoscibili o contribuire alla costruzione di una memoria collettiva capace di generare comunità e continuità.

>

/utenti

INSIGHT 4

Faticano a conservare memoria delle esperienze culturali vissute.

/organizzatori

INSIGHT 3

Riscontrano una mancanza di continuità progettuale.

PROBLEM STATEMENT 2

Frammentazione dell'esperienza culturale.

La crescente accelerazione dei ritmi di produzione e fruizione culturale trasforma la partecipazione in una sequenza di momenti rapidi e discontinui. L'esperienza viene vissuta come attraversamento piuttosto che come permanenza significativa, limitando lo spazio per l'approfondimento, la riflessione e la costruzione di legami emotivi e relazionali.

>

/utenti

INSIGHT 2

Incontrano difficoltà nel differenziarsi.

/organizzatori

INSIGHT 4

Sono sottoposti a una pressione costante alla velocità.

PROBLEM STATEMENT 4

Disconnessione tra comunicazione digitale e dimensione fisica.

La comunicazione degli eventi si sviluppa prevalentemente nello spazio digitale, mentre l'esperienza si realizza in quello fisico, senza un reale sistema di integrazione tra i due livelli. Questa separazione indebolisce l'identità dei progetti culturali, genera aspettative talvolta disallineate e limita la possibilità di costruire un percorso coerente prima, durante e dopo l'evento.

>

/utenti

INSIGHT 3/4

collegati ad essi indirettamente.

/organizzatori

INSIGHT 5

Riconoscono un uso ambivalente del digitale.

4.3.0

Dopo aver strutturato gli insight e averli correlati ai problem statement emersi dall'analisi, il percorso progettuale viene ricondotto a un'unica direzione strategica attraverso la formulazione di un solo How Might We.

Questo HMW sintetizza le principali criticità individuate e le trasforma in una domanda progettuale unitaria, capace di orientare lo sviluppo del servizio in modo coerente, sistemico e integrato.

HOW MIGHT WE

restituire senso, valore e continuità all'esperienza culturale in un contesto saturo, veloce e frammentato, trasformando la partecipazione da consumo passivo a pratica condivisa e memorabile?



Archivio.cult è uno *strumento di ricerca e analisi* applicato alle realtà culturali contemporanee, pensato per sostenere, valorizzare e favorire la rinascita delle iniziative culturali. Attraverso la *raccolta, l'organizzazione e l'interpretazione dei dati e delle esperienze*, il servizio contribuisce a rafforzare il ruolo della cultura all'interno della comunità e della società, promuovendo processi di sviluppo e consapevolezza culturale.

Per questa tesi il servizio prende forma attraverso il caso studio MEGA FUORI e applica al suo interno la struttura metodologica sviluppata da **ARCHIVIO.cult**.

MEGA FUORI diventa il palcoscenico operativo del servizio: non più un semplice evento, ma una piattaforma attiva di sperimentazione e costruzione comunitaria. Mantiene la sua cadenza annuale del 25 aprile, ma viene ripensato come sistema progettuale coerente, in cui ogni edizione nasce da un'analisi del momento storico-culturale contemporaneo.

L'evento si incentrerà su un tema specifico per stimolare alla consapevolezza del momento storico che stiamo vivendo a livello sociale e culturale, il tema individuato per l'edizione corrente è la *lentezza*, intesa come pratica di rallentamento, attenzione e riappropriazione del tempo quotidiano. L'intero impianto dell'evento, dalla comunicazione agli spazi, dai workshop all'allestimento, viene costruito in modo coerente attorno a questo concetto.

IN PARTICOLARE

ARCHIVIO.cult rappresenta la *struttura metodologica* su cui MEGA FUORI si sviluppa.

MEGA FUORI è il corpo organizzativo dell'evento come:

- investitore
- gestore musicale e tecnico
- gestore del MEGAZine: contenuti e grafica.

ARCHIVIO.cult è l'ossatura invisibile che:

- organizza il processo organizzativo
- definisce il tema annuale
- struttura le call artistiche e il processo partecipativo
- gestore del MEGAZine (produzione)
- gestisce la progettazione dei workshop.

Senza ARCHIVIO.cult, MEGA FUORI resterebbe un evento isolato.

> *Con* ARCHIVIO.cult, MEGA FUORI diventa sistema culturale replicabile, documentato e progressivo.

4.5.0 5W+1H

WHO

MEGA FUORI si rivolge a una **comunità eterogenea composta da fruitori culturali, creativi, studenti, artisti emergenti e partecipanti ai workshop.**

Il servizio coinvolge attivamente anche artisti contributor e volontari, che non sono semplici supporti operativi ma parte integrante del processo culturale.

WHERE

L'evento si svolge all'interno di uno spazio culturale e sociale "*Il Paleotto*", articolato in più ambienti: una sala centrale dedicata al dancefloor, spazi per i workshop e un'area esterna attrezzata. Lo spazio viene progettato come parte attiva dell'esperienza e dell'allestimento.

WHAT

MEGA FUORI è un evento culturale partecipativo che integra **performance, workshop e produzione artistica.** Non si limita a offrire intrattenimento, ma costruisce **un'esperienza immersiva e collaborativa**, il cui output si estende oltre la serata attraverso la produzione del **MEGAzine.**

WHY

MEGA FUORI nasce come risposta alla **saturatione culturale, alla frammentazione dell'esperienza e alla mancanza di memoria degli eventi contemporanei.** L'obiettivo è restituire significato, lentezza e continuità alla fruizione culturale, trasformando il pubblico da spettatore passivo a soggetto attivo e consapevole.

WHEN

Il servizio si sviluppa con cadenza annuale, il **25 aprile**, mantenendo una data fissa che favorisce **riconoscibilità, continuità e sedimentazione** nella **memoria collettiva.**

HOW

Con **un modello che integra comunicazione digitale e fisica, call aperte, workshop partecipativi e allestimenti co-costruiti.** Il servizio si completa con una restituzione editoriale post-evento (MEGAzine), che documenta, archivia e prolunga nel tempo l'esperienza vissuta.

ARCHIVIO.cult non si configura dunque come elemento accessorio, ma come vera e propria ossatura metodologica del servizio. È lo scheletro che sostiene e struttura MEGA FUORI, garantendone coerenza, continuità e capacità evolutiva.

In questa prospettiva, ARCHIVIO.cult assume una funzione più ampia: non solo dispositivo di memoria, ma **strumento di ricerca e analisi applicato alle realtà culturali contemporanee.** Molti progetti indipendenti faticano a consolidarsi non per mancanza di qualità, ma per difficoltà nel riconoscere e interpretare i bisogni emergenti della società attuale. ARCHIVIO.cult si propone, in una prospettiva di *sviluppo futuro*, come struttura capace di studiare a monte tali criticità, analizzarne le dinamiche e documentarne le cause.

Attraverso metodologie coerenti di ricerca qualitativa e quantitativa, analisi dei pain points e progettazione sistemica, ARCHIVIO.cult si configura come strumento di orientamento e risoluzione, capace di trasformare eventi isolati in sistemi culturali sostenibili e consapevoli.

In questo senso, MEGA FUORI rappresenta il primo caso applicativo di una struttura che, potenzialmente, può essere adottata e adattata da altre realtà culturali.

MEGA FUORI(2024-2025)

DOVE, COME, QUANDO

Mega Fuori nasce come format di evento serale ispirato ai classici DJ set della club culture bolognese. Tuttavia, l'obiettivo non è rendere la musica l'unica protagonista della serata, ma creare uno spazio in cui le persone possano esprimersi liberamente. Durante l'evento vengono quindi favoriti momenti spontanei di collettività e partecipazione, non programmati né guidati. Ad esempio, in una sala dedicata della struttura che ospita l'evento vengono messi a disposizione fogli e colori, invitando chi lo desidera a disegnare o lasciare un segno del proprio passaggio. Si tratta di pratiche semplici e aperte, pensate per stimolare l'espressione personale e la condivisione, senza attività prestabilite. .

IL BRAINSTORMING

Con il progressivo intensificarsi della scena club bolognese, *segnata da una forte sovrapposizione di eventi, da un'accelerazione dei format e da una crescente competizione tra proposte simili*, emerge una riflessione interna che intercetta direttamente le criticità analizzate in questa tesi. In particolare, si manifesta **l'esigenza di rimettere in discussione il modello di evento centrato esclusivamente sulla musica**, riconoscendone i *limiti* in termini di profondità dell'esperienza, continuità e capacità di generare memoria.

IL PROGETTO

MEGA FUORI evolve a partire da questa tensione. Il progetto si apre progressivamente a una dimensione più ampia, *integrando all'interno dello stesso contesto pratiche creative e artistiche che rispondono ai desideri e ai bisogni emersi dalla scena locale e dal pubblico più giovane*. Accanto alla musica, l'evento inizia a includere attività legate ai graffiti, al disegno come pratica performativa, alla fotografia come processo e come mostra, fino a configurarsi come un **ecosistema culturale ibrido**. In questo passaggio, MEGA FUORI, orienta alla partecipazione attiva, alla produzione condivisa e alla costruzione di un'esperienza che non si esaurisce nel tempo breve dell'evento, ma lascia tracce, relazioni e possibilità di continuità. Di fatto oltre a divenire un evento culturale, prevede anche il:

IL MEGAZINE

magazine post-evento:

2024 - Il magazine si presenta come una raccolta fotografica composta da circa una decina di immagini per ciascun artista che ha partecipato all'evento, accompagnate da una breve descrizione del fotografo e del lavoro esposto.

2025 - Nell'edizione successiva il magazine assume una forma più partecipativa e documentativa: si configura come una raccolta-catalogo degli scanner dei disegni realizzati dai partecipanti durante l'evento, con l'obiettivo di restituire e conservare le tracce creative prodotte nel corso dell'esperienza.

1BDR(2019)

Collettivo sociale, formalizzato come associazione, composto da giovani di Budrio (BO).

Nasce con l'obiettivo di sostenere e promuovere la scena musicale elettronica, ponendo attenzione non solo al linguaggio sonoro, ma anche al suo contesto culturale: la storia dei movimenti underground, le pratiche di aggregazione, l'attitudine e i valori che attraversano questi ambienti.

La musica rappresenta il fulcro principale della produzione culturale del collettivo.

4.7.0 MEGA FUORI progetto 2026

Il mio ruolo e Archivio.cult

All'interno di MEGA FUORI svolgo attualmente il ruolo di **UX & Visualist Designer**, dopo aver partecipato alle prime edizioni come *fotografa* e come *supporto operativo* all'allestimento degli spazi, maturando una conoscenza diretta delle dinamiche organizzative, dei pubblici e delle criticità del format e applicando esso la metodologia Archivio.cult

PROCESSO EVOLUTIVO

MEGA FUORI rappresenta la struttura portante del servizio all'interno del quale ARCHIVIO.cult opererà in collaborazione, con l'obiettivo di trasformare l'evento in un vero e proprio servizio culturale strutturato.

Come anticipato, MEGA FUORI nasce come tentativo di offrire al pubblico un'alternativa alle proposte culturali convenzionali della città, proponendo un modello ibrido, sperimentale e partecipativo.

In questo senso, costituisce il contesto ideale per applicare concretamente le ideologie e l'approccio metodologico di ARCHIVIO.cult.

La ricerca di tesi si orienta a partire dalla mission di MEGA FUORI, analizzandone le potenzialità e individuando strategie di miglioramento attraverso l'influenza progettuale e curatoriale di ARCHIVIO.

cult. La fase quantitativa è stata già condotta ed è pienamente in sinergia con il caso studio MEGA FUORI: i dati raccolti hanno permesso di individuare criticità ricorrenti e principali pain points relativi alla fruizione culturale nel contesto cittadino.

Proprio in virtù di questa coerenza, MEGA FUORI accetta di configurarsi come scheletro del servizio sul quale intervenire progettualmente, diventando la struttura operativa attraverso cui testare soluzioni concrete ai nodi emersi dall'analisi quantitativa.

Successivamente, verrà avviata una fase di ricerca qualitativa, attraverso questionari e interviste in profondità, finalizzata ad approfondire, contestualizzare e interpretare le criticità rilevate, così da affrontarle in modo sistemico e consapevole. L'obiettivo non è soltanto supportare l'evento, ma evolverlo in un sistema culturale strutturato, replicabile e sostenibile nel tempo.

/2026

1. RIATTIVAZIONE MEMORIA DEL FORMAT E LANCIO DEL TEMA

Viene annunciato attraverso una comunicazione integrata, digitale e fisica->Instagram, il ritorno di MEGA FUORI.

Il canale Instagram anticipa il nuovo tema riattivando la comunità online.

2. CALL TO ACTION VOLONTARIATO / ARTISTI / WORKSHOP

Fase di coinvolgimento, CTA, rivolti a:

Artisti coinvolti nella produzione di opere coerenti con il tema annuale, destinate a diventare parte integrante dell'allestimento.

Volontariato a supporto delle attività organizzative e operative.

Iscrizione workshop, permettendo ai partecipanti di essere parte attiva del processo creativo contribuendo alla crescita progressiva dell'evento stesso.

3. ISCRIZIONE WORKSHOP

Il cuore del servizio è l'integrazione tra workshop e momento performativo. I laboratori, fotografia analogica, fumetto, pittura collaborativa e collage, non sono attività collaterali, ma dispositivi generativi: gli output prodotti diventano parte integrante dell'allestimento, trasformando l'evento in un processo visibile e progressivo.

4. IL MEGAZINE

Il MEGAZine post-evento documenta e argomenta i risultati dei workshop, mettendo in evidenza le opere prodotte, le riflessioni emerse e le diverse interpretazioni del tema annuale. Al suo interno trovano spazio le fotografie sviluppate dagli artisti coinvolti, così come i contributi visivi e narrativi generati durante l'evento.



L'organizzazione si struttura su una governance condivisa tra i membri dell'associazione, con budget definito e ruoli distribuiti, e si sostiene attraverso un sistema di ticket differenziati che integra partecipazione libera e workshop a contributo.

In questo modo MEGA FUORI si configura come un servizio culturale replicabile, capace di attivare comunità, produrre contenuti, generare memoria e rispondere in modo concreto alle criticità emerse dall'analisi.

4.8.0 StakeholderMap

SECONDARI

Cittadinanza

Abitanti dei quartieri coinvolti

Partner e supporti

Sponsor etici / locali
Tipografie, artigiani, fornitori

Media e comunicazione

Media culturali locali
Magazine indipendenti
Social media (come canale di sponsorizzazione/ingaggio)

Ecosistema urbano

Dinamiche della città
Ritmi urbani
Economia culturale locale

Servizi di sicurezza (safety & security)

Bodyguard
Tecnici della sicurezza
Gestione flussi e accessi

PRIMARI

Organizzatori culturali indipendenti

Collettivi artistici
Curatori di eventi
Associazioni culturali

Artisti e creativi

Musicisti / DJ
Visual artist
Designer
Performer
Artigiani

Spazi culturali

Spazi indipendenti
Centri culturali
Luoghi temporanei / ibridi
Spazi non convenzionali

Istituzioni pubbliche

ARCI
AICS
Comune di Bologna
Settore Cultura e Creatività
Quartieri

→ Sono direttamente coinvolti nella progettazione, produzione e attivazione delle esperienze culturali

TARGET

Giovani 19–35 anni

Studenti universitari e fuori sede
Giovani lavoratori / freelance / creativi
Persone interessate a cultura, musica, arti visive
Organizzatori di eventi

→ Vivono Bologna come città di passaggio / residenti
→ Cercano esperienze culturali coinvolgenti e memorabili

4.9.0 Flusso Economico

BUDGET DISPONIBILE **8.000€**

STIMA PARTECIPANTI PASSIVI **270**

STIMA PARTECIPANTI ATTIVI **80**

COSTI FISSI

Location (2 giorni + pulizie)	1.500€
Sicurezza	300€
Tecnico/service audio	400€
SIAE	400€
Tecnico/service luci	600€
Videomapping	200€
Workshop INTERNO	300€
Ristorazione (track- food indipendente)	500€
Attrezzatura vr. (ReMida) abbonamento	
Piano bar (investimento iniziale)	1.500€
¹ Eventbrite (a carico dell'utente)	0
Tot.	5.700€

COSTI VARIABILI

Workshop BANCO OTTICO	
costo materiale stampa	
stima di 5€/stampa x 40 partecipanti	200€
FANZINE	
stima di 2€/stampa x 350 copie	700€
Tot.	900€

PREVISIONE prudenziale PARTECIPANTI

350_{partecipanti}

Capienza massima location 400 persone.

Calcolo stimato sulla base delle edizioni precedenti (400 partecipanti)

DISTRIBUZIONE WORKSHOP

70_{iscritti}

Fumetto e zine
gratuito

40_{iscritti}

Banco Ottico
40€ x 40 partecipanti

40_{iscritti}

INTERNO
40€ x 40 partecipanti

RICAVO PIANO BAR

3.500€

stima n°2 cons. x persona

2 cons. x 350 p. = 700 cons.

1 cons. = 5€

5€ x 700 cons. → tot = 3.500€

Tot. finale

6.600€

¹Le commissioni di servizio sono variabili e trasparenti per l'utente finale, garantendo la copertura integrale dei costi vivi della piattaforma senza intaccare il margine operativo del progetto.

TICKET

$$6.750€ + 3.200€ + 3.500€ = 13.450€$$

270 partecipanti passivi
25€ ticket / persona
25€ x 270 → tot = 6.750€

80 partecipanti attivi
(iscritti ai workshop)
40€ ticket / persona
40€ x 80 → tot = 3.200€

Piano bar

Totale ricavi incluso l'investimento iniziale

RICAVI STIMATI 2.0

$$13.450€ - 6.600€ = 6.850€$$

Totale ricavi incluso l'investimento iniziale

Investimento iniziale

RICAVO EFFETTIVO EVENTO

INSERIMENTO ECONOMICO DEL MEGAZINE POST-EVENTO

3.000€ investimento
200 copie previste
15€ prezzo editoriale / stampa
15€ x 200 → tot = 3.000€

1.500€ ricavo megazine
150 vendite previste
30€ x 150 → tot = 4.500€
4.500€ - 3.000 inv. = 1.500€

RICAVO FINALE

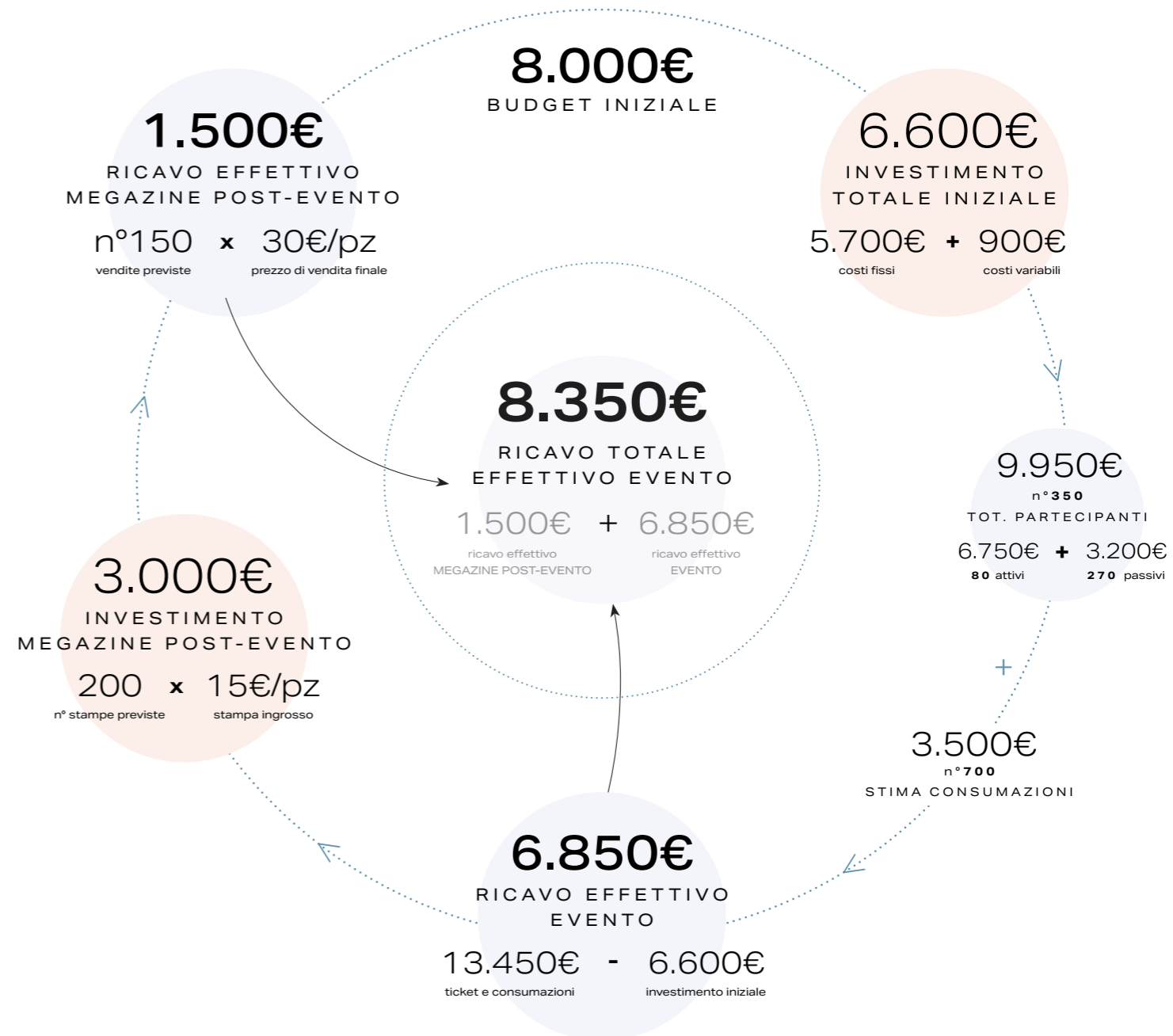
$$1.500€ + 6.850€ = 8.350€$$

RICAVO EFFETTIVO MEGAZINE

RICAVO EFFETTIVO EVENTO

RICAVO TOTALE EFFETTIVO EVENTO

4.10.0 Un economia circolare



4.11.0

User Journey Map

Personas 1: partecipante attivo



Giulia, **27 anni**
appassionata di
fotografia analogica

Giulia pratica fotografia amatoriale, principalmente digitale. Negli ultimi mesi sente il bisogno di rallentare, di ritrovare un tempo più umano nella produzione artistica. È interessata a esperienze formative che abbiano senso e profondità.

È attiva su Instagram ma critica verso la superficialità dei contenuti.

	P R I M A / ingaggio		D U R A N T E / accesso e fruizione		
	Scoperta - CTA	Iscrizione / 2 sett. prima	Pre-evento	Arrivo all'evento/workshop	L'experience
Azioni	Mentre naviga su instgram si sofferma su una storia sponsorizzata di MEGA FUORI: "Workshop Scatto al banco ottico. Tema: Lentezza -> 25 Aprile 2026." Con testo che contestualizza l'evento.	Compila Google Form con tutte le informative sull'evento e acquista il ticket workshop (30 €).	Riceve un reminder con orari, indicazioni logistiche e dettagli sullo svolgimento del workshop, che le permette di organizzarsi e pianificare la giornata.	Arriva alla location qualche minuto prima dell'inizio come richiesto in e-mail, mostra il biglietto digitale all'ingresso per la verifica e, dopo il controllo, accede allo spazio dell'evento.	Apprende il funzionamento del banco ottico attraverso una spiegazione introduttiva, osserva i passaggi tecnici e inizia a preparare le fasi operative, guidato dal tutor.
Bisogni e difficoltà	<i>"Mi affascina l'idea di scattare con lentezza."/ "È adatto anche a chi non è professionista?"</i> → Legge che è aperto a tutti, guidato da tutor.	<i>"Non sarà solo una serata, sarà un'esperienza."</i> spettatore → partecipante attivo.	<i>"Devo prendermi il tempo per farlo bene, non vedo l'ora!"</i>	"Wow, è davvero organizzato in modo professionale, spero di non sbagliare e di fare una bella foto!"	<i>"Il tempo non è un ostacolo, è parte dell'esperienza."</i> Comprende che l'attesa è parte essenziale del processo e non un rallentamento improduttivo.
Touchpoint	Post Instagram Stories con video del banco ottico Descrizione dettagliata.	Google Form Eventbrite Email conferma.	Email di promemoria Stories countdown su Instagram	Spazio allestito Attrezzatura.	Strumentazione del banco ottico Spiegazione tecnica guidata Interazione diretta con il tutor Spazio dedicato e silenzioso
Emozioni	Curiosità + attrazione intellettuale.	Responsabilità + consapevolezza.	Curiosità + attesa + anticipazione	Sorpresa e tensione positiva	Concentrazione immersione.
	Eesperienza e fine evento		Post-evento		
Azioni	Si sposta poi nella sala centrale e vive il dancefloor condividendo con gli altri l'esperienza e il processo creativo appena vissuto.		Nei giorni successivi vede le foto pubblicate su <i>instagram</i> riconosce alcuni momenti del workshop. Scopre anche che la sua fotografia sarà nel MEGAZine, diventando parte della documentazione dell'evento.		
Pensiero	<i>"Non è stata una serata qualsiasi. Un'esperienza che va oltre il semplice intrattenimento."</i>		Valore finale → L'esperienza si consolida. Non è più evento isolato → diventa memoria.		
Touchpoint	Fanzine + Eventuale stampa + Braccialetto.		Instagram + Newsletter + MEGAZine		
Emozioni	Connessione, coinvolgimento, soddisfazione.		Legittimazione + Memoria tangibile		

4.12.0

User Journey Map

Personas 2: artista contributor



Luca, **24 anni**
studente universitario

Luca vive in città, frequenta eventi culturali e eventi musicali serali, ma spesso percepisce una certa ripetitività nell'offerta. È curioso ma selettivo: non partecipa a tutto, sceglie ciò che sente coerente con il proprio stato d'animo. Negli ultimi mesi si sente stanco dei ritmi veloci tra studio, scadenze e vita sociale.



	P R I M A / ingaggio		D U R A N T E / accesso e fruizione		
	Scoperta	Valutazione	Pre-evento	Arrivo all'evento	L'experience
Azioni	Luca vede una sponsorizzazione su Instagram: torna "MEGA FUORI Tema: Lentezza". 25 Aprile 2026.	Entra nella pagina Instagram, guarda i contenuti delle edizioni precedenti, controlla le specifiche dell'evento su Eventbrite (dal link). Acquista il ticket.	Riceve reminder via email e vede contenuti countdown. (e-mail fornita al momento dell'iscrizione su eventbrite).	Arriva alla location qualche minuto prima dell'inizio come richiesto in e-mail, mostra il biglietto digitale all'ingresso per la verifica e, dopo il controllo, accede allo spazio dell'evento.	Si lascia coinvolgere dalla musica e dall'atmosfera costruita attorno al tema. Sfoglia la fanzine. Commenta, condivide impressioni, crea piccoli scambi relazionali che trasformano la serata in un momento di connessione.
Bisogni e difficoltà	<i>"Interessante.. non il solito evento. Mi piace il tema, ma potrebbe essere uno dei tanti eventi simili."</i>	<i>"25€ con bevanda e fanzine non è male. Sembra più curato del solito, però potrei guardare che altri eventi offre Bologna..."</i>	<i>"Vediamo se sarà davvero diverso."</i>	"Non è solo una serata. C'è qualcosa di costruito, ma non penso di aver capito bene la mission dell'evento.."	<i>"È interessante che alcune cose siano state fatte dalle persone stesse."</i> Rimane comunque in posizione di fruitore passivo.
Touchpoint	Instagram post + stories Grafica coerente, minimal, riflessiva.	Instagram feed Eventbrite Commenti utenti.	Email automatica Stories Instagram.	Eventibrite Ingresso Allestimento Opere appese alle pareti Musica in sottofondo.	
Emozioni	Curiosità + lieve nostalgia (ha sentito parlare delle edizioni precedenti).	Interesse crescente + desiderio di partecipazione.	Attesa + anticipazione	Sorpresa positiva	Coinvolgimento leggero → appartenenza graduale.
	F i n e e v e n t o		P o s t - e v e n t o		
Azioni	Si avvia verso l'uscita, saluta le persone conosciute durante la serata e lascia la location.		Vede contenuto foto/video pubblicati su instagram, e scopre l'uscita del MEGAZine, dedicato alla documentazione e all'approfondimento del tema e dei risultati emersi durante l'evento.		
Pensiero	<i>"Non è stata una serata qualsiasi. Un'esperienza che va oltre il semplice intrattenimento."</i>		Valore finale → L'esperienza si consolida. Non è più evento isolato → diventa memoria.		
Touchpoint	Fanzine + Eventuale stampa + Braccialetto.		Instagram + Link pre-order MEGAZine		
Emozioni	Soddisfatto, leggero, appagato, stimolato.		Nostalgia + desiderio di conservare l'esperienza		

4.13.0

User Journey Map

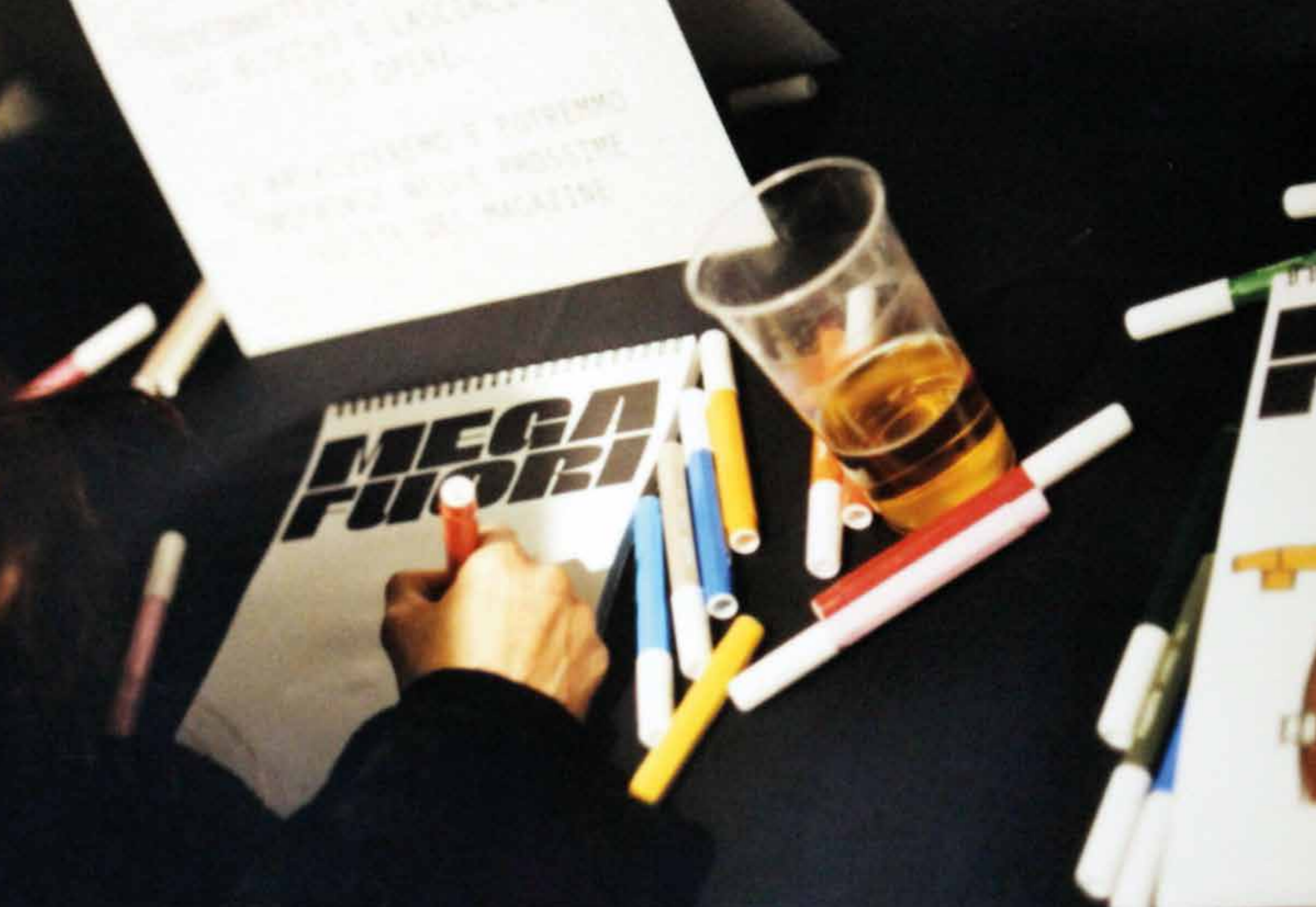
Personas 3: artista contributor



Marco, **30 anni**
illustratore freelance

Marco è un illustratore che lavora su commissione. È attivo su Instagram, partecipa a mostre indipendenti ma fatica a trovare spazi espositivi che valorizzino davvero il processo creativo.

Percepisce il sistema culturale come saturo e competitivo. Ha bisogno di visibilità, ma anche di senso.



Scoperta-CTA

Fase di produzione

Consegna e pre-evento

Evento - Esposizione

L'experience

Azioni

Vede la call artistica pubblicata su Instagram:
"Open Call-Tema 2026: Lentezza. Le opere selezionate faranno parte dell'allestimento e del MEGAZine."

Tre settimane prima realizza un'illustrazione sul tema della lentezza, trasformando la call in una riflessione personale sul proprio rapporto con il tempo.

Invia il file o consegna fisicamente l'opera e, nei giorni successivi, segue le anteprime dell'allestimento pubblicate sui canali ufficiali.

Arriva e insieme agli altri artisti partecipa alle ultime fasi di allestimento dando spazio a un momento di condivisione delle proprie idee e coniarle in una.

Dialoga con artisti e partecipanti ai workshop, confrontandosi su temi, tecniche e interpretazioni personali. Le conversazioni nascono dalle opere e dal processo creativo che le ha generate.

Bisogni e difficoltà

"Non è solo una mostra, è parte di un progetto."/ "Wow le opere saranno documentata, esposte e parte del MEGAZine!"

"Finalmente un progetto che mi fa fermare un attimo e lavorare con senso, non solo per consegnare in fretta."

"Come verrà allestita?" sono veramente curioso ed emozionato!"

"Non è solo una serata. C'è qualcosa di costruito, ma non penso di aver capito bene la mission dell'evento.."

"È interessante che alcune cose siano state fatte dai partecipanti stessi."
Rimane comunque in posizione di fruitore passivo.

Touchpoint

Post Instagram
Stories
DM del collettivo

Email/DM
Deadline
Linee guida

Email automatica
Stories Instagram.

Eventibrite
Ingresso
Allestimento
Opere appese alle pareti
Musica in sottofondo.

Spazio/allestimento condiviso
Confronto/interazione con altri artisti
Dancefloor come spazio informale di scambio.

Emozioni

Stimolo creativo
Interesse professionale

Coinvolgimento profondo

Soddisfazione
attesa progressiva
coinvolgimento.

**Riconoscimento
legittimazione
sentirsi parte di un processo.**

Connessione
partecipazione
valorizzazione.

Azioni

Al termine della serata osserva un'altra volta lo spazio, vede la propria opera inserita nel contesto complessivo e percepisce la chiusura di un processo condiviso.

Nei giorni successivi l'opera viene fotografata professionalmente e selezionata per essere inserita nel MEGAZine, entrando così nella documentazione ufficiale dell'edizione.

Pensiero

"Non è stata solo una serata. È entrata nel mio percorso, nel modo in cui penso e costruisco il mio lavoro."

Touchpoint

Documentazione fotografica + Pubblicazione sui canali social + MEGAZine cartaceo

Emozioni

Soddisfatto, leggero, appagato, stimolato.

4.14.0

Service Blueprint



FASI	PRIMA					DOPO	
Sotto-fasi	Comunicazione & Scoperta	Prenotazione & Iscrizione	Workshop (tema: Lentezza)	Evento Serale	Interazione & Food	Memoria Social	MEGAzine (Archivio)
<u>EVIDENZE FISICHE</u>	Post Instagram, volantini, adesivi.	Pagina Eventbrite, email conferma.	Banco ottico, spazio allestito, materiali.	Opere esposte, fanzine.	Bar, area ristoro.	Contenuti social post-evento.	MEGAzine stampato.
<u>AZIONI PARTECIPANTE</u>	Scopre l'evento, consulta info.	Acquista biglietto / si iscrive.	Arriva e partecipa al workshop.	Vive l'evento, interagisce con le opere.	Consuma al bar, interagisce.	Consulta contenuti post-evento.	Acquista o sfoglia il MEGAzine.
<u>FRONT-STAGE</u>	Pubblicazione contenuti, risposte DM.	Gestione iscrizioni ai workshop.	Accoglienza, check-in, Conduzione.	Coordinamento DJ set.	Servizio bar.	Pubblicazione foto/video.	Pubblicizzazione, comunicazione e vendita.
Linea dell'interazione						
Linea della visibilità	-----						
<u>BACK-STAGE</u>	Definizione tema, piano editoriale.	Gestione budget, coord. artisti.	Org. spazi, allestimento tecnico.	Gestione SIAE, sicurezza.	Coordinamento fornitorie.	Selezione fotografie.	Impaginazione, rapporto stampatore
<u>PROCESSI DI SUPPORTO</u>	Riunioni, Software Adobe (Design).	Ticketing Eventbrite, gestione economica.	Acquisto materiali workshop.	Contratti location e tecnici.	Fornitura ristorazione.	Archiviazione digitale.	Stampa editoriale.

4.15.0 Impatti MEGA FUORI : collegamenti SDGs

Il progetto MEGA FUORI, attraverso la struttura metodologica di ARCHIVIO.cult, genera impatti che non si limitano alla dimensione culturale, ma si estendono a quella sociale, economica e comunitaria. Pur non configurandosi come progetto ambientale in senso stretto, contribuisce in modo coerente ad alcuni Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) dell'Agenda 2030.



SDG 4 Istruzione di qualità

Promuove apprendimento informale e accessibile attraverso workshop artistici e pratiche culturali partecipative.

Favorisce:
sviluppo di competenze creative
educazione alla lentezza e alla riflessione
trasmissione di saperi analogici e artigianali

Impatto:
democratizzazione dell'accesso alla produzione culturale



SDG 11 Città e comunità sostenibili

Contribuisce alla costruzione di comunità culturali resilienti, valorizzando spazi urbani e promuovendo pratiche collettive.

Favorisce:
coesione sociale
riattivazione di spazi culturali
partecipazione attiva della cittadinanza

Impatto:
rafforzamento del tessuto culturale locale.



SDG 8 Lavoro dignitoso e crescita economica

Crea opportunità di visibilità e valorizzazione per artisti emergenti, offrendo spazi di legittimazione professionale.

Favorisce:
economia culturale locale
circolazione di valore economico interno
reinvestimento dei margini nell'ecosistema culturale

Impatto:
micro-sostenibilità economica del settore creativo.



SDG 12 Consumo e produzione responsabili (in modo indiretto)

Attraverso il tema della lentezza e la riflessione sui ritmi contemporanei, il progetto promuove una cultura meno orientata al consumo rapido e più attenta alla qualità dell'esperienza.

Impatto:
sensibilizzazione culturale verso modelli più consapevoli.

Brand Identity /naming

Archivio.cult

Il nome "ARCHIVIO" nasce dall'esigenza di contrastare la natura effimera che spesso caratterizza gli eventi culturali contemporanei. Molte iniziative culturali, pur generando momenti di grande partecipazione, tendono infatti a esaurirsi nel momento stesso in cui si svolgono, lasciando poche tracce strutturate e difficilmente riattivabili nel tempo.

Il termine "Archivio" non viene quindi utilizzato nel suo significato tradizionale di semplice deposito o raccolta documentale, ma **come dispositivo operativo capace di osservare, selezionare e organizzare informazioni relative alle realtà culturali**. Attraverso attività di ricerca, analisi e documentazione, l'archivio diventa uno strumento in grado di trasformare eventi, pratiche e relazioni in conoscenza strutturata, rendendola accessibile e utilizzabile nel tempo.

In questo senso l'archivio assume una funzione strategica: **permette di ricostruire continuità tra iniziative culturali, individuare modelli ricorrenti e valorizzare esperienze che altrimenti rimarrebbero isolate o temporanee**. In un contesto caratterizzato da grande densità di offerta culturale e da una forte dimensione di immediatezza comunicativa, l'archivio diventa quindi uno strumento per produrre memoria, orientamento e riconoscibilità.

/claim

Un servizio metodologico per il consolidamento delle realtà culturali instabili.

La parola "Cult" richiama invece la dimensione culturale e comunitaria del progetto. **Il termine rimanda sia alla cultura come pratica sociale condivisa, sia alla capacità di alcune iniziative di generare comunità, appartenenza e significato**. In questo senso ARCHIVIO.cult non si limita a osservare eventi culturali, ma si propone di interpretarli come pratiche collettive, capaci di produrre relazioni, identità e immaginari condivisi all'interno di un territorio.

I

Il *claim* sintetizza la funzione operativa del servizio. Molte realtà culturali contemporanee, festival indipendenti, rassegne, collettivi artistici o progetti temporanei, operano infatti in condizioni di fragilità strutturale, dovute a limitate risorse economiche, discontinuità organizzativa o mancanza di strumenti di analisi e pianificazione.

ARCHIVIO.cult si propone quindi come servizio metodologico, ovvero come insieme di strumenti, pratiche di ricerca e processi di analisi utili a comprendere, documentare e rafforzare queste realtà. Attraverso la raccolta sistematica di informazioni, la mappatura delle iniziative e l'analisi delle dinamiche culturali, il servizio contribuisce a trasformare esperienze spesso episodiche in sistemi più leggibili, riconoscibili e consolidati nel tempo.

6.1.0 Sviluppi futuri

Gli sviluppi futuri di ARCHIVIO.cult sono orientati a trasformare il progetto da **dispositivo di ricerca sperimentale a infrastruttura operativa** capace di accompagnare nel tempo le realtà culturali emergenti. Se nella fase progettuale il servizio si concentra principalmente sull'osservazione e sulla documentazione delle pratiche contemporanee, nelle sue evoluzioni successive il progetto intende assumere un ruolo progressivamente più attivo nel supporto alle iniziative che operano in contesti caratterizzati da instabilità organizzativa, risorse limitate o scarsa visibilità.

Una prima direzione di sviluppo riguarda la costruzione di un **archivio strutturato, consultabile** e progressivamente ampliabile, in grado di raccogliere informazioni relative a eventi, progetti, artisti, spazi e modalità organizzative. L'obiettivo non è soltanto conservare materiali, ma creare una piattaforma capace di restituire una visione articolata delle dinamiche culturali di un territorio. Attraverso la sistematizzazione di dati, immagini e testimonianze, ARCHIVIO.cult mira a *rendere accessibili contenuti che altrimenti rimarrebbero dispersi tra canali di comunicazione temporanei o archivi personali*, trasformando la memoria delle esperienze in una risorsa condivisa per la comprensione dei processi produttivi attuali.

Parallelamente, il progetto si pone come **strumento metodologico di supporto per soggetti e collettivi**. Attraverso l'analisi e l'interpretazione dei dati raccolti, ARCHIVIO.cult intende offrire alle iniziative emergenti strumenti utili per comprendere il proprio posizionamento nell'ecosistema culturale, individuare affinità con altre realtà e riflettere sulle proprie modalità di sviluppo. Questo supporto non si limita alla raccolta di informazioni, ma include momenti di restituzione e confronto che permettano agli

operatori di acquisire maggiore consapevolezza delle dinamiche in cui sono inseriti.

Un ulteriore ambito di evoluzione riguarda la produzione di **formati editoriali e dispositivi di restituzione pubblica**. Il progetto mira ad attivare pubblicazioni periodiche, report di ricerca e cataloghi capaci di narrare le esperienze osservate, favorendo la circolazione delle conoscenze. Accanto ai prodotti editoriali, si prevede l'organizzazione di momenti di incontro tra operatori, ricercatori e pubblico, facilitando la costruzione di nuove relazioni tra soggetti che operano nel medesimo ambito.

Nel medio e lungo periodo, ARCHIVIO.cult ambisce dunque a configurarsi come una **piattaforma capace di connettere ricerca, documentazione e supporto operativo**. Questa combinazione permetterebbe al progetto di sostenere attivamente quelle realtà che, pur generando valore sociale e creativo, incontrano difficoltà nel consolidare la propria continuità. Attraverso la messa in rete delle esperienze e la diffusione della conoscenza, ARCHIVIO.cult intende contribuire alla crescita di un ecosistema culturale più consapevole, solido e interconnesso.

6.2.0 Prospettive e impatto del servizio

Nel panorama culturale contemporaneo si assiste a questa “abbondanza di proposte..” ciò rappresenta senza dubbio un segnale di grande vitalità culturale, espressione di una diffusa volontà di produzione e partecipazione alla vita culturale. Allo stesso tempo, tuttavia, tale dinamismo si inserisce spesso in contesti caratterizzati da una forte discontinuità organizzativa, da una frammentazione delle iniziative e da una sovrapposizione di programmazioni che rende difficile costruire traiettorie di sviluppo durature. In molti casi le esperienze culturali si esauriscono nel breve arco temporale dell'evento stesso, lasciando tracce limitate e difficilmente recuperabili nel tempo. Di conseguenza, iniziative che possiedono un valore significativo dal punto di vista artistico, sociale o territoriale faticano a consolidarsi come pratiche stabili e riconoscibili, rimanendo spesso episodi isolati all'interno di un panorama estremamente fluido.

In questo scenario si inserisce ARCHIVIO.cult, concepito come uno **strumento capace di contribuire alla costruzione di una maggiore consapevolezza del sistema culturale locale**. Il progetto nasce dall'esigenza di osservare, raccogliere e interpretare le tracce generate dalle iniziative culturali contemporanee, trasformando ciò che spesso rimane effimero o disperso in una base di conoscenza organizzata. Attraverso attività di osservazione, documentazione e analisi, il servizio mira a restituire una lettura più chiara delle dinamiche che caratterizzano il panorama culturale, mettendo in relazione eventi, soggetti coinvolti, modalità organizzative e contesti territoriali. Questo approccio consente di comprendere non solo la natura delle singole iniziative, ma anche le connessioni che si instaurano tra pratiche culturali diverse, offrendo uno sguardo più ampio sulle forme di produzione culturale contemporanea.

Il **valore del progetto** risiede quindi nella possibilità di costruire una visione più articolata e strutturata delle pratiche culturali, capace di rendere visibili esperienze che spesso rimangono marginali o difficilmente accessibili. Attraverso la sistematizzazione delle informazioni e la restituzione dei materiali raccolti, ARCHIVIO.cult può favorire **processi di riconoscimento e valorizzazione delle realtà culturali emergenti, contribuendo a rafforzarne la legittimità e la presenza all'interno del territorio**. In questo senso il servizio non si limita a documentare ciò che accade, ma diventa uno strumento che facilita la circolazione della conoscenza e la condivisione delle esperienze tra operatori culturali, organizzatori e comunità di riferimento. Tale processo può generare nuove forme di collaborazione e di scambio tra iniziative che, pur operando nello stesso contesto, spesso non entrano in contatto tra loro.

L'**impatto** potenziale di ARCHIVIO.cult non riguarda quindi esclusivamente la conservazione della memoria culturale, ma si estende alla possibilità di **offrire strumenti interpretativi utili per comprendere le trasformazioni che attraversano il panorama culturale contemporaneo**. La costruzione di un **archivio dinamico** e analitico permette infatti di individuare tendenze, modelli organizzativi e pratiche emergenti, offrendo elementi di riflessione utili sia agli operatori culturali sia alle istituzioni che si occupano di politiche culturali.

In questa prospettiva, ARCHIVIO.cult può **contribuire alla formazione di un ecosistema culturale più consapevole e interconnesso, capace di valorizzare le esperienze esistenti e di favorire la nascita di nuove progettualità. Il progetto si configura quindi come un dispositivo orientato non solo alla documentazione del presente, ma anche alla costruzione di strumenti utili per immaginare e sostenere lo sviluppo culturale futuro dei territori**.

6.3.0 Scalabilità

Scalabilità d'Impatto e Istituzionalizzazione

Il servizio ha il potenziale per trasformarsi da iniziativa indipendente a protocollo operativo per gli enti locali. In questa ottica, la scalabilità si realizza attraverso l'integrazione di Archivio.cult nelle agende del Welfare Culturale cittadino. Se applicato sistematicamente, il modello può diventare uno strumento di monitoraggio per le amministrazioni (come il Comune di Bologna), fornendo dati qualitativi sulle "realità instabili" che spesso sfuggono alle rilevazioni statistiche tradizionali. Questo permette di passare da un intervento spot a una politica di sostegno strutturale, dove il successo del micro-evento contribuisce alla resilienza macro-culturale della città.

Scalabilità Tecnologica e Digitale (Open-Source Knowledge)

L'infrastruttura di archiviazione è progettata per essere tecnologicamente scalabile. Attraverso l'implementazione di una piattaforma digitale cloud-based e l'uso di standard di metadati aperti, il servizio può ospitare una mole crescente di contenuti senza perdere efficienza.

La scalabilità qui risiede nella creazione di un network di archivi interconnessi: diverse realtà culturali, pur mantenendo la propria autonomia fisica e curatoriale, possono confluire in un unico ecosistema digitale. Questo "archivio dei frammenti" permetterebbe una navigazione trasversale tra diverse esperienze urbane, trasformando una serie di tracce isolate in una memoria collettiva nazionale.

Scalabilità Economica e Sostenibilità di Rete

Il modello economico, approfondito nel capitolo 4.8.0, prevede una scalabilità basata sulla condivisione delle risorse. Man mano che il servizio aggrega nuovi partner (associazioni, collettivi, sponsor etici), i costi fissi di gestione dell'archivio si riducono grazie a economie di scala.

Inoltre, la generazione di valore non è solo finanziaria ma si traduce in SROI (Social Return on Investment): dimostrando l'impatto positivo sulla salute sociale e sulla rigenerazione urbana, Archivio.cult può attrarre finanziamenti europei o linee di credito specifiche per l'innovazione sociale. Il servizio è dunque scalabile perché capace di generare un valore che giustifica l'espansione del suo stesso budget operativo, rendendolo meno dipendente da finanziamenti temporanei e più integrato in un sistema di sussidiarietà circolare.

Scalabilità Esperienziale

Infine, il progetto dimostra una scalabilità "di formato". Sebbene il caso studio si focalizzi su MEGA FUORI, la metodologia è declinabile su diverse scale di intervento: dal piccolo festival di quartiere alla grande rassegna metropolitana. La flessibilità del design dei servizi permette di adattare i punti di contatto (touchpoints) alle dimensioni dell'evento, garantendo sempre la trasformazione dell'effimero in memoria solida, indipendentemente dalla complessità dell'organizzazione di partenza.

Augé, M. (2009). *Non-luoghi. Introduzione a una antropologia della surmodernità*. Elèuthera.

Bagnasco, A. (1999). *Tracce di comunità*. Il Mulino.

Boni, F. (2021). *Cultura e rigenerazione urbana. Il caso Bologna*. Franco Angeli.

Bourdieu, P. (1979). *La distinzione. Critica sociale del gusto*. Il Mulino.

Harvey, D. (2012). *Città ribelli. I movimenti urbani dalla Comune di Parigi a Occupy Wall Street*. Il Saggiatore.

Kracauer, S. (1982). *Sottopassaggio*. In *La massa come ornamento* (pp. 180-184). Einaudi.

Landry, C. (2024). *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*. Earthscan.

Lefebvre, H. (1968). *Il diritto alla città*. Ombre Corte.

Mazzucato, M. (2022). *Il valore di tutto. Chi lo produce e chi lo sottrae nell'economia globale*. Laterza.

Perec, G. (1994). *L'infra-ordinario*. Quodlibet. (Opera originale pubblicata 1975).

Rosa, H. (2010). *Accelerazione e alienazione. Per una teoria critica del tempo nella tarda modernità*. Einaudi.

Sacco, P. L. (2023). *Cultura 3.0: Partecipazione e creazione di valore nel nuovo scenario digitale e sociale*. Il Mulino.

Simmel, G. (1903). *Le metropoli e la vita dello spirito*. In *Saggi di sociologia*. Edizioni di Comunità.

Vanolo, A. (2018). *La città autistica*. Einaudi.

Arci Nazionale. (2022). *La cultura che fa bene. Rapporto sulle attività culturali dell'Arci*. <https://www.arci.it>

Comune di Bologna. (N.d.). *Parte III: Il contesto territoriale*.

Iperbole - La rete civica di Bologna. http://informa.comune.bologna.it/iperbole/media/files/parte_iii.pdf

Comune di Bologna - Dipartimento Cultura, Sport e Promozione della Città. (2021). *Cultura a Bologna: Pianificare e valutare l'impatto della cultura* (Con il contributo tecnico di Kilowatt). <https://assets.culturabologna.it/agendacultura/50/0f/reportcultura-a-bologna.pdf>

Cultura Bologna. (N.d.). *Finanziamenti e Bandi per il Terzo Settore*. <https://www.culturabologna.it>

Fondazione per l'Innovazione Urbana. (2025). *Rapporto sull'Impatto Sociale del Bilancio Partecipativo e dei Patti di Collaborazione a Bologna*. <https://www.fondazioneinnovazioneurbana.it>

Fondazione Symbola, Unioncamere, Centro Studi Tagliacarne, & Deloitte. (2025). *Io sono cultura 2025: L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi*. <https://symbola.net/ricerca/io-sono-cultura-2025/>

ISTAT. (N.d.). *Partecipazione culturale e tempo libero*. <http://dati.istat.it/>

ISTAT. (2024). *Cultura e tempo libero (Cap. 10). In Rapporto annuale 2024: La situazione del Paese* (pp. 315-342). <https://www.istat.it/it/archivio/297298>

Monti, S. (2024, 1 settembre). *Quanto vale la cultura per i giovani in Italia?*. Artribune. <https://www.artribune.com/professioni-e-professionisti/politica-e-pubblica-amministrazione/2024/09/cultura-giovani-italia/>

Regione Emilia-Romagna. (2023, 21 febbraio). *Legge regionale n. 2: Attrazione, permanenza e valorizzazione dei talenti ad elevata specializzazione in Emilia-Romagna*. Bollettino Ufficiale della Regione Emilia-Romagna. <https://demetra.regione.emilia-romagna.it/al/articolo?urn=er:assemblealegislativa:legge:2023;2>

Regione Emilia-Romagna. (2024). *Mappatura degli usi temporanei e degli spazi di rigenerazione urbana a base culturale*. <https://territorio.regione.emilia-romagna.it>

Ufficio di Statistica del Comune di Bologna. (2024, 15 maggio). *Le tendenze demografiche a Bologna nel 2024. I numeri di Bologna metropolitana*. <https://inumeridibolognametropolitana.it/studi-e-ricerche/le-tendenze-demografiche-bologna-nel-2024>

Archivio.cult

**Un servizio metodologico per il
consolidamento delle realtà culturali instabili.**

Applicazione al caso studio MEGA FUORI.