

HOME
RIVISTA
COMITATO SCIENTIFICO
AUTORI
ILLUSTRATORI
CONTATTI
LINK
NEWSLETTER

Tafter Journal

Esperienze e strumenti per cultura e territorio

NUMERO 62 - AGOSTO 2013

GESTIRE CULTURA

RETI CREATIVE

METROPOLIS

LUOGHI INSOLITI

TECNO-SCENARI

AFTER

EDITORIALI

LIBRI

EPOS

ARCHIVIO



Nuove organizzazioni culturali. Atlante di navigazione strategica

di Giulia Augusto

Rubrica: Libri

Parole chiave: beni culturali, consumi culturali, eventi culturali

Le organizzazioni culturali guardano spesso con sospetto a ricette precostituite e manuali d'azione. Il presente volume, un vero distillato della pluriennale esperienza acquisita sul campo dagli autori, è invece un illuminante vademecum per affrontare il pericoloso navigare quotidiano di chi opera in un settore così complesso e multiforme.

Le organizzazioni culturali sono il punto di partenza della trattazione che si allarga ad indagare le variabili esterne ed interne che su queste possono agire, attraverso un sistema di relazioni ed effetti reciproci che, se non riconosciuti e compresi, rischiano di vanificare gli obiettivi primari che queste si sono dati. Il libro esordisce fornendo un quadro as it is dell'ambiente e sociale in cui siamo immersi; un contesto ambiguo, che manda segnali spesso tra di loro contrastanti in cui emergono tendenze e stili di vita destinati a modificare anche la produzione e la fruizione culturali. Trend quali il nomadismo degli individui e dei comportamenti; il meticcio culturale; l'individualismo; la volatilità; la democratizzazione della conoscenza; il ricorso alle nuove modalità di interazione favorite dalle tecnologie; i nuovi pubblici ed una maggiore disponibilità di tempo libero dedicato a turismo e cultura producono effetti in campo culturale.

In un contesto siffatto la cultura si evolve ed interagisce anche con i luoghi fisici di cui comunica l'identità, allacciando il legame con le comunità che li abitano ed, in questo modo, producendo una reale sostenibilità sociale e culturale, lontana dalla retorica e dall'opportunismo tipici della tanto sbandierata responsabilità sociale. In questo modo il luogo della cultura è in grado di esprimere, e fare i conti con, una concezione di territorio molto più ampia all'interno della quale convivono esempi di attrattività urbana e metropolitana costruiti su nuovi modelli di consumo culturale e turistico e modelli costruiti sul rinnovamento di funzioni e ruoli socio-economici attribuiti a piccoli centri storici.

Definire il contesto di azione aiuta ad impostare un agire strategico, ovvero a decidere, fare delle scelte, assumere un atteggiamento di consapevolezza sia dell'ambiente interno che dell'ambiente esterno all'impresa, implementare le azioni valutando gli effetti prodotti. Centrali in questo senso risultano le competenze interne alle organizzazioni, le capacità direzionali e di coordinamento che vi sono espresse ed i meccanismi di funzionamento che permettono di guardare al futuro, acuendo lo sguardo verso l'orizzonte sulla base di una valutazione quotidiana di eventi e comportamenti affinché l'organizzazione svolga un lavoro più consoni agli obiettivi generali che essa si è data. E', in altri termini, l'acquisizione di una consapevolezza rispetto alla propria "identità istituzionale", alla propria personalità, agli elementi, pur contraddittori, che permettono di distinguersi dalle altre organizzazioni, con un profilo riconoscibile ed identificabile all'esterno, basato sulla credibilità e sul valore sedimentato nel tempo.

La rotta indicata, o meglio la consapevolezza che esiste una rotta da seguire, che potrà essere corretta, aiuta a mettere un poco di ordine nel caos, a comprendere gli andamenti disordinati e a considerare la propria quota di responsabilità nell'agire organizzativo.

Gli autori, richiamando alla coerenza tra messaggi ed azioni, propongono una sintesi, che non è una supina accettazione dei dettami di tutta una letteratura manageriale, quanto piuttosto l'adattamento consapevole di alcuni filtri di lettura della realtà circostante utili all'agire delle organizzazioni. Affinché queste recuperino la capacità del rendere reale il "sogno" cui tendono, agendo con il coraggio delle proprie decisioni, delle proprie azioni, delle rotte dichiarate e seguite con perseveranza.

Nuove organizzazioni culturali. Atlante di navigazione strategica

Lucio Argano, Paolo Dalla Sega

Franco Angeli Editore

Edizione a stampa - ISBN 13: 9788856810059 - € 25,00

E-book - ISBN 13: 9788856818598 - € 20,00

CERCA

PAROLE CHIAVE

ambiente architettura arte contemporanea beni culturali centri storici città consumi culturali creatività design economia **economia della cultura** epos eventi culturali finanziamenti privati finanziamenti pubblici governance identità impresa sociale industria dello spettacolo industrie creative industrie culturali legislazione management culturale mappe marketing territoriale **musei nuove tecnologie paesaggio partecipazione patrimonio culturale politiche culturali politiche pubbliche politiche urbane progetti partecipativi ricostruzione rigenerazione urbana riqualificazione urbana sociale social network sviluppo locale sviluppo sostenibile terremoto territorio turismo urbanistica**

ARTICOLI CORRELATI

Economia e management delle aziende di produzione culturale
Economia e management delle aziende di produzione culturale

Ruoli e funzioni degli eventi culturali in Italia

I festival tra impatto sul territorio e luogo di espressione per l'immaginario collettivo

Punti cardinali per le organizzazioni culturali

Gli eventi culturali come incubatori culturali. Il caso di MI AMI Musica Importante a Milano

GLI ULTIMI ARTICOLI PIÙ LETTI

Libero Gozzini

Marta Bassotti

Social Innovation and the Arts. Artists alone are not enough!

The importance of being innovative

Cultura. Punto e accapo

GESTIRE CULTURA

RETI CREATIVE

METROPOLIS

LUOGHI INSOLITI

TECNO-SCENARI