



CULTURA È... FRUIRE DEL “BELLO”

Con il patrocinio
e la collaborazione
del Comune di Brindisi



AMICI DELLA BIBLIOTECA
ARCIVESCOVILE “A. DE LEO”

INNER WHEEL ITALIA
DISTRETTO 210°

La fruizione del patrimonio culturale:
dal recupero dell'identità all'offerta di un'esperienza

Chiara Lapenna

Brindisi, 5 aprile 2006

La fruizione del patrimonio culturale:
dal recupero dell'identità all'offerta di un'esperienza

UN ALTRO CONCETTO DI CULTURA

UNA METAMORFOSI nella società della CONOSCENZA

Cultura come **VALORE AGGIUNTO**

Componente secondaria necessaria
per completare qualcosa, elemento a
sé utile per ingentilire il governo dei
territori

- **Cultura del recupero e della
conservazione:**
programmi artistico-culturali, musei e
patrimoni esposti che “guardano a se
stessi”
- **Idea di cultura “statica” e pesante,
legata ad una concezione elitaria**

Cultura come
FATTORE COSTITUTIVO della
società: insieme primario di relazioni
e di scambi capaci di produrre
ricchezza

➔ **Cultura delle idee e dei progetti:**
ruolo trainante della cultura per
rilanciare l'immagine di un luogo

➔ **Cultura della partecipazione,
cultura intersoggettiva, cultura
della sperimentazione e della
contaminazione**

UN ALTRO CONCETTO DI CULTURA

Spazi storici, aree dismesse, piazze, palazzi, parchi o edifici contemporanei ripensati, re-interpretati, convertiti con funzionalità diverse da quelle per cui erano stati concepiti: arte, concerti, spettacoli, installazioni, proiezioni, laboratori creativi, ecc.

Molteplici finalità:

- Preservare le tradizioni e animare il presente
- Innovare la divulgazione della conoscenza
- Stimolare la dinamicità e l'integrazione sociale
- Attrarre target qualificati legati al turismo, alla ricerca, a settori specifici di interesse

**La cultura è
un'ARMATURA per
crescere in modo alternativo
a facili modelli di sviluppo.**

La fruizione del patrimonio culturale:
dal recupero dell'identità all'offerta di un'esperienza

UN ALTRO CONCETTO DI CULTURA

Nuovi STILI DI VITA basati sulla domanda di “esperienze”:

Si assottigliano i confini tra *loisir* e cultura in senso stretto:
**ESISTE UN BISOGNO DIFFUSO DI CONOSCENZA E INSIEME DI
EVASIONE-INTRATTENIMENTO**

**Acquisizione
di NOZIONI**

**Coinvolgimento in
AMBIENTAZIONI**

**Necessità di una
strategia condivisa,
dichiarata e diffusa
nel network**

La fruizione del patrimonio culturale:
dal recupero dell'identità all'offerta di un'esperienza

PROGETTAZIONE dell'IDENTITÀ'

MAPPATURA

DELLE RISORSE (+ e -)

RISORSE
STORICHE -
CONTEMPORANEE

RISORSE
TANGIBILI -
INTAGIBILI

ISTITUZIONALI -
SOCIALI-
ECONOMICHE-
CIVILI

COSTRUZIONE DI UN MESSAGGIO

E' TALE SE RIESCE
A COMUNICARE
IN MODO
SEMPLICE,
DISTINTIVO E
AUTENTICO -
DEVE FORNIRE
UN ACCESSO AL
PATRIMONIO
CULTURALE

DECLINAZIONE

SEGMENTAZIONE
E TARGET

DIVERSIFICAZIONE
DI MEZZI E
LINGUAGGI

PIANIFICAZIONE,
OTTIMIZZAZIONE E
MONITORAGGIO

Processi e metodi del “mktg culturale” sono *uno strumento necessario* per posizionare in modo competitivo un luogo o un territorio nel “villaggio globale”

La fruizione del patrimonio culturale:
dal recupero dell'identità all'offerta di un'esperienza

PROGETTAZIONE del'IDENTITÀ'

La valorizzazione delle identità attraverso
LA CREATIVITA'

Città del passato

Città del presente

LA MEMORIA

un inesauribile contenitore di idee che scaturiscono
dai documenti, dalle architetture, dalle testimonianze, dai riti
conservati e protetti

PROGRAMMI
EXTRA-TERRITORIALI

RETI E PARTNERSHIP

ASSOCIAZIONI

ISTITUZIONI

IMPRESE

CULTURA GIOVANILE

MEDIA

FORMAZIONE

2 - 9 aprile 2006



La fruizione del patrimonio culturale:
dal recupero dell'identità all'offerta di un'esperienza

LA CULTURA COME ESPERIENZA...

...DEL "BELLO"

UNA SFIDA CREATIVA

All'interno di una strategia ben definita e condivisa, *l'approccio creativo* consente di esaltare la bellezza del patrimonio, di richiamare l'attenzione del mondo e fornire validi contributi per l'evoluzione culturale del territorio

NUOVO RUOLO PER CHI OPERA

Oggi chi progetta, coordina, promuove la fruizione del patrimonio artistico-culturale ha davanti a sé il compito di integrare la dimensione contemporanea del "consumo di esperienze" e la tradizionale vocazione alla conservazione delle testimonianze: il nuovo ruolo è quello di allineare le risorse del luogo alla "sete" di emozioni, al bisogno di coinvolgimento e di interazione che attraversa l'uomo contemporaneo.

2 - 9 aprile 2006



LA CULTURA COME
ESPERIENZA...

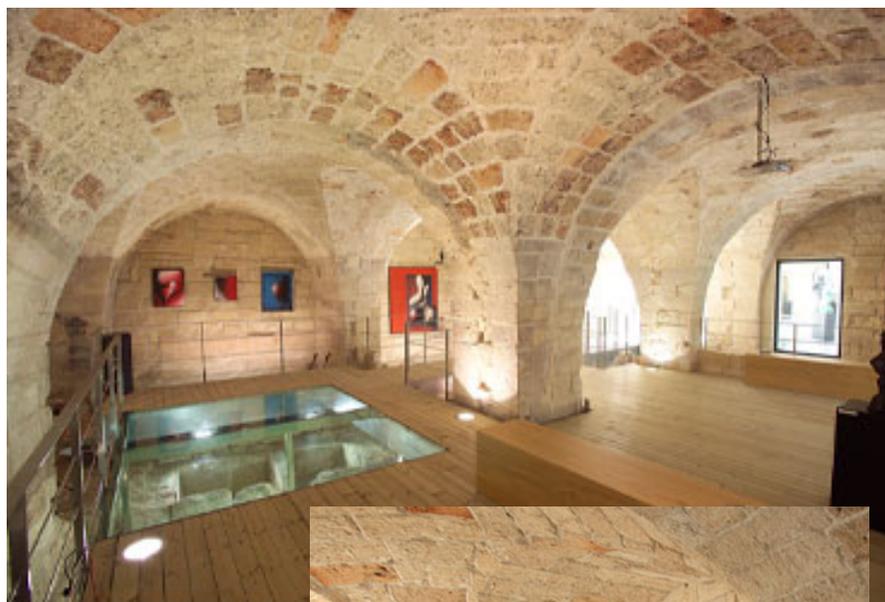
...DEL "BELLO"

Maglie -
ex conceria
Lamarque
Museum
& *Artlab*



2 - 9 aprile 2006

MIBAC
MINISTERO
PER I BENI E
LE ATTIVITÀ
CULTURALI
VIII settimana
della cultura



**Maglie -
ex conceria
Lamarque
*Museum
& Artlab***

2 - 9 aprile 2006



LA CULTURA COME ESPERIENZA...

...DEL "BELLO"

Brindisi

Piazza Mercato

Castello

Danza

Porticciolo

Le navi

Duomo

Gente

I parchi

Gli stabilimenti

I Viaggi

L'industria

Salento

Il lungomare

Il teatro

Musica

I Romani

Università

Classica

Regate

Virgilio

la costa

Gastronomia

Il vino

Aerei

Lo sport

Sud

La pesca

Oriente

....