

# Il mondo culturale *onlife*

Scenari e sfide

*Dario Consoli*



*“Le mangrovie sono le piante che crescono nei litorali paludosi, dove c’è l’acqua salmastra: né dolce di fiume né salata di mare. È il mondo dove si mescola il digitale con l’analogico: è il territorio dove viviamo adesso.”*

Luciano Floridi

## La vita *onlife*

- L’ibridazione tra online e offline e la quarta rivoluzione
- L’**infosfera**: un ambiente informazionale di attori naturali e artificiali reciprocamente connessi
- Non solo reti ma **ecosistemi digitali**: associazioni multi-attore caratterizzate da sinergie e complementarità di attività, risorse, output



# Ecosistemi digitali per la cultura

- I **pubblici**: da fruitori ad attori, sul modello del *prosumer* (producer + consumer).
- I **luoghi**: da consumo e fruizione culturale in luoghi di produzione
- **Contenuti** digitalizzati e nativi digitali
- **Punti di contatto**: integrazione fisico e virtuale



# L'esperienza culturale digitale degli ultimi mesi

- Il presenzialismo online durante il lockdown, saturazione e “**inflazione digitale**”
- Big player ed economia dell'attenzione
- Problema della qualità dei contenuti ed emergere di nuove figure professionali
- Sfida della transizione digitale e sperimentazione di pratiche



Rete

Interconnessione

Virtuale

Globale

Comunità

Prossimità

Presenza

Territorio



*Cultura, digitale, pubblici*

**Contenuti ed esperienze**

—

**Raccontare e coinvolgere**

Valorizzazione dei fondi e degli archivi, esperienze virtuali, comunicazione, sviluppo reti e internazionalizzazione, attività didattiche, engagement e gamification, etc.

**Domande per risposte  
e soluzioni collettive**

# Come migliorare la capacità di raggiungere i pubblici?

Luoghi e messaggi culturali devono oggi adattarsi a una molteplicità di pubblici e linguaggi per raggiungere le persone nei tempi e negli spazi in cui esse si trovano.



# Come trasformare i fruitori in partecipanti attivi?

L'interattività come elemento essenziale per il coinvolgimento dei pubblici e per il passaggio da *consumer* a *prosumer*, da fruitori ad attori, dallo *storytelling* allo *storydoing*.

# Come progettare e vivere la dimensione sociale dell'offerta culturale digitale?

Fruizione in simultanea, luoghi fisici e virtuali, condivisione delle proprie esperienze sui social media.

# Di cosa abbiamo bisogno per essere competitivi digitalmente?

Acquisizione di competenze e dotazioni tecnologiche, approccio multidisciplinare e professionalità specifiche.

# Come rendere il mondo digitale accessibile a tutti e democratico?

Non solo il digitale per la cultura, ma anche una *cultura digitale* per superare il digital divide e le disuguaglianze nell'accesso alle tecnologie.

# Come creare forme originali di sperimentazione artistica e creativa?

Nuovi strumenti e linguaggi per  
rielaborare estetica, formati ed esperienze.

Cosa significa oggi essere player culturali? Quali narrazioni e immaginari possiamo costruire?

La sperimentazione e le pratiche come “acceleratori di visioni” (S. Arcagni).  
In un spazio in cui scienza, tecnologia e cultura possono dialogare in modo proficuo.