

Le nuove frontiere della comunicazione

di Gaetano Del Gaiso

Giunto alla sua seconda edizione, il seminario dal titolo "Le nuove frontiere del marketing e della comunicazione digitale" organizzato dal Maiori Festival, che si terrà nel Salone degli Affreschi di Palazzo Mezzacapo, a Maiori, dall'1 al 3 Ottobre 2021, ambisce a divenire uno degli incontri più interessanti e partecipati fra quelli contemplati all'interno del calendario delle attività del festival per questo 2021 di rinascita e di trasformazione. Eh sì, perché al Maiori festival e al suo direttore artistico, Salvatore Dell'Isola, non basta più rimanere confinati nei limiti geografici e culturali a cui essi sono attualmente associati, quelli della città di Maiori, per intenderci, e quelli della formazione e dell'organizzazione di attività concertistiche e musicali, no. Essi sono pronti a compiere un balzo che, con ottime probabilità, potrebbero farli assurgere all'Olimpo degli esempi virtuosi di come un ente culturale possa trasformarsi in una realtà forte e copiosamente capillarizzata, aperta al concetto di network inter ed intra-territoriale, con dalla propria un glorioso florilegio di esperienze di successo e un inesauribile appetito di innovazione e trasformazione. Direttore Salvatore Dell'Isola, la prima edizione del seminario è stata un successo sotto diversi punti di vista. Senza considerarne variabili come affluenza, percentuale di gradimento, sharing pre-, inter-, e post-facto, percentuale di feedback, etc. credo vi abbia serviti in modi che neanche voi potevate immaginare in termini di self-consciousness e what to do next. "In effetti, è stato proprio così. La prima edizione del seminario ci ha aiutati a definire ancor meglio l'identità del festival e ha insinuato, nelle nostre menti, tutta una serie di interrogativi che riguardassero il come il festival

potesse essere percepito qualora si fosse emancipato da quei confini culturali e nominali che, seppure conquistati a fatica e non sempre da vincitori, iniziavano a starci un po' stretti. Abbiamo, dunque, approfittato di questa lunga pausa di riflessione a cui la pandemia ci ha costretti per iniziare a porre le basi per una trasformazione significativa del festival e di tutto ciò che lo riguardasse: a partire dal nome, non più Maiori Music Festival ma solo Maiori Festival, sino al cartellone delle attività da esso offerte nel corso dell'anno. Grazie a un serratissimo lavoro di confronto avvenuto con enti, amministrazioni e istituzioni operanti sul territorio e una certosina operazione di programmazione delle attività, possiamo dire che il festival è finalmente pronto a consolidare questa sua nuova identità non solo a parole, ma anche con i fatti". Per questa seconda edizione del seminario "Le nuove frontiere del marketing e della comunicazione digitale" pare abbiate sostituito alle virgolette un punto fermo su una questione che, oggigiorno, appare pregnante come non mai: ossia, quella di dotarsi del know-how necessario al fine di comunicare una specifica realtà culturale, sociale e/o territoriale in maniera corretta e consapevole, prediligendo canali referenziali come, ad esempio, i social media o i social networks e organizzando campagne di promozione e di crowdfunding di più ampio respiro. "Tutto ciò corrisponde al vero. Per questa seconda edizione, infatti, abbiamo introdotto tutta una serie novità che si riflettono, in tutto e per tutto, nei significativi cambiamenti cui il festival ha assistito in questo ultimo anno: dalla ibridazione dello stesso seminario, che potrà essere seguito sia in presenza, sia in streaming, alla possibilità data ai partecipanti – solo a quelli che parteciperanno in presenza, però – di proporre, a conclusione di questa serie di incontri, i propri progetti perché possano essere valutati e "corretti" dalla nostra commissione di tutor, sino alla possibilità di essere selezionati per ricevere una borsa di studio che finanzia un periodo di stage presso un'istituzione culturale legata agli obiettivi del corso". A quali figure professionali vi siete

affidati per questa seconda edizione e quali saranno i topic affrontati nel corso di questi tre incontri? “Nel roster di tutor che ci affiancheranno quest’anno, per il seminario, troviamo Alessandro Bollo, direttore della Fondazione Polo del ‘900 di Torino e precedentemente co-fondatore e responsabile Ricerca e Consulenza della Fondazione Fitzcarraldo; Tiziana Tentoni, manager, blogger, founder e CEO di Amusart; Giuseppe Ariano, direttore di marketing e comunicazione di SCABEC e del Museo Madre e socio fondatore di PA social; e, infine, Stefano Valanzuolo, critico musicale de Il Mattino, autore e conduttore dei programmi radiofonici Radio3 Suite e già direttore artistico del Ravello Festival. Per quanto riguarda gli argomenti trattati dei tutor, nel pieno dispiego dei loro interventi, vi saranno: digital transformation nel settore culturale, il futuro delle istituzioni culturali, scelta dello stile espressivo e del mezzo di comunicazione per il proprio progetto, comunicazione, promozione e marketing territoriale, nuove tecnologie e strumenti per la promozione del territorio, personal branding, web development e social media marketing”. Un’offerta, insomma, che pare si rivolga a un pubblico piuttosto eterogeneo, visti gli argomenti trattati. “Certo. Di fatto, uno dei nostri obiettivi di punta è quello di riuscire a sensibilizzare sempre più il nostro intorno sulle questioni che riguardano l’utilizzo di questi nuovi, potenti strumenti di comunicazione e crowdfunding per un concreto sviluppo del territorio e per la salvaguardia del suo patrimonio artistico, culturale e tradizionale. Ecco perché, il nostro desiderio, è quello dedicare sempre più appuntamenti, nel nostro calendario di attività, a questo genere di incontri”.