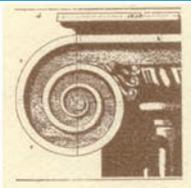


PUBBLICO, PROFESSIONI E LUOGHI DELLA CULTURA



Associazione
per l'Economia della Cultura

La partecipazione culturale dei giovani in Italia: la musica e l'arte contemporanea

a cura di
Annalisa Cicerchia



FrancoAngeli

Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile con Adobe Digital Editions. Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.



Pubblico, professioni e luoghi della cultura

*Collana diretta da Francesco De Biase, Aldo Garbarini,
Loredana Perissinotto, Orlando Saggion
Collaboratori: Sara Bonini Baraldi, Paolo Chicco*

L'intreccio tra professioni, pubblico e luoghi nei quali gli eventi ed i prodotti culturali si dispiegano e si "consumano" sembra essere sempre più un elemento significativo per l'approfondimento dello stato e dell'evoluzione della dinamica relativa alla domanda/offerta culturale, per definire le forme ed i modi della programmazione e della progettazione di iniziative e di eventi, nonché, più in generale, per l'elaborazione delle politiche culturali, in campo privato e pubblico.

Analizzare questi rapporti può contribuire non solo a comprendere le dinamiche oggi esistenti a livello di produzione culturale (dallo spettacolo dal vivo ai beni culturali, dalla televisione al ruolo della "rete", dalla composizione dei finanziamenti per la cultura alla riprogettazione degli spazi), ma anche ad ipotizzare le possibili linee di sviluppo future.

I luoghi, il pubblico e le professioni culturali sono infatti in continua trasformazione: fenomeni ed eventi politici, sociali ed economici modificano a volte tutti e tre gli ambiti, in altri casi esplicano i loro effetti esclusivamente su uno di essi.

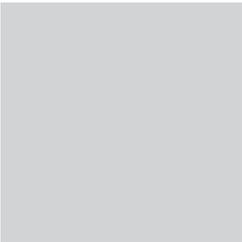
Basta pensare ad esempio alla nascita e allo sviluppo di alcune figure professionali che, originate da trasformazioni in atto in alcuni campi socio-economici, hanno prodotto nuove metodologie, spazi e strumenti di lavoro, che a loro volta creano e rispondono a nuove modalità di fruizione e consumo culturale.

Il tutto avviene in una dimensione d'interazione, dove ogni singolo elemento può essere sia causa per la nascita di nuove situazioni, sia effetto/risultato dei cambiamenti in atto.

La collana si propone, in questo senso, come strumento di riflessione intorno ai processi ed alle mutazioni che stanno avvenendo nel mondo culturale. Non una collana settorialmente specialistica, centrata su singole specificità, ma fondata su temi ed approfondimenti che siano in grado di rappresentare quelle connessioni e problematicità sopra richiamate.

Approfondimenti, in sostanza, che siano in grado di privilegiare una visione metodologica pluridisciplinare e che, nell'insieme offerto dal "filo rosso" che li collega all'interno della collana, propongono uno sguardo d'insieme sui processi, le metodologie e le prospettive del settore.

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it e iscriversi nella home page al servizio “Informatemi” per ricevere via e.mail le segnalazioni delle novità.



PUBBLICO, PROFESSIONI E LUOGHI DELLA CULTURA

La partecipazione culturale dei giovani in Italia: la musica e l'arte contemporanea

a cura di
Annalisa Cicerchia

FrancoAngeli

**Pubblicazione realizzata con il contributo del MIBAC
Direzione Generale per le Biblioteche gli Istituti culturali ed il Diritto d'autore**



Copyright © 2013 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

Indice

Presentazione	
di <i>Francesco De Biase</i>	pag. 11
Ringraziamenti	» 13

Parte prima **Musica e arti visive nei consumi dei giovani italiani** **fra i 14 e i 35 anni**

1. Consumi e produzione di cultura dei giovani italiani: un quadro di insieme	
di <i>Annalisa Cicerchia</i>	» 17
1. Di che cosa parliamo quando parliamo di giovani	» 17
1.1. Un ritratto europeo	» 17
1.2. Una definizione operativa	» 23
2. Di che cosa parliamo quando parliamo di cultura	» 25
2.1. Cultura come concetto differenziale o gerarchico	» 25
2.2. La cultura come oggetto statistico: una breve storia	» 26
3. L'accesso dei giovani alla cultura e le politiche di so- stegno alla creatività: una visione continentale	» 29
3.1. L'accesso dei giovani alla cultura	» 30
3.2. I valori culturali dei giovani europei: i risultati dell'Eurobarometro	» 32
4. I comportamenti culturali dei giovani in Italia	» 36
4.1. La spesa per la cultura	» 36

4.2. La partecipazione culturale	pag. 37
5. Cultura, territorio e città	» 43
5.1. La spesa	» 44
5.2. La partecipazione culturale	» 45
2. Le arti visive	
di <i>Priscilla Altiti</i>	» 51
1. La definizione del settore	» 51
2. Le informazioni statistiche per la misurazione del settore	» 54
3. I risultati della misurazione analitica	» 57
3.1. Le mostre e le esposizioni di arte contemporanea	» 58
3.2. Le gallerie di arte	» 60
3.3. La banca dati dei giovani artisti italiani	» 61
3.4. I consumi giovanili di mostre ed esposizioni di arte	» 64
4. Riflessioni conclusive	» 83
Bibliografia	» 85
3. La musica	
di <i>Chiara Andrighetto e Giulio Stumpo</i>	» 86
1. Definizione del settore	» 86
2. Ambito della ricerca	» 90
3. L'offerta di rappresentazioni musicali in Italia	» 90
3.1. Il teatro lirico	» 92
3.2. I concerti classici	» 93
3.3. I concerti jazz	» 94
3.4. L'operetta	» 95
3.5. La musica leggera	» 96
4. Giovani e consumi musicali	» 98
4.1. Descrizione del campione	» 98
4.2. Una visione di insieme	» 101
5. La fruizione di musica nelle regioni	» 103
5.1. Le Regioni Piemonte e Valle d'Aosta	» 104
5.2. La Regione Lombardia	» 105

5.3. La Regione Liguria	pag. 106
5.4. La Regione Trentino Alto Adige	» 107
5.5. La Regione Veneto	» 108
5.6. La Regione Friuli Venezia Giulia	» 109
5.7. La Regione Emilia Romagna	» 110
5.8. La Regione Toscana	» 111
5.9. La Regione Umbria	» 113
5.10. La Regione Marche	» 114
5.11. La Regione Lazio	» 115
5.12. La Regione Abruzzo	» 116
5.13. La Regione Molise	» 117
5.14. La Regione Campania	» 118
5.15. La Regione Puglia	» 119
5.16. La Regione Basilicata	» 119
5.17. La Regione Calabria	» 120
5.18. La Regione Sicilia	» 121
5.19. La Regione Sardegna	» 122
6. Considerazioni conclusive	» 123
Appendice statistica	» 125

Parte seconda

Politiche della cultura rivolte ai giovani. Due studi di caso

4. Le politiche della cultura rivolte ai giovani. Il caso della Provincia Autonoma di Bolzano	
di <i>Giorgio Tavano Blessi e Antonio Lampis</i>	» 161
1. Premessa	» 161
2. La base teorica di un metodo per l'ampliamento del pubblico per la cultura	» 162
3. Dal metodo alla pratica: le politiche per la cultura in Provincia Autonoma di Bolzano	» 164
3.1. Quantità della Comunicazione	» 167
3.2. Scomposizione come metodo	» 168
3.3. Connessioni	» 169
4. Esperienze	» 170

4.1. Quantità	pag. 170
4.2. Scomposizione con metodo	» 172
4.3. Connessioni	» 174
5. I giovani e la cultura: una prospettiva su azioni di settore	» 175
6. Impatti e risultati	» 177
7. Conclusioni	» 180
5. Politiche della cultura rivolte ai giovani in Emilia Romagna. Musica e Arti visive	
di <i>Gianni Cottafavi e Patrizio Cenacchi</i>	» 182
1. Una legislatura di svolta. La formazione delle politiche per i giovani tra il 2005 e il 2010	» 183
1.1. Dai “progetti pilota” alla programmazione poliennale. Contemporaneità, nuovi talenti e creatività giovanile al centro delle politiche regionali	» 183
1.2. Piano Nazionale Giovani e Patto per lo spettacolo: prove di “federalismo applicato” nelle politiche giovanili e culturali	» 191
1.3. L’Accordo di Programma Quadro “Giovani Evoluti e Consapevoli – GECO”	» 196
2. Uno sguardo d’insieme sui risultati degli interventi regionali: GECO e non solo. La continuità emotiva nei consumi culturali dei giovani emiliano-romagnoli	» 201
2.1. Le arti visive	» 202
2.2. La musica	» 208

Parte terza

Produzione e consumi culturali nella Musica e nelle Arti Visive dei giovani in Veneto, Toscana e Campania

6. I consumi culturali dei giovani in Veneto	
di <i>Giorgio Tavano Blessi</i>	» 217
1. Premessa	» 217
2. Le politiche per lo spettacolo e gli impatti in Veneto: una prospettiva d’insieme	» 218

3. Giovani, tempo libero e arti dal vivo nel Veneto	pag. 221
4. Evidenze dei consumi culturali dei giovani: uno spaccato rispetto allo spettacolo	» 228
5. Conclusioni	» 230
7. L'offerta e la domanda di cultura dei giovani della Toscana	
di <i>Priscilla Altili</i>	» 233
1. La perimetrazione del campo d'indagine	» 233
2. La ricognizione delle statistiche disponibili e l'individuazione delle 20 variabili da analizzare	» 234
3. L'offerta formativa in materia di cultura e arti per promuovere la produzione giovanile	» 238
3.1. Il livello di istruzione secondaria	» 238
3.2. Il livello di istruzione universitaria	» 240
4. L'offerta culturale diffusa sul territorio regionale	» 242
4.1. L'offerta sul territorio regionale	» 242
4.2. L'offerta sul territorio provinciale	» 247
5. Il consumo culturale di musica e arti visive dei giovani	» 249
5.1. I consumi della popolazione regionale	» 249
5.2. I consumi dei giovani per i settori delle arti visive e della musica	» 252
8. L'offerta e la domanda di cultura dei giovani della Campania	
di <i>Priscilla Altili</i>	» 258
1. Richiami concettuali, metodologici e statistici	» 258
2. L'offerta formativa in materia di cultura e arti per promuovere la produzione giovanile	» 260
2.1. Il livello di istruzione secondaria	» 260
2.2. Il livello di istruzione universitaria	» 262
3. L'offerta culturale diffusa sul territorio regionale	» 263
3.1. L'offerta sul territorio regionale	» 264
3.2. L'offerta sul territorio provinciale	» 269

4. Il consumo culturale di musica e arti visive dei giovani	pag. 270
4.1. I consumi della popolazione regionale	» 270
4.2. I consumi dei giovani per i settori delle arti visive e della musica	» 275
Gli altri autori	» 281

Presentazione

di *Francesco De Biase*

All'apertura di un master di management culturale, il responsabile generale della formazione, iniziò la sua prima lezione parlandoci della gare di atletica sulla distanza dei 100 metri. Sosteneva che solo grazie all'invenzione e all'utilizzo del cronometro gli atleti sono riusciti a compiere tale percorso scendendo sotto i 10 secondi. Un esempio per dimostrare come qualsiasi pianificazione e strategia debba partire da un'attenta misurazione e valutazione delle caratteristiche e delle condizioni della situazione su cui si intende intervenire, altrimenti non vi potrà essere nessun miglioramento e/o raggiungimento di obiettivi.

Metodologia valida (ma che spesso non trova applicazione) anche per progettare politiche in campo sociale e culturale. Analizzare e conoscere le tendenze, i consumi, i bisogni, e come attentamente viene fatto in questo testo curato da Annalisa Cicerchia, la produzione culturale di una particolare fascia di popolazione.

Produzione e consumi culturali dei giovani, cittadini al contempo creatori e consumatori di cultura. Ma quanto, come e in che modo ciò avvenga è quello che il testo della Cicerchia indaga e ci consegna. Dai contributi, articolati e circostanziati (l'indagine prende in esame territori e ambiti precisi) deriva la constatazione della necessità di politiche più attente al sostegno alla domanda.

I dati evidenziano: il perdurare di una fruizione elitaria in alcuni settori; una riduzione generalizzata dei consumi e per la fascia di giovani di età compresa tra i 14 e i 35 anni un maggior consumo da parte di coloro che possiedono maggiore istruzione; la non omogenea distribuzione territoriale dell'offerta; la riduzione della spesa per la cultura delle famiglie italiane, nel decennio 2001-2010, il 3,8% in meno per le famiglie nel loro insieme, il 7,5% per le giovani famiglie senza figli e ben il 22,4% in meno per i giovani che vivono da soli.

Un altro importante elemento di analisi, che il testo pone attentamente

in risalto è il cambiamento avvenuto nelle modalità di accesso e fruizione culturale.

I giovani partecipano a eventi e iniziative sia dal vivo che attraverso l'utilizzo di tecnologie (Ipod, Ipad, social network ecc.), e (anche grazie alla diffusione di particolari tecnologie) creano “prodotti” culturali in ogni ambito (musicale, cinematografico, letterario) e li distribuiscono in rete.

Oltre a dati aggiornati, il testo offre spunti di analisi e riflessione, nuove chiavi di lettura in merito alle relazioni tra giovani e cultura. Può quindi rappresentare un utile strumento sia per decisori politici sia per responsabile dei progetti e delle programmazioni culturali, al fine di definire politiche e interventi che sostengano e favoriscano l'accesso dal punto di vista qualitativo e quantitativo alla cultura e rendano i giovani maggiormente protagonisti anche in questo ambito.

Ringraziamenti

La ricerca è stata compiuta grazie al supporto di UniCredit.

Un ringraziamento speciale per aver creduto nel progetto per Alessandro La Porta, Riccardo della Valle, Jean-Claude Mosconi.

Grazie a Giovanni de Benedictis e Neve Mazzoleni per il contributo scientifico condiviso con il team di ricerca.

Questo libro è stato ammesso al contributo per le pubblicazioni di rilevante interesse culturale da parte della Direzione generale per le biblioteche, gli istituti culturali ed il diritto d'autore del Ministero per i Beni e le Attività Culturali.

Parte prima

**Musica e arti visive
nei consumi dei giovani italiani
fra i 14 e i 35 anni**

1. Consumi e produzione di cultura dei giovani italiani: un quadro di insieme

di Annalisa Cicerchia

1. Di che cosa parliamo quando parliamo di giovani

Il tascabile pubblicato da Eurostat nella primavera del 2011 fornisce una serie di dati sulla cultura, che consentono comparazioni interessanti fra gli Stati membri dell'Unione. Tra quelli di contesto socio-economico, i primi che vengono presentati per inquadrare il fenomeno nella cornice appropriata, c'è una serie che riguarda l'età media del Vecchio Continente.

Solo in sette Paesi la quota di residenti di età compresa fra 0 e 24 anni supera (e di una manciata di punti) il 30 per cento del totale. In Italia, ultima della graduatoria, il valore è 24,1 per cento. La conta parte a 0 anni, sommando neonati, bambini, adolescenti e giovani, e questo, se contribuisce senza dubbio a dare una misura chiara dell'invecchiamento della popolazione europea, non appare del tutto efficace se è proprio di *giovani* che si vuole parlare. Infanzia e giovinezza, per quanto contigue, sono due fasi della vita molto diverse sul piano biologico, psicologico e sociale. E, con ogni buon diritto, anche culturale.

Eppure, forse proprio per questa scelta un po' grossolana, il dato del *pocket book* fa riflettere e immette senza troppi preamboli nella questione iniziale per qualsiasi riflessione sui giovani e sui loro comportamenti: ***a quale età, statisticamente parlando, si lascia l'infanzia e si entra nella giovinezza e a quale età la si abbandona per entrare nella categoria degli adulti?***

1.1. Un ritratto europeo

I giovani godono oggi di scarsa considerazione, non soltanto in senso politico, economico e sociale, ma anche, e non casualmente, statistico. Il fascino che esercitavano alla fine degli anni Sessanta sembra dissolto da

un pezzo. Così, alla fine, non ne sappiamo molto. Per esempio, almeno in Italia, e per citare solo un aspetto fra tanti, pur essendone largamente diffusa un'immagine stereotipa di tipo metropolitano, utilizzata nella comunicazione di massa (e non solo), non sappiamo¹ se essi si concentrino davvero nelle grandi città, nei centri di medie dimensioni o se si condensino piuttosto nei 4.539 piccoli e piccolissimi comuni (con meno di 3.000 abitanti) che costellano la Penisola². Politiche mirate, come quelle per la formazione, l'occupazione, e, ovviamente, la cultura, non possono ignorare del tutto qualsiasi riferimento al profilo geografico e urbanistico dei propri beneficiari, che si traduce, per dirne solo una, in grandi differenze nell'accesso a beni e servizi. Eppure, a tutt'oggi, è così. Altre importanti lacune conoscitive circa i giovani riguardano le loro attese, le loro preferenze, i rapporti con le istituzioni, le reali disponibilità di reddito personale, i profili di spesa, l'uso dei servizi, le scelte del tempo libero³. E la lista potrebbe allungarsi ancora.

Eurostat consente di mettere un po' meglio a fuoco il nostro soggetto, grazie a un altro testo di base, anch'esso abbastanza recente (2009): *Youth in Europe: A Statistical Portrait*. Nella realtà fotografata da quel ritratto⁴, l'Europa dei 27 (UE-27)⁵ conta circa 96 milioni di giovani, identificati come i cittadini di *età fra 15 e 29 anni*. L'infanzia viene pertanto compresa nella fascia 0-14 e l'ingresso *statistico* nell'età adulta si fa scattare a 30 anni.

Nel loro insieme, i giovani così definiti rappresentano un po' meno di un quinto della popolazione europea totale. Gli stati più "giovani" sono l'Irlanda, Cipro, la Slovacchia e la Polonia, dove il segmento di età consi-

¹ Nel 2007, il primo Ministro italiano per le politiche giovanili, Giovanna Melandri, commissionò uno studio sulla situazione nel nostro Paese a un gruppo di demografi e statistici. Cambiato governo e ministro, i risultati dell'indagine, che nel frattempo era stata conclusa, non sono mai stati resi pubblici. Più avanti, si tornerà sul tema.

² Si tenga conto che nel 2010 solo il 15,1 per cento degli italiani viveva in città con più di 250.000 abitanti, contro il 65,3 per cento residente nei centri fino a 50.000.

³ A parte le inchieste Istat sulla vita quotidiana, che qui verranno utilizzate come principale riferimento quantitativo, e che sono però indagini campionarie, mancano dati aggiornati e di copertura nazionale sulle scelte in merito al turismo, ai consumi, ai servizi, che sono per così dire "ciechi" alla variabile dell'età.

⁴ I dati si riferiscono, salvo dove indicato diversamente, a rilevazioni 2006.

⁵ Lo studio di Eurostat riguarda Belgio, Bulgaria, Repubblica Ceca, Danimarca, Germania, Estonia, Grecia, Spagna, Francia, Irlanda, Italia, Cipro, Lettonia, Lituania, Lussemburgo, Ungheria, Malta, Paesi Bassi, Austria, Polonia, Portogallo, Romania, Slovenia, Slovacchia, Finlandia, Svezia e Regno Unito. Quando la disponibilità dei dati lo ha consentito, sono state fornite informazioni anche sui Paesi candidati (Croazia, Macedonia e Turchia) e sui Paesi EFTA (European Free Trade Association): Islanda, Lichtenstein, Norvegia e Svizzera.

derato rappresenta oltre il 24% del totale, e quelli più vecchi sono la Danimarca, la Germania e l'Italia (dove la componente che ci interessa ammonta a meno del 18%). La *regione* meno giovane dell'intera UE-27 è la nostra Liguria, nella quale la quota di cittadini tra 15 e 29 anni è appena del 12%, mentre la regione più giovane è quella di Van, in Turchia (30%). Oltre alla Liguria, ben cinque altre regioni italiane (Piemonte, Valle d'Aosta, Friuli-Venezia Giulia, Emilia Romagna, e Toscana) si trovano in fondo alla graduatoria europea, con una popolazione giovanile inferiore al 15% del totale.

È difficile però accontentarsi di una definizione della giovinezza basata unicamente sull'età e non su un criteri qualitativi di tipo sociale e culturale più sofisticati. Per dirla con Weinstein (1961), è “un periodo socialmente definito del ciclo di vita, fra la dipendenza dell'infanzia e la responsabilità dell'età adulta”. Il percorso di transizione all'età adulta, nell'accezione generalmente condivisa, è appunto segnato da tappe fondamentali, come la conclusione del periodo di formazione e l'inizio del lavoro, l'abbandono della casa dei genitori, la scelta di una compagna o di un compagno, il matrimonio e la procreazione. Questa strada non può tuttavia considerarsi, né a senso unico, né scontata – sia per l'aumento progressivo della disoccupazione, che ritarda e limita il raggiungimento dell'autonomia, sia per i fallimenti matrimoniali che spesso riportano i giovani nella casa di origine – né uguale in tutti i Paesi. Infatti, se in Finlandia, le ragazze escono di casa in media a 22 anni, in Italia, a Malta, in Slovenia e in Slovacchia ci restano fino a 29. Nella maggior parte dei Paesi, l'età dei ragazzi al primo matrimonio, contrariamente a quanto accade alle ragazze, è mediamente superiore ai 30 anni. Quanto all'età in cui si diventa per la prima volta genitori, il dato si colloca fra 25 e 30 anni, con un aumento netto e continuo fra il dato del 1995 e quello del 2005. In Germania, in Spagna e nel Regno Unito, per esempio, il numero delle primipare con più di 30 anni è superiore a quello delle loro controparti con meno di 30 anni.

L'istruzione, la formazione e l'educazione sono esperienze che, in Europa, i giovani attraversano in modi molto diversi per contesto, tipo di istituzione, profilo, intensità, contenuti, durata ecc. Ci sono sistemi fondati esclusivamente sul binomio famiglia-scuola, altri che prevedono più attori del processo. Alcuni progetti, come quelli coordinati dal Consiglio d'Europa, cercano di promuovere lo scambio fra questi diversi percorsi, curricolari ed extracurricolari, formali e informali, privati, pubblici e del terzo settore, anche attraverso il riconoscimento delle varie figure di educatore, formatore, leader ecc., ma per ora le diversità fra un Paese e l'altro restano numerose. Di certo, alla scuola spetta ovunque un ruolo di primo piano: in