

PUBBLICO, PROFESSIONI E LUOGHI DELLA CULTURA

Francesco De Biase

Cultura e partecipazione

Le professioni dell'audience



FrancoAngeli

Pubblico, professioni e luoghi della cultura

*Collana diretta da Francesco De Biase, Aldo Garbarini,
Loredana Perissinotto, Orlando Saggion*

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

Francesco De Biase

Cultura e partecipazione

Le professioni dell'audience

FrancoAngeli

Copyright © 2017 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.

Chi non guarda mai indietro verso i propri antenati non saprà guardare avanti verso i posteri.

Forgiare un contesto in grado di costruire il futuro richiede un tempo molto più lungo dello spazio di una vita ed esige collaborazione non solo tra i vivi, ma anche tra i vivi, i morti e chi deve ancora nascere.

Edmund Burke, 1790

Indice

| | | |
|--|------|----|
| 1. Arte, cultura e pubblico | pag. | 9 |
| 2. La centralità dello spettatore | » | 21 |
| 3. Le professioni culturali dell'audience | » | 39 |
| 3.1. Intermediari, creativi e attori culturali | » | 45 |
| 3.1.1. Gli intermediari culturali | » | 46 |
| 3.1.2. I creativi | » | 48 |
| 3.1.3. Gli attori culturali | » | 49 |
| 4. Le professioni dell'audience: sviluppi e sfide | » | 73 |
| 4.1. Scenari e sfide | » | 82 |
| 5. Quale partecipazione, quali professioni? | » | 93 |
| Ringraziamenti | » | 99 |

1. Arte, cultura e pubblico

Nel Novecento il dibattito sul ruolo dell'artista, dell'intellettuale e sui fini dell'arte e della cultura è stato ampio e articolato. Alcuni hanno visto l'arte come uno strumento per veicolare contenuti e testimoniare un impegno politico-sociale. Per altri l'arte è stata intesa esclusivamente come una "manifestazione" dello spirito e della creatività dell'individuo. In alcuni periodi sono stati messi in evidenza gli utilizzi strumentali dell'arte al fine di condizionare idee e comportamenti di fasce di popolazione.

Le analisi e le posizioni hanno riguardato diversi aspetti del ruolo e delle funzioni della cultura, come ad esempio gli effetti positivi nell'ambito educativo, del benessere, della prevenzione e dello sviluppo dei territori.

Tanti coloro che se ne sono occupati: Croce, Gramsci, Adorno, Bobbio, Bauman, Don Bosco, Don Milani, l'elenco sarebbe lunghissimo e composto da persone appartenenti a diversi ambiti. Non prenderò in esame le diverse concezioni e strategie, ciò che ritengo importante sottolineare è che queste analisi influiranno ampiamente sulla nascita e sullo sviluppo delle pratiche artistiche e delle professioni culturali. Analizzeremo, senza nessuna pretesa esaustiva e scientifica alcune esperienze e avvenimenti degli ultimi decenni, con lo scopo di comprendere il contesto in cui sono nate alcune forme di partecipazione e si sono sviluppate diverse figure professionali.

Fra la metà degli anni '60 e i primi anni '70 nascono nel nostro paese alcuni movimenti definiti *contro cultura o cultura alternativa* che si esprimevano in una serie di sfide alle forme dominanti di potere politico e sociale. Le sfide, cominciate nella seconda metà de-

gli anni '60, miravano a portare nella società nuovi modi di pensare, nuovi soggetti politici e nuove forme di gestione e partecipazione politica. Anche in ambito culturale vengono create e diffuse nuove forme e modalità alternative di fare arte e cultura. In ambito teatrale, dello spettacolo, della musica, delle arti visive si rompono gli argini consueti e si irrompe nella vita quotidiana: fabbriche, ospedali, carceri, scuole, piazze, città. Si parla di partecipazione, libera espressione, decentramento, creatività, sessualità, ecc.

Diversi fattori in quegli anni portano a un'espansione dei consumi culturali tra i quali la crescita dei redditi (sono gli anni del miracolo economico), l'aumento della scolarizzazione dovuta anche all'estensione a partire dal 1962 dell'obbligo scolastico sino ai 14 anni. Forgacs porta ad esempio quanto avvenne nell'editoria: "i dati Istat registrarono una crescita della spesa per libri da 48,5 miliardi di lire nel 1957 a 135 miliardi nel 1965, e alla crescita nello stesso periodo della proporzione di famiglie che leggevano libri che passò da 17,5 a 42,5"¹.

Alla fine degli anni '60 inizio anni '70, entrano in scena nuovi soggetti politici quali i movimenti femminili, studenteschi e operai e hanno inizio diverse battaglie riguardanti i diritti civili, il decentramento amministrativo, l'autogestione, la partecipazione dei cittadini. Sempre in quegli anni nascono e si diffondono le cosiddette radio libere fino a giungere "nel 1980 alla presenza sul territorio di più di 2000 stazioni radio e circa 400 stazioni televisive"². Si diffondono pratiche partecipative e usi interattivi di mezzi come la radio e successivamente la TV. I cittadini venivano chiamati a intervenire attraverso il telefono o con la presenza negli studi, modalità che poi sono divenute di ampio utilizzo sino a giungere agli eccessi e storture oggi molto evidenti.

In questi decenni i partiti svolgono un ruolo fondamentale nell'ambito dell'industria e delle attività culturali.

In modo particolare la Democrazia Cristiana, che negli anni del dopoguerra governava i diversi luoghi e organismi di potere com-

1. David Forgacs, *L'industrializzazione della cultura italiana (1800-2000)*, Il Mulino, novembre 2002.

2. David Forgacs, 2002, op. cit., p. 220.

presi gli ambiti culturali e dei mass media e il Partito Comunista. Quest'ultimo aveva scelto una linea di azione che, discostandosi dalle ortodossie marxiste, aveva deciso di agire all'interno di quelle che erano le "regole" delle società democratiche occidentali. In ambito culturale, nella direzione di costruire alternative e nuovi modelli, il PCI diede vita a giornali, biblioteche, centri popolari, circoli, che presenti sul territorio costituivano delle vere e proprie reti di informazione, formazione e influenza politico-culturale. Un altro modo fu l'avvicinare nella propria sfera di azione e influenza gli *intellettuali*, intendendo con ciò professionisti di vari ambiti: dalla scuola al giornalismo, dall'editoria al cinema, dall'arte alla medicina. Tutto avveniva all'insegna della critica ad alcuni valori "borghesi" quali il consumismo, l'individualismo, la massificazione. In ambito culturale furono conati e lanciati temi e idee che caratterizzarono anche il lavoro di molti artisti e operatori. Mi riferisco ad alcuni leitmotiv o parole d'ordine quali: "la cultura popolare", "la partecipazione", "la libera espressione", "il realismo", "l'impegno artistico". Sono, infatti, gli anni del recupero delle tradizioni popolari, del folklore, della memoria collettiva, delle vite e delle esperienze sociali e di gruppo. Sono gli anni del collettivo, del gruppo, della cultura di classe. Da una parte si rivendicava la valorizzazione della cultura popolare/contadina/operaia dall'altra si richiedeva l'accesso da parte di fasce di popolazione più ampie all'istruzione, all'informazione, alla cultura. Per far ciò si doveva portare direttamente la cultura alle masse, e come? Andando direttamente nelle strade, nelle piazze, nelle aule, nelle fabbriche con spettacoli, concerti, performance, laboratori, happening. Proprio in quegli anni nacquero e/o furono rivisitate forme d'arte e di progettazione culturale (animazione, teatro di strada, decentramento, teatro per l'infanzia) create appositamente per rispondere a queste finalità. Non solo, gli stessi operai, studenti, scolari, cittadini in genere, dovevano divenire a loro volta "attori" ed esprimere attraverso gli strumenti culturali le loro realtà e bisogni.

Nel 1975 l'amministrazione di alcune importanti città passò alle forze di sinistra. Fu proprio di quegli anni la nascita degli assessorati alla cultura e di alcune tipiche "hit" della programmazione culturale. Mi riferisco, ad esempio, ai Puntigli Verdi torinesi e alle Estati Roma-

ne³. Centri cittadini, castelli, parchi venivano attrezzati per ospitare performance, spettacoli teatrali, proiezioni cinematografiche, rassegne di danza, rivolti alla generalità della popolazione cittadina. Bisogna ricordare che i Punti Verdi e le Estati romane nascono tra il 1976-1977, gli anni del terrorismo, delle brigate rosse, dell'assassinio di Aldo Moro (1978), i cosiddetti anni di piombo. In molte nostre città vi era un clima cupo, incerto e la cultura veniva chiamata a contrastare la pesantezza del clima sociale e a creare occasioni di incontro e socialità tra i cittadini. Già allora alcuni settori della destra e della sinistra italiana tacciarono tali esperienze di essere "effimere", di sprecare risorse, di proporre programmazioni leggere, ecc.

È da evidenziare come tali iniziative portarono sia alla conoscenza di nuovi spazi (terme, castelli, parchi, cortili, anfiteatri) che potevano così essere conosciuti e frequentati dalla popolazione, sia a una diversa fruizione delle città da parte di tutte le fasce sociali. Queste esperienze furono antesignane di quelle iniziative che porteranno negli anni successivi alla diffusione di fenomeni di riappropriazione degli spazi pubblici come ad esempio le notti bianche. Tali eventi funzioneranno anche come volano ulteriore per il turismo, per la conoscenza del nostro patrimonio storico, per un uso diverso della città, per una riflessione sugli spazi pubblici e il loro utilizzo, insieme alla divulgazione e diffusione delle attività culturali in più ampi strati di popolazione.

Sono anni di cambiamenti: nel 1977 emerge lo stile punk nella musica e nella moda e la disco music; nel 1980 Philips e Sony creano il compact disk, poi Sony immette sul mercato il walkman. Nel febbraio 1977 la Rai dà inizio alle trasmissioni a colori. Nel 1979 nasce Rai 3.

La diffusione massiccia della televisione, la presenza di altri media e mass media nelle case e nella società italiana, le reti private, la crisi della politica agli inizi degli anni '80 cambiano completamente le modalità e i consumi culturali. Si presentano sulla scena i privati.

Gli anni '80, dice Sorice: "segnano la nascita del mercato radio-televisivo; questo momento, frantumando l'offerta, pone il telespetta-

3. Entrambe le iniziative nacquero nella seconda metà degli anni '70 a Torino e Roma. Nel periodo estivo venivano programmati in parchi, castelli, piazze, festival di teatro, musica, cinema, danza, ecc.

tore e l'ascoltatore in una posizione da protagonista: per la prima volta egli può scegliere in una gamma di trasmissioni, reti, canali che non sono più monopolio di un'unica emittente"⁴. Nel 1980 nasce Canale 5, successivamente Italia 1, Rete quattro.

Nel 1986 viene lanciato il progetto denominato "Giacimenti Culturali", voluto dall'allora ministro del Lavoro Gianni De Michelis, al cui interno sono programmati interventi di catalogazione dei beni culturali e non solo.

Sempre secondo Michele Sorice "negli anni '80 il pubblico diventa il metro su cui la produzione si regola: la quantità di spettatori decreta il successo di prodotti e generi che, a sua volta, produce l'idea di pubblico, alla quale la produzione si adegua. Si tratta di un processo circolare"⁵. Si diffondono in quegli anni i sondaggi, nasce nel 1986 l'Auditel, una società che compie indagini e ricerche sulle preferenze del pubblico. La pubblicità televisiva cresce enormemente.

Anche i giornali in quegli anni creano le loro strategie di marketing, cominciano a venire allegati ai quotidiani e alle riviste gadget come libri e videocassette, vengono lanciati concorsi, giochi a premi, ecc.

Fausto Colombo individua due "costanti" o "atteggiamenti" ricorrenti e stabili nell'operato dell'industria culturale italiana.

La prima, definita pedagogizzante, "consistente in uso strumentale dei media da parte di élites o di istituzioni"⁶. I media vengono utilizzati come "aule scolastiche" in cui vengono veicolati principi, valori, contenuti propri delle classi dominanti.

La seconda strategia, quella dell'intrattenimento, è connessa maggiormente a esperienze spettacolari, melodrammatiche, cinematografiche e sviluppa tutte le forme di aggregazione e intrattenimento popolare. La strategia dell'intrattenimento tende meno a realizzare iniziative e programmi informativi e culturali, ed è più attenta ai gusti e consumi del pubblico.

Gli anni '80 sono anche gli anni dell'inizio del processo di globalizzazione, che modificherà gusti e preferenze insieme alle modalità di produzione, fruizione, distribuzione dei prodotti culturali.

4. Michele Sorice, *L'industria culturale in Italia*, Editori Riuniti, settembre 1998, p. 99.

5. Michele Sorice, 1998, op. cit., p. 106.

6. Fausto Colombo, *La cultura sottile, media e industria culturale in Italia dall'ottocento agli anni novanta*, Bompiani, 1998, p. 16.

Le innovazioni in ambito tecnologico contribuiscono a produrre importanti trasformazioni. Nel 1982 viene immesso sul mercato il Commodore 64, nel 1983 esce Nintendo Entertainment System che rivoluziona l'industria dei videogiochi. Ha grande successo al cinema il genere fantascienza con l'ausilio degli effetti speciali: Blade runner, Guerre stellari, E.T., Ritorno al futuro, ma anche il genere fantastico-avventura come Batman, Ghostbusters, Gremlins, La storia infinita, Nel fantastico mondo di Oz, Chi ha incastrato Roger Rabbit.

Nel 1981 negli USA viene lanciata la rete MTV e inizia la produzione e la diffusione di videoclip. VHS e musicassette audio hanno enorme mercato e nelle case compaiono i primi computer: Commodore 64, Amiga, Atari, Spectrum.

Gli anni '90 vengono definiti gli anni della cultura postmoderna. Il panorama televisivo è molto variegato: Rai uno, Rai due, Rai tre, Canale 5, Italia 1, Rete quattro, Telepiù 1, Telepiù 2, Telepiù 3, Telemontecarlo, Videomusic. Nascono sempre più programmi a target differenziati: bambini, donne, giovani, ecc. Si sviluppa un'ampia "contaminazione di generi".

La prima metà degli anni '90 segna l'inizio di Tangentopoli che sconvolge il nostro sistema politico. Nel 1993 siamo in piena crisi economica e per la prima volta nel secondo dopoguerra la maggior parte dei consumi delle famiglie italiane flette verso il negativo.

Secondo alcuni dati ISTAT il 52% degli italiani dichiara nel 1994 di non essere andata in vacanza, mentre il settore che cresce è quello della spesa per la comunicazione; infatti la spesa per i telefonini viene incrementata del 49,6%⁷.

Anche il computer si diffonde ampiamente "si sviluppa, infatti, un mercato di software per l'uso di massa: arrivano giochi raffinati e graficamente ineccepibili; programmi educational, cioè dedicati all'incremento di conoscenze e competenze dei più piccoli; enciclopedie ipertestuali e multimediali, programmi che propongono forme di incontro fra le diverse industrie della cultura (cinema, televisione, musica)"⁸. Si sviluppa e ha successo la cultura cyber che aveva iniziato a radicarsi in Italia negli anni '80.

7. Michele Sorice, 1998, op. cit., p. 119.

8. Michele Sorice, 1998, op. cit., p. 120.

In seguito alla crisi industriale, molte città tentano di riconvertire il loro tessuto economico-sociale. In molte aree ciò avviene attraverso:

- la costruzione e/o la ristrutturazione di immobili come ex fabbriche, officine, capannoni trasformati in centri culturali, biblioteche, parchi multimediali, teatri, multisale cinematografiche, centri servizi, parchi tecnologici;
- la realizzazione di piani di ammodernamento e abbellimento di intere aree;
- il restauro di monumenti, siti e palazzi storici, l'incremento degli spazi per il tempo libero e l'aggregazione;
- l'ampliamento della partecipazione dei cittadini alla vita socio-culturale attraverso iniziative che possano ridurre alcuni fattori economici e sociali ostacolanti: vengono realizzati abbonamenti, facilitazioni, carte dei servizi e nuove esperienze di partecipazione e fruizione culturale;
- il miglioramento della qualità e dell'efficacia dei servizi sia attraverso la loro esternalizzazione (fondazioni, consorzi, istituzioni, società) sia con l'introduzione di pratiche di management e marketing;
- l'incremento della presenza turistica nei diversi territori: si mettono in atto attività in grado di migliorare "l'immagine" e la "visibilità" nazionale e internazionale di città e di intere aree e di territori del Paese attraverso la promozione delle risorse ambientali, gastronomiche e culturali e l'organizzazione di importanti eventi artistici, sportivi, politici e sociali;
- il sostegno e la valorizzazione delle risorse dei territori con la creazione di piattaforme di azione integrata e coordinata tra diversi settori: turismo, beni culturali, spettacolo, gastronomia, tradizioni locali e con il recupero e la conservazione delle culture e delle tradizioni locali;
- il sostegno alla crescita e al radicamento di formazione artistiche;
- l'incremento di eventi e manifestazioni culturali (festival, rassegne, fiere, saloni, sagre, ecc.);
- la cooperazione e il coordinamento degli interventi pubblico-privato.

Molte di queste azioni contribuirono sia al rilancio di molte delle nostre città, sia alla creazione di un ricco tessuto occupazionale, migliorando la qualità di vita dei cittadini.

Si arriva agli anni 2000 e sono molti gli avvenimenti e i fattori che trasformeranno profondamente l'assetto socio-economico di tutto il mondo.

Nel 2001 con la tragedia delle torri gemelle prende avvio in modo drammatico la questione del terrorismo, aperta ancora ai giorni nostri.

Nel 2002 per quanto riguarda l'Europa viene introdotto l'euro come moneta unica per molti paesi e seguiranno misure per favorire la circolazione delle persone e delle merci.

Nel 2004 nasce Facebook e un anno dopo compare YouTube, qualche anno dopo esce il primo iPhone. Le innovazioni si succedono a ritmo incalzante, tecnologie e media si evolvono incessantemente (DVD, navigatori satellitari, Mp3, ecc.) da un lato modificano completamente le modalità di consumo e fruizione culturale dall'altra introducono e/o trasformano le modalità di relazione tra le persone, provocando reazioni e prese di posizione spesso nuovamente contrapposte tra "apocalittici" e "integrati".

Un altro elemento di svolta è lo scoppio della crisi finanziaria mondiale tra il 2007 e il 2008, che anche nel nostro paese ha delle conseguenze pesanti quali: la crisi del tessuto produttivo, l'aumento della disoccupazione, la contrazione dei consumi.

Si parla di crisi di modelli di sviluppo, di cambio di politiche, di crescita e decrescita.

Per la prima volta dopo molti decenni alcuni settori artistico culturali perdono significative percentuali di pubblico e si assiste a riduzioni significative delle risorse finanziarie pubbliche e private per il comparto.

In quegli anni, nel mio testo *L'arte dello spettatore*⁹ richiamavo l'attenzione degli operatori culturali e dei politici sulla questione della fruizione e della partecipazione in ambito culturale attraverso un confronto a più voci con esperti italiani. Attraverso i contributi di psicologi, artisti, politici, economisti, giornalisti, artisti, abbiamo analizzato le dinamiche della fruizione culturale convinti che solo attraverso una riflessione multidisciplinare e intersettoriale sarebbe sta-

9. Francesco De Biase, a cura di, *L'arte dello spettatore, il pubblico della cultura tra bisogni, consumi e tendenze*, FrancoAngeli, 2008.

to possibile sondare e tentare di individuare le dinamiche fruibili nel nostro paese.

La crisi e altri fattori di natura politica e sociale portavano a riflettere più approfonditamente su questi temi cosicché anche nel nostro paese il tema della “centralità del pubblico” compare nel dibattito e nelle agende di istituzioni e soggetti pubblici e privati. La carta dei diritti di Matera, il nuovo Fondo Unico per lo Spettacolo, i programmi di Europa Creativa, il manifesto della cultura accessibile a tutti, i bandi di alcune fondazioni bancarie e molte altre esperienze condotte da compagnie, collettivi e singoli artisti sono solo alcuni degli esempi.

Si dibatte anche attraverso articoli, testi e manifesti presentati da artisti, organizzatori culturali, forze sociali. Tra questi: *Basta soldi pubblici al teatro meglio puntare su scuola e tv* di Alessandro Baricco, pubblicato da *La Repubblica* nel febbraio 2009¹⁰; – *Cultura in crisi... crisi culturali* dell’associazione Pubblico, Professioni e Luoghi della cultura del 2009¹¹; – *Niente cultura, niente sviluppo* de *Il Sole 24 Ore*, del 19 febbraio 2012¹²; – *Cultura. Punto e a capo*, settembre 2012¹³.

Baricco pone delle questioni che provocano un acceso dibattito su temi quali: i risultati delle politiche culturali degli ultimi decenni, il rapporto tra pubblico e privato, il ruolo dei mercati, la questione dell’accesso e della formazione, la destinazione delle risorse disponibili. Proprio la necessità di una “seconda alfabetizzazione del paese che metta in grado tutti di leggere e scrivere il contemporaneo”¹⁴ viene indicata come la funzione principale dello Stato con la conseguente destinazione delle risorse disponibili.

10. Alessandro Baricco, “Basta soldi pubblici al teatro meglio puntare su scuola e tv”, *la Repubblica*, 24 febbraio 2009.

11. Sara Bonini Baraldi, Paolo Chicco, Francesco De Biase, Aldo Garbarini, Alma Gentinetta, Loredana Perissinotto, Orlando Saggion, *Cultura in crisi... crisi culturali*, in Sara Bonini Baraldi, *Spunti per una rivoluzione, nuove voci dal mondo della cultura*, FrancoAngeli, 2009.

12. *Il Sole 24 Ore*, *Niente cultura, niente sviluppo*, 19 febbraio 2012.

13. Marco Biscione, Francesco Paolo Campione, Paolo Cerruti, Francesco De Biase, Luigi Di Corato, Sonia Farsetti, Aldo Garbarini, Andrea Scuderi, Antonio Scuderi, Ivan Snehota, Michele Trimarchi, Loredana Perissinotto, Alessandro Usai, *Cultura. Punto e a capo*, FrancoAngeli, 2012.

14. Alessandro Baricco, 2009, op. cit.

Cultura in crisi... crisi culturali è un manifesto che prende spunto sempre dalla crisi finanziaria del 2008. La prima riflessione riguarda proprio la natura della crisi stessa: si tratta di un fenomeno strutturale, valoriale, di prospettiva? Una crisi che sembra riguardare tutto e tutti, con differenti sfumature e aree. Si viene messi in guardia nei confronti di un grande rischio che la crisi potrà produrre: la nascita di una contrapposizione tra settori della vita pubblica per la destinazione delle risorse che scarseggiano: sanità contro cultura, scuola contro assistenza. Altri punti di riflessione riguardano l'insufficiente valutazione dei programmi e dei progetti culturali, la necessità di una stretta collaborazione tra il sistema educativo del paese e la cultura e l'importanza del sostegno dell'accesso alla cultura.

In *Niente cultura, niente sviluppo* la cultura viene proposta come terreno d'incontro tra educazione, ricerca, formazione, conoscenza. Anche per il manifesto de *Il Sole 24 Ore* vi è la constatazione di una crisi strutturale che potrà risolversi solo ponendo la cultura come uno degli assi centrali dello sviluppo del paese attraverso la cooperazione tra pubblico e privato, investendo nell'educazione, nel raccordo tra diversi settori e dipartimenti.

Cultura. Punto a capo, un testo molto puntuale nell'individuazione dei temi, delle procedure e degli strumenti necessari per apportare modifiche al settore. Il programma è stato elaborato da esperti del settore che a diverso titolo operano nell'ambito della progettazione e gestione di iniziative culturali. Viene riproposta la tesi della cultura come asset centrale delle politiche pubbliche attraverso: la riorganizzazione del comparto, l'emanazione di più adeguate legislazioni, gli interventi fiscali, la misurazione della qualità e delle performance.

Sempre in questi anni compaiono molte altre importanti analisi e riflessioni, alcune concentrate maggiormente sulla situazione dei nostri beni culturali¹⁵, altre riferite alla situazione generale della cul-

15. Vedi: Salvatore Settis, *Paesaggio, Costituzione e Cemento. La battaglia per l'ambiente contro il degrado civile*, Einaudi, 2010; Alice Leone, Paolo Maddalena, Tomaso Montanari, Salvatore Settis, *Costituzione Incompiuta. Arte, paesaggio, ambiente*, Einaudi, 2013; Simone Verde, *Cultura senza Capitale. Storia e tradimento di un'idea italiana*, Marsilio, 2014; Massimiliano Panarari, *L'egemonia sottoculturale. L'Italia da Gramsci al Gossip*, Einaudi, 2010; Mario Vargas Llosa, *La civiltà dello spettacolo*, Einaudi, 2013; Frédéric Martel, *Mainstream. Come si costruisce un successo planetario e si vince la guerra mondiale dei media*, Feltrinelli, 2010; Tommaso Montanari, *Le pietre e il popolo*.

tura. Alcuni testi, in modo particolare, esaminano le situazioni e le modalità della fruizione e dell'accesso alla cultura in Italia. La collana *Pubblico, Professioni e Luoghi della Cultura*, nata nel 2005 e co-diretta insieme a me da Aldo Garbarini, Loredana Perissinotto e Orlando Saggion vuole proprio dedicare un'attenzione particolare a questi temi e già nel titolo indica il suo programma: analizzare gli intrecci tra professioni, luoghi e pubblici, considerando questi gli elementi essenziali per la progettazione di eventi e iniziative nel settore¹⁶.

Restituire ai cittadini l'arte e la storia delle città italiane, Minimum fax, 2013; Tommaso Montanari, *Istruzioni per l'uso del futuro. Il patrimonio culturale e la democrazia che verrà*, Minimum fax, 2014; Salvatore Settis, *Se Venezia muore*, Einaudi, 2014; Gustavo Zagrebelsky, *Fondata sulla cultura. Arte, scienza e Costituzione*, Einaudi, 2014.

16. Alcuni dei testi pubblicati in collana sono: per la **cultura**: *Un marketing per la cultura* (Severino 2005), *I mestieri del patrimonio* (Cabasino 2005) e, *Pianificazione e controllo delle organizzazioni culturali* (Paoli 2006), *Comunicare la cultura* (Severino 2007), *Management, beni culturali e pubblica amministrazione* (Bonini Baraldi 2007), *Nuove organizzazioni culturali* (Argano, Dalla Sega 2009), *L'occupazione culturale in Italia* (Bodo, Cabasino, Pintaldi, Spada 2009), *Cultural social responsibility* (Azzarita, De Bartolo, Monti, Trimarchi 2010); *Osservare la cultura* (Taormina 2011), *Economia e marketing per la cultura* (Severino 2011), *Il nuovo decreto per le performing arts* (Malaguti, Gentilucci 2015), *Cultural accountability* (Monti 2015), *Oltre la sindrome di Wilcoyote* (Dal Pozzolo, Garbarini 2016).

Museo e all'Arte contemporanea: *Musei, non musei, territorio* (Acerbi, Martein 2006), *This is contemporary* (Polveroni 2007), *I pubblici dei musei* (Bollo 2008), *Il museo: organizzazione, gestione, marketing* (Baldassarre 2009), *Patrimoni in migrazione* (Pecci 2009), *L'economia dell'arte contemporanea* (Zorloni 2011), *Il museo va in scena* (De Fazio 2012), *Arte contemporanea e sviluppo urbano* (Crivello, Salone 2013). E ancora sulla **cultura come volano di sviluppo locale**: *Il territorio soggetto culturale* (Provincia di Roma 2006), *Nuovi territori* (Martelloni 2007), *Turismo culturale* (Crocchi 2009), *Sud innovation* (Consiglio-Riitano 2015).

Vi sono **testi più propriamente tecnici** (strumenti giuridici, amministrativi, fiscali), come quelli di Scoz: *Lavorare nella cultura e nello spettacolo* (2008), *Organizziamo un evento artistico in dieci mosse* (2009), *Il lavoro dell'artista straniero in Italia* (2011).

Altri che affrontano l'**organizzazione e gestione**, senza perdere di vista il contesto storico: *La gestione pubblica dello spettacolo* (Innovaspettacolo 2007), *Pratica ed etica del management teatrale* (Acquarone 2009), *Ri-organizzare teatro* (Gallina 2013), *La formazione al management culturale* (Taormina 2016).

Ve ne sono di specifici: *Dietro le quinte dello spettacolo* (Mariani 2008) sul teatro musicale, *Istituzioni di diritto e legislazione dello spettacolo* (Di Lascio, Ortolani 2010) con un profilo storico dal 1860 al 2010, *Intorno al palcoscenico* (Ferrari 2012) sulla figura del manager teatrale, *Le buone pratiche del teatro* (Gallina, Ponte di Pino 2013) su dieci anni di progetti ed esperienze del teatro professionale italiano, *Il nuovo decreto per le performing arts* (Malaguti, Gentilucci 2015) sul nuovo decreto ministeriale che andrà a normare il comparto spettacolo dal vivo. **I pubblici**: *Il pubblico del teatro sociale* (Conte 2012), *L'arte dello spettatore* (De Biase 2008), *I pubblici della cultura* (De Biase 2014).