

POLITICHE CULTURALI PER IL PUBBLICO

ARTE ED ECONOMIA

BOOK

di Nicola Maggi



L'arte dello spettatore
 Il pubblico della cultura tra bisogni, consumi e tendenze
 di Francesco De Biase
 Franco Angeli

Quali rapporti intercorrono tra cultura e pubblico? E quali tra pubblico e cultura? È con l'obiettivo di dare una risposta a queste due domande - in apparenza semplici - che nasce il volume "Il pubblico della cultura tra bisogni, consumi e tendenze" curato da Francesco De Biase. Attraverso una serie di saggi a firma di professionisti che operano nel campo dell'economia, della politica, della pianificazione urbana, dell'arte e dell'informazione, il libro, da poco uscito della **Franco Angeli** Edizioni, offre al lettore una panoramica sui cambiamenti che in questi anni sono intervenuti, nel nostro paese, sul fronte del "consumo" culturale e su come l'Italia si occupi di cultura e si relazioni con essa.

Un dialogo a più voci che non solo ci mostra lo stato dell'arte ma cerca anche di proporre strade alternative per migliorare il rapporto tra domanda e offerta. Ciò che emerge è, da un lato, l'identikit del pubblico contemporaneo della cultura, spesso reso confuso e poco leggibile dai dati "ufficiali" che, come spiega De Biase nella sua introduzione, fanno parlare di conversione degli italiani alla cultura ma che, se analizzati con quelli di altri consumi, non rendono una fotografia attendibile di quando sta accadendo. Dall'altro, vengono sottolineate le responsabilità, i compiti e le funzioni che hanno - o dovrebbero avere - gli operatori culturali perché questa "conversione" non si riduca unicamente ad un rituale sociale massificato senza ritorni di tipo conoscitivo, emotivo ed esperienziale sull'individuo. Una moda, in altre parole.

Trentatré saggi, ricchi di spunti per un paese come il nostro dove in cultura si investe poco e, quando si investe, non sempre lo si fa nel modo giusto. Ma, in particolare, lo si fa tenendo in scarsa considerazione quello che, invece, dovrebbe essere l'attore principale attorno al quale costruire l'offerta culturale: il pubblico appunto. Un saggio, quello curato da De Biase, che assume peraltro un interesse ancor più alto in un momento come quello che stiamo vivendo e in cui, a dispetto della crisi economica in atto, si registra in Italia una crescita costante in questo particolare ambito che dovrebbe e potrebbe essere una risorsa economica preziosa per il futuro del nostro paese.

K. Lisbonne/B. Zürcher

Arte contemporanea: costo o investimento?
 Johan&Levi editore

Al di là di una prospettiva decisamente franco-centrica, che tradisce la promessa del sottotitolo dell'edizione italiana (Una prospettiva europea, ndr), il volume curato da Karine Lisbonne e Bernard Zürcher offre al lettore un'interessante panoramica di case history che dimostra come il rapporto tra impresa e arte contemporanea possa essere un ottimo viatico, in tempo di crisi, per mantenere viva la capacità dei paesi sviluppati di investire in settori innovativi. "Quando la scelta dell'arte contemporanea si rivela un elemento catalizzatore - sostengono, infatti, i due autori nelle loro conclusioni -, l'impresa e la sua fondazione agiscono come un laboratorio di innovazione". Quell'innovazione che tanto farebbe bene al Sistema Italia e che ci porta a salutare con favore l'iniziativa dell'editore Johan&Levi di aprire la sua nuova collana dedicata ad Arte ed Economia proprio con questo libro, uscito in Francia nel 2007, ossia in un momento che, alla luce della crisi odierna, appare lontano anni luce. Ma che rimane, nonostante ciò, di grande attualità proprio per il suo affrontare un tema tanto particolare quanto interessante come il rapporto tra arte contemporanea ed impresa. Nelle sue 200 pagine, il saggio di Lisbonne e Zürcher offre al lettore attento una serie di best practice, innanzitutto francesi ma anche europee, che possono essere di stimolo per l'imprenditoria italiana che vi può trovare - citando Sacco - "un percorso innovativo e potenzialmente molto più attraente e carico di connotazioni pragmatiche di quanto poteva esserlo nei momenti in cui tutto andava bene operando secondo le logiche del business as usual". E non mancano alcune "sorprese" tutte italiane che, pur di nicchia, ci fanno sperare in un futuro più roseo all'insegna dell'impresa arty. L'arte contemporanea, d'altronde, è - come scrive ancora Sacco - "una palestra di pre-innovazione". L'humus ideale, insomma, da cui far germogliare quelle idee che, alla resa dei conti, risulteranno fondamentali per superare la crisi economico-finanziaria in atto.

