



Università  
Ca' Foscari  
Venezia

Corso di Laurea magistrale (*ordinamento ex  
D.M. 270/2004*)  
in Economia e Gestione delle Arti e delle  
Attività Culturali

Tesi di Laurea

—  
Ca' Foscari  
Dorsoduro 3246  
30123 Venezia

# **New Generation festival**

## **analisi di un'offerta culturale**

**Relatore**

Ch. Prof. Daniele Goldoni

**Corelatore**

Ch. Prof. Pieremilio Ferrarese

**Laureando**

Elli Gemmo

Matricola 839651

**Anno Accademico**

**2012 / 2013**



*Giovanotto, se questi miei scritti  
dovessero cadere nelle tue mani,  
ricorda che i cambiamenti migliori  
e più solidi sono quelli che  
provengono dal miglioramento dei costumi,  
senza nessuno sconvolgimento violento.*

*Aleksàndr Sergéevič Puškin*



# Indice

<b>Introduzione</b> .....	1
<b>1. New Generation festival</b> .....	6
1.1 Il comune di Lonigo.....	6
1.2 MV Eventi.....	7
1.3 Palazzo Pisani.....	7
1.4 L'accordo per l'utilizzo del palazzo.....	8
1.5 Il festival.....	12
1.6 Prima edizione.....	15
1.7 Seconda edizione.....	16
1.8 Edizione 2013.....	16
<b>2. Il project management del festival: un'analisi</b> .....	20
2.1 Il budget.....	20
2.2 Il budget di progetto.....	21
2.3 Un modello alternativo di valutazione economica: i ricavi da incassi.....	31
2.4 I caratteri della sponsorizzazione.....	36
2.4.1 Gli sponsor principali.....	40

<b>3. Analisi dell'offerta culturale</b> .....	43
3.1 Varie facce di una medaglia: un tentativo di "esperienza" culturale .....	43
3.2 I dati raccolti.....	51
3.2.1 Indagine qualitativa.....	55
3.2.2 La voce di chi non ha partecipato.....	68
3.2.3 Riflessioni.....	75
3.2.4 La cittadinanza straniera.....	85
3.3 Parlare di cultura nel contemporaneo.....	86
3.4 Cultura e stili di vita: a proposito de "La Distinzione".....	90
3.5 La festa dei popoli, un confronto.....	97
3.6 Essenze culturali contro esperienze culturali.....	98
3.7 Amicizia e improvvisazione.....	105
<b>Conclusioni</b> .....	110
<b>Allegati</b> .....	113
Questionario per interviste.....	113
<b>Bibliografia</b> .....	115
<b>Sitografia</b> .....	121

# Indice delle tabelle

## Capitolo 2:

Tabella 1: Costi esterni e interni.....	25
Tabella 2: Sponsorizzazione.....	26
Tabella 3: Organizzazione generale.....	27
Tabella 4: Costi diretti.....	28
Tabella 5: Margini.....	29
Tabella 6: Confronto dei margini.....	30
Tabella 7: Budget di valutazione alternativa.....	32
Tabella 8: Previsione degli incassi.....	33
Tabella 9: Margini di valutazione alternativa.....	33

## Capitolo 3:

Tabella 10: Analisi delle tipologie di partecipazione culturale....	83
---	----

# Indice delle immagini e dei grafici

## Capitolo 1:

Immagine 1: Frequentazione del blog.....18

## Capitolo 2:

Immagine 2: Il budget.....21

## Capitolo 3:

Grafico 1: Popolazione di Lonigo (2011).....52

Grafico 2: Partecipazione cittadini stranieri.....85

Immagine 3: Il diamante culturale.....87





# INTRODUZIONE

Nel presente lavoro si analizza principalmente l'impatto culturale e sociale di un festival di arte contemporanea, musica e teatro, il "New Generation" festival, che si tiene da due anni nella città di Lonigo, situata nella regione del Veneto in provincia di Vicenza. L'obiettivo principale di questa ricerca è analizzare l'offerta culturale di questo evento, e per farlo si sono adottati diversi punti di vista: economico, estetico e in parte sociologico; inoltre si tenta di analizzare e comprendere se questa offerta culturale ha avuto qualche responso positivo sui cittadini e su chi vi ha partecipato.

Si è scelto di prendere in analisi questo festival per diversi motivi, tra i quali spiccano le caratteristiche peculiari che lo classificano come un caso particolare:

- l'offerta culturale atipica per una città provinciale di medio piccole dimensioni, offerta che riguarda l'arte contemporanea;
- la volontà di coinvolgere la cittadinanza locale, anche dal punto di vista didattico, per esempio con laboratori e visite guidate;
- la completa gratuità delle iniziative all'interno del festival;

il "New Generation" festival coinvolge giovani artisti del circondario e non, dando la possibilità anche a coloro che godono di poca visibilità

e/o hanno poche possibilità, di vedere esposte le proprie opere. Inizialmente viene descritto il festival sia dal punto di vista organizzativo che del rapporto con il territorio e il comune ospitante, ottenendo una descrizione analitica del caso. Successivamente si è ritenuto importante riportare un'analisi dal punto di vista della sostenibilità economica del progetto stesso, che si configura come un caso particolare data la sua gratuità: si è analizzato dunque il budget del progetto, evidenziandone l'importanza nella programmazione stessa, analizzandone le varie componenti specifiche e l'autonomia finanziaria derivante dalla scelta di affidarsi alla forma di contratto della sponsorizzazione, ovvero al finanziamento dei privati, per ottenere il pareggio di bilancio. Oltre a evidenziare l'importanza della sponsorizzazione e le caratteristiche particolari del caso si è poi posto in analisi un modello di valutazione alternativa per osservare come l'azienda può, attraverso l'introduzione di un incasso derivante da un biglietto d'ingresso di 3 €, raggiungere il pareggio di bilancio diminuendo in questo modo la propria dipendenza dal finanziamento di terzi, ed introducendo un break even point per determinare in numero di biglietti che consentano a livello di budget di ottenere il pareggio di bilancio. In questo modo nell'analisi proposta si valutano delle alternative a livello di project management del progetto.

L'analisi dell'offerta culturale del progetto viene condotta attraverso un metodo di ricerca consistente in una serie di interviste rivolte alla popolazione della città di Lonigo, sulla base di dati statistici raccolti nell'anno 2011. Le interviste sono state condotte basandosi sui dati sulla conformazione della popolazione, tra i quali spicca un dato importante riguardante la componente di cittadini stranieri; e utilizzando un pluralismo metodologico che consente di effettuare analisi sul campo sia a livello qualitativo che quantitativo, attraverso

delle interviste semi-strutturate. Impostando dei parametri di ricerca e di supporto metodologico si cerca di dare una visione del festival dal punto di vista della sua ricezione estetica.

L'obiettivo è quello di comprendere per prima cosa l'impatto qualitativo del festival sulla popolazione interrogata. Le interviste hanno prodotto una serie di dati che identificano come il festival si è posto nei confronti di chi ha partecipato e non, e in particolare si è riscontrato: l'apprezzamento della nuova offerta culturale, la consapevolezza che senza questa iniziativa eventi culturali come quello in analisi non esisterebbero nel contesto preso in esame, la visione del festival come un evento che permette di socializzare. Sulla base dei dati raccolti si sono avviate una serie di riflessioni che hanno portato a considerare il festival in analisi come un elemento che potenzialmente è in grado di migliorare il benessere percepito dalle persone; questi ragionamenti sono stati avviati con il supporto delle teorie di Amartya Sen e Martha Nussbaum che nei loro studi parlano di come non sia solo il reddito degli individui a influenzarne il benessere ma anche le opportunità a livello di accrescimento culturale e conoscitivo come anche le opportunità relazionali a creare un presupposto alla felicità e al miglioramento della percezione delle proprie condizioni. Inoltre è stato introdotto il concetto di bene relazionale laddove il festival si pone come un possibile ente in grado di produrre questo tipo di beni come sono stati teorizzati da Pierpaolo Donati.

In seguito è stato analizzato il dato derivante dalle interviste condotte sulla cittadinanza straniera che hanno rilevato la scarsa partecipazione di questi all'evento. Le riflessioni avviate alla luce di questo dato hanno come punto di riferimento le teorie enunciate dallo studioso Giuseppe Patella che nei suoi scritti evidenzia come sia

importante per gli studi di estetica contemporanea analizzare anche il rapporto con il multiculturalismo e più in generale con i cultural studies, in particolare le necessità del contemporaneo:

“Impongono di ripensare l'estetica in una dimensione che esuli dall'affermazione di una sua presunta purezza e autosufficienza e che riscopra invece necessariamente la sua costitutiva impurità, la sua radicale compromissione con le dimensioni spurie della corporeità, degli stili di vita, con l'ambito dei valori economici e sociali, con i poteri simbolici, con gli artefatti dell'industria culturale, con la sempre più mutevole e variegata sfera del sentire, nonché il suo forte legame con le forme della cultura e con la società<sup>1</sup>”.

proseguendo l'analisi con il supporto teorico di questo background metodologico, si è riflettuto sul dato rilevato dalle interviste proponendo una sua lettura in chiave di preferenze di gusto e dunque come motivazione di un tentativo di distinzione, ragionando sul termine cultura e mettendo l'esempio del “New Generation” festival in confronto con un'altra iniziativa culturale del luogo, evidenziandone differenze e analizzandone i contenuti in maniera critica, facendo riferimento soprattutto alle teorie di Edward Said sull'orientalismo. Si propone dunque un ragionamento sulle esperienze culturali contro le essenze culturali. In conclusione si propongono degli spunti di riflessione con l'obiettivo di evidenziare i punti di forza e di debolezza del festival e indicarne alcune proposte di miglioramento.

---

1 PATELLA G., *“Estetica culturale: oltre il multiculturalismo”* Meltemi editore, Roma 2005 pp. 58-59.



# **CAPITOLO 1**

## **NEW GENERATION FESTIVAL**

### 1.1 Il comune di Lonigo

Il comune di Lonigo è situato nella provincia di Vicenza, regione del Veneto. Conta 16.322 abitanti<sup>2</sup> con una superficie di 4,39 km<sup>2</sup>. La città è situata al confine tra la provincia di Verona e quella di Vicenza ed è attraversata dal fiume Guà.

Non si conoscono con precisione le origini del toponimo che dà nome alla città ma secondo alcuni storici il termine deriverebbe da Leonicus o Leonigus, nome che deriva da quello di una famiglia romana.

Importanti ai fini del nostro studio le indicazioni contenute nello statuto del Comune, in particolare all'art. 2 i punti f e g, che qui riporto:

f) la conservazione e la diffusione del patrimonio culturale della comunità(...)

g) la salvaguardia e il recupero architettonico nel centro storico(...)<sup>3</sup>

---

2 Popolazione residente a ottobre 2011 in AA.VV. "Lonigo guida turistica" Collana leonicena Contro Riccardo & C. Edizioni e grafica snc Lonigo (VI) 2011 p. 2.

3 Statuto del Comune di Lonigo al sito <http://www.comune.lonigo.vi.it/index.php/statuto-del-comune-2>.

Responsabile del settore cultura del comune è l'assessore alla cultura che fa capo all'ufficio cultura.

## 1.2 MV eventi

MV eventi è un'azienda individuale di organizzazione di eventi culturali con sede a Grancona (VI). Nasce nel 2001 dalla passione per l'arte contemporanea e per l'organizzazione di eventi.

Opera non solo nella città di Lonigo ma anche in diverse altre regioni. L'azienda organizza sia grandi mostre con nomi importanti del panorama artistico italiano e internazionale sia festival e eventi che coinvolgono artisti poco conosciuti ed emergenti creando spazi liberi per l'espressione.

## 1.3 Palazzo Pisani

Palazzo Pisani è l'edificio principale della piazza di Lonigo, commissionato dai fratelli Pisani venne edificato nel 1556 su fabbriche preesistenti. È il punto convergente di tutte le vie a stella che si dirigono verso il centro. La tradizione lo attribuisce al Sanmicheli, mentre lo storico Dalla Pozza lo attribuisce ad Andrea Palladio.



Riguardo all'architetto:

"E' tradizione che l'architetto della parte di mezzo del palazzo suddetto sia nientemeno che il celebre Sanmicheli di Verona, ma non lo posso davvero assicurare, perché non ho trovato di ciò alcuna memoria, né i disegni delle fabbriche del suddetto architetto ricordano il Palazzo Pisani a Lonigo"<sup>4</sup>.

Il palazzo appartenne per tutto il tempo alla famiglia Lazara – Pisani, che l'utilizzò come residenza padronale per controllare i possedimenti terrieri. Tra il seicento e il settecento vennero aggiunte al blocco originario le due ali e la scalinata di accesso al piano nobile. L'aspetto del palazzo rimane nel tempo quello di una fortezza, finché nel 1926 non diventa sede del comune, e da questo momento si avviano dei lavori di recupero degli orti e dei cortili ad uso pubblico, a opera dell'ingegnere comunale Giovanni Carraro.

Il palazzo è ora in disuso. Una piccola area a pianterreno viene utilizzata dal consorzio vitivinicolo di Lonigo, nel mezzanino c'è un interessante museo ornitologico che però è chiuso al pubblico, ma visitabile su richiesta.

#### 1.4 L'accordo per l'utilizzo del palazzo

L'accordo stipulato tra il comune di Lonigo e MV eventi è una convenzione di durata triennale per la gestione dei locali di Palazzo Pisani, situato al centro della città stessa da adibire all'organizzazione

---

4 SCHIAVO R. "*Lonigo*" Tipografia G. Rumor s.r.l. Vicenza 1979 p. 5.

di eventi culturali e mostre.

Lo spazio dato in utilizzo all'azienda è il primo piano dell'edificio, spazio che prima era completamente inutilizzato.

Le finalità dell'accordo sono di utilità reciproca: il comune di Lonigo colloca un edificio storico al centro di un rinnovato interesse turistico e di promozione culturale, garantisce la manutenzione di spazi altrimenti lasciati al degrado; l'azienda acquisisce uno spazio istituzionale e storico dove poter ambientare le proprie esposizioni.

Il palazzo di per sé veniva già in parte utilizzato sfruttando il piano nobile per l'organizzazione di piccoli eventi gestiti dal comune.

Nella convenzione si danno in uso i locali gratuitamente, specificando che al decadere della stessa i locali suddetti rimangono di proprietà del comune. Nell'accordo è prevista a carico di MV eventi la sistemazione del vecchio impianto luminoso con uno nuovo, molto più adatto alle esposizioni di opere d'arte e agli eventi in generale.

Da un colloquio con la responsabile dell'ufficio cultura del comune sig.ra Spulzaro Giliana risulta che l'utilizzo dello spazio come luogo espositivo non sarebbe stato possibile per il comune di Lonigo senza l'intervento di un privato e del suo necessario sostegno economico nella parte organizzativa data la scarsa quantità di fondi disponibili. È interessante per il nostro studio il connubio creato nella gestione del sito e degli eventi organizzati tra pubblico e privato.

I vari tipi di gestione di beni culturali sono interessanti da analizzare facendo riferimento al codice dei beni culturali che prevede diverse opportunità di gestione delle attività di valorizzazione dei beni culturali di appartenenza pubblica. L' art. 115 prevede due diverse forme di gestione: diretta e indiretta.

- gestione diretta: questo tipo di gestione si caratterizza per essere

esercitata dalle amministrazioni senza alcuna intermediazione, utilizzando proprie strutture organizzative interne "dotate di adeguata autonomia scientifica, organizzativa, finanziaria e contabile, e provviste di idoneo personale tecnico"<sup>5</sup>.

-gestione indiretta: il secondo tipo di gestione preso in esame è quello di nostro interesse e che caratterizza il caso in analisi in quanto si tratta di una forma di "concessione a terzi delle attività di valorizzazione , anche in forma congiunta e integrata, da parte delle amministrazioni, cui i beni pertengono"<sup>6</sup>.

Un altro punto dell'art. 115 dispone al quarto comma che la gestione indiretta è ricorsa dal settore pubblico "al fine di assicurare un miglior livello di gestione dei beni culturali"<sup>7</sup> tale tipo di gestione si individua dunque nel caso le amministrazioni pubbliche non siano in grado di gestire il bene per motivi organizzativi, mancanza di personale o inadeguatezza delle risorse economiche.

"Il degrado di un monumento storico è la diretta conseguenza del suo abbandono e dell'uso improprio degli spazi e degli elementi costruttivi"<sup>8</sup> attraverso l'affidamento della gestione di un area importante del palazzo a un privato che ne garantisce un uso adeguato e una corretta manutenzione il settore pubblico guadagna sia in visibilità che nella corretta applicazione delle leggi che riguardano la tutela dei beni culturali, contrariamente a quanto

---

5 TOTI S. MUSUMECI (a cura di) *"La cultura ai privati, partenariato pubblico privato (sponsorizzazioni e project financing) ed altre iniziative"* Cedam casa editrice dott. Antonio Milani stampato da L.E.G.O. S.p.A. Lavis (TN) 2012, p. 23.

6 *Ibidem.*

7 *Ibidem.*

8 AA. VV. *"Riconversione di manufatti storici in musei"* Casa editrice Name, Genova 2002, p. 290.

sarebbe stato in grado di fare altrimenti con le sole risorse comunali. A questo proposito è bene specificare la natura largamente diffusa del patrimonio culturale nelle località italiane, motivo in più per creare una particolare delega anche alle piccole realtà nella valorizzazione e conservazione dei beni, così come per la loro promozione e gestione. In particolare è doveroso citare in merito a questo argomento il Titolo V della costituzione<sup>9</sup>, riformato nel 2001 che specifica le relative competenze tra stato e regioni in materia di beni culturali. Il principio di sussidiarietà orizzontale che delega la gestione dei beni culturali agli stessi comuni ha nel caso in esame un risvolto positivo che si esplica nel contatto con il privato che attraverso una gestione indiretta del bene riesce ad assolvere alle funzioni amministrative e manutentive che altrimenti difficilmente sarebbero andate a buon fine data la scarsità di fondi. Il Titolo V prevede in maniera esplicita il possibile intervento di soggetti privati nell'azione di governo del patrimonio culturale:

"Si direbbe che "il pubblico" ha proprio del "privato" fortemente bisogno e da questa sinergia può scaturirne un impulso tale da risultare alla fine decisivo nella direzione di una piena valorizzazione del patrimonio culturale del paese(...) intrecciando l'iniziativa dei privati alla finalità pubblica del governo dei beni culturali, indirizza la propria potenzialità di realizzazione concreta verso gli enti locali, chiamandoli a svolgere un ruolo e una funzione di protagonismo attivo che può dare vita ad un modello di nuova organizzazione dei servizi culturali in Italia"<sup>10</sup>.

Ed è proprio il comune che diventa il centro di questo maggiore coinvolgimento.

---

9 FALCON G. *"Lineamenti di diritto pubblico"* casa editrice CEDAM, Padova 2008, p. 564.

10 TOTI S. MUSUMECI (a cura di) *"La cultura ai privati, partenariato pubblico privato (sponsorizzazioni e project financing) ed altre iniziative"* cit. p. 188.

Importante è qui citare la rilevanza della riforma del 2001 del codice dei beni culturali e del paesaggio che pone:

"a carico dello Stato, delle regioni, delle città metropolitane, delle provincie e dei comuni il compito di assicurare e sostenere la conservazione del patrimonio culturale favorendone la pubblica fruizione"<sup>11</sup>.

La scelta del comune di Lonigo di destinare il primo piano di palazzo Pisani a sede espositiva di eventi e mostre d'arte si rivela un'attenta rivalutazione e riqualificazione di un edificio storico che ritrova una sua funzione sociale per mezzo della cultura. Quindi non solo attraverso il "New Generation" festival ma anche per mezzo delle altre iniziative organizzate da MV Eventi il palazzo ritrova una sua funzione che lo pone al centro della vita comunitaria e cittadina.

## 1.5 Il festival

Il "New Generation" Festival nasce in ottobre 2011, quasi per gioco, dalla volontà di creare un momento di incontro per tutti coloro che oggi trovano grande difficoltà ad organizzare una propria esposizione artistica, un proprio concerto o, più semplicemente, mettere in luce le proprie capacità.

Obiettivo è quello di creare uno spazio per gli artisti giovani ed emergenti del territorio e non, dando l'opportunità di avere uno spazio di visibilità e la possibilità di esporre le proprie opere

---

<sup>11</sup> *Ivi*, p. 13.

gratuitamente. Arte a 360° gradi, musica, teatro, arti visive, cinema. Il festival delle arti audio visive diventa il festival delle nuove generazioni, fondando la propria filosofia sulla ricerca culturale; attraverso tematiche annuali diverse tra loro (concept), artisti e visitatori sono guidati nella lettura e nell'interpretazione generale di ogni singola edizione.

Obiettivo principale del festival è valorizzare i giovani e le loro potenzialità, offrendo loro spazi espositivi, luoghi per la libera espressione ed esibizione, momenti di confronto grazie alle conferenze e ai laboratori, ma anche e soprattutto dando voce alle nuove forme espressive del contemporaneo.

La promozione culturale è insita nella programmazione stessa con l'organizzazione di mostre d'arte, concerti di musica, spettacoli teatrali, conferenze e workshop. Il punto di forza del festival è la gratuità della partecipazione, sia da parte degli artisti che da parte del pubblico. Il territorio viene coinvolto, valorizzando la proposta culturale e riqualificando degli spazi prima inutilizzati attraverso le iniziative del festival.

Un altro punto molto importante è l'iniziativa di coinvolgere studenti delle scuole superiori in incontri di introduzione all'arte contemporanea.

La forma festival è una delle più utilizzate nel panorama contemporaneo dell'organizzazione di eventi culturali. Si contano ogni anno circa 1300 festival solo in Italia. I festival di approfondimento culturale, rappresentano un prodotto culturale complesso che offre diversi elementi di interesse per le comunità locali che li ospitano e al contempo contribuiscono alla loro produzione, in particolare per le città di piccole e medie dimensioni<sup>12</sup>.

---

12 PAIOLA M. GRANDINETTI R. "*Città in festival, nuove esperienze di marketing territoriale*" International center for art economics, Università Cà Foscari di Venezia

Il festival è un complesso di spettacoli e rappresentazioni, tenute in un dato luogo e in dato periodo di tempo.

Importante per quanto riguarda l'organizzazione del festival è la programmazione degli eventi in calendario. Nel caso del "New Generation" festival è prevista una sede stabile, Palazzo Pisani, che ospita l'esposizione di giovani artisti ma anche altri spazi. Più in generale il festival tenta di coinvolgere tutta la città, occupando con eventi in programma anche i locali dell'ex bar Borsa, di proprietà comunale e messi a disposizione per il periodo della durata del festival; inoltre anche diversi esercizi commerciali partecipano all'iniziativa rendendosi disponibili attraverso i loro spazi che diventano utilizzabili per concerti e/o spettacoli teatrali.

Il festival in questo modo riesce a creare una rete di comunicazione e collaborazione oltre che con i locali aderenti anche con la cittadinanza che si sente in questo modo più coinvolta.

Il pubblico coinvolto grazie all'allargamento degli spazi non è solo il pubblico giovane o amante dell'arte, ma anche il passante, adulto o giovane che sia, che rimane più facilmente coinvolto nelle iniziative proposte.

Le manifestazioni ricondotte alla formula festival hanno un carattere distintivo comune: il legame con il territorio. Infatti l'ambiente naturale, le risorse paesistiche, i beni culturali, il milieu artistico e le infrastrutture rappresentano componenti essenziali per il festival<sup>13</sup> in particolare nel caso in esame si tratta di luoghi che sono destinati ad altri scopi, come bar, birrerie ecc. che in via straordinaria vengono trasformati in teatri, sale da concerto, gallerie.

---

FrancoAngeli editore 2009, pp. 11, 12.

13 CANDELA G., ANTONELLO E., GOLA M., "Economia delle arti" Zanichelli, Bologna, 2004 p. 205.

Da uno studio condotto negli ultimi anni sull'impatto di questa forma di evento culturale, il fenomeno risulta non solo amplificato, ma anche e soprattutto presente innanzitutto nella piccole – medie città. Lonigo è un chiaro esempio di questa diffusione del modello festival che sta avvenendo in questi anni nel territorio del nord Italia. In particolare, a differenza dello studio condotto da Paiola e Grandinetti, notiamo con l'esempio in analisi l'allargamento di questo tipo di evento culturale non solo a città di media grandezza, ma anche a piccole realtà come quella presa ora in esame.

Il caso può diventare esemplificativo dello sforzo che anche le piccole realtà territoriali stanno producendo in questo momento di crisi per valorizzare il proprio territorio non solo attraverso le attività industriali o agricole, ma anche attraverso settori nuovi come quello del turismo e della cultura che creano per il paese un vero e proprio meccanismo di marketing territoriale, dove la cultura e il turismo vanno a braccetto nel tentativo di creare un'identità.

## 1.6 La prima edizione

La prima edizione in fase sperimentale del festival dura quindici giorni, sempre nel mese di ottobre. Il concept di questa prima esperienza è "Looks Forward", dall'inglese "guardare oltre". Tema scelto per la speranza in un futuro di impegno e felicità per i giovani. I numeri di affluenza dei visitatori sono stati alti, 3000 dalla città ospitante, il comune di Lonigo (VI) e dai comuni limitrofi, creando



anche un vero e proprio caso mediatico sui giornali locali.

### 1.7 La seconda edizione

La seconda edizione del festival parte dalla positività infusa dal successo della prima edizione, aumentando la durata del festival da quindici giorni a un mese e incrementando il numero di artisti presenti e lo sforzo pubblicitario.

Il concept di questa seconda edizione è "Sine Timore" dal latino "Senza timore". Il coraggio di esprimersi viene scelto come una sorta di antidoto alla crisi, dare una possibilità ai giovani diventa un monito nel non avere mai paura di affrontare nulla.

L'edizione riscuote molto successo tanto da portare il numero di visitatori a 5000, con 300 visitatori alla sola inaugurazione del festival.

### 1.8 Edizione 2013

La terza edizione prosegue sulla scia delle precedenti fondando la sua struttura e il suo impianto critico sulla presenza di un concept che fa

da guida allo sviluppo dell'impostazione culturale durante lo svolgimento del festival. Il tema scelto è "Aletheia", verità pura e irraggiungibile che pure gli artisti e i partecipanti al festival sono invitati a perseguire attraverso la conoscenza. È stato scelto di abbinare il concetto all'immagine mitologica di Giano bifronte come simbolo della volontà di guardare verso il futuro con la memoria del passato, della ricerca della conoscenza interiore ed esteriore, ma anche come impulso ad un nuovo inizio, ad un cambio di prospettive. L'artista non dice la verità, ma cerca con il suo lavoro di esprimere una visione del mondo che potrebbe corrispondere a questa.

Per il terzo anno sono stati invitati artisti da tutta Italia, rigorosamente giovani. Il percorso espositivo viene aumentato coinvolgendo anche altre realtà del circondario, si è chiesto infatti a locali, ristoranti, pub e bar di partecipare al festival ospitando mostre personali di artisti ed altri eventi collaterali del festival coinvolgendo ,ex Bar Borsa, Limbo Pub Lord Byron Pub, Wine Bar, Libreria Mazzai, A due passi shop, Bar Seventy. Un buon esempio di come pubblico e privato possano collaborare per lo sviluppo e la produzione di cultura. Importanti sono i dati sull'affluenza registrati dal blog ufficiale dell'evento, di seguito riportati:

Immagine 1: Frequentazione del blog

**NEW GENERATION FESTIVAL**  
 17034 visualizzazioni di pagine 14 post, con ultima data di pubblicazione 21-set-2012

Tutti i blog

Aggiungi blog da seguire nel tuo elenco di letture  
 Al momento non stai seguendo blog. Usa il pulsante "Aggiungi" per inserire i blog che vuoi seguire nel tuo elenco di letture.  
 Ulteriori informazioni

Novità di Blogger Buzz

Continuate a seguirci sul Blog ufficiale di Google Italia

7 mesi fa by Giovanni

Quest'oggi vogliamo ringraziare tutti gli affezionati lettori che hanno seguito questo blog per quasi sei anni e informarvi che ci trasferiamo. Dopo alcune considerazioni abbiamo infatti deciso di portare avanti i nostri aggiornamenti all'interno dei canali ufficiali di comunicazione di Google, da tempo avviati proprio per informare gli utenti su tutte le novità relative ai prodotti servizi di Google (quindi anche Blogger).

Per questo da oggi vi invitiamo a seguirci attraverso il Blog ufficiale di Google Italia e la +Pagina ufficiale di Google Italia per non perdere alcun aggiornamento dal mondo Blogger e Google.

NEW GENERATION FESTIVAL · Statistiche > Pagina maggio 2007 - maggio 2013

Adesso Giorno Settimana Mese Sempre

Visualizzazioni di pagine: oggi 9  
 Visualizzazioni di pagine: ieri 17  
 Visualizzazioni di pagine: ultimo mese 799  
 Visualizzazioni di pagine: tutta la cronologia 17.034

ottobre 2012  
 Visualizzazioni di pagine: 4.445

Non contare le tue visualizzazioni di pagina

Post	Visualizzazioni di pagine	Origini del traffico	Visualizzazioni di pagine
FESTIVAL DELL'ARTI AUDIO VI... 28/lug/2012	477	http://www.facebook.com/	120
PERFORMANCE 26/lug/2012	182	http://www.nonsocosafare.it/dettagl...	106
BOOKS 26/mar/2012	139	http://www.vicenzatoday.it/eventi/...	95
PITTURA 27/mar/2012	132		
INSTALLAZIONE 26/lug/2012	122		

Pubblico

Invia comment

I dati positivi hanno incoraggiato l'aumento delle iniziative e il coinvolgimento di altre realtà, anche esterne dal territorio del basso vicentino.

Nell'ambito di un festival che racchiude in sé così tante proposte di diverso genere e ampio respiro, è importante la creazione di un tema portante in grado di orientare l'agire degli attori che intervengono.

## CAPITOLO 2

### **Il Project management del festival: un'analisi**

#### 2.1 Il budget

Il budget è uno strumento essenziale del quale un'azienda fa uso per organizzare gli obiettivi nel breve termine.

Il documento fa parte di un processo volto alla pianificazione delle attività dell'azienda dal punto di vista finanziario e contabile, laddove:

“Rappresenta il prodotto “documentato e sintetico” di tale processo e deriva dalla visione prospettica che il soggetto economico ha della propria unità organizzativa, partendo dallo scenario futuro che intravede e che è oggetto di valutazione nel piano strategico”<sup>14</sup>.

Il budget si configura come il principale mezzo di congiunzione tra un piano strategico ideato preventivamente sulla base di scenari futuri possibili e gli effettivi risultati raggiunti dall'azienda. Si presenta dunque come un vero e proprio bilancio preventivo.

Suo ruolo precipuo è la programmazione di esercizio che avviene attraverso la preparazione di diversi budget settoriali che toccano

---

<sup>14</sup> FERRARESE P., *“Lineamenti di report per le aziende di cultura”* editrice Cafoscarina, Venezia 2012, p. 103.

diverse aree della gestione, finanziaria, economica. In particolare il budget economico crea una prospettiva sui possibili futuri costi e ricavi di esercizio.

Immagine 2: Il budget



Fonte: elaborazione propria

## 2.2 Il budget di progetto

Per quanto riguarda l'analisi in corso è utile utilizzare un particolare tipo di budget: il **budget di progetto**.

Gli strumenti utili per rilevare informazioni e soddisfare gli scopi conoscitivi sopra citati:

“Non sempre possono essere tratte delle rilevazioni di contabilità generale. Pertanto, le aziende che desiderano disporre di queste informazioni, si vedono costrette ad affiancare, al sistema di contabilità generale, con modalità diverse(...) sistemi denominati di misurazione analitica dei costi”<sup>15</sup>.

Attraverso gli strumenti della contabilità analitica questo tipo di documento focalizza la sua attenzione su oggetti specifici, in questo caso il festival.

A differenza degli altri budget, che vengono prodotti in un periodo dell'esercizio per pianificare l'attività generale dell'azienda nel breve termine il budget di progetto, detto anche per commessa, analizza i dati contabili di un solo progetto che l'azienda ha intenzione di avviare, rendendo anche la classificazione dei costi necessariamente differente da un budget più generico evidenziando aree più di interesse per il progetto. In questo caso i costi saranno dunque classificati per natura anziché per destinazione del costo. La classificazione dei costi per natura consente di individuare esattamente la provenienza del costo e imputarlo alle diverse aree gestionali del progetto. Nello specifico assume particolare importanza la localizzazione dei costi che consente di imputare i costi di competenza della singola produzione e assegnare dunque i risultati di competenza di diretta imputazione al progetto in analisi. Sarà opportuno poi utilizzare dei margini di competenza adeguati che permetteranno la contrapposizione tra componenti positivi della commessa, ovvero i ricavi derivanti da incassi dei biglietti, sponsorizzazioni, e i diversi costi o componenti negativi derivanti dalle risorse impiegate (da personale esterno, interno, fissi o variabili).

Nel caso in esame, come si osserverà poi nella “Tabella 1”<sup>16</sup> vi è un

---

15 ARCARI A., “*Il controllo direzionale*” The McGraw-Hill Companies, srl Publishing Group Italia, Milano, p. 49.

16 Si veda p. 20.

particolare impiego del personale esterno che viene pagato à forfait, eccezion fatta per gli spettacoli teatrali che vengono pagati per numero di esibizioni. I costi della commessa si configurano come prevedibili e anelastici rispetto alla durata del progetto, essendo già definiti inizialmente dal manager.

In questo caso come si potrà osservare in seguito è stato scelto di utilizzare il metodo del **direct costing** che restringe l'analisi ai soli costi diretti, quindi ai soli costi che si legano mediante un stretto rapporto di causa-effetto al progetto e si estinguono con l'estinguersi della commessa, sono costi specifici direttamente attribuibili ad essa. Il direct costing analizza in particolare:

- i costi diretti esterni, sorgono con la partecipazione al progetto di personale esterno;
  
- i costi diretti interni, derivanti dall'impiego di risorse interne all'azienda per la specifica commessa. Essenzialmente si tratta di personale artistico e tecnico direttamente impiegato in vari modi nella realizzazione della produzione.

In questo caso si nota come i costi interni della produzione siano ridotti al minimo. L'organizzazione interna è l'unico costo imputabile. Il dato è spiegabile specificando che il festival viene realizzato con l'impegno di un elevato numero di volontari che in quanto tali non rappresentano un costo per l'azienda.

La scelta di questa metodologia è legata soprattutto alla difficoltà di imputare con sicurezza costi indiretti alla commessa in esame. I costi indiretti infatti rappresentano un impiego di risorse che ha origine all'interno dell'azienda e che non è direttamente imputabile alla



realizzazione della produzione. L'utilizzo della metodologia che determina un costo pieno, full costing, non è stata possibile anche per la difficoltà nel trovare un criterio che giustifichi l'imputazione di una parte dei costi indiretti al festival in esame. I costi indiretti non vengono imputati alle singole produzioni ma considerati in sede di pianificazione annuale.

Un'ulteriore classificazione dei costi riguarda il loro "comportamento". In particolare:

- costi variabili, variano in maniera direttamente proporzionale al numero di servizi erogati, ad esempio, in base al numero di spettacoli di una compagnia teatrale.
- costi fissi, sono costanti e non variano al variare della quantità prodotta o dei servizi offerti.

Come già evidenziato nelle righe precedenti, il festival presenta un'elevata presenza di costi fissi, rimanenti costanti. L'analisi dei costi e la loro quantificazione si rivela fondamentale per il project management del progetto, consentendo di prevederne i costi e identificare nuove forme di finanziamento del festival, in questo caso ulteriori sponsorizzazioni data la sua gratuità. Un'oculata attività di progettazione a preventivo dei costi e dei ricavi della commessa consente di migliorare l'efficienza produttiva sia per quanto riguarda i componenti positivi che negativi della produzione.

**In particolare il budget economico del festival consente di ottenere informazioni per prevedere eventuali fabbisogni finanziari dell'azienda che in questo caso si rivelano più fondamentali che in altri data la natura stessa del progetto. Un**

**attenta analisi a preventivo della necessità di finanziamenti adeguati non è solo utile ma necessaria per l'esistenza stessa del festival, consentirà infatti se necessario di ridurre il deficit sia dal lato dei costi che dei ricavi.**

Di seguito il budget economico per l'edizione 2012 del "New Generation" Festival, con indicazione dei costi per natura:

Tabella 1: costi esterni e interni

New Generation festival, costi esterni e interni

Personale esterno	per spettacolo	totale
<b>A1. Artisti</b>		
vitto		300,00
alloggio		900,00
<b>A2. Altri collaboratori esterni</b>		
Fotografi evento		850,00
Rimborsi relatori		600,00
Spettacoli teatrali n. 2	400,00	800,00
	<b>Totale (A1, A2)</b>	<b>3.450,00</b>
<b>B1. Altri costi di produzione</b>		
Assicurazione delle opere		750,00
Trasporto delle opere		800,00
Materiali per installazioni e performance		1.500,00
Materiali audio e video		350,00
Stampa della comunicazione		1.200,00
Distribuzione della comunicazione		700,00
	<b>Totale (B1)</b>	<b>5.300,00</b>
<b>C. Costi interni</b>		
Organizzazione generale		2.500,00
	<b>Totale costi</b>	<b>11.250,00</b>
<b>Incassi</b>		
Contributi comunali		100,00
Sponsorizzazioni		11.150,00

Alcuni dati salienti:

- Componenti positivi: il festival non presenta incassi in quanto non esiste biglietto d'ingresso a nessuna attività prevista all'interno di esso. Tra le attività previste, i laboratori, una mostra collettiva, spettacoli teatrali, concerti. I ricavi del progetto sono rappresentati per quasi la totalità dagli introiti derivanti dall'attività di sponsorizzazione e per una piccola parte da contributi comunali. Il festival si rivela estremamente dipendente dai contributi dei privati che avvengono attraverso il contratto di sponsorizzazione. Di seguito una spiegazione della voce più articolata:

Tabella 2: Sponsorizzazione

#### Sponsorizzazione

Quota sponsor Khriò woman shoes	5.000,00
Quota sponsor No place	5.000,00
Quota sponsor Bar Pisani	500,00
Quota sponsor Bar Ristorante Arena	500,00
Quota sponsor Libreria Mazzai	150
<b>Totale</b>	<b>11.150,00</b>

- Componenti negativi: i costi sono in prevalenza costi fissi. Vengono considerati sotto la voce "Artisti" anche i costi per le band scritturate. Un dato importante è la decisione di stanziare una parte di budget per il materiale necessario agli artisti. Di seguito una spiegazione più

articolata della voce "Organizzazione generale":

Tabella 3: Organizzazione generale

Organizzazione generale	
Costi fissi interni	
Allestimenti	1.000,00
Ufficio e segreteria per commessa	500,00
Costi variabili interni	
Spese varie	1.000,00
Totale	2.500,00

Di seguito un'analisi dei **costi diretti del festival**, con precisazione della suddivisione tra interni e esterni:

Tabella 4: costi diretti

### I costi diretti

Costi variabili esterni	
Spettacoli teatrali n.2	800,00
Totale	800,00
Costi fissi esterni	
Artisti	1.200,00
Fotografi evento	850,00
Rimborsi per relatori	600,00
Altri costi di produzione	5.300,00
Totale	7.950,00
Costi diretti esterni	8.750,00
Costi diretti interni	
Organizzazione generale	2.500,00
Costi diretti interni	2.500,00
Totale costi diretti	11.250,00

Come si può osservare dalla "Tabella 4", attraverso il budget economico e con l'obiettivo di evidenziare l'incidenza dei costi, la componente più importante dei costi è rappresentata dai **costi diretti esterni** e ancor più in particolare dai costi fissi esterni. Il dato che risalta è quindi il peso maggiore come componente negativa dei costi provenienti dall'esterno, dunque i costi per la partecipazione degli artisti al festival.

Il punto di pareggio in questo caso è difficile da determinare data l'assenza degli incassi. Un'indagine più approfondita consentirà di ottenere le informazioni utili per una programmazione aziendale che aiuti a raggiungere un pareggio di bilancio, e un supporto all'attività decisionale dell'azienda.

Di seguito si propone un'ulteriore analisi dei costi attraverso l'utilizzo di margini che consentono di analizzare in maniera efficace in che modo l'azienda attraverso i ricavi riesce a far fronte ai vari segmenti di costo.

In particolare nel report vengono a formarsi tre diversi tipi di margini o risultati:

Tabella 5: margini

#### Margini, ricavi e costi diretti "New Generation festival"

1. Costi diretti esterni	8.750,00	4. Incassi	0,00
2. Costi diretti interni	2.500,00	5. Sponsor	11.150,00
		6. Contributi pubblici	100,00
3. Totale costi diretti	11.250,00	7. Totale ricavi	11.250,00

Attraverso questa riclassificazione si ottiene uno schema in grado di confrontare i diversi tipi di costo con la capacità dell'azienda di farvi fronte attraverso i ricavi.

Tabella 6: confronto dei margini

1° margine (4-1)	-8.750,00
2° margine (7-1)	2.500,00
3° margine (7-3)	0,00

Si evidenzia quindi:

- un *primo margine* derivante dal confronto tra il totale degli incassi e il totale dei costi diretti esterni. La capacità di coprire con i ricavi derivanti dalla vendita di biglietti i costi di origine esterna è nulla. Infatti data l'assenza di un biglietto d'ingresso, il festival non produce ricavi. Il target a cui tende solitamente un'azienda di spettacolo è proprio quello di riuscire a far fronte a questo tipo di costi attraverso ricavi. Anche nel caso in esame i costi diretti esterni rappresentano il dato più importante a livello di componenti negativi del prospetto. Il valore del primo margine, negativo, sollecita l'azienda verso la ricerca di altri tipi di contribuzione e di finanziamento, in questo caso si fa riferimento soprattutto alle sponsorizzazioni visto che i contributi pubblici richiesti dall'azienda alla regione per il progetto non sono stati stanziati.

È il margine più importante.

- un *secondo margine*, dalla contrapposizione tra ricavi derivanti dalle sponsorizzazioni e i costi diretti esterni. In questo caso la perdita è meno ingente in confronto ai dati del primo margine, infatti l'azienda cerca di provvedere alla mancanza di incassi prevedendo l'intervento importante degli sponsor privati. Nel caso in esame il contributo della

sponsorizzazione è fondamentale, consente infatti all'azienda di far fronte ai costi più ingenti derivanti dai costi diretti esterni. L'azienda prevede infatti di ottenere un numero sufficiente di sponsor per finanziare il progetto.

- un *terzo margine* che deriva dal confronto tra tutti i ricavi previsti per la commessa in esame, in questo caso i proventi derivanti dalle sponsorizzazioni e i contributi pubblici e il totale dei costi diretti, esterni ed interni.

L'obiettivo dell'azienda per il progetto in esame è quello di ottenere il pareggio di bilancio attraverso l'utilizzo esclusivo dei contributi pubblici e soprattutto privati. Il dato che emerge è una forte dipendenza dell'azienda dalle fonti di finanziamento esterne, senza le quali con molta probabilità il festival non potrebbe essere organizzato. Il festival non ha le risorse necessarie per autofinanziarsi senza ricorrere ai contributi esterni.

### 2.3 Un modello alternativo di valutazione economica: i ricavi da incassi

Attraverso l'utilizzo di un modello alternativo di valutazione economica si predispongono delle alternative possibili in termini di costi, volumi e risultati in modo da valutare la miglior gestione economica possibile. Si suppongono dunque scenari alternativi.

Dall'analisi del budget del progetto "New Generation festival"



compaiono una serie di dati salienti, il più interessante riguarda la totale assenza di incassi che porta l'azienda ad affidarsi per la realizzazione del progetto quasi completamente ai contributi dei privati. Nel modello di valutazione economica che si è scelto di porre come alternativa al precedente si introdurrà un biglietto d'ingresso al festival, di 3 euro, per osservare come una quota di incassi può influire sulle scelte gestionali.

Il budget è stato rielaborato tenendo invariata la componente dei costi.

Tabella 7: budget di valutazione alternativa

New Generation festival, modello alternativo di valutazione economica con incassi

Personale esterno	totale
A1. Artisti	1.200,00
A2. Altri collaboratori esterni	2.250,00
Totale (A1, A2)	3.450,00
B1. Altri costi di produzione	5.300,00
C. Costi interni	
Organizzazione generale	2.500,00
Totale costi	11.250,00
Incasso medio per biglietto	3,00
Totale biglietti venduti (*2000)	6.000,00
Contributi comunali	100,00
Sponsorizzazioni	5.150,00

Il valore degli incassi è calcolato immaginando un numero medio di partecipanti agli eventi del festival pari a 2000 biglietti venduti:

Tabella 8: Previsione degli incassi

Incassi	
Incasso medio biglietto d'ingresso	3,00
Numero di biglietti previsti	2000
Totale incassi	6.000,00

Come si può osservare con l'introduzione di un biglietto d'ingresso le aspettative di guadagno del festival aumentano sensibilmente.

Un ulteriore approfondimento sul cambiamento di rotta operato dall'azienda lo si avrà osservando i margini:

Tabella 9: margini di valutazione alternativa

1. Costi diretti esterni	8.750,00	4. Incassi	6.000,00
2. Costi diretti interni	2.500,00	5. Sponsor	5.150,00
		6. Contributi pubblici	100,00
3. Totale costi diretti	11.250,00	7. Totale ricavi	11.250,00

l'importanza dell'introduzione di un biglietto di ingresso è rappresentata dalla minore dipendenza dell'azienda dai contributi dei privati. È anche però più esposta al rischio di incorrere in perdite, dato che la maggior parte dei ricavi dipenderà dall'effettivo successo

del festival.

In questo caso è fondamentale calcolare il Break even point, il numero di biglietti venduti che consentirà all'azienda di arrivare al pareggio tra costi e ricavi della commessa. Si tratta dell'equilibrio minimo verso il quale i risultati dell'impresa devono tendere:

$$\text{Break even point: } \frac{\text{Costi totali - Sponsor}}{\text{Prezzo biglietto d'ingresso}}$$

il break even point risulta 2033. Ciò significa che il punto di pareggio tra costi e ricavi è pari 2033 biglietti venduti. Il calcolo del punto di pareggio serve all'azienda per capire quale sia il limite tra una possibile perdita e di riflesso di un possibile guadagno. In fase di programmazione di budget viene dunque previsto un introito di biglietti che consenta di ottenere il pareggio di bilancio con l'aiuto anche della forma di finanziamento dei privati. In questo modo si crea una situazione che per diversi aspetti è differente da quella iniziale dove non era previsto un biglietto di ingresso:

- l'azienda è meno dipendente dai finanziamenti dei privati;
- di converso è soggetta al rischio di perdite dato dall'incertezza dell'effettivo afflusso di visitatori e quindi di ingressi a pagamento effettivamente attuati;

il costo del biglietto d'ingresso è deciso arbitrariamente, ciò significa che aumentando il costo dello stesso si ridurrebbe la soglia di biglietti necessari per raggiungere il punto di pareggio. Le decisioni per quanto riguarda i prezzi da imporre guardano anche all'effettiva

accessibilità del prezzo.

D'altro canto, il festival è uno dei pochi eventi organizzati dall'azienda ad avere un carattere completamente gratuito, infatti l'azienda Mv Eventi organizza anche altre mostre, di carattere più commerciale rispetto al festival. Qualche esempio viene fornito dalle mostre, con biglietto d'ingresso, organizzate nell'anno 2013: la prima dedicata a Renato Guttuso, la seconda con protagonista Andy Warhol.

Gli altri eventi organizzati dall'azienda in parte facilitano l'organizzazione di un festival gratuito come quello in analisi, fornendo nella pianificazione annuale un appoggio finanziario più stabile.

“D'altra parte anche il successo commerciale di una mostra ben costruita con “nomi altisonanti” può essere funzionale a una ricca e varia programmazione espositiva basata sulla qualità dell'offerta. I benefici economici dell'evento blockbuster (...) possono facilmente essere, per lo meno in parte, reinvestiti in mostre di nicchia, sperimentali, preziose, apparentemente più complicate (...)”<sup>17</sup>.

In conclusione dall'analisi condotta risulta che l'organizzazione e la gestione della programmazione economica del festival è realizzabile anche mantenendo il suo carattere di gratuità. Questo è reso possibile dai contributi economici derivanti dalla particolare forma di contratto rappresentata dalla sponsorizzazione, che consente all'azienda di far fronte ai costi della commessa in maniera efficiente.

L'azienda in generale riesce inoltre a mantenersi economicamente stabile sul piano della pianificazione annuale grazie all'organizzazione di altri eventi per i quali è previsto un biglietto di ingresso oltre alle sponsorizzazioni. Di seguito viene proposto un breve approfondimento sul contratto di sponsorizzazione.

---

17 PIRANI F. *“Che cos'è una mostra d'arte”* Carocci editore, Roma, 2010 p. 47.

## 2.4 I caratteri della sponsorizzazione

Il termine sponsorizzazione affonda le sue radici nella lingua latina nella formula: "Centum mihi dari spondes? Spondeo". Era una formula usata quando si voleva garantire sussidiariamente un'obbligazione assunta da un terzo. La figura dello sponsor si configura dunque già in età romana come quella del garante, colui che si assume la responsabilità di un altro.

Per contratto di sponsorizzazione s'intende **un accordo mediante il quale un soggetto, detto sponsorizzato, offre ad un terzo, detto sponsor, la possibilità di promuovere il nome, il marchio, l'immagine, la propria ragione sociale, in predefiniti spazi pubblicitari, anche associandoli all'iniziativa in oggetto, in cambio di una determinata prestazione a titolo gratuito.** Nel rapporto che si instaura tra sponsor e sponsee quest'ultimo assume l'obbligo di impegnarsi per mettere in atto comportamenti che siano il più possibile rivolti a creare o accrescere la notorietà dello sponsor. La sponsorizzazione consente all'azienda di associare la propria immagine ai valori culturali dell'iniziativa ottenendo una grande visibilità:

- la corte di cassazione nella sentenza n. 5086 del 21.05.1998 ha affermato che lo sponsorizzato si impegna a consentire agli altri l'uso della propria immagine pubblica allo scopo di promuovere un marchio o un prodotto, dietro corrispettivo.

- Il contratto prevede uno scambio di prestazioni, trattandosi dunque di un contratto sinallagmatico e atipico in quanto non trova una sua specifica regolamentazione nella legge. In quanto contratto atipico la sua disciplina è regolata da quella generale sul contratto. Prevede prestazioni corrispettive, in forma libera, e di natura patrimoniale. La forma del contratto è libera anche se solitamente quella scritta è preferibile in quanto consente di disporre della documentazione per la detraibilità fiscale. Anche nel caso in esame l'azienda ha deciso di utilizzare la forma scritta attraverso accordi predisposti al fine di far conoscere al meglio la natura dell'evento e il tipo di spazio pubblicitario al quale lo sponsor ha diritto a seguito della stipula dell'accordo.

Attualmente per quanto riguarda la disciplina specifica dei beni culturali il contratto di sponsorizzazione è regolato dall'art. 120 del nuovo Codice dei beni culturali, mentre per i privati la disciplina non è specificamente regolamentata trattandosi di un contratto di natura atipica, alcuni studiosi hanno tentato di avvicinarlo al contratto di appalto di servizi (art. 1655 c.c.) e al contratto d'opera (art. 2222 c.c.), si tratta comunque di interpretazioni per un contratto che non presenta ancora una sua regolamentazione specifica contrattuale.

Le sponsorizzazioni sono distinte in finanziarie, le quali prevedono tra gli obblighi dello sponsor il conferimento di una somma di denaro, e tecniche dove lo sponsor corrisponde allo sponsor prodotti e/o servizi, in proprietà o in temporaneo godimento.

Nel caso in studio sono stati utilizzati per indicare le varie tipologie di sponsor dei termini di origine anglosassone diventati di comune utilizzo e che caratterizzano il contratto di sponsorizzazione nella

prassi imprenditoriale.

Non esistono disposizioni legislative per quanto riguarda il numero delle entità coinvolte o la definizione delle stesse, ma nella prassi queste sono le figure coinvolte:

- **sponsee**: soggetto sponsorizzato, in questo caso l'azienda individuale MV eventi che propone un determinato progetto da realizzarsi attraverso un contratto di sponsorizzazione. La domanda di sponsorizzazione del new generation festival avviene in forma cartacea e viene data la possibilità ad ogni sponsor di scegliere tra varie fasce di contribuzione.

- **sponsor**: soggetto terzo che contribuisce secondo differenti modalità alla realizzazione di un determinato intervento.

- **main sponsor**: detto anche Golden sponsor, ruolo rivestito da aziende che intendono contribuire con un significativo investimento allo scopo di avere in cambio determinati privilegi, escludendo la titolazione dell'evento. Anche in questo caso è consuetudine che la posizione venga occupata da un solo soggetto.

- **sponsor ufficiale**: riveste un ruolo molto simile a quello del main sponsor, gli viene dunque garantito un cospicuo ritorno di immagine.

L'azienda "MV eventi" dispone un contratto di sponsorizzazione in forma cartacea, contenente diverse opzioni di finanziamento che il soggetto sponsorizzante può scegliere. A ogni opzione corrispondono diversi tipi di visibilità sulla comunicazione dell'evento, e dunque diversi tipi di benefici derivanti dall'accordo.

Nel caso preso in esame, il New Generation festival, la attività legate alla sponsorizzazione sono avvenute entrambi gli anni con il supporto di un **Main sponsor, "Khriò woman shoes"**, che sponsorizza oltre al New Generation festival anche le altre iniziative ed eventi organizzati dall'azienda MV eventi. Questo tipo di sponsorizzazione a carattere continuo avviene mediante un contratto ad esecuzione continuata nel quale gli effetti dell'accordo si prolungano nel tempo, senza intervallo di prestazioni (art. 1360, art. 1373, art. 1458 cc)<sup>18</sup>.

Altri sponsor sono intervenuti nelle due edizioni, mantenendo il profilo di sponsor ufficiale. In particolare il Bar Pisani, situato di fronte a palazzo Pisani e il ristorante bar Arena, sempre collocato in centro città a Lonigo. Gli sponsor privati sono attratti in particolare dalla peculiarità della forma festival che consente di avere una buona visibilità sul territorio per un periodo stabilito di tempo e dunque con costi di finanziamento meno alti rispetto, ad esempio, ad un museo o a un teatro stabile.

Nel caso in esame non è stato riscontrato l'intervento finanziario di istituti bancari. L'azienda cerca comunque per ogni evento organizzato di attirare sempre nuovi sponsor, scelta che potenzialmente crea una maggiore capacità di spesa in caso di esito positivo.

---

<sup>18</sup> Brocardi, dizionario per giuristi online, alla pagina <http://www.brocardi.it/dizionario/1735.html>.



#### 2.4.1 Gli sponsor principali

Il gruppo "Alfiere S.p.A." nelle sue divisioni interne "Khriò woman shoes" e "No place" si configura come il maggior finanziatore del progetto, quindi il suo maggior stakeholder.

In particolare il marchio "No place" si configura come sponsor ufficiale del festival, mentre "Khriò woman shoes" ne è il main sponsor. L'azienda produce calzature per donna, ed ha un buon mercato sia a livello nazionale che internazionale. La mission dell'azienda consiste nel: "creare scarpe che sappiano riflettere il carattere e la personalità di ogni donna"<sup>19</sup>. L'azienda ha avviato un programma di finanziamenti rivolti all'organizzazione di eventi culturali, scelta che riflette la volontà dell'azienda di mantenere il contatto con il mondo della cultura contemporanea e sostenerlo. Inoltre l'azienda gestisce, sul proprio sito web, un magazine che si occupa di arte e spettacolo e che contiene recensioni di eventi. L'azienda Alfiere S.p.A. conferisce un contributo annuale a titolo di sponsorizzazione, il quale viene impiegato per metà del suo ammontare solo per la sponsorizzazione del "New Generation" festival, per l'altra metà impiegato invece per il sostentamento di tutti gli altri eventi pianificati annualmente dall'azienda "MV Eventi."

Inoltre contribuiscono con una quota di sponsorizzazione alcuni locali vicini alla location principale del festival, Palazzo Pisani. L'azienda inoltre istituisce una forma di collaborazione con dei locali che ospitano eventi collaterali al festival e che contribuiscono attraverso

---

<sup>19</sup> Khriò woman shoes alla pagina web: <http://www.khrio.com/it/chi-siamo/>.

una partnership con una quota di sponsorizzazione. In questo modo l'azienda riesce a finanziarsi quasi interamente attraverso i contributi dei privati.

Gli sponsor vengono incoraggiati ad accettare la collaborazione per il ritorno pubblicitario conseguente. Inoltre si rivelano due situazioni differenti: per quanto riguarda la forma di sponsorizzazione scelta dall'azienda "Alfiere S.p.A." si tratta perlopiù di un ritorno pubblicitario a lungo termine e interessato soprattutto alla visibilità sul sito internet dell'azienda, mentre per le realtà minori del territorio che decidono di sponsorizzare l'evento il ritorno pubblicitario è più immediato e riscontrabile, dato che la maggior parte degli sponsor sono collocati nel territorio, dunque nelle immediate vicinanze della location del festival. Per questo motivo è d'interesse indagare il rapporto tra la scelta di accettare il ruolo di sponsor e il vantaggio comunicativo e pubblicitario ottenuto. Si è scelto dunque di condurre un breve colloquio con uno degli sponsor localizzati nella città di Lonigo, per porre dei quesiti che aiutino a comprendere gli effettivi vantaggi derivanti da questa forma di contratto.

Di seguito viene riportato un breve colloquio con il proprietario nonché sponsor del bar ristorante Arena:

Intervista: Proprietario Bar ristorante Arena

R: C'è un motivo particolare per cui ha deciso di accettare di sponsorizzare l'iniziativa "New Generation" festival?

I: Mi piace collaborare con la gente del posto, sia per eventi di altri tipi che per quanto riguarda gli eventi culturali. Collaboro con questa realtà da quando è nata, due anni fa. All'inizio quello che mi ha colpito e mi ha convinto a fornire il mio sostegno è stata la passione verso l'organizzazione che è stata dimostrata.

R: Ha riscontrato dei benefici diretti derivanti dal contratto di sponsorizzazione?

I: Sì, ho riscontrato benefici diretti. Mi sono qualificato anche diverse volte come punto d'appoggio per gli artisti che volessero mangiare qualcosa, e data la vicinanza con il luogo dove si tiene il festival anche la gente che partecipa poi viene a mangiare qualcosa, o anche semplicemente a bere un caffè. Inoltre discutendo con molti che arrivano al mio ristorante ho riscontrato anche molte opinioni positive e entusiaste per quanto riguarda il festival. Ho istituito inoltre una forma di collaborazione che consente a chi partecipa alle iniziative della mostra di usufruire di uno sconto non cumulabile del 10% sulle consumazioni, scelta che si è rivelata molto popolare.

Dunque in generale ho riscontrato che questa forma di comunicazione è efficace.

## **CAPITOLO 3**

### **Analisi dell'offerta culturale**

#### 3.1 Varie facce di una medaglia: un tentativo di “esperienza” culturale

Il progetto del festival nasce dalla collaborazione tra MV Eventi, un'azienda individuale, e il comune di Lonigo. Inoltre collaborano anche alcuni artisti che si qualificano come volontari già dalle prime edizioni.

La qualità specifica del progetto è il suo contatto stretto con il territorio, avendo come scopo principale quello di far partecipare artisti giovani, possibilmente sotto i 35 anni e provenienti dal circondario e non.

Il coinvolgimento di giovani artisti anche non affermati diventa appunto il motore del progetto, fattore che si coniuga poi con la gratuità della partecipazione del pubblico a tutti gli eventi organizzati durante il festival. Cultura e arte non possono essere considerate elementi a sé stanti, al di là del loro contesto di fruizione e di creazione degli stessi. La rilevanza del concetto di cultura in una società multiculturale rende importante e specifica la ricerca su cosa sia veramente “cultura”. Cultura come prodotto o come creazione? Il festival tenta di creare cultura in stretta connessione con il tessuto

sociale e le trasformazione subite dallo stesso, essendo prodotta dai giovani e tendenzialmente, data la gratuità dell'evento, non influenzata da logiche di mercato. Come concetto guida l'evento New Generation festival tende ad avere una logica opposta a quella, per esempio, di una mostra blockbuster, laddove con il termine si intende una mostra o un evento culturale in generale che si configura quasi come "preconfezionato" facendo leva ad esempio sulle preferenze del pubblico. Un esempio tipico di una mostra di tale risma è quella che coinvolge artisti già affermati con lo scopo di attirare pubblico, senza guardare però al livello dell'offerta culturale in sé.

Lo scopo del progetto è quello di produrre cultura in generale, ma anche di offrire uno spazio per esprimersi agli artisti. Si creano reti di amicizie e collaborazioni tra i partecipanti. Inoltre la visibilità dell'evento genera nuovi processi culturali, vengono creati altri festival con obiettivi simili e gli artisti vengono contattati per altre esposizioni. Sono presenti all'interno della programmazione dei festival anche dei laboratori sempre a partecipazione gratuita che vengono condotti da giovani interessati ai temi presentati, per esempio l'utilizzo del programma Adobe photoshop o la fotografia. Vengono organizzati dibattiti e conferenze su temi di attualità o legati al mondo dell'arte in tutte le sue forme. È un tipo di educazione culturale che avviene a stretto contatto con la realtà del territorio e della società contemporanea.

L'analisi proposta delle attività organizzate all'interno del festival si può vedere anche come un tentativo da parte degli organizzatori di creare un festival di arte contemporanea il più possibile a contatto con l'esperienza.

Per spiegare cosa si intenda per "esperienza" e quanto il termine influisca positivamente sull'analisi in corso, è opportuno approfondire

il ragionamento affidandosi a quella che è stata una delle più importanti scuole di pensiero del Novecento, la scuola di Francoforte e in particolare ai suoi esponenti che hanno dato il contributo più significativo per l'analisi in corso: Theodor Adorno e Max Horkheimer. Il loro studio si inserisce in un lungo dibattito nato negli anni Venti grazie soprattutto alla nascita di mezzi di comunicazione di massa come la radio e il cinema, le nuove ideologie e l'uso propagandistico dei nuovi mass media da parte di queste ultime. In seguito il dibattito sulla cultura di massa creò un suo spazio vero e proprio all'interno degli studi sociologici e filosofici a partire dagli anni Cinquanta con la diffusione degli apparecchi televisivi anche nelle case delle persone, in tutte le fasce della popolazione. Esiste in effetti una forte relazione tra il termine "cultura di massa" usato per indicare questi nuovi fenomeni e coniato per definire:

"la cultura di massa è la cultura popolare che è prodotta dalle tecniche industriali di produzione di massa e che è venduta al fine di ottenere un profitto al pubblico di massa dei consumatori"<sup>20</sup>.

E il termine adottato dagli studiosi della Scuola di Francoforte, "semicultura", ossia una cultura frammentata, che si acquisisce per il prestigio che può procurare, ma che non ha più alcun rapporto con l'esperienza e che si lega dunque strettamente a quella che Horkheimer e Adorno chiamano "industria culturale", i mezzi di comunicazione di massa creano omologazione culturale, laddove vengono trasmessi solamente messaggi orientati alla vendita e al consumo della cultura stessa, standardizzandola e riducendola a merce:

---

<sup>20</sup> SCIOLLA L., *"Sociologia dei processi culturali"* società editrice Il Mulino, Bologna 2002, p. 107.

"l'industria culturale può vantarsi di aver attuato energicamente, ed eretto a principio, la trasposizione – spesso maldestra – dell'arte nella sfera del consumo, di aver liberato l'amusement delle sue ingenuità più moleste e di aver migliorato la confezione delle merci"<sup>21</sup>.

Secondo i due studiosi l'arte, con l'inizio della produzione industriale di massa anche dei prodotti culturali, si trasferisce alla sfera del consumo. L'arte stessa, assorbita dalle logiche del consumismo, risente di un impoverimento di esperienza che la riporti a diretto contatto con una sfera di produzione meno omologata alle logiche universalistiche di produzione culturale, meno asservita a dinamiche di consumo su larga scala, meno legata al semplice intrattenimento. Adorno vede infatti nell'evoluzione delle arti del ventesimo secolo un decadimento verso una sorta di arte prodotta per il divertimento e la distrazione delle masse dai propri problemi, o dai problemi della società che in tal modo passano in secondo piano. L'arte prodotta per e trasmessa da i mass media è dunque per Adorno il riflesso di un racconto che viene trasmesso alle masse come quello unico e veritiero. Analizzando le riflessioni dei due filosofi tedeschi ben si intuisce come l'arte prodotta nel contemporaneo abbia perso per i già citati ogni funzione sociale, che sia di critica o di rappresentazione di una realtà che vada oltre quella dei messaggi proposti dall'alto.

Un altro studioso che si è occupato nella sua ricerca filosofica di indagare le caratteristiche dell'estetica contemporanea è Walter Benjamin. Secondo quest'ultimo in particolare Karl Marx nei suoi studi avrebbe sottovalutato l'importanza della sovrastruttura, ovvero dell'ideologia; nell'epoca industriale vengono prodotte industrialmente anche le immagini che possiamo avere di noi stessi. Attribuisce

---

21 ADORNO T. HORKHEIMER M. "*Dialektik der Aufklärung*" trad. it. "*L'industria culturale*" in "*Dialettica dell'illuminismo*" Giulio Einaudi editore, Torino 1976, p. 145.

maggior responsabilità in questo cambiamento di prospettive dell'arte soprattutto al cinema e alla fotografia, attribuendo molta importanza ai mezzi che producono identificazione. Il testo ha come paradigma le masse, intese come "stato" e per le quali esiste un'identità di massa dal punto di vista sociologico, il termine è anche molto legato al periodo storico nel quale è stato scritto il libro, il 1936. Secondo Benjamin le masse vogliono riappropriarsi della propria immagine. In un modo diverso dagli studiosi della scuola di Francoforte Benjamin evidenzia come nella società contemporanea dopo la nascita di opere d'arte che sono già di per sé riproducibili (ancora un chiaro riferimento al cinema e alla fotografia) l'umanità sia stata trasformata dall'industria e dai mezzi di comunicazione di massa. La domanda che si pone lo studioso a seguito di questo cambiamento epocale nella fruizione e nella natura costitutiva stessa delle opere d'arte è se queste abbiano ancora la stessa funzione, l'arte infatti diventa più un fatto di gusto privato che un'occasione di incontro o di catarsi benefica per la comunità, perde ogni funzione sociale. All'opera d'arte manca il suo *hic et nunc*, nell'unicità della collocazione spazio-temporale dell'opera risiede il fondamento della sua autenticità e della sua autorità come originale, la sua capacità di assumere testimonianza storica. Il concetto di originalità viene definito "aura" parola che rimanda al sacro e all'arte sacra, cultuale, dove la funzione precipua viene assunta dallo scopo religioso:

"riveste dunque un significato decisivo il fatto che questo modo di esistenza auratico dell'opera d'arte, non possa mai staccarsi in nessun modo dalla propria funzione rituale. In altre parole: il valore di unicità dell'opera d'arte "autentica" ha una sua fondazione nel rituale, nell'ambito del quale ha avuto il suo primo e



originario valore d'uso"<sup>22</sup>.

la funzione sociale dell'arte si trasforma, venendo meno i valori di unicità e autenticità. La nuova valenza dell'arte è politica e al valore culturale si sostituisce il valore espositivo. Il rapporto delle masse con l'arte è modificato. La tecnica rende tutto disponibile, così come un sistema democratico di fruizione. La funzione dell'arte è messa in gioco e, secondo Benjamin, si divide in due modi di fruire e di creare. In primo luogo, l'estetizzazione della politica, laddove la notevole libertà di significati associabili alle nuove esperienze artistiche, svincolate da ogni coerenza funzionale, vengono utilizzate da chi è in grado di produrre significati e di imporli, nell'esempio di Benjamin l'utilizzo del cinema a scopo propagandistico da parte del regime fascista. Nel contemporaneo la teoria dello studioso sull'estetizzazione della politica, a parere di chi scrive, appare ancora attuale e si coniuga con la visione ideologica proposta da Adorno dei prodotti dell'industria culturale. Capita spesso infatti che i gusti del pubblico vengano prodotti su larga scala per poi venderli come dei "pacchetti di significati" che modellano sia i metodi di fruizione che di creazione artistica. In secondo luogo, Benjamin propone un diverso modo di produzione artistica, quello che più interessa per l'analisi in corso, la politicizzazione dell'arte; arte che favorisce la polis e la creazione di una comunità. Il pensiero degli studiosi finora affrontati concorda sicuramente su un punto. Tutto quello che è industria culturale va contro l'arte come esperienza.

In seguito ai ragionamenti fatti sul cambiamento dello statuto dell'arte avvenuto negli ultimi anni soprattutto grazie ai mezzi di

---

22 BENJAMIN W., *"Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit"* trad. it. di Enrico Filippini *"L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica"* Giulio Einaudi editore S.p.A. Torino 2011, p. 12.

riproduzione di massa è utile citare per completare questo seppur breve excursus sulle teorie dell'estetica contemporanea il lavoro più conosciuto di Guy Debord, figura enigmatica di filosofo francese che ha scritto nel 1969 un'opera che ha segnato la storia non solo della filosofia dell'arte ma anche del pensiero contemporaneo sull'influenza dei media sulla società intera, al di là dell'ambito prettamente culturale. Si tratta de "La société du spectacle", d'interesse per l'analisi in corso è soprattutto il capitolo che il filosofo dedica proprio alla cultura. Debord analizza e attualizza il pensiero di Marx dove il concetto di reificazione, ripreso poi anche da Lukacs, si configura come un diverso modo di operare dell'ideologia che nel sistema economico capitalistico tratta come se fossero rapporti tra cose i rapporti tra le persone, una forma di destoricizzazione e naturalizzazione della società. Reificare diventa identità percepita come essenza, diventando merce. Secondo Debord nell'attuale stato la società non è più in grado di produrre significati che non siano già stati previsti dall'alto, l'arte stessa diventa merce, in particolare è la società dello spettacolo a creare essa stessa il bisogno di una determinata merce, senza dunque più nessun contatto con l'esperienza personale. Come per gli studiosi precedenti anche per Debord l'indipendenza ottenuta dall'arte dal suo impianto auratico, ne determina anche la dissoluzione e la negazione della stessa, che diventa merce come qualsiasi altra cosa.

Le istanze indissolubili che legano potere e piacere, laddove l'arte e la cultura occidentali diventano un puro divertissement, un modo divertente e spensierato di impiegare il tempo libero e distrarsi in tal modo dalle fatiche e dall'impegno richiesto da una società sempre più impostata sull'importanza di un lavoro alienante, si ritrovano espresse in diverso modo negli scritti degli studiosi appena esaminati, e

vengono espresse nel modo più lucido nelle tesi di Adorno. La cultura diventa un'industria del divertimento, votata alla sublimazione del piacere del singolo, all'incontro del gusto più frivolo, diventando anche attraverso i nuovi media come i social network, occasione di comprovare e differenziare una determinata esperienza sociale che si rende tale solo perché assume valore dal punto di vista del proprio surplus di divertimento nei confronti di un ipotetico osservatore. L'arte si trasforma in spettacolo di sé stessi, occasione di vanità e non di condivisione di esperienze:

“dunque il “sistema” o “il mondo dell'arte” l'arcipelago delle politiche culturali dei ministeri, degli assessorati alla cultura, delle agenzie private che promuovono attività artistiche e/o culturali (...) sembrano dover obbedire alla logica dello spettacolo, di tutto quanto è “creativo”. Letteratura, filosofia diventano popolari nella formula dei festival, nei programmi televisivi di intrattenimento, mentre spariscono dai settimanali e dalle pagine dei quotidiani. Tutto deve essere più leggero e divertente”<sup>23</sup>.

Queste teorie si configurano come le varie facce della stessa medaglia, una problematizzazione del principio d'esistenza stesso dell'arte nel contemporaneo e dei meccanismi e istituzioni che la comunicano e diffondono.

La creazione di esperienze culturali, dunque anche esperienze di vita alternative a quelle proposte, impostate sul narcisismo e ridotte a rapporti a distanza, attraverso luoghi di condivisione e di incontro. Per contrastare l'isolamento e un riconoscimento del merito votato al narcisismo, *Beruf*.

Il dibattito è tuttora in corso e non ha mai smesso di interessare gli studiosi di estetica, interrogandosi sulla funzione che l'arte può avere

---

23 GOLDONI D., "Ancora una crisi del pensiero europeo?" in AA. VV. "Le culture dell'Europa, l'Europa della cultura", Franco Angeli, Milano, 2011, p. 175.

nel contemporaneo.

Può il festival in analisi diventare un buon esempio di politicizzazione dell'arte? Lo può diventare come tentativo, dal momento che punta alla rappresentazione di ciò che gli artisti contemporanei del territorio esprimono, e che tenta di coinvolgere la comunità del paese di Lonigo nel suo insieme nell'esperienza del festival. Il punto positivo di questa esperienza è che coinvolge gli artisti locali. Ma la popolazione è in ugual modo coinvolta? E che benefici ne derivano? Un giudizio più esteso verrà espresso in seguito.

### 3.2 I dati raccolti

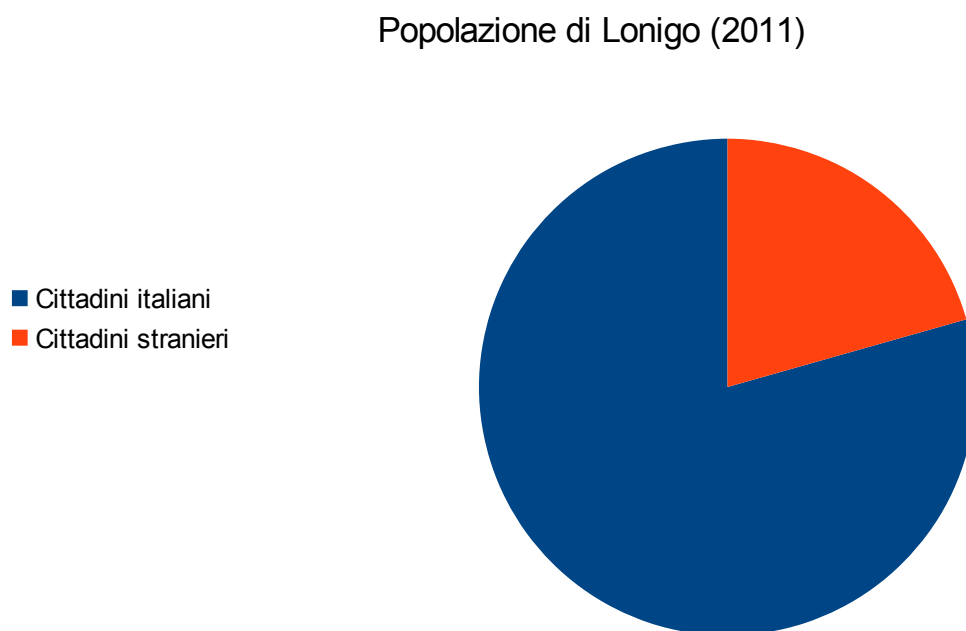
Per proseguire con l'analisi del festival, è opportuno specificare alcuni dati statistici che si sono ritenuti importanti per lo studio in corso.

I dati sono stati ricavati in parte dal sito [www.comuni-italiani.it](http://www.comuni-italiani.it), in parte da dati raccolti a livello interno dal comune stesso.

Il dato statistico più importante che si è rilevato ai fini dell'indagine sull'impatto dell'offerta culturale del "New Generation" festival sulla città, è quello riguardante la presenza di cittadini stranieri che rappresentano il 20,9 % della popolazione. Lonigo è il terzo comune con la più alta percentuale di cittadini stranieri nella provincia di Vicenza, e il quinto a livello regionale.

In particolare è forte la presenza di cittadini provenienti dalla Romania, 694 persone, e dal Bangladesh, 590 persone.

Grafico 1: Popolazione di Lonigo



Sulla base di questi dati statistici messi a disposizione sul web e dal comune, è stato effettuato un sondaggio con lo scopo precipuo di costruire un background e un supporto metodologico alla ricerca compiuta e ai dati quantitativi raccolti; sono state condotte delle interviste semi-strutturate al fine di indagare un particolare aspetto riguardante il festival in analisi: la partecipazione. Le interviste semi-strutturate si caratterizzano per la presenza di domande preliminari uguali per tutti gli intervistati, le quali possono però subire delle modifiche in sede di intervista sulla base del colloquio con

l'intervistato, che può anticipare le risposte alle domande oppure dirigere il discorso verso altri argomenti. In particolare si noterà questo tipo di intervento nel caso dell'intervista al cittadino straniero Silhsachi, la quale è stata condotta seguendo le argomentazioni proposte dall'intervistato. È stata utilizzata una tecnica di indagine molto diffusa nell'ambito della ricerca sociale e culturale, l'intervista standardizzata rivolta a un campione rappresentativo (survey) e adottando un "pluralismo metodologico", in funzione degli obiettivi specifici della ricerca; un solo metodo di indagine si rivela infatti insufficiente per la raccolta dei dati sul campo. Si è ritenuto quindi di integrare diverse tecniche quantitative e qualitative<sup>24</sup>.

Con partecipazione s'intende sia un dato positivo che un dato negativo risultante dalle indagini condotte. In particolare a fronte dei rilevanti dati statistici raccolti a livello nazionale dall'Istat, e pubblicati sul sito [www.comuni-italiani.it](http://www.comuni-italiani.it), sarà interessante l'analisi riguardante la partecipazione alle attività del festival da parte dei cittadini stranieri residenti nel comune.

È stato scelto inoltre di condurre delle interviste più approfondite per segmento di popolazione. Nello specifico:

Area di indagine:

-Popolazione della città di Lonigo (VI)

1. Scopo del sondaggio:

Valutare l'impatto sulla città di Lonigo del "New Generation" festival, soprattutto riscontrarne, se esistenti, gli effetti positivi.

---

<sup>24</sup> SCIOLLA L., *"Sociologia dei processi culturali"* cit. pp. 88-89.

Interrogazione rivolta a varie fasce della cittadinanza di Lonigo (VI) dove il festival si tiene da due anni nel mese di ottobre.

## 2. Il campionamento

Scelta tra varie fasce d'età e nazionalità. Campione areale. Metodo di ricerca: Interviste.

## 3. Le interviste

Sarà importante indicare per prima cosa l'età e il sesso. Alcune domande per linearità nella raccolta dati non prevedono risposta aperta e verranno poste identiche a tutti gli intervistati.

## 4. La scelta dei soggetti da intervistare

La scelta è stata fatta in base a dati statistici rilevati nell'anno 2011 sulla composizione demografica della città di Lonigo. I dati rivelano che la popolazione è composta per la maggior parte da persone di età compresa tra i 15 e i 64 anni che rappresentano il 67,3 % della popolazione residente. Un altro dato saliente che si è scelto di prendere in considerazione per l'effettuazione delle interviste è quello della straordinaria presenza di cittadini stranieri (20,9 % della popolazione). Lonigo è il terzo comune con la più alta percentuale di cittadini stranieri nella provincia di Vicenza, e il quinto a livello regionale.

Si è scelto dunque di indagare attraverso una serie di interviste, due aspetti principali:

- l'impatto qualitativo del festival sui cittadini italiani che vi hanno partecipato e non;

- la partecipazione della cittadinanza straniera al festival;

### 3.2.1 Indagine qualitativa

Per analizzare in maniera più obiettiva il festival si è scelto di effettuare delle interviste mirate alla fascia di popolazione più importante di Lonigo, quella che va dai 15 ai 64 anni per sondare attraverso delle domande volte a carpire le opinioni prevalenti della cittadinanza sul festival, come questo si sia posto realmente nei confronti della cittadinanza. Sono stati condotti in totale 30 colloqui. Di seguito vengono riportate le interviste che si sono ritenute più importanti ai fini dell'analisi in corso.

Oltre alla suddivisione per fasce d'età durante la raccolta delle interviste è stato scelto anche di indicare il tipo di lavoro svolto, per rendere l'indagine sociologica più efficace. Alla fine sono state scelte alcune interviste esemplificative da riportare, e sono state suddivise a seconda delle categorie sopra indicate, per avere una panoramica di quello che diversi tipi di persone pensano. Dunque le interviste sono state condotte su una miscellanea di persone, non solo studenti o persone di cultura medio-alta. Vengono qui precisati inoltre i criteri di trascrizione:

R: intervistatore;

I: intervistato;

Le domande sono state poste mantenendo l'anonimato degli intervistati, motivo per cui i nomi riportati sono di fantasia.



Intervista: Alex, 43 anni, lavoratore autonomo

R: Hai mai partecipato agli eventi organizzati nell'ambito del "New Generation" festival? (mostre spettacoli teatrali, concerti..)

I: Sì entrambi gli anni in cui si è svolto il festival ho partecipato.

R: Raccomanderebbe questo evento ad altre persone?

I: Sì sicuramente.

R: Questo tipo di evento culturale, a Suo avviso, ha qualche beneficio per la comunità di Lonigo?

I: Penso proprio di sì, innanzitutto per quanto riguarda il movimento che viene creato in città, poi per la visibilità data alla cultura stessa.

R: Ritiene che questo tipo di eventi siano utili per conoscere meglio l'arte contemporanea e in generale ad aumentare le proprie conoscenze?

I: Sì è utile per far conoscere l'arte contemporanea alla cittadinanza di Lonigo. È inoltre un'ottima occasione per chi ne ha la volontà di esporre qualcosa.

Intervista: Denise, 23 anni, studentessa

R: Hai mai partecipato agli eventi organizzati nell'ambito del "New Generation" festival? (mostre spettacoli teatrali, concerti..)

I: Certo! Oltre che per interesse personale verso l'arte contemporanea e la musica mi interessa molto come evento visto che studio scienze della comunicazione.

R: Raccomanderebbe questo evento ad altre persone?

I: Sì.

R: Questo tipo di evento culturale, a Suo avviso, ha qualche beneficio per la comunità di Lonigo?

I: Decisamente sì: la maggior ragione è il risveglio dal letargo in ambito culturale e sociale della città. Poi è un'occasione interessante perché c'è la possibilità di incontrare persone della tua città che prima non conoscevi e che scopri avere interessi comuni con te. Secondo me questo evento è stato in grado di raggruppare le persone e farle discutere. Altri eventi organizzati qui a Lonigo non hanno lo stesso impatto a livello di curiosità che crea il new generation festival.

R: Ritiene che questo tipo di eventi siano utili per conoscere meglio l'arte contemporanea e in generale ad aumentare le proprie conoscenze?

I: Sì, con tutti i personaggi che il festival ha portato qui a Lonigo va benissimo per conoscere l'arte, mi spiego meglio: nella mostra d'arte organizzata all'interno del festival ci sono artisti del territorio che magari espongono a livello importante in

grandi città ma che non hanno mai trovato spazio nella nostra piccola realtà. Il festival dà l'opportunità di osservare come le varie espressioni contemporanee stiano cambiando. I cittadini senza il festival non avrebbero mai visto nulla del genere a Lonigo. È utile sia per chi già conosce sia per chi vuole conoscere di più. Il comune di Lonigo ha deciso in questo modo di dare una svolta alla proposta culturale, anche perché c'è sempre stato il timore di proporre qualcosa di così innovativo e insolito, poi quando hanno visto quanta gente ha radunato il festival si sono ricreduti.

Intervista: Francesco, 35 anni, insegnante

R: Ha mai partecipato agli eventi organizzati nell'ambito del "New Generation festival? (mostre spettacoli teatrali, concerti..)

I: Sì, entrambi gli anni. Partecipo sicuramente anche alla prossima edizione.

R: Raccomanderebbe questo evento ad altre persone?

I: Senza dubbio.

R: Questo tipo di evento culturale, a Suo avviso, ha qualche beneficio per la comunità di Lonigo?

I: È fantastico. Aumenta la partecipazione agli eventi culturali. Un unico appunto, se fossi io tra chi organizza metterei un biglietto a pagamento per l'ingresso alle iniziative, secondo me in Italia a differenza degli altri stati non si capisce il valore dell'arte.

R: Ritiene che questo tipo di eventi siano utili per conoscere meglio l'arte contemporanea e in generale ad aumentare le proprie conoscenze?

I: Sì. È un progetto eccezionale per la comunità di Lonigo perché aiuta a conoscere l'arte contemporanea. Fino a poco tempo fa insegnavo in un centro di formazione professionale qui in città e ho portato parecchie classi a fare delle visite guidate nell'ambito del festival, anche classi di 28 persone. Mi dava molta soddisfazione vedere come alcuni si interessassero veramente a quello che c'era in mostra e ne rimanessero colpiti; molto probabilmente se non ci fosse questo festival non avrebbero mai avuto così facilmente la possibilità di vedere qualcosa di arte

contemporanea.

Intervista: Luca, 36 anni, commerciante

R: Ha mai partecipato agli eventi organizzati nell'ambito del "New Generation festival? (mostre spettacoli teatrali, concerti..)

I: Sì.

R: Raccomanderebbe questo evento ad altre persone?

I: Sì.

R: Questo tipo di evento culturale, a Suo avviso, ha qualche beneficio per la comunità di Lonigo?

I: Sicuramente. A mio parere arricchisce il panorama culturale del paese. Appoggia iniziative giovanili nei campi dell'arte e della musica. Inoltre crea anche dei gruppi, perché io ho conosciuto diverse persone in quell'occasione, dunque aiuta a socializzare.

R: Ritiene che questo tipo di eventi siano utili per conoscere meglio l'arte contemporanea e in generale ad aumentare le proprie conoscenze?

I: Sì, anche perché non c'è niente di simile nei dintorni.

Intervista: Massimo, 29 anni, lavoratore autonomo

R: Ha mai partecipato agli eventi organizzati nell'ambito del "New Generation" festival?

I: Sì, tutte le edizioni, mi ha sempre interessato molto come iniziativa.

R: Raccomanderebbe questo evento ad altre persone?

I: Certo.

R: Questo tipo di evento culturale, a Suo avviso, ha qualche beneficio per la comunità di Lonigo?

I: Sì perché è un perfetto luogo di incontro. Inoltre dà la possibilità ai giovani di esprimersi. Valorizza l'arte in tutte le sue espressioni e avvicina la gente al mondo dell'arte.

R: Ritieni che questo tipo di eventi siano utili per conoscere meglio l'arte contemporanea e in generale ad aumentare le proprie conoscenze?

I: Sì. Ho una piccola critica verso il comune però che non si impegna molto e non dà molto spazio all'evento. Il comune non fa pubblicità. L'azienda poi probabilmente non ha molte risorse e si arrangia da sé a farsi conoscere, quindi non ha molta visibilità. Il comune forse deve ancora capire che è un'occasione unica per vedere l'arte contemporanea a Lonigo, anche con artisti che personalmente ritengo molto meritevoli.

Intervista: Giulia, 25 anni, lavoratrice

R: Ha mai partecipato agli eventi organizzati nell'ambito del "New Generation" festival?

I: Sì.

R: Raccomanderebbe questo evento ad altre persone?

I: Sì certo.

R: Questo tipo di evento culturale, a Suo avviso, ha qualche beneficio per la comunità di Lonigo?

I: Sì perché richiama persone. È un evento favorevole per la comunità, è una buona opportunità per appassionarsi a qualcosa di nuovo e allargare le proprie prospettive a livello culturale. Dà anche la possibilità ad artisti poco conosciuti di esibirsi, di avere visibilità. È anche un nuovo punto di incontro perché dà la possibilità di incontrarsi oltre che con chi conosci anche con gente nuova.

R: Ritiene che questo tipo di eventi siano utili per conoscere meglio l'arte contemporanea e in generale ad aumentare le proprie conoscenze?

I: Sì, Lonigo dovrebbe essere più aperta a questi eventi e dare più spazi. La gente spesso non è ancora aperta a questo tipo di offerta culturale, a volte sono poco interessati.



Intervista: Enrico, 24 anni, studente

R: Ha mai partecipato agli eventi organizzati nell'ambito del "New Generation" festival? (mostre, spettacoli teatrali, concerti...)

I: Sì. Una volta l'anno scorso.

R: Raccomanderebbe questo evento ad altre persone?

I: Dipende se sono interessate a quello che viene proposto.

R: Questo tipo di evento culturale, a Suo avviso, ha qualche beneficio per la comunità di Lonigo?

I: Sì, ma dipende sempre da quanto la comunità è interessata. Non a tutti interessa così tanto l'arte contemporanea. L'iniziativa è comunque buona perché è gratuita e questo può incoraggiare a interessarsi e scoprire qualcosa di nuovo anche se si è scettici.

R: Ritiene che questo tipo di eventi siano utili per conoscere meglio l'arte contemporanea e in generale ad aumentare le proprie conoscenze?

I: Sì soprattutto perché offre anche opportunità dal punto di vista della formazione tecnica, come per esempio i laboratori di Adobe Photoshop. Questa è una cosa molto valida. Anche il posto che hanno scelto per ospitare l'iniziativa è ottimo, fa effetto vedere un palazzo antico con opere d'arte contemporanea. Il paese è piccolo ma non così tanto, questo festival crea l'opportunità di dare apertura mentale alle persone. Poi l'incontro con l'arte contemporanea diventa più genuino proprio perché

nasce dal piccolo. Magari l'artista che io vedo esporre qui ha dei lavori molto più validi e interessanti di un altro che è famoso ed espone nelle grandi città. A mio parere nel mondo dell'arte contemporanea c'è una centralizzazione eccessiva, e alla fine le cose che vengono proposte sono sempre le stesse. Almeno così si ha la possibilità di vedere qualcosa di diverso e che è poco imitativo nei confronti di quello che va per la maggiore.

Intervista: Rita, 51 anni, barista

R: Ha mai partecipato agli eventi organizzati nell'ambito del "New Generation" festival? (mostre, spettacoli teatrali, concerti...)

I: Sì, solo una volta però.

R: Raccomanderebbe questo evento ad altre persone?

I: Certo.

R: Questo tipo di evento culturale, a Suo avviso, ha qualche beneficio per la comunità di Lonigo?

I: Sì, è un'opportunità per i giovani di esprimersi e di aprirsi, mettersi in luce. Anche perché è gratis! Può anche diventare un trampolino di lancio per qualcuno, non si sa mai. Poi è un'ottima opportunità per socializzare.

R: Ritieni che questo tipo di eventi siano utili per conoscere meglio l'arte contemporanea e in generale ad aumentare le proprie conoscenze?

I: Sì. Sinceramente mi interessavo poco di questo tipo di cose prima, ora invece seguo con interesse ciò che riguarda l'arte, la musica, il teatro.

Intervista: Elisa, 27 anni, disoccupata

R: Ha mai partecipato agli eventi organizzati nell'ambito del "New Generation" festival? (mostre, spettacoli teatrali, concerti...)

I: Sì, soprattutto per le performance di un mio amico.

R: Raccomanderebbe questo evento ad altre persone?

I: Sì.

R: Questo tipo di evento culturale, a Suo avviso, ha qualche beneficio per la comunità di Lonigo?

I: È un'iniziativa nuova, che fa bene a tutti. La città senza questo tipo di eventi sarebbe abbastanza noiosa.

R: Ritiene che questo tipo di eventi siano utili per conoscere meglio l'arte contemporanea e in generale ad aumentare le proprie conoscenze?

I: Sì, credo non ci sia in altri paesi di media grandezza un'offerta del genere, o almeno non c'è qui intorno.

### 3.2.2 La voce di chi non ha partecipato

Si è scelto di intervistare anche chi non ha partecipato, e scoprirne le motivazioni, se esistenti. Sono state intervistate 30 persone. La maggior parte degli intervistati al momento del colloquio non conosceva il festival sebbene siano abitanti di Lonigo. La poca conoscenza dell'evento è stata imputata in parte alla scarsa visibilità pubblicitaria. In misura minore si sono dichiarati invece non interessati alle iniziative proposte dal festival (due persone), come anche alcuni non sapevano nulla in merito (dieci persone). Per alcuni si è scelto di condurre un'intervista più approfondita visto che durante il colloquio hanno dimostrato di conoscere il festival ma di non aver mai partecipato. Queste persone recano dunque un'opinione da osservatori esterni che risulta interessante riportare.

Oltre alle interviste raccolte che spiegano come anche chi non ha partecipato abbia una buona opinione sugli aspetti positivi del festival, è opportuno tenere in considerazione e analizzare seppur brevemente anche la risposta che è stata data da alcuni intervistati, riguardante il loro disinteresse in merito alla proposta culturale del festival. Si tratta in questo caso anche di differenze relative alle preferenze culturali, che possono variare a seconda dell'ambiente di provenienza o delle attitudini personali del singolo.

D'altronde parla di distinzioni nelle preferenze culturali anche Wendy Griswold, laddove:

“La ricerca sociale conferma ciò che l'osservazione comune mostra: diversi tipi di persone guardano, comprano, amano, usano, leggono e credono in diversi oggetti culturali”<sup>25</sup>.

si parla dunque di conseguenze del gusto, una rilevante e importante teoria in merito è stata avanzata da Pierre Bourdieu, alla quale si rimanda a un'analisi più approfondita in seguito<sup>26</sup>. Bourdieu nei suoi scritti parla di come il capitale culturale possa influire positivamente sullo sviluppo del capitale economico; in seguito si osserverà come queste teorie siano supportate anche da diversi altri studiosi come Amartya Sen, Martha Nussbaum e Pierpaolo Donati. Una buona propensione verso l'acquisizione di capitale culturale aumenterebbe anche le possibilità di inserirsi in diversi contesti sociali, aumentando le opportunità di accumulare capitale economico. Tuttavia l'importanza data dal cittadino all'accumulazione di capitale non economico dipende anche molto secondo Lamont<sup>27</sup> dal contesto nel quale si effettuano le indagini, anche se in generale il valore dato dal possesso di capitale culturale rimane molto elevato.

Sono inoltre da tenere in considerazione i diversi orizzonti interpretativi che un individuo può dare all'offerta culturale. Si fa riferimento in particolare ai diversi modi di interpretare un oggetto culturale da parte delle persone, modi che dipendono anche dalle precedenti esperienze culturali e sociali maturate e che non sono uguali per tutti. Questo si configura come un altro tentativo, oltre a quello proposto da Bourdieu, di spiegare la scelta di alcuni non partecipare alle iniziative organizzate nel festival.

---

25 GRISWOLD W. *Cultures and Societies in a Changing World*, Thousands Oaks, Calif., Pine Forge Press 1994, trad. it. Di Marco Santoro *Sociologia della cultura* società editrice il Mulino, 1997, p. 114.

26 Si veda p. 90.

27 *Ibidem*, p. 116.

Intervista: Antonio, 61 anni, lavoratore

R: Ha mai partecipato agli eventi organizzati nell'ambito del "New Generation" festival? (mostre, spettacoli teatrali, concerti..)

I: No, anche se ne ho sentito parlare.

R: Raccomanderebbe questo evento ad altre persone?

I: Non saprei, probabilmente se si è interessati a quello che viene proposto sì. Poi comunque mi sembra una buona iniziativa, io non ci sono mai andato per mancanza di tempo.

R: Questo tipo di evento culturale, a Suo avviso, ha qualche beneficio per la comunità di Lonigo?

I: Sì, ma a mio parere qualunque evento culturale ha un beneficio per la comunità.

R: Ritiene che questo tipo di eventi siano utili per accrescere il proprio bagaglio culturale?

I: Sì, io per esempio anche se non ho potuto partecipare mi sono interessato in quel momento all'arte per curiosità e ho fatto delle ricerche autonomamente.

Intervista: Claudia, 27 anni, studentessa e lavoratrice

R: Ha mai partecipato agli eventi organizzati nell'ambito del "New Generation" festival? (mostre, spettacoli teatrali, concerti..)

I: No, sinceramente non ho mai avuto l'occasione. Ma so di cosa di tratta.

R: Raccomanderebbe questo evento ad altre persone?

I: Sì. Lo dico perché sono convinta sia una buona iniziativa, mi ha fatto un'ottima impressione il programma.

R: Questo tipo di evento culturale, a Suo avviso, ha qualche beneficio per la comunità di Lonigo?

I: Sono favorevole a qualsiasi alternativa che possa intrattenere i ragazzi, invece di vederli in giro ad ubriacarsi oppure senza uno scopo. Questa iniziativa è la prima che organizzano per i giovani qui e penso sia utile anche per interessarsi a qualcosa di diverso. Non ci sono particolari offerte culturali nel circondario.

R: Ritiene che questo tipo di eventi siano utili per conoscere meglio l'arte contemporanea e in generale ad aumentare le proprie conoscenze?

I: Sì, sicuramente.



Intervista: Laura, 40 anni, lavoratrice autonoma

R: Ha mai partecipato agli eventi organizzati nell'ambito del "New Generation" festival? (mostre, spettacoli teatrali, concerti..)

I: Si ho presente di cosa si tratta ma non ho mai partecipato agli eventi organizzati.

R: Raccomanderebbe questo evento ad altre persone?

I: Sì.

R: Questo tipo di evento culturale, a Suo avviso, ha qualche beneficio per la comunità di Lonigo?

I: Sì perché porta gente qui in città, abbiamo bisogno di cose nuove, di iniziative interessanti.

R: Ritieni che questo tipo di eventi siano utili per conoscere meglio l'arte contemporanea e in generale ad aumentare le proprie conoscenze?

I: Sì. C'è bisogno di cose nuove per svegliare le persone. Purtroppo qui si ha la tendenza a restare un po' chiusi e a non accettare le novità. Io sono laureata e trovo questa iniziativa un'ottima offerta culturale.

Intervista: Alberto, 21 anni, studente

R: Ha mai partecipato agli eventi organizzati nell'ambito del "New Generation" festival? (mostre, spettacoli teatrali, concerti..)

I: Non posso dire di aver partecipato, un amico voleva che lo accompagnassi ma io non avevo tempo, però so cos'è.

R: Raccomanderebbe questo evento ad altre persone?

I: Sì.

R: Questo tipo di evento culturale, a Suo avviso, ha qualche beneficio per la comunità di Lonigo?

I: Porta sicuramente delle novità, sia a livello culturale che in generale di cose da fare. È un evento positivo non solo per Lonigo ma anche per il circondario, visto che non c'è niente del genere.

R: Ritieni che questo tipo di eventi siano utili per conoscere meglio l'arte contemporanea e in generale ad aumentare le proprie conoscenze?

Certamente.

Dai dati raccolti risulta che anche per chi non ha partecipato direttamente al festival questo si sia posto comunque come una possibile esperienza positiva. La concezione che il festival sia un evento favorevole per la comunità è diffusa anche tra chi non ha partecipato. Si può considerare un aumento del benessere della comunità, che considera il festival un'opportunità nuova e quasi unica. Da non sottovalutare dal punto di vista sociologico è inoltre la possibilità di offrire uno spazio ai giovani, possono partecipare sia come artisti che come volontari all'interno dell'organizzazione, come anche vengono coinvolti all'interno di ciò che viene proposto, come i laboratori didattici attraverso una forma di partecipazione gratuita, che lascia la facoltà di decidere se partecipare o meno influenzata solo dalla propria volontà e non da dinamiche di reddito.

### 3. 2 .3 Riflessioni

Dalle varie interviste raccolte giunge in evidenza:

- una particolare soddisfazione recata dal festival ai cittadini che hanno partecipato, sia a livello di sviluppo e arricchimento culturale che di incontri socializzanti;
- la consapevolezza che senza il festival difficilmente l'arte contemporanea avrebbe fatto la sua comparsa in un contesto cittadino di medio piccola grandezza e soprattutto di provincia;
- la proposta culturale innovativa ha aumentato in generale il senso di appartenenza a una comunità, si riscontrano particolari apprezzamenti verso le visite guidate di introduzione all'arte contemporanea e verso i laboratori;

è utile a questo punto dell'analisi partire dai dati raccolti per poterli rielaborare entro un contesto teorico. L'obiettivo è tentare di comprendere se la partecipazione e il consumo di oggetti ed eventi culturali possa essere associato a un miglioramento della propria percezione di qualità della vita. Negli ultimi anni sono stati condotti vari studi sul tipo di impatto che delle proposte culturali hanno su una comunità di persone. In particolare si parla di un nuovo tipo di concezione di benessere, non più tanto associato alle possibilità

economiche ma anche al tipo di vita che si sceglie di condurre. La definizione di benessere come anche quella di qualità della vita non è per niente scontata e soggetta a continui dibattiti, tanto che esiste fino all'anno 1985 una bibliografia di ben 21.000 articoli accademici. Nelle definizioni si contesta il carattere prettamente emozionale e psicologico della definizione<sup>28</sup>. L'obiettivo è ottenere una definizione di benessere a 360°, che faccia riferimento a tutti gli aspetti del vivere distinguendo tra benessere collettivo e benessere individuale dalle caratteristiche più soggettive. Per discutere meglio di questo tipo di argomenti è opportuno citare gli studi condotti dall'economista indiano Amartya Kumar Sen.

Partendo dalla critica alla funzione utilitarista di benessere e eguaglianza, Sen arriva a teorizzare un'economia del benessere che non si basa soltanto sulla disponibilità economica e sulla valutazione delle acquisizioni ma anche su altri fattori che influenzano la felicità di ognuno come i rapporti interpersonali, partendo dall'idea che ogni essere umano è diverso dall'altro in molte maniere, e anche le società e le comunità nelle quali viviamo si caratterizzano per un diverso ambiente e dunque diverse opportunità. Dunque esistono non solo differenze di fini e di caratteristiche personali (carattere, età, sesso..) ma anche differenze ambientali e sociali, come anche caratteristiche esterne scarsamente influenzabili dall'individuo. È necessario data la molteplicità dei dati presenti adottare una prospettiva. Lo studioso vede il reddito come uno dei mezzi che consentono di raggiungere i propri scopi e postula l'esistenza di altre componenti importanti. In questo modo cambiano il concetto e i parametri che definiscono il benessere (well-being) attraverso un orientamento metodologico più

---

28 GROSSI E., SACCO P. L., TAVANO BLESSI G. & CERUTTI R., "Culture and Well Being: Impact of Culture on Individual Subjective WellBeing of Italian Population", Springer, dicembre 2011, p. 3.

ampio. Il benessere stesso viene definito come la qualità della vita di una persona, lo "star bene". Ai tradizionali parametri di reddito e utilità Sen sostituisce il concetto di funzionamenti che si configurano come le varie risorse a disposizione, che possono essere elementari come per esempio essere in buona salute o la possibilità di avere una dieta adeguata, avere una vita lunga o più complessi come l'essere felici, il sentirsi al sicuro ecc. mentre le capacità o *capabilities*, sono l'insieme di funzionamenti acquisibili da un individuo. La capacità di acquisire funzionamenti è legata alla costituzione della libertà stessa al benessere, l'insieme delle capacità fornisce dunque informazioni importanti sulla libertà di scelta, si può attribuire dunque un giudizio sulla situazione sociale di un individuo dalla libertà nell'acquisire benessere e di riflesso una valutazione del benessere prende forma da un giudizio sugli elementi costitutivi. Per valutare la qualità della vita di un individuo lo studioso ritiene elemento centrale il modo in cui vive una persona, le scelte che ha la possibilità di fare.

Seguendo Aristotele ne "l'Etica Nicomachea", viene investigato "ciò che è buono per l'uomo"<sup>29</sup>. L'approccio delle capacità è molto diverso da quello utilitarista perché considera i diversi stati di fare importanti già da sé stessi, dunque non limitati alla loro capacità di produrre utilità o nella misura in cui la producono, viene data in questo modo più importanza alle scelte fatte dagli individui. Il nesso con Aristotele si avverte fortemente con l'introduzione dei concetti di qualità della vita e di libertà sostanziali:

"La nozione di libertà come potere effettivo di acquisire ciò che si sceglierebbe è una componente importante per l'idea generale di libertà"<sup>30</sup>.

---

29 SEN A., "Inequality Reexamined", Oxford, Oxford University Press 1992, trad, it. Di Alessandro Balestrino "La diseguaglianza" società editrice il Mulino, Bologna 1994, p. 64.

30 Ivi, p. 101.

Una delle tante declinazioni del concetto di libertà introdotto da Sen consiste nella libertà di partecipazione, a un primo livello di analisi la libertà di ricevere un'istruzione è a livello elementare alle basi della libertà partecipativa<sup>31</sup> Mentre a un livello più complesso si tratta anche di avere la possibilità di accedere a proposte culturali formative, dunque libertà di formare una propria opinione sul mondo attraverso lo sviluppo di conoscenze personali. La possibilità di informarsi e di conoscere diventa importante anche per lo sviluppo di altre capacità come quella di partecipare attivamente al dibattito politico, e dunque avere un peso decisionale nei processi democratici. In tal modo Sen lega lo sviluppo alle libertà sostanziali degli individui, distinguendo un ruolo costitutivo e un ruolo strumentale della libertà, nel quale il primo attiene: "All'importanza delle libertà sostanziali per l'arricchimento della vita umana"<sup>32</sup> mentre il secondo costituisce un insieme di libertà sostanziali (libertà politiche, infrastrutture economiche, occasioni sociali, garanzie di trasparenza e la sicurezza protettiva) delle quali si approfondirà per l'interesse con l'analisi in corso le occasioni sociali consistenti in:

"Per occasioni sociali intendo gli assetti che la società si dà in materia di scuola, sanità e simili; tali che influiscono sulla libertà sostanziale dei singoli di vivere meglio. Si tratta di "occasioni" importanti non solo ai fini della vita privata (...) ma anche per una partecipazione più efficace alle attività economiche e politiche"<sup>33</sup>.

la libertà strumentale come occasione sociale diventa un arricchimento e uno sviluppo della vita umana.

---

31 SEN A., *"Development as Freedom"* Alfred A. Knopf Inc. 1999, trad. it. Di Gianni Rigamonti *"Sviluppo e libertà"* Arnoldo Mondadori editore S.p.A. Milano 2000, p. 38.

32 *Ivi*, p. 41.

33 *Ivi*, p. 44.

Allo stesso modo la filosofa Martha Nussbaum sviluppa un pensiero sulle capacità collaborando con Amartya Sen, in particolare nel libro "La qualità della vita". Come lo studioso di origine bengalesi prima di lei aveva già criticato, anche Nussbaum mette in dubbio la concezione utilitarista di John Rawls che soprattutto nell'opera "A theory of justice"<sup>34</sup> considera come beni importanti per valutare la qualità della vita delle persone il reddito e la ricchezza. Partendo dalla critica a questo pensiero si sviluppa la posizione della studiosa che contrappone altri beni a quelli già enunciati, beni non importanti solo in sé ma per la loro funzione. Partendo dall'analisi del pensiero aristotelico Nussbaum promuove la ricerca della felicità nella vita attraverso il perseguimento della virtù, che si configura come un'attività che abbia rispetto verso l'umanità. L'idea della studiosa di felicità si configura dunque come complessa e debitrice della lezione aristotelica della felicità (eudaimonia), come una pluralità di azioni dotate di valore. Anche la partecipazione alle attività della polis influenzerebbe l'educazione culturale del singolo. Infatti *philía* si collega molto strettamente con la virtù, che a sua volta si fonda sul bene, coniugando utilità e benessere.

Nel caso in esame il riscontro pratico ottenuto attraverso le interviste aiuta a delineare un profilo del festival. Si può dire infatti che il festival sia un ottimo tentativo di creare delle occasioni sociali, laddove si ottiene sia un aumento delle proprie conoscenze culturali, sia l'opportunità di stringere nuovi legami, basati anche su interessi comuni. Inoltre il festival si configura anche come un complemento alla didattica delle scuole del circondario, come riportato dalla testimonianza del sig. Francesco. Si può forse suggerire che in un

---

34 Per un approfondimento si veda RAWLS J. "A theory of justice" Harvard University press, United States 1971, trad. it. Di Sebastiano Maffettone, "Una teoria della giustizia" Feltrinelli Milano, 1997.



certo modo il festival stia contribuendo ad aumentare la qualità della vita percepita dai cittadini, infatti molti apprezzano l'iniziativa anche a livello di sviluppo comunitario, come anche molte testimonianze riportano l'entusiasmo di ritrovarsi in quello che può diventare un nuovo luogo di incontro. Tutto questo si configura come una proposta culturale che sa interagire con una parte della cittadinanza, offrendo qualcosa che viene ritenuto innovativo e importante per lo sviluppo della città stessa.

Sarà utile a questo punto parlare di come un insieme di relazioni intersoggettive, dei beni immateriali possano influenzare la percezione del benessere. Ancora Martha Nussbaum è una delle prime studiose ad occuparsi di questo fenomeno, identificabile come bene relazionale. Sempre facendo riferimento ad Aristotele si parla dunque di relazioni che producono effetti benefici su chi le intrattiene, comparando i beni relazionali con il concetto di *philía*. È un'idea filosofica: il rapporto di condivisione e aiuto tra persone diventa una relazione con l'altro indispensabile per creare beni relazionali. La visione di Nussbaum sconfinava tra il rapporto amoroso di coppia e invece uno universale dove è importante muoversi reciprocamente per il bene altrui. Attualizzando il pensiero di Aristotele una vita senza *philía* è una vita che dà poca importanza ai valori umani che conferiscono significato all'esistenza. Partendo da questo pensiero sui beni relazionali si potrà osservare come per alcuni filosofi l'etica della condivisione e dell'aiuto reciproco per la conquista del benessere sia un elemento fondamentale, e come ciò si configuri come una creazione data dai rapporti intersoggettivi. Questo punto di vista appoggia il tentativo del festival di creare degli spazi di condivisione e di confronto. Pierpaolo Donati definisce con più chiarezza empirica il

bene relazionale<sup>35</sup>, del quale il festival si potrebbe porre come un potenziale ente di creazione. Infatti s'intende per bene relazionale un bene che non è né pubblico né privato, ma che si configura come comune. Questi beni comuni sono prodotti dalle relazioni sociali. È utile a questo punto riportare alcune definizioni date dallo studioso e che sono interessanti nel momento in cui si paragonano con i dati qualitativi raccolti durante le interviste riguardanti il festival in analisi:

“- questi beni consistono in relazioni;

- le relazioni di cui consistono devono avere la qualità di un “bene” (un concreto good, non una merce) che ha dei costi e porta con sé dei vantaggi, ma non ha un prezzo, e non può essere prodotto per obbligo o comando (...);

- il carattere di bontà del bene non è una attribuzione primariamente morale (etica) ma sociologica: si tratta di una realtà reale, di natura immateriale che soddisfa i bisogni delle persone (...);

- (...) in modo diretto o indiretto, può procurare anche dei beni materiali (...);

- il bene relazionale deve avere un “luogo” sociologico in cui viene generato (...),<sup>36</sup>”

Donati insiste anche sul carattere probabilistico dei beni relazionali, ovvero essi non sono sempre prodotti a priori. In questo senso a opinione di chi scrive e attraverso il supporto empirico delle interviste condotte possiamo paragonare le relazioni sociali e il tipo di offerta culturale del festival in analisi come soddisfacente alcuni dei punti messi in luce dallo studioso. In particolare il festival sembra sia in grado di creare delle relazioni tra individui nel luogo in cui avviene, e che queste relazioni siano caratterizzate dall'incontro di interessi comuni ma anche dall'opportunità di creare delle reti. Inoltre la possibilità che queste relazioni creino beni materiali è esemplificata

---

35 Per un approfondimento si veda il testo DONATI P., SOLCI R. *"I beni relazionali, che cosa sono e quali effetti producono"* Bollati Boringhieri editore, Torino 2011.

36 DONATI P., SOLCI R. *"I beni relazionali, che cosa sono e quali effetti producono"* Bollati Boringhieri editore, Torino 2011, p. 29.

dalla possibilità di riutilizzare le conoscenze assorbite attraverso i laboratori per sperimentarle nel mondo del lavoro. I beni relazionali possono creare un valore sociale aggiunto, e dalle interviste sembra che questo sia stato percepito da chi ha partecipato all'evento.

A supporto della ricerca condotta e come metro di paragone delle tesi sopra enunciate, si è ritenuto utile riportare l'esempio della ricerca condotta dalla Wallace foundation nell'ambito della partecipazione agli eventi culturali chiamata Community Partnerships for Cultural Participation (CPCP). Nella ricerca viene esposto come l'arte e la partecipazione agli eventi culturali influiscano positivamente allo sviluppo in generale delle arti e sulla partecipazione comunitaria. In particolare nello studio, condotto sui residenti di cinque diverse comunità, si individuano delle differenti modalità di partecipazione che si rivelano interessanti anche per il caso in analisi, di seguito ne viene presentata una rielaborazione:

Tabella 10: Analisi delle tipologie di partecipazione culturale<sup>37</sup>

Tipo di partecipazione culturale	Contributo alle arti e alla cultura	Contributo alla vita comunitaria
Partecipazione a eventi live	Incoraggia le istituzioni culturali verso un ampliamento del pubblico e il mantenimento delle iniziative	Sostiene e aumenta le connessioni tra le persone, contribuisce allo sviluppo economico delle imprese e dei quartieri. Supporta la vitalità degli spazi comuni, tra cui scuole e luoghi di culto.
Produrre arte a livello amatoriale	Approfondisce comprensione personale delle forme d'arte e di cultura. Crea opportunità per gli altri Di sperimentare arte e cultura. Supporta gruppi artistici che si basano su artisti non pagati.	Fornisce esperienze culturali condivise tra famiglia, amici, vicini di casa, e altri che rafforzano i Legami sociali. Aiuta a preservare le pratiche culturali Specifiche di gruppi etnici o regioni.
Socializzazione dei bambini (eventi o lezioni al di fuori della scuola)	Incoraggia lo sviluppo di competenze e le abitudini di partecipazione culturale. Costruisce l'apprezzamento delle esperienze nell'ambito delle arti e della cultura, che porta a lungo termine a un pubblico che promuove la costruzione e il sostegno.	Incoraggia i bambini e i giovani a partecipare alle attività promosse dalla comunità. Costruisce competenze personali e sociali. Favorisce le abitudini di partecipazione che possono essere trasportate ad altri aspetti della comunità e della vita civile.
Supporto per gli artisti o organizzazioni artistiche (attraverso contributi o attività di volontariato)	Costruisce la capacità delle organizzazioni culturali di offrire programmi di alta qualità e vari, crea opportunità per le persone di sperimentare nell'ambito delle arti e della cultura.	Rafforza la capacità delle organizzazioni di arti di impegnarsi nella formazione e sensibilizzazione della comunità. Supporta le principali istituzioni che sono fonte di orgoglio comunitario. Aiuta le organizzazioni community based che si basano su arti e programmi culturali per i servizi per i soci, programmazione sociale, e di raccolta fondi.

può esistere dunque una forte relazione tra una proposta culturale e

<sup>37</sup> WALKER C., FLEMING C. & SHERWOOD K., "Arts Participation. Steps to stronger cultural and community life", The Urban Institute, Washington, 2003. p. 4.

lo sviluppo della vita culturale e comunitaria. Sono state inoltre formulate interessanti teorie per quanto riguarda la misurazione del livello di felicità delle persone, in particolare come vengano studiate diverse grandezze e diversi parametri di riferimento per valutare la felicità. Oltre agli indicatori di reddito, occupazione ecc. vengono compresi anche altri tipi di fattori, meno legati all'ambito economico e invece più attinenti al sociale, come la partecipazione alla vita comunitaria, la salute e la formazione. Queste caratteristiche permetterebbero di avere più opportunità nella vita, e di riflesso di essere più felici. In particolare Bruno S. Frey e Claudia Frey Marti nei loro studi indagano l'impatto di diversi fattori nella percezione della propria felicità. Le loro teorie si rivelano come una opportuna fonte di una possibile conferma di quanto sopra esposto, ovvero che anche la partecipazione ad attività culturali che permettano anche un certo grado di socializzazione aiuti ad influire sul benessere percepito dagli individui. Anche altri studiosi hanno dedicato della analisi al tema della valutazione della felicità, in particolare in relazione alla disponibilità economica dei soggetti o alla percezione effettiva di tale felicità, che risulta spesso poco dipendente dalla ricchezza accumulata, e sottoposta quindi ad ulteriori analisi circa le influenze che la determinano<sup>38</sup>. Più in generale nelle teorie economiche e sociologiche degli ultimi anni si accetta e si inizia a ragionare sulla felicità e sugli elementi che determinano il benessere in nuovi e diversi modi, che permettono a chi scrive di concepire un'influenza sul benessere anche da parte di offerte culturali che creino possibilità di accrescere le proprie conoscenze e arricchire i propri rapporti interpersonali, e che potenzialmente farebbero percepire un aumento del benessere.

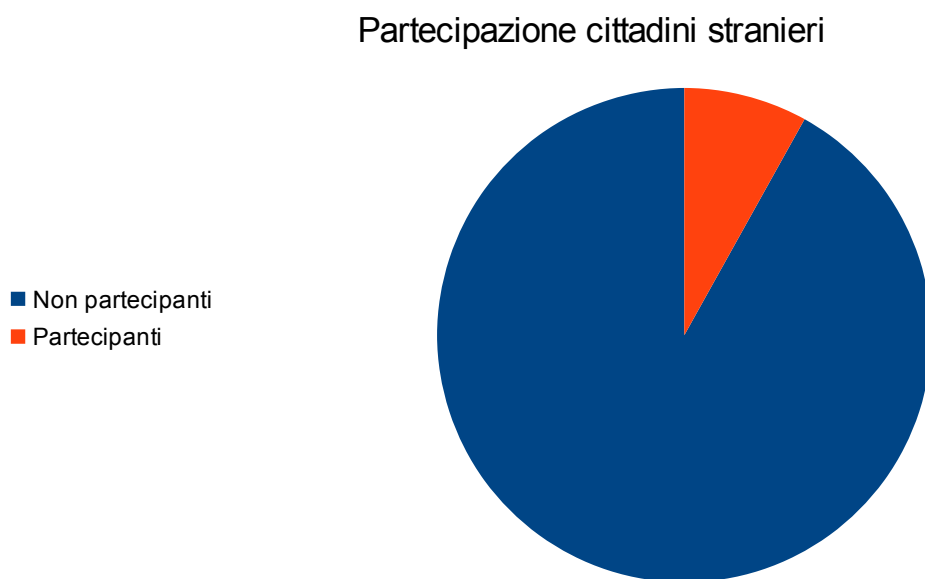
---

38 Per un approfondimento sulle varie teorie, si veda BRUNI L., PORTA P., "*Felicità ed economia: quando il benessere è ben vivere*" casa editrice Guerini, Milano, 2004

### 3.2.4 La cittadinanza straniera

Alla domanda "Hai mai partecipato agli eventi organizzati durante il festival?" Su un campione di intervistati di 60 persone, la popolazione residente straniera ha risposto per il 91% "NO" mentre solo l'8% ha risposto positivamente.

Grafico 2: Partecipazione cittadini stranieri



Il dato raccolto mette in luce una notevole mancanza a livello di partecipazione di un segmento di popolazione, per l'esattezza quasi un quarto del totale. Alla luce di questi dati lo studio è stato improntato sul ragionamento sui possibili motivi per i quali si è venuta a creare questo tipo di situazione. Non è semplice ragionare sul perché un festival culturale molto improntato sull'arte e su altre espressioni artistiche contemporanee non venga accolto con entusiasmo e partecipazione dalla cittadinanza straniera, si tratterà quindi di ragionare:

- sull'incontro tra culture diverse e sulle possibili dinamiche di inclusione sociale
- sulle differenze di gusto che si creano tra diversi segmenti della popolazione
- sui possibili effetti positivi che un tipo di cultura partecipativa può avere su una comunità di persone.

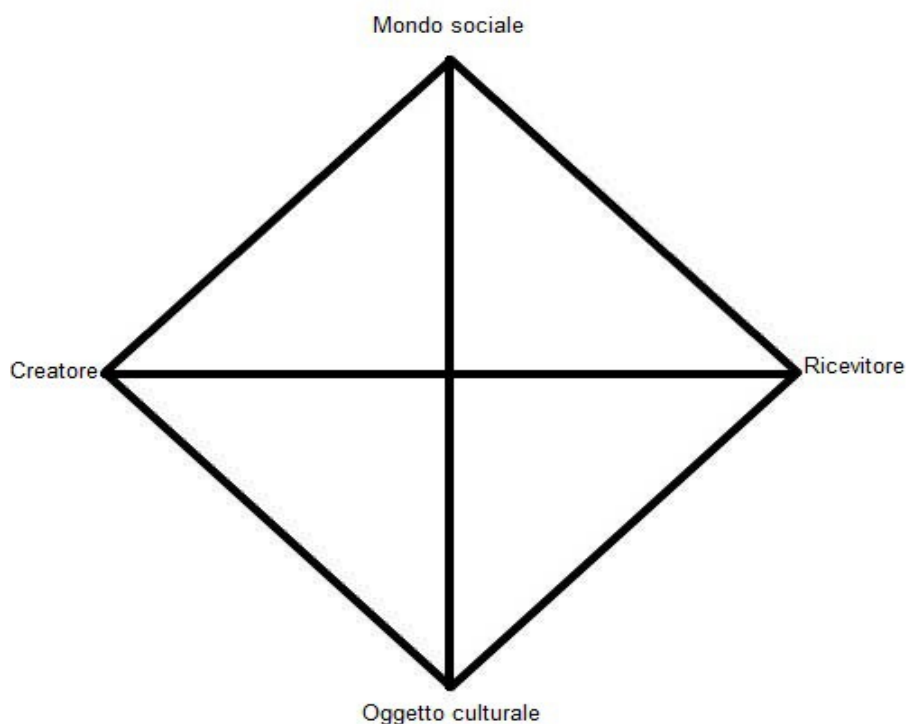
### 3.3 Parlare di cultura nel contemporaneo

Cercare di dare una definizione al termine "cultura" diventa un percorso sempre più complesso. La nozione stessa è oggetto nel contemporaneo di dibattiti, discussioni e approfondimenti continui, tali da rendere il termine un fenomeno sempre più complesso e soggetto a frequenti revisioni. È opportuno introdurre una visione di

oggetto culturale, quello che viene chiamato "diamante culturale"<sup>39</sup> che serve a capire più agevolmente come nelle teorie dei sociologi diverse aree che concorrono alla creazione dell'identità culturale di un oggetto o di una persona, siano tra loro interconnesse e influenzabili. Esemplifica in pratica ciò che avviene nel rapporto tra cultura e ambiente, tra oggetto culturale e mondo sociale.

Il diamante culturale è composto da quattro elementi, i creatori e i distributori dell'offerta culturale, coloro che la esperiscono, il mondo sociale ovvero il contesto di creazione della cultura e l'offerta o oggetto culturale in quanto tale.

Immagine 2: Il diamante culturale



---

39 GRISWOLD W. "Sociologia della cultura" cit. p. 31.



D'altronde, la cultura stessa si definisce come una costruzione sociale continua, precaria, incessantemente sottoposta al mutamento. La complessità sociale che nel contemporaneo è diventata un fenomeno globale, determina un'ampia specializzazione e differenziazione della vita sociale, laddove l'individuo vede moltiplicate le proprie capacità di scelta tra diversi universi simbolici, trovandosi nella situazione di poter confrontare diversi modelli culturali tra di loro contrastanti. Si parla infatti di:

"complessità culturale e di cultura complessa, come insieme fortemente dinamico di forme e significati eterogenei che si intrecciano e che ora sono sempre più legati ai processi di mondializzazione e di integrazione globale che stiamo attraversando"<sup>40</sup>.

il dibattito introdotto dal Postmoderno sulla cultura ha aperto nuove strade e nuovi orizzonti al dibattito. I fenomeni contemporanei di globalizzazione, ricerca di affermazione di identità e commistione di stili caratterizzano le teorie sul postmodernismo che da Lyotard in poi hanno fornito degli strumenti nuovi per analizzare i cambiamenti in atto nel mondo contemporaneo. Viene sfidata la concezione universalistica della cultura come un unicum che tutto contraddistingue, introducendo nel dibattito contemporaneo interessanti teorie anti-essenzialiste dovute soprattutto al filone degli studi postcoloniali e in particolare ad Edward Said, il pensiero del quale si tratterà più largamente in seguito<sup>41</sup>.

Tra i vari e differenti significati associati al termine, di interesse per l'analisi in corso è il dibattito introdotto dai cultural studies in merito

---

40 PATELLA G. "*Estetica culturale, oltre il multiculturalismo*" Meltemi editore, Roma 2005, p. 41.

41 Si veda p. 98.

alla natura stessa del termine cultura, che si lega strettamente al concetto di responsabilità culturale. Si tratta del concetto di multiculturalismo come risulta dagli studi sociologici, ovvero un intreccio di differenti culture.

Sebbene l'avvento dei cultural studies abbia approfondito e indagato il rapporto che si crea tra le diverse culture e tradizioni:

"Gli studi culturali hanno contribuito a superare le vecchie gabbie disciplinari, a mettere per sempre fuori gioco un'idea assoluta, astratta e elitaria di sapere e hanno portato all'attenzione di tutti oggetti culturali inediti o trascurati, è altrettanto vero che essi hanno finito per favorire un'idea troppo armonica di cultura e una visione troppo organica e unitaria di società(...) l'idea odierna di società è diventata così complessa e differenziata che è del tutto illusorio pretendere di ridurla a unità. E questo vale ancor più per l'idea di cultura, costitutivamente dinamica, plurale, conflittuale"<sup>42</sup>.

La crisi della verità avvenuta con la svolta epistemologica, ha portato alla rivalutazione delle idee illuministe basate sull'epistemologia positivista che, soppiantate dall'epistemologia ermeneutica, portano a considerare le differenze tra culture in modo diverso.

L'importanza dello scambio tra culture diverse è ben esemplificato nel termine interculturalismo o comunicazione interculturale e società policulturale. Termini che racchiudono in sé la critica verso chi assume posizioni essenzialiste nei confronti della cultura e dell'identità in genere.

La tendenza a reificare i risultati culturali di un individuo o di un gruppo deriva dall'attitudine a creare delle essenze. La cultura è invece qualcosa di estremamente dinamico, un processo continuo che nasce da un lavoro di scambio di idee, mediazione, incontro.

Si configura quindi come una costruzione, laddove non è più reificata,

---

42 PATELLA G. "*Estetica culturale: oltre il multiculturalismo*", cit. p. 9.

qualificandosi invece come una serie di eventi e idee che si incontrano e si sviluppano in un clima di confronto. Cultura come costruzione è una cultura di crescita.

### 3.4 Cultura e stili di vita: a proposito de "La Distinzione"

All'interno degli studi filosofici e sociologici che si occupano dello studio dei processi culturali ha assunto notevole importanza negli ultimi anni lo studio condotto da Pierre Bourdieu sui comportamenti e i gusti culturali della popolazione francese. I ragionamenti prodotti sulla base dei dati raccolti durante queste indagini sulla popolazione, condotte negli anni dal 1967 al 1968, forniscono strumenti metodologici utili per l'analisi in corso, creando un metro di paragone di notevole interesse.

Gli studi condotti da questo sociologo hanno fortemente innovato l'idea dell'analisi marxiana delle classi, introducendo anche altri campi di analisi oltre a quello strettamente economico. Ne la "Distinzione" (1979) delinea il rapporto tra classe sociale e cultura. Distingue tre diverse forme di capitale, il capitale economico rappresentato dal reddito e dalla proprietà, il capitale sociale formato dalle relazioni instaurate dagli attori sociali e il capitale culturale che si suddivide in "capitale scolastico" e "capitale ereditato", il primo riguarda le conoscenze e competenze maturate in ambito scolastico, il secondo le conoscenze maturate nell'ambito familiare. Bourdieu formula delle teorie basandosi sui concetti appena elencati, specificando come i

diversi capitali siano distribuiti nelle varie classi sociali.

Nel suo studio conduce un'indagine a seconda delle fasce di popolazione, concentrandosi soprattutto sul dato differenziale dato dall'occupazione e dal livello di scolarizzazione. Si concentra dapprima sui gusti della popolazione per quanto riguarda le composizioni musicali e gli stili pittorici, ritenendo però poi più utile per la sua analisi concentrare l'indagine sui dati riguardanti i gusti culinari della popolazione che a suo avviso risultano indicatori più chiari delle differenze che si creano tra le varie classi sociali nei consumi e negli atteggiamenti. Sulla base di queste indagini empiriche Bourdieu sviluppa una teoria sulle scelte fatte dagli attori sociali in merito ai gusti e agli stili di vita. Lo studioso vede la scena sociale come una rappresentazione astratta osservabile e studiabile dall'alto. Sulla suddivisione delle pratiche sociali e dei gusti espressi dagli attori sociali lo studioso elabora il concetto di habitus, struttura strutturante che influenza e organizza le pratiche ma anche struttura strutturata, influenzata dalle suddivisioni provenienti dall'esterno dunque vagliata da un'opera di attenta ritraduzione; la struttura strutturata si configura come un processo autonomo che organizza le pratiche. L'habitus è ciò che mettiamo in atto nella pratica come comportamenti sedimentati, si dispone come il modello adottato da un determinato attore sociale per farsi strada nello spazio sociale stesso. È l'insieme dei gusti, modi di comportarsi, scelte di vita ecc. che caratterizzano l'essere sociale e che lo contrappongono ad altri esseri sociali proprio a causa della loro differenza. L'habitus viene inconsciamente interiorizzato ed entra a far parte di un determinato gruppo sociale, che adotta a grandi linee gli stessi atteggiamenti. Coglie le differenze costitutive e di condizione, e funziona come principio di mediazione tra struttura oggettiva e soggettività. Lo stile

di vita è un prodotto dell'*habitus*. Gli attori sociali appartenenti a una stessa classe hanno in comune delle affinità di stile.

“scegliere in base ai propri gusti significa operare un'individuazione dei beni oggettivamente conformi alla propria posizione”<sup>43</sup>.

e la distinzione stessa, si definisce quindi come lo scarto che si crea tra un gruppo sociale e l'altro in merito di stili di vita e gusti specifici, che formano una sorta di “abito” culturale, ogni gruppo tende a definire i propri valori nello scarto strutturale che si crea tra i propri e quelli di altri gruppi, cioè nella differenza ultima, e questo avviene indipendentemente dalle volontà e da qualsiasi intento razionale di distinzione. Sono i gusti stessi che nella società capitalista contemporanea influenzano e trasformano gli oggetti di consumo in segni distintivi, lo studioso infatti dimostra come esistano delle diversificazioni nelle classi di consumi in diversi ambiti, come il già citato cibo, comportamenti, la cura del corpo. Anche la cultura è soggetta, secondo Bourdieu, a queste leggi, l'interesse per la cultura viene generato dalla competizione che essa stessa genera come forma di patrimonio sociale acquisito.

Può il dato raccolto sulla partecipazione agli eventi da parte dei cittadini stranieri, ma anche dei cittadini italiani che hanno deciso di non partecipare essere letto secondo queste prospettive? Le tesi di Bourdieu sono state accolte positivamente negli studi sociali, soprattutto nell'ambito dei cultural studies americani per la loro utilità effettiva nello studiare anche gli incontri tra diverse culture. Di interesse per l'analisi in corso è il concetto di distinzione che avviene nelle pratiche culturali da parte di diversi segmenti della cittadinanza,

---

43 BOURDIEU P., “*La distinction. Critique sociale du Jugement*”, Minit, Paris, 1979, trad. it. Di Guido Viale “*La distinzione: critica sociale del gusto*” società editrice Il Mulino, Bologna, 1983 p. 239.

in particolare nel caso dei cittadini stranieri è stato notato attraverso delle indagini semi-strutturate come la maggioranza degli appartenenti a questa segmento, che nello studio in corso si permette di vedere come una vera e proprio gruppo sociale, abbiano risposto perlopiù con esito negativo alla domanda sulla partecipazione. Non trattandosi di una scelta inficiata dal costo della partecipazione questo dato è potenzialmente configurabile come una vera e propria scelta di classe. Si è notata una percentuale più elevata di risposte positive per quanto riguarda i giovani che hanno come possibilità di ricezione di capitale simbolico anche la scuola che frequentano in Italia, infatti delle 5 persone intervistate che hanno risposto positivamente ben 4 di queste erano giovani under 19. Le nuove generazioni in generale si dimostrano più aperte e interessate all'argomento anche quando non hanno partecipato. Dalle risposte raccolte si configura infatti uno scenario che racconta l'incontro tra culture diverse, in cui chi afferma di non aver partecipato nelle scorse edizioni del festival chiede molto più volentieri informazioni e curiosità, e afferma che nelle prossime edizioni potrebbe partecipare. Questo è un fenomeno che si è presentato come già detto soprattutto nella fascia più giovane dei soggetti intervistati e in particolare nei maschi. È possibile che si crei una sorta di habitus sociale nella cittadinanza immigrata, che porti questo segmento della popolazione a scelte diverse per quanto riguarda i consumi culturali? La maggioranza degli intervistati nel rispondere al perché non hanno partecipato hanno portato come testimonianza in alternativa o il disinteresse verso l'opzione culturale proposta o la totale ignoranza in merito agli eventi proposti al festival, ma anche ad altre proposte culturali organizzate dal comune. Si possono creare delle enclaves culturali non comunicanti. Nella sua piccola importanza il caso del "New Generation" festival rapportato

alla popolazione straniera della città di Lonigo è però di per sé interessante se confrontato con quello che succede nelle grandi città, dove anche una politica sociale di tipo assimilazionista come quella francese impedisce alla popolazione immigrata una reale inclusione nella società, scatenando veri e propri conflitti come gli incidenti nelle banlieu del 2005. L'incontro-scontro tra culture diverse si configura anche come un incontro di stili di vita differenti. Per molti studiosi contemporanei di sociologia della cultura lo stile di vita e più in generale le teorie di Bourdieu diventano:

“un criterio organizzativo autonomo legato direttamente all'identità culturale”<sup>44</sup>.

subisce un processo di trasformazione anche l'estetica stessa che non è più legata ai concetti di bellezza per presentarsi invece come un terreno fertile e un campo conteso dove le varie esperienze e pratiche culturali possono confrontarsi. Si configura dunque come afferma Giuseppe Patella, un discorso di frontiera tra scienze sociali e estetica. Nel corso delle interviste effettuate ho avuto la possibilità di parlare e di confrontarmi con diverse persone e dunque con diverse realtà. Una delle interviste estese più importanti che sono riuscita a raccogliere è quella che ho avuto con Sihsachi, un ragazzo originario del Ghana. È stato scelto di condurre un'intervista diversa in questo caso, intervista che è stata adattata alla conversazione avvenuta. Di seguito riporto una trascrizione della conversazione:

---

44 SCIOLLA L. *“Sociologia dei processi culturali”* cit. p. 131.

Intervista: Slhsachi, 30 anni

R: Da dove vieni e da quanto sei in Italia?

I: Sono arrivato sei anni fa dal Ghana.

R: Hai mai partecipato al "New Generation" festival?

I: No.

R: Perché?

I: Ho poco tempo libero, però quest'anno vorrei partecipare. Scrivo poesie, ma soprattutto mi piace la musica hip-hop e mi sono esibito una volta qui a Lonigo, nel 2009.

R: E come è andata?

I: Non tanto bene. La gente non apprezza molto la musica hip-hop che io canto in inglese ed è quindi anche poco comprensibile. È uno stile particolare che coniuga ritmi hip-hop con quelli blues.

Poi non mi è più capitata l'occasione per la mancanza di tempo, vivo qui a Lonigo ma lavoro ad Alonte. Mi piacerebbe partecipare di più ma spesso la gente è diffidente ed è difficile trovare un argomento del quale parlare.

Quest'anno molto probabilmente verrò a vedere il festival nel tempo libero.

R: Hai altre osservazioni?

Si è felici quando non si vogliono troppe cose e non si ha paura di intraprendere nuove strade. La bibbia dice: "Bussa e ti sarà aperto", cerco di seguire questo consiglio, se non si prova a fare le cose si sta sempre fermi. Do molta importanza al lavoro, infatti non ho molti amici perché gli altri immigrati non capiscono il valore che il lavoro ha per me.

Secondo me per costruire serve esperienza, altrimenti la tua vita è caos. Anche in ambiti piccoli come la famiglia se non ti muovi e fai esperienze poi non sai come gestire.



L'intervista fa notare come anche se ci sono delle persone che hanno potenzialmente qualcosa da esprimere non vengono o non hanno la volontà di partecipare al festival. Molto viene influenzato anche dalle abitudini della popolazione straniera, il poco contatto con la realtà della cittadinanza di Lonigo è anche dato dalla separazione dei luoghi di frequentazione, o addirittura da una totale separazione negli stili di vita. Anche lo studioso americano Richard Shusterman parla nei suoi studi di distinzione, lo fa attraverso il concetto di stile somatico. Secondo lo studioso infatti il tentativo di farsi riconoscere e di riconoscersi a livello sociale avviene anche mediante l'uso che facciamo dei nostri corpi. Modo di atteggiarsi, di vestirsi, di profumarsi e molte altre scelte che si rifanno al lato pubblico della nostra persona sarebbero innate e conformi a una determinata immagine sociale che si intende dare di sé. A parere di Shusterman inoltre queste espressioni corporee non si limitano a rimanere una facciata esterna e inessenziale delle nostre vite, ma anzi proprio come aspetto esteriore il nostro modo di atteggiarsi o anche solo di camminare può essere uno specchio di quello che celiamo all'interno. Anche lo studioso americano ragiona dunque sulle differenze che vengono create per mantenere un'identità. Ritornando a porre la domanda iniziale: è possibile che sia questo tentativo di distinzione ad allontanare i cittadini stranieri dalla frequentazione di iniziative culturali organizzate, senza dubbio con una logica occidentale, ma nonostante tutto a partecipazione completamente libera e aperta? Durante le interviste eseguite non sono stati riscontrati problemi per quanto riguarda per esempio, la lingua, dato che molti cittadini risiedono da più anni per varie ragioni, perlopiù lavorative, nella città di Lonigo. L'indagine resta aperta, anche se con impianti teorici

diversi si è cercato di fornire delle ragioni a questo fenomeno.

### 3.5 La festa dei popoli, un confronto

E' opportuno citare per l'importanza ai fini della ricerca in corso un'altra manifestazione tenutasi nella città di Lonigo, alla sua prima edizione nell'anno 2013. Si tratta della festa dei popoli. Questa festa è stata organizzata dal centro giovanile della città e tenutasi nel mese di giugno 2013. Il programma della festa è completamente dedicato all'esaltazione della diversità culturale emergente nella città con esibizioni di danze tradizionali, laboratori dedicati alle arti artigiane di varie culture. Il programma è davvero interessante e vengono proposte tra le altre alcune iniziative che spiccano per sensibilità a temi attuali come il laboratorio dedicato all'educazione interculturale. Le manifestazioni e i laboratori in programma sono tutti in linea di massima dedicati alle espressioni tradizionali delle varie culture messe in gioco, per fare un esempio sono previsti molti balli tradizionali (India, Marocco, Ghana, Bangladesh) e laboratori volti a ricreare delle forme artistiche tradizionali (origami per il Giappone, scrittura cinese, henné per l'India). È previsto inoltre in programma anche il contributo italiano con iniziative volte a riscoprire la cultura tradizionale. Il tutto si configura come un interessante iniziativa. Innanzitutto viene data la possibilità a culture differenti di incontrarsi ed esprimersi, creando l'opportunità di conoscere una cultura e sfatando alcuni pregiudizi. In questo modo vengono anche create le basi per una possibile rete che favorisca l'integrazione e l'inclusione

sociale, cosa che diventa a parere di chi scrive indispensabile per un paese che ha ben un quarto della popolazione residente di origine straniera.

### 3.6 Essenze culturali contro esperienze culturali

Essendo l'analisi in corso legata a ragionamenti sulle dinamiche di inclusione sociale, ma soprattutto di integrazione culturale, non può sfuggire un confronto tra i due eventi che tenti nello stesso momento di essere il più possibile *super partes* e di valutare entrambi i casi in maniera oggettiva. Incoraggiata l'analisi verso l'utilizzo di una sorta di "cassetta degli attrezzi" metodologica fornita dai già citati *cultural studies* e dagli studi postcoloniali che a questi ultimi molto devono dal punto di vista teorico, si passa a un'analisi più approfondita delle dinamiche incorse in questi due eventi, analisi che aiuti a cercare di comprendere come un diverso approccio alla cultura possa creare diversi tipi di opportunità culturali, entrambe valide ma differenti.

Per espletare questo compito è doveroso innanzitutto citare anche gli aspetti che, non volendo titolare come negativi, si è deciso di prendere in considerazione come di minor efficacia nel complesso delle azioni rivolte a creare un tipo di cultura che nasca dall'esperienza e dal confronto. La festa dei popoli, sebbene parta da un'idea molto valida di integrazione attraverso la partecipazione a quest'evento, e di riflesso di conoscenza delle culture stesse, sotto certi punti di vista tende a creare, secondo il parere di chi scrive, una

visione tendenzialmente essenzialista dell'altro. Ora, partendo da questo spunto, si arriva a ragionare sul come possa essere prodotta una visione essenzialista delle culture. Il punto di partenza è rappresentato dall'utilizzo stesso che si fa del bagaglio culturale dei partecipanti, che si qualifica come una visione etnica, affascinante ma allo stesso tempo esotica della cultura altrui. In questo modo l'identificazione avviene attraverso la differenza tra i diversi tipi di valori, tradizioni che vanno a creare la base dei differenti gruppi sociali. La cultura tende in questo modo ad essere trasformata in essenza, come un bagaglio immutabile che chi fa parte di una diversa cultura possiede:

"La visione essenzialista della differenza, della cultura e dell'identità è fortemente limitativa, e tende a decontestualizzare e destoricizzare i processi sociali riducendo gli individui a meri riproduttori meccanici di tradizioni e rituali"<sup>45</sup>.

tutto si traduce in una cancellazione delle relazioni, della comunicazione e dello scambio, con la differenza e con l'alterità che vengono considerate come incommensurabili. Anche gli aspetti culturali vengono reificati, emerge in tal modo più la tendenza a creare barriere tra "noi" e "loro".

Si tratta di una sorta di "multiculturalismo di mercato"<sup>46</sup> che predispone l'accettazione del multiculturalismo più come un fenomeno di curiosità verso le altre culture che di reale accettazione o condivisione. L'immagine che si crea è quella tipica dello stereotipo:

"le distinzioni sociali, nella dimensione dello spettacolo, diventano esibite ai cinque sensi, vengono estetizzate"<sup>47</sup>.

---

45 COLOMBO E. *"Le società multiculturali"* Carocci editore S.p.A. Roma 2002, p. 79.

46 *Ivi*, p. 83.

47 GOLDONI D., in *"Ancora una crisi del pensiero europeo?"* cit. p. 174.

e, di seguito:

"l'immagine reificata dell'alterità come portatrice di ricchezza induce a pensare la relazione con la differenza come una relazione di consumo: un'esperienza puramente estetica"<sup>48</sup>.

anche la differenza viene in questo modo assorbita dall'industria culturale, incasellata e riprodotta per il soddisfacimento di un piacere personale. Anche la differenza può diventare merce come qualsiasi altro prodotto culturale.

Una particolare visione delle differenze culturali che si collega direttamente al tentativo di mercificarle e di renderle in tal modo più semplificate agli occhi di chi le osserva dall'esterno è quella proposta da Edward Said. Nei suoi studi Said, in particolare ne *"Orientalismo"* e in *"Cultura e imperialismo"* parla di una visione estremamente occidentalizzata delle culture straniere che si è creata e perpetrata a partire dai primi tentativi colonialisti in poi. In particolare Said riflette sulla visione che si è prodotta anche e soprattutto in ambito accademico nelle facoltà che studiando le popolazioni con le quali entravano in contatto (si parla in particolare dei risvolti accademici degli studi francofoni) hanno elaborato negli anni una visione delle culture straniere estremamente esotica e con poco contatto con la realtà. In particolare Said parla di "orientalizzazione dell'oriente" una forma di predominio intellettuale che in parte influenza e giustifica l'imperialismo attraverso l'utilizzo di stereotipi, clichés, creando una visione dell'altro come essere irrazionale che ha bisogno di una classificazione razionale occidentale. L'oriente e per converso lo straniero viene definito in questo modo per opposizione. L'oriente

---

48 COLOMBO E. *"Le società multiculturali"* cit. p. 83.

viene studiato soprattutto attraverso i testi, non attraverso l'esperienza reale. Soprattutto l'immagine che dal medioevo risale dell'islam e dell'islamismo in generale continua a essere quella preponderante, confermandone l'aspetto negativo. A parere di Said il contatto con il "vero" oriente avviene con il progetto per la costruzione del canale di Suez, e in particolare con il diplomatico e imprenditore Ferdinand de Lesseps, che elimina la distanza con l'oriente tramutandolo nel "nostro" mondo. In questi anni si passa da un'appropriazione teorica a una vera e propria appropriazione territoriale attraverso il dominio coloniale. La visione degli orientalisti diventa quella dell'alterità immutabile, una visione che trascende il reale. L'alterità risulta reificata e non si tengono più in considerazione i mutamenti del presente e gli effetti dell'imperialismo stesso, gli stereotipi in questo modo diventano dei punti fissi ai quali riferirsi per descrivere l'alterità:

"i limiti dell'orientalismo sono, come ho cercato di mostrare, quelli propri di ogni tentativo di essenzializzare, denudare e in fondo sminuire la umanità di un'altra cultura, di un altro popolo, di altri modi di interagire con l'ambiente"<sup>49</sup>.

nelle rappresentazioni che vengono date dell'altro si avverte un forte squilibrio di potere a favore dell'occidente. Nel contemporaneo Said avverte due tipi di atteggiamenti preponderanti: un orientalismo latente che si configura come un assolutismo teorico, un dogmatismo delle cognizioni orientaliste e un orientalismo manifesto, ipotesi e teorie sugli aspetti della vita orientale come la società, la lingua.. che risultano più fondate dato il loro rapporto più stretto con il reale. L'orientalismo latente in particolare è un presupposto che fatica a

---

49 SAID E., *"Orientalism"* Pantheon Books, New York 1978, trad. it. Di Stefano Galli *"Orientalismo"* Bollati Boringhieri editore 1991, p. 115.

cambiare, un'idea sull'oriente che rimane costante, e non si sviluppa scontrandosi con la realtà. È così che secondo lo studioso ogni orientale diventa definibile nello stesso modo attraverso generalizzazioni e stereotipi e scienza, politica e cultura tendono a giustificare un dominio occidentale dei significati. In particolare ne l' "Orientalismo" Said fa soprattutto riferimento al campo della letteratura che si è occupata di descrivere attraverso saggi o romanzi la vita degli orientali, la vita dell'altro. Le riflessioni dello studioso sono utili per l'analisi proprio perché esemplificano perfettamente il modo di vedere gli altri che è diventato prassi, un modo di osservare semplificato e che tende a generalizzare, anche destoricizzando e estrapolando dall'ambiente di formazione i fenomeni culturali. A parere di chi scrive anche nella proposta culturale della festa dei popoli si trova una traccia della visione orientalista studiata da Said, in particolare nella forma di orientalismo latente dato che si pensa che la proposta culturale sia allo stesso modo molto positiva, e che in sé non provochi nulla di dannoso anzi che sia una buona occasione per familiarizzare con l'alterità; come già accennato però questo tipo di approccio all'alterità è quello che entra a far parte del bacino di esperienze culturali assegnabili alla cerchia dell'etnico. È dunque una proposta culturale sicuramente valida, ma limitata nel suo contatto con la reale situazione culturale che si crea per una persona straniera quando entra in contatto con una cultura diversa e soprattutto quando a cambiare è l'ambiente circostante. Quello che interessa di più a chi scrive è senza dubbio l'esperienza culturale e di riflesso artistica che nasce dall'incontro tra culture diverse, che potrebbe potenzialmente essere uno specchio utile a comprendere la situazione contemporanea.

Se le istanze degli studi nell'ambito del postcolonialismo e del

postmoderno hanno posto le problematiche qui sopra evidenziate, è altrettanto evidente che le soluzioni per affrontare questi problemi di tipo sia metodologico che di approccio alle culture differenti sono ancora in via di risoluzione; molte sono state le proposte avanzate negli anni, anche in seguito alla comparsa di problemi all'interno delle società europee nei rapporti con la cittadinanza immigrata. A livello politico, ogni paese attraverso le proprie decisioni interne influenza considerevolmente lo sviluppo del fenomeno e il rapporto che l'alterità riesce a creare con l'ambiente circostante. Quello che interessa specificare nello studio in corso, e porre quindi come conclusione di questa piccola analisi del nostro sguardo verso l'altro sono i differenti approcci nati negli anni da contestazioni sul tipo di identità che le minoranze vogliono vedersi riconoscere nella società di arrivo. L'analisi è utile anche per tentare di dare un'altra spiegazione che si accompagni a quella già esposta che si rifà alle tesi di Pierre Bourdieu. È infatti noto che a partire dagli anni sessanta del Novecento in poi ci sono stati numerosi tentativi da parte di minoranze di costruire la propria identità proprio sulla base della differenza, dunque per opposto. Questo fenomeno si oppone diametralmente a quelle politiche culturali che puntano all'assimilazionismo, dimostrando invece come sia proprio la differenza culturale a creare una discriminazione che consenta alle minoranze il proprio riconoscimento. Il dibattito è difficoltoso e qui in parte solo accennato. Quello che rimane in risalto da questi dibattiti è che non sempre il riconoscimento dell'altro si lascia interpretare in maniera univoca, ma spesso è difficile capire quali elementi della propria cultura siano assimilabili da un'altra senza giocare entro delle logiche di dominio culturale.

Le esperienze culturali si configurano come un possibile punto di



incontro, una possibilità di indagare queste "nuove" culture nate dall'incontro tra persone con differenti prospettive. L'esperienza culturale si renderebbe possibile nell'ambito del "New Generation" festival, laddove i partecipanti sarebbero invitati ad esprimersi al di là di logiche che facciano appartenere queste espressioni all'ambito dell'etnico. Un tipo di espressione artistica e di riflesso culturale che nasca dunque dall'improvvisazione. Un'improvvisazione che sappia rendere giustizia alle dinamiche culturali attuali, rendendole vere e proprie costruzioni in atto, creando anche un ottimo terreno di confronto sociale. A parere di chi scrive forse solo così l'arte potrà essere veramente "contemporanea", come disse Jacques Derrida, in occasione di un convegno a Torino sull'identità culturale europea:

"(...) d'altra parte, non può né deve accettare la capitale di un'autorità centralizzatrice che, tramite apparati culturali transeuropei, attraverso concentrazioni editoriali, giornalistiche, accademiche, statali o no, controlli e uniformi, sottomettendo i discorsi e le pratiche artistiche a una griglia di intelligibilità (...)"<sup>50</sup>.

si farà dunque il tentativo di proporre una possibile via per rendere l'offerta culturale più efficace dai punti di vista proposti: coniugare l'idea di coinvolgere la cittadinanza straniera intuita dagli organizzatori della festa dei popoli con il tipo di proposta culturale più legata all'arte contemporanea e dunque molto differente del "New Generation" festival.

---

50 GOLDONI D., in *"Ancora una crisi del pensiero europeo?"* cit. p. 165.

### 3.7 Amicizia e improvvisazione

In conclusione ai ragionamenti proposti, quale potrebbe essere il modo per creare delle reti operanti nel predisporre esperienze culturali? È difficile creare degli spazi di confronto e di incontro tra persone. Anche se il festival può creare dei beni relazionali per chi decide di parteciparvi, e si possa configurare come una possibile occasione per aumentare la qualità della propria vita attraverso un'offerta culturale innovativa e lo sviluppo di nuove relazioni, una parte della popolazione rimane esclusa da queste.

Derrida nel suo libro "Politiche dell'amicizia" si confronta con l'affermazione attribuita ad Aristotele: "Miei amici, non c'è nessun amico"<sup>51</sup>; nell'analizzare come l'amicizia possa influire in maniera non indifferente sul politico e su come questa affermazione abbia influenzato il pensiero di molti filosofi, Derrida ragiona anche sulla possibilità di creare rapporti di amicizia che non siano solo fondati sulle somiglianze o sulle affinità, o meglio sulla comunanza di interesse nel volere il bene dell'altro; esistono anche amicizie che si creano e che nascono nell'incontro tra differenze sostanziali tra gli individui, amicizie che vengono istituite nella distanza d'intenti e nella diversità. L'amicizia si configura inoltre come potenza di agire, quando, esemplificando, è sicuramente chi fa il primo passo verso

---

51 DERRIDA J., *"Politiques de l'amitié"* Éditions Galilée, Paris 1994, trad it. Di Gaetano Chiurazzi *"Politiche dell'amicizia"* Raffaello Cortina editore, Milano 1995, p. 9.

l'altro a configurarsi attivo. Diventa di fondamentale importanza costruire luoghi di amicizia, luoghi di condivisione di idee e spazi per la vera accettazione dei sé.

In questo dibattito l'amicizia si inserisce come possibile via per creare degli interventi artistici che siano il più possibile lontani dalla logiche di mercificazione descritte dai filosofi già citati e in particolare da Adorno. Per mercificazione in questo caso si intende più di preciso un'arte prodotta dallo svuotamento di reali significati che vengono invece già predisposti dai mass media o da tentativi di incasellamento in determinate fasce di consumo, come il già citato fenomeno dell'etnico. Seguendo questo filo l'improvvisazione può rivelarsi uno strumento utile per creare delle situazioni di condivisione di idee che crei relazioni e stili di vita. La coniugazione delle due idee di festival condurrebbe a un'esperienza culturale nuova, potenzialmente di reale contatto e scambio di idee. Anche la musica si pone come medium per ottenere l'improvvisazione in maniera più spontanea, questa forma di espressione artistica si configura potenzialmente come differente dalle altre proprio perché:

"la musica è in parte indipendente dalla competenza verbale argomentativa e così può sfuggire alle resistenze psicologiche e morali depositate in forme culturali verbali"<sup>52</sup>.

tuttavia l'improvvisazione in questo caso ci serve più che altro come termine per intendere un tipo di arte che non nasca da parametri preconfigurati, ma che si ponga come un'opera caratterizzata dall'immediatezza e dal contatto con il contemporaneo. Improvvisare in questo modo vuol dire entrare in contatto con l'esperienza. Per fare

---

52 GOLDONI D., "Improvisare", in AA. VV. "Stili di vita, qualche istruzione per l'uso" Mimesis edizioni, Milano 2012, p. 61.

un collegamento che mi è caro, l'improvvisazione va' oltre il pensiero strutturalista, abbracciando una potenziale libertà interpretativa.

Che si configuri come un astuto détournement o una reinterpretazione in chiave contemporanea e attuale delle tradizioni etniche, quello che si tenta di fare è produrre arte e cultura sul filo sottile che distingue una struttura già depositata da un processo a venire, che si potrà qualificare come una piacevole sorpresa.

E come esperienza s'intende anche la creazione del proprio sé identitario attraverso relazioni intersoggettive, come viene proposto dalla sociologia relazionale.

Anche Amartya Sen nei suoi scritti parla di interscambio culturale, ammettendo allo stesso tempo sia il pericolo dell'ignorare la diversità e l'unicità delle culture, sia di riflesso il pericolo di renderle invece delle realtà isolate e poco comunicanti tra loro. Sen parla di influssi e contaminazioni che avvengono tra diverse culture, che non risultano più in tal modo monolitiche, ma interconnesse tra loro, così che le varie tradizioni risultano in qualche modo influenzate dall'esterno:

"L'idea che una qualsiasi parte del mondo sia autosufficiente dal punto di vista culturale è profondamente fuorviante, e la tesi secondo cui le tradizioni vanno conservate pure e incontaminate è pressoché insostenibile"<sup>53</sup>.

in questo contesto è interessante inserire di nuovo il pensiero dell'economista indiano in quanto aiuta a ricollegare il filo del discorso con quanto è stato detto in precedenza riguardo alla capacità di un'offerta culturale di influenzare in maniera positiva la percezione del benessere degli individui. Una proposta culturale che sappia creare una offerta conoscitiva nuova e insolita per gli abitanti del luogo si rivela positiva per le caratteristiche già elencate, la partecipazione e

---

53 SEN A., "Sviluppo e libertà" cit. p. 243.

la percezione di un aumento delle proprie possibilità di acculturarsi. Allo stesso tempo diventa una possibilità di interscambio tra diversi modi di vivere se viene data la possibilità di integrare la partecipazione dei cittadini italiani con quelli stranieri. Si rivela dunque un'opportunità tanto realistica quanto difficile da cogliere. Nelle conclusioni verranno proposti dei suggerimenti per migliorare alcuni aspetti del festival in analisi. Nel frattempo è utile lasciare aperto il dibattito su quanto la condivisione di esperienze e la reciprocità possano migliorare la percezione del proprio benessere, e quanto possano influire su un'offerta culturale, proprio perché:

“che molti teorici sostengano le tesi sopra riportate non fanno delle stesse delle verità. Ma diventano delle possibili candidate a tale statuto”<sup>54</sup>.

---

54 SEN A., NUSSBAUM M., *"The quality of life"*, Clarendon press, Oxford, 1993, p. 244.



## CONCLUSIONI

Questa analisi è stata condotta cercando di studiare un fenomeno da più punti di vista.

Quel che ne è risultato è stato:

- l'analisi della sostenibilità economica di un evento di arte contemporanea e di culturale in generale anche in un piccolo contesto locale e con un budget ridotto;
- la possibilità che iniziative di questo tipo possano influenzare positivamente i partecipanti e la comunità che le ospita, con un possibile miglioramento nella percezione della qualità della vita della cittadinanza;
- la necessità di avviare delle politiche di inclusione interculturale più consapevoli, in quanto si è rilevato che i cittadini stranieri non hanno partecipato in percentuali elevate all'iniziativa;

le proposte di miglioramento del festival riguardano dunque soprattutto l'integrazione nel progetto culturale di una parte della cittadinanza rimasta esclusa dai potenziali benefici dell'iniziativa. La combinazione di un'offerta culturale come quella proposta dal festival in analisi con l'intervento partecipativo di culture diverse potrebbe rivelarsi un'occasione interessante per il sostegno di una cultura partecipativa che sappia creare esperienze culturali. Inoltre si suggerisce che questo studio si può classificare come un'occasione

per incoraggiare ulteriori approfondimenti sulle offerte culturali locali, creando ove possibile delle nuove riflessioni.





# ALLEGATI

## QUESTIONARIO: NEW GENERATION FESTIVAL

Età  0 – 14  
 15 – 64

Professione:

Sesso  M  F

Nazionalità  Italiana  Cittadino straniero

1. Ha mai partecipato agli eventi organizzati nell'ambito del New Generation Festival? (mostre, spettacoli teatrali, concerti..)  SI  NO

2. Raccomanderebbe questo evento ad altre persone?  SI  NO  NON SO

3. Questo tipo di evento culturale, a Suo avviso, ha qualche beneficio per la comunità di Lonigo?  SI  NO  NON SO

Perchè? (risposta breve)

4. Ritiene che questo tipo di eventi siano utili per conoscere meglio l'arte contemporanea e in generale ad aumentare le proprie conoscenze?  SI  NO

5. Altre osservazioni

Grazie per la collaborazione.

Questionario ai fini della redazione di una tesi per il corso di laurea magistrale in "Economia e gestione dei beni e delle attività culturali" presso l'Università Cà Foscari di Venezia. Il trattamento dei dati è riservato esclusivamente all'elaborazione della tesi. Il questionario è anonimo.



## **BIBLIOGRAFIA**

- AA.VV. "Lonigo guida turistica" Collana leonicena Contro Riccardo & C. Edizioni e grafica snc Lonigo (VI) 2011.
  
- AA. VV. "Riconversione di manufatti storici in musei" Casa editrice Name, Genova 2002.
  
- ADORNO T. HORKHEIMER M. "L'industria culturale" in "Dialettica dell'illuminismo" Giulio Einaudi editore, Torino 1976.
  
- ARISTOTELE, "Opere. Etica Nicomachea", casa editrice LaTerza, Roma Bari, 1988.
  
- ARCARI ANNA MARIA (a cura di) "Il controllo direzionale" The McGraw-Hill Companies, srl Publishing Group Italia, Milano 2009.
  
- BRUNI L., PORTA P., "Felicità ed economia: quando il benessere è ben vivere" casa editrice Guerini, Milano, 2004.
  
- BENJAMIN W. "L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica" Giulio Einaudi editore S.p.A. Torino 2011.
  
- BERGER P. LUCKMANN T., "La realtà come costruzione sociale" casa editrice il Mulino, Bologna 1974.

- BICHI R., "La conduzione delle interviste nella ricerca sociale"  
Carocci editore S.p.A. Roma, 2007.
  
- BILANCIA P., "La valorizzazione dei beni culturali tra pubblico e privato" FrancoAngeli editore, Milano 2005.
  
- BOCCI C. PASSARO G. "Lo sviluppo guidato della cultura: creatività, crescita, inclusione sociale" G. Giappichelli editore, Torino 2011.
  
- BOURDIEU P. "La distinzione, Critica sociale del gusto" società editrice Il Mulino, Bologna 1983.
  
- CANDELA G., ANTONELLO E., GOLA M., "Economia delle arti"  
Zanichelli, Bologna, 2004.
  
- CARDANO M., "Tecniche di ricerca qualitativa: percorsi di ricerca nelle scienze sociali" Carocci, Roma, 2003.
  
- COLOMBO E. "Le società multiculturali" Carocci editore S.p.A. Roma 2002.
  
- CORBETTA P., GASPERONI G., PISATI M., "Statistica per la ricerca sociale" Società editrice Il Mulino, Bologna 2001.
  
- DÉBORD G. "La società dello spettacolo" Baldini e Castoldi s.r.l. Milano 1997.
  
- DERRIDA J. "Politiche dell'amicizia" Raffaello Cortina editore, Milano 1995.

- DEWEY J., "Arte come esperienza", Aesthetica edizioni, Palermo, 2007.
- DONATI P., SOLCI R. "I beni relazionali, che cosa sono e quali effetti producono" Bollati Boringhieri editore, Torino 2011.
- DONATI P., "Introduzione alla sociologia relazionale" FrancoAngeli editore, Milano, 1983.
- DONATI P., "Teoria relazionale della società" FrancoAngeli editore, Milano, 1998.
- FALCON G. "Lineamenti di diritto pubblico" casa editrice CEDAM, Padova, 2008.
- FERRARESE P., "Lineamenti di report per le aziende di cultura, elementi di project management dei beni culturali", Libreria editrice Cafoscarina, Venezia, 2012.
- FERRARESE P., "Brevi note di management delle organizzazioni museali: con un'analisi della Peggy Guggenheim Collection", Libreria editrice Cafoscarina, Venezia, 2012.
- FREY B, FREY MARTI C., "Economia della felicità" società editrice Il Mulino, Bologna, 2012.
- GOLDONI D., "Improvvisare", in AA. VV. "Stili di vita, qualche istruzione per l'uso" Mimesis edizioni, Milano 2012.

- GOLDONI D., "Estetica ed etica nell'epoca della spettacolarizzazione della vita" in AA. VV. "La socialità della ragione" edizioni Mimesis, Udine 2011.
  
- GOLDONI D., "Cultural responsibility", in AA. VV. "La Convenzione UNESCO per la salvaguardia del patrimonio culturale intangibile", Giuffrè 2012.
  
- GOLDONI D., "Ancora una crisi del pensiero europeo?" in AA. VV. "Le culture dell'Europa, l'Europa della cultura", Franco Angeli, Milano, 2011.
  
- GRISWOLD W., "Sociologia della cultura", società editrice il Mulino, Bologna, 1997.
  
- GROSSI E., SACCO P. L., TAVANO BLESSI G. & CERUTTI R., Culture and Well Being: Impact of Culture on Individual Subjective WellBeing of Italian Population, Springer, dicembre 2011.
  
- HANNERZ U. "La complessità culturale" società editrice Il Mulino, Bologna 1998.
  
- MARX K., ENGELS F. "L'ideologia tedesca" Editori Riuniti, Roma 1976
  
- MOCELLIN S. "Ripartire dalla vita buona: la lezione aristotelica in Alasdair MacIntyre, Martha Nussbaum e Amartya Sen", Casa editrice Cleup, Padova, 2006.

- NUSSBAUM M., "La fragilità del bene: fortuna ed etica nella tragedia e nella filosofia greca", società editrice il Mulino, Bologna, 2004.
  
- PAIOLA M. GRANDINETTI R. "Città in festival, nuove esperienze di marketing territoriale" International center for art economics università ca foscari di Venezia FrancoAngeli editore 2009.
  
- PATELLA G. "Estetica culturale, oltre il multiculturalismo" Meltemi editore, Roma 2005.
  
- PICCONE STELLA S. "Esperienze multiculturali" Carocci editore S.p.A. Roma 2003.
  
- PIRANI F., "Che cos'è una mostra d'arte", Carocci editore, Roma, 2010.
  
- RAWLS J., "Una teoria della giustizia", Feltrinelli, Milano, 1997.
  
- SAID E., "Orientalismo", Bollati Boringhieri editore s.p.a., Torino, 1991.
  
- SAID E. , BARATTA G., BUTTGIEG J., "Cultura e imperialismo: letteratura e consenso nel progetto coloniale dell'Occidente", Gamberetti editore, Roma, 1998.
  
- SCHIAVO R. "Lonigo" Tipografia G. Rumor s.r.l Vicenza 1979.
  
- SCIOLLA L. "Sociologia dei processi culturali" società editrice Il Mulino, Bologna 2002.



- SEN A. "Lo sviluppo è libertà, perché non c'è crescita senza democrazia" Arnoldo Mondadori editore S.p.A. Milano 2000.
  
- SEN A. "La diseguaglianza" Società editrice il Mulino, Bologna 1994.
  
- SEN A., NUSSBAUM M., "The quality of life", Clarendon press, Oxford, 1993.
  
- SHUSTERMAN R., "Stile somatico", in AA. VV. "Stili di vita, qualche istruzione per l'uso" Mimesis edizioni, Milano 2012.
  
- SHUSTERMAN R., "Performing live: Aesthetic alternatives for the ends of art" Cornell University Press, Ithaca and London, 2000.
  
- SILVERMAN D., "Come fare ricerca qualitativa: una guida pratica" Carocci, Roma, 2002.
  
- TOTI S. MUSUMECI (a cura di) "La cultura ai privati, partenariato pubblico privato (sponsorizzazioni e project financing) ed altre iniziative" Cedam casa editrice dott. Antonio Milani stampato da L.E.G.O. S.p.A. Lavis (TN) 2012.
  
- WALKER C., FLEMING C. & SHERWOOD K., "Arts Participation. Steps to stronger cultural and community life", The Urban Institute, Washington, 2003.

## SITOGRAFIA

- BROCARDI, dizionario per giuristi online alla pagina  
<http://www.brocardi.it/dizionario/1735.html>.
- CAMMELLI M., articolo "Le sponsorizzazioni tra evidenza pubblica ed erogazione" da Aedon  
<http://www.aedon.mulino.it/archivio/2010/1/cammelli.htm>.
- COMUNI ITALIANI, riferimento ai dati statistici al sito [www.comuni-italiani.it](http://www.comuni-italiani.it) alla pagina: <http://www.comuni-italiani.it/024/052/>.
- COMUNE DI LONIGO, statuto del comune di Lonigo alla pagina:  
<http://www.comune.lonigo.vi.it/index.php/statuto-del-comune-2>.
- INTERVISTE, tecniche di conduzione di interviste:  
<http://www.federica.unina.it/lettere-e-filosofia/psicologia-sociale-comunita/ricercatore-comunicazione-intervista/>.
- NILALIENUM, articolo su Griswold, Wendy alla pagina:  
[http://www.nilalienum.it/Sezioni/Bibliografia/Sociologia/Griswold\\_Sociologia\\_cultura.html](http://www.nilalienum.it/Sezioni/Bibliografia/Sociologia/Griswold_Sociologia_cultura.html).
- NUSSBAUM M. articolo da internet M. Nussbaum "Che cos'è la felicità?" <http://www.fabbricafilosofica.it/MA/09/04.html>.
- ROSSOTTO R., articolo "Contratti di sponsorizzazione: opportunità

giuridiche" da Aedon

<http://www.aedon.mulino.it/archivio/2010/1/rossotto.htm>.

- KHRIO' WOMAN SHOES spiegazione della mission aziendale alla pagina <http://www.khrio.com/it/chi-siamo/>.