

nord
est
europa

ottobre 2008 n. 1

cultura

www.nordesteuropacultura.it Mensile - Poste Italiane S.p.A. - Spedizione in abbonamento postale - D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n.46) art. 1, comma 1, CNS PD

Più studiosi
più curiosi
più creativi



Il Nordest cambia volto e, superati i vecchi stereotipi di terra incolta, rivela insospettabili primati negli studi, nella frequentazione di teatri e librerie, negli ingegni aziendali. Il nuovo magazine culturale di Nordesteuropa.it si propone di raccontare e stimolare questa realtà in divenire

ARTE E IMPRESA
PROVE DI
CONTAMINAZIONE

TURISMO
CONGRESSUALE
UN BUSINESS SENZA REGIA



l'uso della cultura come strumento di marketing con un ritorno diretto dell'investimento che spesso consiste nella promozione o nell'affiancamento del proprio brand a un evento. Non solo. «Siamo anche terra di mecenati – ricorda Andrea Riello, presidente Confindustria Veneto e della Fondazione Campiello – e di imprenditori che si accostano all'arte in silenzio, spesso inseguendo una passione personale e non certo per un ritorno di immagine». Un esempio su tutti? «Il Campiello – ricorda il presidente – Nacque ancora quando non si parlava di marketing. Era il 1962 e l'idea degli industriali veneti era quella di riconoscere alla cultura un valore importante da riversare sul territorio, convinti che un'area ad alta vocazione culturale avrebbe portato non solo a un aumento del senso civico ma anche della sensibilità della gente che vi lavora, arricchendola».

E oggi, quanti e quali industriali sono ancora alla ricerca di questa sensibilità? «Siamo la quarta generazione di imprenditori – ribatte Riello – siamo obbligati ad aggiornarci perché viviamo in un mondo specialistico: si deve trovare tempo per la formazione, la lettura tecnica ma anche il saggio e il romanzo, diciamo umanistico. Abbiamo bisogno di tenere allenata la mente ma anche di riposarla. E gli indici di lettura regionali ci dicono che leggiamo e anche molto. Ma soprattutto che in futuro leggeremo ancora di più».

VENETI IGNORANTI? «NIENTE affatto» risponde Romolo Bugaro, padovano, avvocato e scrittore. «Gli stereotipi sono fatti

per essere modificati nel tempo e credo che in realtà noi siamo esattamente il contrario di quello che si dice: siamo una terra fertilissima dal punto culturale con occasioni sparse ovunque e un'enorme concentrazione su Venezia». «Quanto a fruizione – continua Bugaro – credo che la regione sia in linea con i dati generali. Siamo però un territorio sul punto di esplodere. L'aver fino ad oggi poco pubblicizzato, portando sulle grandi scene, le nostre punte di diamante ha reso più solida e vera la nostra ricchezza culturale che ora è pronta per l'emersione».

«Non intravedo grandi disuguaglianze con il resto d'Italia – conferma Massimo Cacciari,

sindaco di Venezia – siamo intelligenti e incolti al pari di ogni altra regione. Anzi, il veneto non è più una categoria a sé ma è uguale al lombardo, al piemontese, all'emiliano. Le specificità ontologiche si stanno unificando e gli stereotipi sono solo stupidaggini». Eppure, chiosa Enzo Rullani, professore di Economia della conoscenza alla Ca' Foscari - forse una differenza con il bel Paese c'è, e sta nel fatto che «il Veneto ha patito più di altre regioni la distanza tra il centro, cuore politico e culturale, ovvero Venezia, e la campagna. Una distanza dovuta alla separatezza tra acqua e terra, mentre in altre città come Siena o Firenze era tutto più facilmente raggiungibile». «La cultura veneta, però, poggia su due assi atipici, per questo unici – aggiunge Rullani -: uno stretto rapporto con il cattolicesimo e un esasperato localismo. Entrambi, oggi, governano la vita pratica della gente ma sono due matrici che vanno trasformate in nuove funzioni affinché possano dare risposte importanti. L'essere cattolici, ad esempio, spinge a una forte interpretazione dei bisogni, porta al solidarismo e al senso di comunità. E oggi c'è un drammatico bisogno di senso. Se il Veneto si giocherà bene queste sue specificità sarà portatore di una nuova cultura e non sarà costretto a inseguire gli altri».

IN CIFRE

122

Gli editori attivi in Veneto. La regione è sesta in Italia per numero di imprese di editoria

10,6 milioni

La presenza nelle sale cinematografiche nel 2006 in tutto il Nordest. Più o meno stabile rispetto l'anno precedente

31 mila

Gli allori consegnati nel 2006 negli Atenei del Triveneto, in vistoso aumento dopo la riforma del 3+1

22%

Il numero di lettori (fatto 100 la base per analoghe caratteristiche) che legge ogni giorno a Nordest. L'Italia è ferma al 20 per cento

13 euro

La spesa media per abitante in Friuli Venezia Giulia per assistere a rappresentazioni teatrali e concerti.

Il dato più alto in Italia secondo solo al Lazio (14,40 euro)



www.flavioalbanese.com

di FLAVIO ALBANESE

Questa rubrica è la [microspia] che Flavio Albanese ha piazzato nel cuore del Nordest produttivo. La [microspia], tra due parentesi quadre, vuole captare quanto si produce nella zona di intersezione (e di coincidenza) tra economia e cultura, nelle propaggini nordorientali dell'impero. Mentre in questo «post» di esordio ci si mantiene su un livello di argomentazione generico, dal prossimo numero si lavorerà con la precisione e la minuziosità che si addicono a una [microspia]

Verso un modello IBRIDO E «SUPERFLAT»

■ Il Nordest. Terra di frontiera, di santi e di viaggiatori. Oggi terra di imprenditori. Ma di poeti?

Di poeti non ce ne sono mai abbastanza. Di poeti viventi, dico, poiché per i monumenti funebri e i cenotafi non ci possiamo di certo lamentare.

Fino a ieri la cultura a Nordest è stata vissuta come un prendersi cura amorevole del patrimonio di un passato da preservare e idolatrare, con frequenti involuzioni maniaco-ossessive. Una tutela necessaria che si è rovesciata in abbraccio mortale per qualsiasi tentativo di creare movimenti e sommovimenti realmente contemporanei.

Oggi si può dire che la situazione culturale sta vivendo una fase di rapida evoluzione. Si intravedono finalmente le condizioni per una concreta produzione di materiale intellettuale di generazione 3.0 (terzo millennio). Il nuovo «capitalismo cognitivo» che non si basa più sulla produzione della quantità di cose ma sulla qualità, sembra aver inoculato il virus di una ritrovata attenzione verso l'intelligenza e la creatività come tecniche di decifrazione del mondo. La classe imprenditoriale del Triveneto si è svegliata bruscamente dal sogno della produttività perpetua a basso costo,

scoprendo all'improvviso di non avere molta aspettativa di vita senza un rapporto continuo e duraturo con la cultura.

Se si vuole sopravvivere al progresso oggi occorre compiere un salto evolutivo, operando quella che altrove ho già chiamato la «transustanziazione laica» dal materiale (la produzione di cose) all'immateriale (la produzione di idee). Lo slittamento dall'una all'altra non si rassegna a rappresentare solo una necessità strutturale delle imprese ma si può leggere anche come una reazione fisiologica dei soggetti più attivi e sensibili contro la persistenza di un vuoto inspiegabile nel paesaggio culturale del Nordest: il vuoto del contemporaneo.

La cultura contemporanea infatti non è solo un buon investimento ma una promessa per il futuro. Per questo non basta rilevare che il business ha bisogno di cultura: occorre che questa cultura trovi le condizioni per passare all'atto.

È su questa logica che il paesaggio nordorientale si sta muovendo. Con direzioni precise benché diverse. Se in Trentino Alto Adige sono stati i soggetti istituzionali a innescare lo start up con la costruzione di nuovi contenitori museali e con l'offerta di

nuovi eventi internazionali (Mart, Museion, l'ultima edizione di Manifesta), il Veneto vive delle sue antiche istituzioni (Biennale, Bevilacqua La Masa) ma soprattutto, del neomecenatismo dei privati e degli investimenti dell'industria nella creatività.

Ma attenzione, occorre subito smorzare i facili entusiasmi: c'è da chiedersi in che modo questa fase di investimento nella cultura possa canalizzarsi in un processo di rigenerazione dei tessuti esausti in grado di innescare fenomeni duraturi nel tempo. Duraturo significa qui: radicato come atteggiamento diffuso.

Non si può pensare che la cultura venga sostenuta unicamente da circuiti formali ed economicizzati ma è vitale attivare cicli di ibridazione, in un continuo *up & down*, fra cultura alta e cultura bassa, fra la creatività che ha un accesso al mercato e quella che rimane circoscritta nei circuiti underground. Un modello di cultura *superflat* che consideri la creatività e la curiosità intellettuale come un modo d'essere prima ancora che come un modo di avere, e che una buona volta svincoli il concetto di pop dal folklore delle sagre della frittura mista.

Se a Nordest si produrrà cultura in futuro, si partirà necessariamente da questo incrocio.