

la STORIA in PIAZZA Consumi

La rivoluzione del consumismo Da Gutenberg al web cultura in formato “società di massa”

Come i prodotti destinati al grande pubblico hanno cambiato il modo di fare arte e spettacolo

FERDINANDO FASCE

QUEST'ANNO "La Storia in Piazza" si occupa di consumi culturali. Ovvero, va in biblioteca a sfogliare libri e giornali, scivola tra la folla di un cinema, indugia sul cartellone dei programmi teatrali, accende un televisore, mette su un disco o si spara in cuffia i milioni di suoni racchiusi in qualche minuscolo invisibile aggeglio, fa scivolare le dita leggere sullo smartphone di ultima generazione.

Quando Luca Borzani, presidente della Fondazione Palazzo Ducale, mi ha invitato a far parte del gruppo che, sotto la guida di Donald Sassoon, ha progettato l'evento, ho aderito subito con entusiasmo. Perché decenni di insegnamento universitario, di contatto quotidiano con le giovani generazioni e di ricerca sulla comunicazione commerciale e politica e sulle industrie culturali mi hanno persuaso di quanto ci sia bisogno di una riflessione impregiudicata su come si sono prodotte e si producono, si creano, distribuiscono, comprano, vendono e usano le culture nella società di massa. Sulle orme del pionieristico lavoro dello stesso Sassoon de-



L'avvento di internet ha ridefinito il mercato culturale

to" che, quando sta per chiudersi, tira fuori dal cilindro cinema e fumetti e così apre le porte al nuovo secolo nel quale i modi industriali di fare cultura esplodono, ridefinendo il nostro approccio al guardare e al sentire attraverso la cornice che dal cinema trascorre alla tv e il paesaggio sonoro scandito dalla radio e dai dischi. Per arrivare alle teste e ai corpi di oggi, iperconnessi, eternamente immersi nella rete.

Ecco, il punto è fare di tutto questo l'oggetto di un'indagine rigorosa e critica, ma che non rinuncia al piacere di guardare, ascoltare, provare senza pregiudizi. Da cinque anni ho inserito nei miei corsi universitari di Storia contemporanea, seguiti da diverse centinaia di studenti, una parte dedicata alla storia della pubblicità e una alla storia della *popular music* attraverso il caso dei Beatles.

È la difficoltà principale, prima e più che misurarsi con archivi sparsi in ogni dove e con storiografie straniere che riempiono intere biblioteche, è quella di vincere la comprensibile diffidenza iniziale degli studenti, che, come del resto non pochi studiosi, pensano che le cose serie sono solo quelle che si presentano col sussiego e il sopraccio. Per fortuna regolarmente i ragazzi mettono presto da parte le loro remore e anzi le classi diventano palestre nelle quali si riconoscono e confrontano

generazioni diverse, impegnate a capire, con occhi sgombri da ogni stereotipo, da dove viene e dove va la musica dei Beatles, o come si è prodotta e come viene consumata una clip pubblicitaria, con lo stesso rigore col quale abbiamo studiato e studiamo eventi periodizzanti quali la Grande guerra. E a interrogarsi su come possiamo imparare a fare dei consumi culturali un uso produttivo, libero e sostenibile, che crei lavoro e migliori la qualità della nostra vita quotidiana. Ecco lo spirito che vi attende per quattro giorni di dibattiti e conferenze al Ducale.

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

LO SPIRITO
Quattro giorni di conferenze e dibattiti per confrontarsi senza pregiudizi

Che cosa attende il pubblico del Ducale? Anzitutto un "prologo in cielo" con Gutenberg e la rivoluzione della stampa, un incontro con Shakespeare, i suoi testi, i suoi spettatori, un'incursione sul genio mozartiano, sospeso fra i residui del mondo della corte e il passaggio contrastato al pubblico pagante dell'emergente mercato dei beni culturali. Di qui "La Storia in Piazza" si concentrerà con forza sull'Ottocento e il Novecento. Sul "lungo Ottocento" delle stampe e delle cartoline; dei romanzi pensati per durare esattamente quanto un viaggio in treno; del melodramma che forgia un nuovo modo di esprimere emozioni individuali e collettive; dei primi giornali a larga diffusione, con tanto di romanzi d'appendice, illustrazioni e pubblicità. Il "lungo Ottocen-

Il calendario

GIOVEDÌ 7 APRILE
ore 18 Sala del Maggior Consiglio
"I mercati culturali"
Donald Sassoon

ore 21 Sala del Minor Consiglio
"Da Cabiria a Nanni Moretti: 100 anni di industria culturale cinematografica italiana"
Donata Pesenti, Stefano Boni, Carlo Brancaleoni

VENERDÌ 8 APRILE
ore 16 Sala del Minor Consiglio
"Volevo essere Beethoven. Ovvero la musica che cambia il mondo"
Michele Dall'Ongaro

ore 16 Sala Liguria
"La cultura dell'economia della cultura"
Giovanna Segre

ore 17 Sala del Minor Consiglio
"Produrre cultura nell'età dei lumi"
Anna Maria Rao

ore 17 Sala Liguria
"Un millimetro in là. Intervista sulla cultura"
Marino Sinibaldi

ore 18 Sala del Maggior Consiglio
"L'America e i consumi culturali"
Victoria de Grazia

ore 21 Sala del Maggior Consiglio
"L'età napoleonica e il patrimonio nazionale"
Philippe Daverio

SABATO 9 APRILE

ore 11 Sala del Maggior Consiglio
"Shakespeare in vendita. I fruitori del teatro agli albori della Londra moderna"
Bettina Boecker

ore 11 Archivio Storico
"La società dello spettacolo" e il mercato della cultura
Carlo Freccero

ore 11 Sala Liguria
"Tra lusso e consumi di massa: mercati culturali tra Ottocento e Novecento"
Roberta Sassatelli

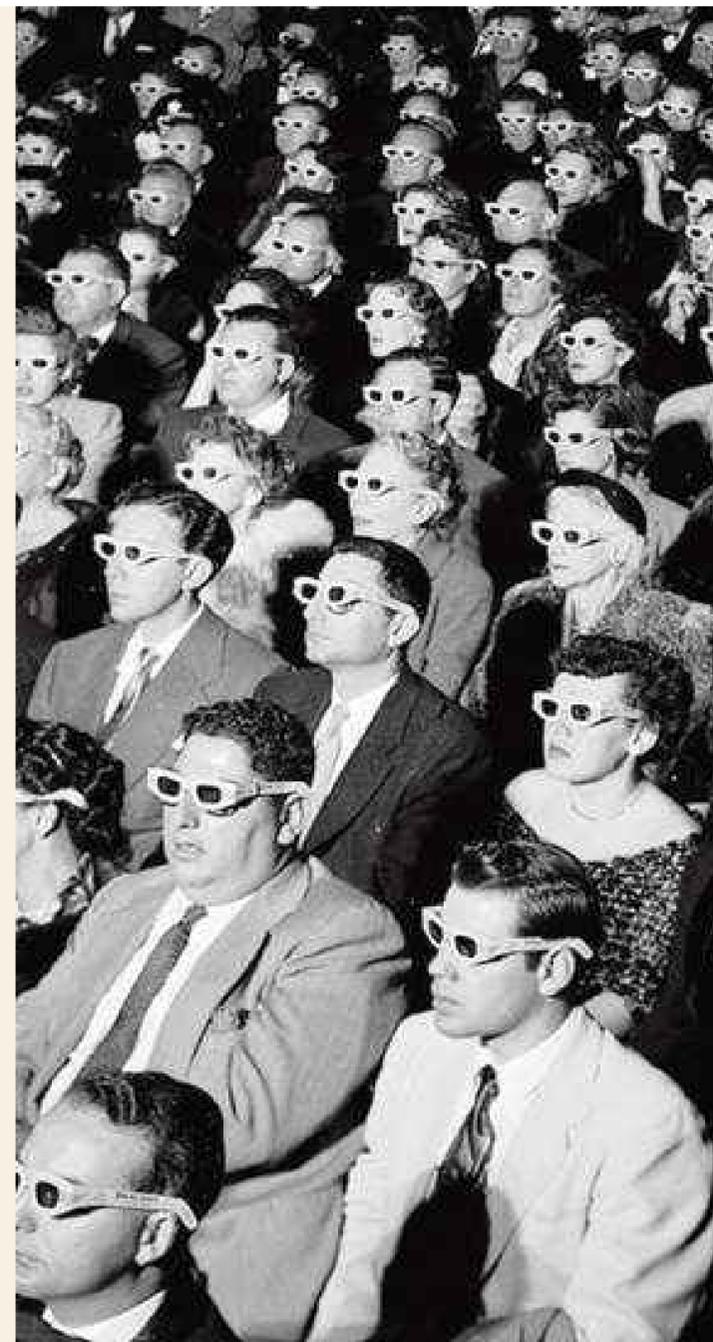
ore 12 Sala del Maggior Consiglio
"Sempre più libri!"
Jean-Yves Mollier

ore 12 Archivio Storico
"Sponsor Ergo Sum"
Sergio Escobar
Matteo Melley

ore 12 Sala Liguria
"Note a margine, note di tutti: il Novecento del consumo musicale di massa"
Guido Festinese

ore 15 Sala del Maggior Consiglio
"Cos'è l'industria culturale: miti e realtà"
Alberto Abruzzese

ore 15 Archivio Storico
"Forme del tempo: Walter Benjamin e la scuola di Francoforte"
Giacomo Marramao



ore 15 Sala Liguria
"Quando il cinema cambia la storia"
Annalisa Tota

ore 16 Sala del Maggior Consiglio
"Mercificare la Nazione"
Anne Marie Thiessse

ore 16 Archivio Storico
"Culture e mercato: arricchimento o impoverimento?"
Francesco Remotti

ore 16 Sala Liguria
"L'irruzione del fumetto"
Vittorio Giardino
Ferruccio Giromini

ore 17 Sala del Maggior Consiglio
"L'Ottocento: il primo secolo della cultura per tutti?"
Christophe Charle

ore 17 Archivio Storico
"Frank Zappa, un dissidente americano"
Riccardo Bertonecchi

PARLA CARLOTTA SORBA

Quando l'opera era un business che funzionava «Il suo segreto? Sollecitava grandi passioni»

Il paradosso della lirica: da genere di largo consumo a forma d'arte d'élite

EMANUELA SCHENONE

QUANDO non era ancora un'arte per intenditori, funzionava meglio e vendeva di più. È il paradosso della lirica che nasce come un prodotto commerciale di largo consumo per poi trasformarsi in un genere d'élite.

«L'opera si afferma come una vera e propria industria culturale precocemente rispetto alla stampa e all'editoria» spiega Carlotta Sorba, docente di Storia dell'Ottocento e Storia e teoria culturale all'Università di Padova che sul tema interverrà domenica 10 aprile alle 15 «è un business redditizio e si fonda,

anzitutto, su un rapporto molto forte con il pubblico. Si tratta di un sistema di mercato rivolto al divertimento che mira a sollecitare emozioni intense, passioni come odio, amore e anche patriottismo». Siamo agli inizi dell'Ottocento ed è la stagione del grande successo della lirica italiana. Ma anche delle produzioni effimere, di breve durata soggette alla dura legge di un mercato che chiedeva sempre novità agli autori. «Tutto questo cambia verso la metà del secolo» prosegue Sorba «quando entra in scena la figura dell'editore, in particolare Ricordi, che assume un ruolo centrale all'in-



"La battaglia di Legnano"

terno del sistema. Si capisce così che si può trarre un guadagno a lungo termine da questa forma d'arte con la vendita degli spartiti, il noleggio delle opere.

E i musicisti cominciano a ricavare un compenso dai diritti d'autore: «La battaglia di Legnano» di Verdi è la prima opera che viene venduta direttamente dal compositore all'editore». È il punto di svolta del sistema operistico: si afferma un vero repertorio riconosciuto e apprezzato da un pubblico di esperti che ora vede nella lirica una forma d'arte consacrata. «Un vero capovolgimento della prospettiva» conclude Sorba «che si attua soprattutto a partire da Toscanini». E che cambierà definitivamente il rapporto del pubblico italiano con l'opera lirica.

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI



L'immagine simbolo scelta quest'anno dalla "Storia in Piazza" è quella della platea del film muto "The Power of Love", il primo in 3-D, proiettato negli Stati Uniti il 27 settembre 1922 all'Ambassador Hotel Theater di Los Angeles

- ore 18 Sala Liguria
"La fotografia tra realtà e stereotipi"
Uliano Lucas
- ore 18 Sala del Maggior Consiglio
"Città creative e ambiziose: passato, presente e futuro"
Charles Landry
- ore 21 Sala del Minor Consiglio
"Fileria corta"
Maratona no-stop di cortometraggi

fra creatività indipendente e grandi produzioni a cura del Genova Film Festival

- DOMENICA 10 APRILE
- ore 10 Sala del Minor Consiglio
"Una voce che ti segue: la radio"
Franco Monteleone
- ore 10 Sala Liguria
"Il teatro contemporaneo dentro, fuori, contro l'industria culturale"
Marco de Marinis
- ore 11 Sala del Maggior Consiglio
"L'invenzione del giornalismo"
Andrew Pettegree
- ore 11 Archivio Storico
"Nietzsche e la volontà di best seller"
Maurizio Ferraris
- ore 11 Sala Liguria
"Game Over". Splendori e tramonti della discografia in Italia
Lucio Salvini e Renzo Chiesa
- ore 12 Sala Liguria
"Il valore dell'arte"
Germano Celant
- ore 12 Sala del Maggior Consiglio
"Tra censure e seduzioni: le arti nei regimi totalitari"
Marcello Flores
- ore 15 Sala del Minor Consiglio
"Il business dell'opera: emozioni sui palcoscenici"
Carlotta Sorba
- ore 15 Archivio Storico
"La grande fabbrica dei sogni: l'industria della televisione in Italia da 'Lascia o Raddoppia' a Mediaset"
Stephen Gundle
- ore 15 Sala Liguria
"Number Nine": musica e tecnologia dal secondo dopoguerra a oggi"
Franco Fabbri
- ore 16 Sala del Maggior Consiglio
"Hollywood conquista il mondo"
H. Mark Glancy
- ore 16 Archivio Storico
"Il mercato della comunicazione oggi: una mappa dinamica"
Peppino Ortoleva
- ore 16 Sala Liguria
"Il peso dell'industria culturale sull'economia italiana"
Paola Dubini
- ore 17 Archivio Storico
"Età (dell'oro) della stampa. Dalla stampa a caratteri mobili alla rivoluzione digitale"
Giovanni Gozzini
- ore 17 Sala Liguria
"Il giornalismo di qualità nell'era della trasformazione digitale"
Luciano Fontana e Alessandro Cassinis
- ore 18 Sala del Maggior Consiglio
"Come scrivere un best seller"
Ken Follett
- ore 21 Sala del Minor Consiglio
"Sociologia della cultura digitale"
Derrick De Kerckhove

Intervista a Sassoon

«Venti minuti di lavoro oggi sono sufficienti per comprare un libro»

Acquistare cultura è alla portata di (quasi) tutti

GIULIANA MANGANELLI

DONALD SASSOON, professore emerito al Queen Mary College di Londra, è il curatore della "Storia in Piazza".

Professor Sassoon, i latini sostenevano che Carmina non dant panem, per non parlare di Ariosto e Petrarca che lamentavano che cultura e sostentamento economico non andavano a braccetto. Ora in questa settima edizione della "Storia in piazza" sono sotto i riflettori addirittura i mercati della cultura. Come si conciliano questi due termini apparentemente antitetici?

«Dalla fine del Settecento ad oggi è impossibile discutere di cultura senza parlare di mercato e di industria culturale. Anche il più esoterico degli scrittori ha bisogno di un editore che gli stampi il libro e lo venda. Beh, oggi il nostro scrittore potrebbe anche metterlo online e sperare nella buona fortuna... ma nel 1800 doveva trovarsi un editore, il quale doveva fare un calcolo finanziario, e anche la gente che comprava questo libro doveva fare un calcolo finanziario, scegliere se spendere i suoi soldi per un libro o per qualcos'altro. Lo stesso si può dire per i concerti, la lirica oppure il teatro di prosa».

E prima del Settecento?

«Prima dell'industria culturale l'arte e la cultura in genere vivevano grazie ai finanziamenti degli aristocratici, i mecenati. Non si scappa, il prodotto culturale o lo paga il



Un'illustrazione per "Ivanhoe" di Walter Scott: all'inizio dell'800 il prezzo di un libro valeva sei settimane di lavoro di un artigiano

mecenate o lo paga il consumatore. Quindi non si pone il dilemma mercato sì mercato no, semplicemente bisogna vedere di quale tipo di mercato si parla».

Lei non fa mai distinzioni tra cultura alta e bassa.

«Ovviamente ci sono cose che mi piacciono e altre no, ma quello che è interessante è che ci sono vari modi di vendere la cultura che non sono poi tanto nuovi. All'inizio dell'800 un libro di Walter Scott, dunque tra i più popolari bestseller, costava una sterlina e mezza, un ottimo artigiano allora guadagnava un quarto di sterlina alla settimana. Avrebbe dovuto lavorare sei settimane per comprarsi un libro. Oggi un tascabile Penguin di Scott costa 2-3 sterline, cioè un terzo della paga minima oraria. Oggi in venti minuti ti puoi comprare un Walter Scott. C'è stata un'enorme democratiz-

zazione nel senso economico-sociale della vendita dei prodotti culturali, senza contare che ormai nella maggior parte i libri fuori copyright sono gratuiti sulla rete».

Che cosa rivoluziona il modo di "consumare" cultura?

«Le tecnologie, a partire dal grammofono. Non devi più andare in un teatro e pagare il biglietto, oppure in chiesa gratuitamente, per ascoltare la musica o imparare a decifrare uno spartito e suonare sul pianoforte di casa. Basta che compri il disco con le esecuzioni migliori del mondo. E poi naturalmente il cinema. E ancora l'invenzione della radio e della televisione nel XX secolo: una volta comprato l'hardware, cioè l'apparecchio ricevente, e una volta pagato l'abbonamento, cioè la tassa, non esiste più un legame tra l'atto di consumare un prodotto culturale e l'economia. Cioè sono io che decido il consumo sulla base del mio tempo libero e quello che mi piace. Al contrario del giornale che comporta anche una scelta economica».

La televisione resta per moltissimi l'unico distributore di "cultura". Gli apocalittici lamentano il degrado dei programmi e la deriva nazional-popolare. Snobismo elitario?

«La gente che oggi guarda dei programmi che gli intellettuali ritengono non degni è la gente che prima non aveva accesso alla cultura, quindi non c'è stato un abbassamento del livello ma un innalzamento generale. Oggi la gente legge più libri, certo leggono "Cinquanta sfumature di grigio", ma i loro equivalenti 50 anni fa non leggevano libri in assoluto. Allora uno può dire: era meglio quando non leggevano libri! ma non è esattamente progressista e democratico culturalmente, no? Non è che prima leggessero Proust e oggi la E.L.James!».

EMA. SCHE.

© BY NC ND AL CUNTI DIRITTI RISERVATI

Per i ragazzi Così si impara con la scuola e con la famiglia

... Gli incontri dedicati alle scuole prendono il via giovedì 7 aprile alle 9.15 con l'intervento di Piero Dorfles "Quando la letteratura incontra il grande pubblico". Alle 10.15 sarà la volta di Stefano Mauri con "Scegliere, pubblicare, distribuire", mentre alle 12 Silvio Soldini spiegherà come "Raccontare immagini". Venerdì 9 aprile alle 9.15 Donald Sassoon parlerà dei "Mercati culturali", alle 10.30 Giorgio Verzotti interverrà su "Arte, tra tutela e mercato". Alle 11.30 David Ellwood racconterà "La Tv in Italia: l'invasione americana" e alle 11.45 Stefano Senardi e Vittorio Cosma illustreranno il processo "Dal vinile ai singoli di iTunes". In programma anche una serie di laboratori che si svolgeranno giovedì e venerdì a partire dalle 9. Il ciclo "La Storia per le famiglie", inoltre, propone sabato e domenica momenti di spettacolo e letture animate. Info: www.lastoriainpiazza.it

DA NON PERDERE



IMPRESSIONISTI E PICASSO, ULTIMI GIORNI

Si può visitare fino al 10 aprile la mostra "Dagli impressionisti a Picasso". Sono previste aperture serali nel weekend. Orari: lunedì 9-19, da martedì a giovedì 9-19.30, venerdì 9-22.30, sabato 9.30-22.30 e domenica 9.30-21



LO SGUARDO DI SALGADO SUL MONDO

"Genesi", la mostra di Sebastião Salgado, fotografo documentarista, è aperta fino al 16 giugno. In esposizione oltre duecento foto dall'Amazzonia al Congo, dal Cile all'Alaska. Orari: lunedì 14-19, da martedì a domenica 10-19

COLLOQUIO CON ANNALISA TOTA

«Spike Lee e Giordana: ecco come il cinema contribuisce a cambiare la percezione della Storia»

Secondo la studiosa i film aiutano la coscienza pubblica a elaborare le tragedie

CI SONO molti modi per raccontare la Storia. E non solo perché sono tanti i punti di vista da cui è possibile osservarla ma anche perché la narrazione pubblica del nostro passato, oggi più che mai, scorre attraverso molteplici canali di comunicazione.

E tutti, ciascuno in maniera diversa, influiscono nella nostra percezione degli eventi. Fondamentale, in tal senso, il ruolo svolto dal cinema. «Un film ha un'enorme capacità di diffusione» spiega Annalisa Tota, professoressa di Sociologia dei processi culturali e comunicativi all'Università Ro-

ma Tre che interverrà al Ducale sabato 9 aprile alle 15 «e per questo è in grado di modificare il modo in cui determinati avvenimenti, specie se molto controversi, vengono iscritti nel discorso pubblico nazionale e internazionale. E di conseguenza riesce ad essere più efficace di un libro di storia».

A questo tipo di cinema, a certi registi, va il merito di fornire le chiavi di lettura necessarie per comprendere episodi storici particolarmente conflittuali. «Emblematico è il caso di "Miracolo a Sant'Anna" di Spike Lee» aggiunge Tota «il film, ispirato all'eccidio di San-



Il film "Miracolo a Sant'Anna"

t'Anna di Stazzema, pur avendo un contenuto anche di fiction, in qualche modo ha cambiato il modo in cui viene percepita la storia italiana all'estero». E guardando alle

produzioni di casa nostra impossibile non citare, per la studiosa, "Romanzo di una strage" di Marco Tullio Giordana: «un film coraggioso che ci aiuta a rielaborare una delle grandi tragedie del nostro recente passato, la strage di piazza Fontana. Questo tipo di cinema è una risorsa enorme per il Paese perché ci permette di prendere coscienza di ciò che è successo svolgendo quella funzione che, per varie ragioni, non si è potuta compiere in sede legale». Un vero contributo, in qualche caso fondamentale, al processo di costruzione della Storia.

EMA. SCHE.