SCRIPTA MANENT

Le voci della cultura in Alto Adige

2019

Quale PUBBLICO *per la* CULTURA?

AUTONOME PROVINZ BOZEN - SÜDTIROL
Abteilung Italienische Kultur

PROVINCIA AUTONOMA DI BOLZANO - ALTO ADIGE
Ripartizione Cultura italiana

Da un progetto editoriale della Ripartizione Cultura italiana, realizzato in stretta collaborazione con InSide Edizioni.

Impostazione editoriale e testi a cura di Massimiliano Boschi. Le opinioni espresse dai protagonisti sono personali ed è quindi possibile che le valutazioni degli autori non riflettano, talvolta, quelle della Provincia autonoma di Bolzano - Alto Adige.

Contatti: Ripartizione Cultura italiana - Tel. 0471 411200, Fax 0471 411209,
e-mail cultura.italiana@provincia.bz.it

Grafica: InSide società cooperativa sociale, Bolzano · www.insidebz.net
Foto di copertina: © Südtirol Jazzfestival Alto Adige – Günther Pichler

Finito di stampare nel mese di aprile 2020
Volume non destinato alla vendita

InSide edizioni

SCRIPTA MANENT

Le voci della cultura in Alto Adige

2019

Quale PUBBLICO *per la* CULTURA?

Indice

Prefazione 5
Introduzione 7

Articoli

Lo sguardo di Walter Zambaldi 8
Le "direzioni" dell'arte contemporanea 12
Quando il teatro è partecipazione 16
L'arte "scomoda" in via Museo 20
Le parole degli altri 24
"Alla ricerca dell'inatteso" 28
"Possiamo osare di più" 32
Utenti esigenti cercasi 36
"Qui il pubblico è imprevedibile" 40
"Il pubblico non è il mio cliente" 43
I "marchi di fabbrica" di Kunst Merano Arte 47
"Servono nuove cerniere tra palco e pubblico" 50
Il pubblico che non c'era 53
Il teatro oltre il sipario 56
L'arte oltre i confini 59
La luce, l'acqua e l'arte 62
Il buio che illumina 65
Una "alleanza civica" per la cultura altoatesina 68
La curiosità in punta di piedi 72
Musica (ma non solo) per tutti i gusti 75
"Manca una chiara politica culturale" 78

Le letture della convivenza 81
"Qui si compra molto e si produce poco" 85
"Al Cristallo mi sento a casa" 88
Tenere in piedi una storia 91
La forza della partecipazione 94
"La cultura è il motore di una comunità" 97
Il cibo come cultura 100
Il filo della rete 103
La musica italiana e i suoi pubblici 106
La musica che gira in tondo 109
"Negli ultimi anni è cambiato tutto" 112
Il cinema è donna 115
La qualità come nuova sfida collettiva 118
Quale cultura per il pubblico? 121

La Ripartizione si presenta 124
Centro Trevi sui social 126

Prefazione

Care lettrici, cari lettori,
in un momento molto travagliato per il nostro Paese, nel quale tutti noi dobbiamo fare dei sacrifici, attraverso un forte spirito di concordia, condivisione ed intenti, sono felice di inaugurare idealmente un'altra stagione di "Scripta Manent". Un annuario nel quale vengono evidenziate, in tutta la loro vivacità, le tantissime vetrine che il gruppo linguistico italiano può scoprire, in un ambito che a tutti noi sta molto a cuore.
La cultura, in Alto Adige, è un punto di riferimento molto importante, un modello capace in ogni stagione di trovare spunti nuovi, grazie alle idee e al lavoro che tante persone, donne, uomini e ragazzi, portano avanti con grande passione e dedizione, spesso lavorando in silenzio, dietro le quinte. Anche nel 2020 presentiamo un'ampia panoramica della vita artistica, culturale ed educativa, nella quale viene riaffermato il valore di queste iniziative diffuse su tutto il territorio. La nostra provincia ha tanta fame di cultura, i soggetti protagonisti di questi progetti hanno voglia di diffondere questo semplice messaggio, a cui credo fortemente. In tempi di incertezza come questi: "Senza la cultura e la relativa libertà che ne deriva, la società, anche se fosse perfetta, sarebbe una giungla. Ecco perché ogni autentica creazione è in realtà un regalo per il futuro". Riprendo questa bellissima frase dello scrittore francese Albert Camus per ringraziarvi della vostra passione e di quello che farete per proseguire questo bellissimo viaggio insieme.
La cultura non si ferma. Avremo sempre tempo per dedicare un po' di spazio alla conoscenza e alla bellezza. La cultura è come la vita e la vita è bella.

Giuliano Vettorato
Assessore provinciale alla cultura
in lingua italiana

Introduzione

di Massimiliano Boschi

Il volume che avete tra le mani è la versione cartacea di una piattaforma virtuale in cui per circa un anno si sono confrontati operatori e pubblico su specifici argomenti e settori culturali nel tentativo di rispondere a una domanda: "Quale pubblico per la cultura italiana in Alto Adige?"
Con questo obiettivo, lungo tutto il 2019, sulla pagina web di Scripta Manent (https://medium.com/scriptamanent) sono stati pubblicati interventi e interviste allo scopo di comprendere quali possano essere le modalità per far crescere (quantitativamente e qualitativamente) il pubblico degli eventi culturali in Alto Adige. Il tutto, partendo dal presupposto che la produzione culturale resta uno strumento fondamentale per la produzione di cittadinanza. Di conseguenza, Scripta manent ha provato e proverà anche nel 2020, a trasformarsi in un luogo, possibilmente autorevole, sicuramente interdisciplinare e gratuito, in cui confrontare le proprie idee rispetto ai musei, al teatro, all'editoria, al cinema o alla musica. Uno spazio aperto a chi condivide il piacere della conoscenza e del confronto di idee e che dedica particolare attenzione al bene comune.
In questo primo anno di attività online, abbiamo provato a comprendere dimensione, preferenze e potenzialità del pubblico degli eventi culturali in lingua italiana in Alto Adige. Lo abbiamo fatto intervistando operatori culturali dei vari settori per conoscere dimensioni e prospettive dei vari pubblico di riferimento.
Un approccio che è riuscito ad attivare un minimo di dibattito pubblico su differenti temi specifici e che proseguirà per tutto il 2020 cercando di comprendere quale offerta culturale sia più adatto al contesto locale.
Questa versione cartacea di Scripta Manent 2019 rappresenta, quindi, solo un punto di partenza, un'analisi dei vari pubblici culturali locali che hanno fornito la base per ulteriori stimoli e approfondimenti che trovate già sulla pagina web che viene aggiornata ogni settimana.

Lo sguardo di Walter Zambaldi

Ricerca artistica e gestione manageriale: il Teatro Stabile di Bolzano e il suo pubblico.

Quattro anni e diversi chili fa, Walter Zambaldi ha preso in mano il testimone lasciatogli da Marco Bernardi. All'epoca tutti si concentrarono sul suo "ritorno a casa" ma i motivi della scelta erano chiari fin dall'inizio: *"La Commissione e il Consiglio di Amministrazione hanno individuato in Walter Zambaldi una figura manageriale qualificata, capace di coniugare conoscenza e passione teatrale con competenze amministrative".*
A quasi cinque anni di distanza i numeri testimoniano l'oculatezza della scelta: sei milioni di bilancio nel 2017 (un milione più in rispetto al 2015) 230 collaboratrici/tori tra dipendenti e scritturati rispetto ai 60 di quattro anni fa e una gestione che ha portato gli oneri sociali da 350 a 657.000 euro. Risultati ottenuti con la stesse quantità di entrate pubbliche. Per quel che riguarda il pubblico, gli abbonati a Bolzano sono cresciuti dell'84% nelle ultime quattro stagioni varcando la soglia dei 2100 nell'ultima stagione. A Merano nel corso dell'ultimo triennio il numero degli abbonati è salito del 54%. A Bressanone nelle ultime quattro stagioni il numero degli abbonamenti è lievitato raggiungendo quota +138%. Ma le stagioni di Brunico e Vipiteno non sono da meno: se gli abbonamenti a Brunico sono cresciuti del 79% rispetto al triennio di riferimento, a Vipiteno l'incremento si consolida sul 62%. Complessivamente, il numero degli abbonamenti under 26 è cresciuto dell'80%.

Dati che si commenterebbero da soli, ma visto che Zambaldi ce l'abbiamo di fronte...
"L'aumento degli abbonati ha coinciso con un incremento delle nostre attività con un preciso intento: quello di stabilire un rapporto di fiducia con il pubblico, fare in modo che consideri il Teatro Stabile un luogo familiare, da frequentare spesso e con un atteggiamento privo di preconcetti. Un luogo di scoperta e di approfondimento, senza dimenticare il divertimento. Nel corso degli ultimi anni lo Stabile è arrivato a totalizzare 340 alzate di sipario a stagione, il che significa più di uno spettacolo al giorno e abbiamo raggiunto una media di 120.000 spettatori. Fondamentalmente abbiamo rafforzato tutti i settori del complesso meccanismo in cui si articola il lavoro di un Teatro Stabile sul territorio: abbiamo dato un nuovo carattere agli spettacoli prodotti, che portano il nome del Teatro Stabile di Bolzano in tutta Italia grazie alle tournée; abbiamo intensificato il numero degli spettacoli nelle stagioni serali a Bolzano, Merano, Silandro, Bressanone, Brunico e Vipiteno; moltiplicato le iniziative e rassegne collaterali "fuori dalle mura" volte a sensibilizzare al Teatro d'arte un pubblico nuovo; inaugurato Wordbox - Parole per il teatro e soprattutto

abbiamo ampliato il progetto Officina Teatro, un'iniziativa che coinvolge ragazze e ragazzi dai tre anni in su. Senza contare la creazione della Compagnia Regionale...".

Dal punto di vista quantitativo il pubblico altoatesino ha risposto alla grande. Dal punto di vista qualitativo?

"Se intendi riferirti alla qualità del pubblico direi che il pubblico di Bolzano e dintorni è mediamente più preparato di altri. Ma è così per un semplice motivo: perché da quasi 70 anni oramai c'è un Teatro Stabile. La possibilità di produrre e distribuire spettacoli, di creare una "tradizione" ha i suoi effetti. Inevitabilmente si crea un'attenzione maggiore, poi non posso negare che a Bolzano si sia lavorato meglio che altrove. Provincia e Comune non sono solo nostri soci fondatori, ma partner fondamentali che ci permettono di varare progetti lungimiranti e innovativi che hanno già dato i loro frutti. Il confronto con istituzioni, persone e associazioni è stato molto positivo: a Bolzano c'è molta voglia di fare, di collaborare, di mettersi in rete e di crescere. Attualmente collaboriamo a diverso titolo con più di 30 realtà del territorio. Questa vitalità si riflette anche sul pubblico, che non solo è preparato, ma ama mettersi in gioco".

Una somma di "buone pratiche"....

"Cerchiamo costantemente di coniugare la ricerca artistica—che deve necessariamente accompagnare la vita di un teatro—con una visione manageriale dell'attività teatrale. Con visione manageriale intendo una gestione che non si limiti all'amministrazione dei fondi a disposizione, ma che punti all'ottimizzazione delle risorse con l'applicazione dei principi di efficienza, economicità e soprattutto di moltiplicatore economico. Questo processo di accelerazione viene continuamente monitorato per comprendere se si stia facendo il massimo con le risorse a disposizione e se il ritorno degli investimenti in cultura continui ad aumentare".

Mentre altrove...

"Nel resto d'Italia molti teatri e molti colleghi stanno lavorando benissimo su tutti i fronti ed è molto piacevole, oltre che utile, averli come interlocutori. In altri casi, però, il teatro italiano ha allontanato il pubblico con modalità senza precedenti, considerando solo uno dei molteplici aspetti che compongono la direzione di un teatro, considerando la ricerca artistica come forma di autocompiacimento intellettuale riservato a pochi o privilegiando l'aspetto puramente manageriale a

dispetto di progetti a servizio della comunità. Credo inoltre che vada definitivamente sfatato il pregiudizio per cui la qualità non possa portare anche quantità".

Ecco, non è anche una questione di autori? Nulla da dichiarare contro i classici, ma gli autori contemporanei continuano a essere rappresentati meno di quel che sarebbe auspicabile. Non neghiamo gli sforzi fatti dallo Stabile, ma forse si potrebbe osare di più, anche allo scopo di aumentare la confidenza con il teatro che è sempre stato uno dei tuoi obiettivi.

"Tengo a precisare che le direttive a livello nazionale sono quelle di produrre e valorizzare la drammaturgia contemporanea. Nella stagione in corso, così come nella prossima, i testi di autori contemporanei rappresentano più della metà degli spettacoli in cartellone. Anzi, posso dire con certezza che ad esempio su 12 titoli che proporremo soltanto nella stagione 2019/2020 nella sala grande del teatro Comunale di Bolzano, dieci sono scritti da nostri contemporanei. A mio modo di vedere aumentare la confidenza del pubblico nei confronti del teatro significa lavorare alla programmazione con la mente aperta e attenta. Questo lo si ottiene sia con testi che affrontano temi del nostro presente, sia portando in scena riletture dei giganti della letteratura teatrale che, essendo tali, hanno e continueranno ad avere una valenza universale. Sto parlando di un panorama costellato da William Shakespeare, Molière, Seneca, Anton Cechov, Arthur Miller, Carlo Goldoni, Euripide, Thomas Bernhard, Luigi Pirandello, Aristofane e molti altri".

Come si porta il popolo degli smartphone e della televisione ad assistere a uno spettacolo dal vivo?

"Avvicinare il pubblico al teatro significa offrire una panoramica più ampia possibile della molteplicità dei caratteri e delle forme teatrali, significa a volte anche sperimentare come nel caso di Wordbox e Wordbox Arena, produzione in cui abbiamo reso il pubblico protagonista della scelta della produzione conclusiva della stagione 2017–2018 o di Tempo di Chet. La versione di Chet Baker, una vera e propria opera jazz scritta da Leo Muscato e Laura Perini assieme a Paolo Fresu che—oltre ad aver composto le musiche—le esegue dal vivo. Quest'ultimo spettacolo sta girando l'Italia e continuerà il suo tour anche nelle prossime stagioni.

Le “direzioni” dell’arte contemporanea

Intervista a Letizia Ragaglia, direttrice di Museion.

"Per garantire l'efficiente programmazione della stagione 2020, è stato concordato con l'attuale direttrice Letizia Ragaglia un prolungamento del suo incarico per i prossimi 12 mesi, fino a maggio 2020". Questa decisione del Collegio di Fondazione di Museion ha fortunatamente scatenato un minimo di dibattito sull'arte contemporanea in Alto Adige, ma ha avuto anche un piccolo effetto collaterale: ha smontato l'idea di un'intervista doppia alla direttrice uscente e al direttore o alla direttrice entrante del museo d'arte contemporanea bolzanino. Poco male, ci riproveremo tra quindici mesi, nel frattempo abbiamo provato a comprendere se e come sia cambiato il pubblico dell'arte contemporanea in Alto Adige negli ultimi dieci anni, da quando Museion ha inaugurato la sua nuova sede.
La direttrice uscente/entrante mostra pochi dubbi al riguardo: "Il nostro pubblico è cambiato molto. Oggi è molto più giovane ed eterogeneo ed è un risultato che abbiamo cercato con costanza e impegno grazie a progetti specifici. Credo sia stato colto pienamente il nostro invito a visitare un luogo aperto e innovativo, un posto in cui sia possibile vivere esperienze alternative al quotidiano. So che la mia affermazione non piacerà a qualcuno, ma non ho mai voluto che Museion diventasse il punto di riferimento di un pubblico specifico e specializzato. Insieme al team abbiamo lavorato per coinvolgere più pubblici possibili e credo che l'obiettivo sia stato raggiunto: i nostri visitatori oggi hanno voglia di mettersi in gioco".

Museion come luogo aperto. C'è chi dice che lo è fin troppo, non c'è il rischio di perdere parte della propria identità?
"No, credo occorra perseverare sulla nostra strada: mantenersi aperti a tutti senza abbassare il livello qualitativo, perché il bello della cultura sta proprio nell'inaspettato e nel complesso. Mi permetto di dire che l'arte contemporanea risulta sempre più utile e che occorre farla frequentare già ai bambini molto piccoli per abituarli ad accettare le cose non banali e persino difficili. Credo svolga un ruolo fondamentale per aprire le menti alla diversità e tra i suoi compiti vi è anche quello di far uscire dalla *zona di comfort* i visitatori. Questo non significa arroccarsi sulle proprie posizioni, è necessario aprirsi ai nuovi linguaggi, ma senza semplificazioni e banalizzazioni. Confermo, Museion si deve rendere accessibile a sempre più persone, non siamo qui per gli addetti ai lavori. Meglio, siamo qui anche per loro, ma non solo, e credo che 50.000 visitatori per una realtà come la nostra siano un successo. Sono numeri che non ci spingono a riposare sugli allori, ma che ci invitano a continuare a sviluppare format nuovi insieme a partner. Compagni di

strada che a prima vista possono sembrare lontanissimi dall'arte contemporanea ma da cui sappiamo di poter ottenere risultati inaspettati. Penso, per esempio, alla straordinaria esperienza con gli allevatori sudtirolesi che hanno portato sul prato di Museion le loro mucche *(in occasione del progetto Carillon dell'artista Olaf Nicolai).* Credo sia stato un incontro positivo per tutti perché prima, durante e dopo l'incontro, ci siamo presi il tempo di pensare e capire".

Ma come si raggiunge e coinvolge chi mostra evidenti pregiudizi verso l'arte contemporanea. Per capirci, quelli del "Non ne capisco il senso" e "Questo lo so fare anch'io".

"Attraverso le pratiche di cui parlavo prima. Chi entra a Museion può confrontarsi direttamente con le opere esposte, ma può anche appoggiarsi ai mediatori se desidera saperne di più. I nostri guardiani di sala sono essenziali da questo punto di vista. Non stanno in un angolo a sfogliare riviste, ma danno informazioni parlando il linguaggio del pubblico. Questo permette loro di diventare dei confidenti e instaurare un rapporto positivo con i visitatori, aiutandoli a liberarsi dell'eventuale disagio. Dietro a questo atteggiamento c'è un concetto fondamentale: non si deve mai sottostimare il pubblico, non dobbiamo pensare che certe cose non si possono fare perché il pubblico non le capisce. Occorre evitare di calare dall'alto le informazioni, è preferibile avere continui e diversificati rapporti uno a uno con i nostri visitatori, per abbattere le soglie di timore".

Un sano dibattito sull'arte, non solo contemporanea, non potrebbe essere di aiuto?

"Probabilmente sì, ma non è semplice. In passato abbiamo provato a stimolarlo: penso all'esposizione di Rossella Biscotti *L'avvenire non può che appartenere ai fantasmi*, che ospitava i calchi delle cinque teste di bronzo di Vittorio Emanuele III e Benito Mussolini. Abbiamo provato a collegarlo al territorio, coinvolto storici locali, ma i risultati sono stati pressoché nulli. A quanto pare il dibattito resta monopolizzato da chi critica per partito preso o da chi vuole difendere o promuovere il proprio orticello. Ma è così a Bolzano come a Roma o Vienna. Da questo punto di vista non siamo *speciali*. È vero, il dibattito permetterebbe di confrontarsi sui programmi e i temi senza pregiudizi, ma non sembra l'epoca giusta. Si preferisce l'invettiva sui giornali o sui social e si fugge dal confronto pubblico con spirito costruttivo. Forse ci siamo andati vicini con la mostra delle opere di Martin

Kippenberger e Maria Lassnig, in quel caso è nata qualche interessante discussione".

L'arte contemporanea preferisce ancora le "provocazioni" al dibattito?
"L'arte contemporanea serve a provocare qualcosa, mentre le provocazioni lasciano il tempo che trovano. Più che provocare, credo a un museo come a un luogo in cui porsi questioni e uscire magari con delle domande. La riproposizione di Martin Kippenberger a dieci anni di distanza dal caso della rana mostra che questo è possibile. Certo, il linguaggio di Museion è quello dell'arte, quindi trasversale, fluido e non sempre immediato. Questo aspetto non va però considerato un limite, ma uno stimolo: in momento in cui tutti pensano di poter sindacare su qualsiasi cosa senza approfondire. Per me il museo è anche un luogo di resistenza."

Quando il teatro è partecipazione

Intervista a Gaia Carroli, direttrice del Teatro Cristallo di Bolzano.

Il Teatro Cristallo non è un teatro come gli altri. Non lo è perchè è anche un luogo di ritrovo di una vasta fetta di Bolzano grazie al suo bar e al centro giovanile "Corto Circuito" che ha la propria sede a pochi metri. Ma, non lo è, soprattutto, perchè è un teatro ricostruito grazie al "suo" pubblico che ha partecipato attivamente alla sua ricostruzione. Un luogo vivo e attivo grazie alla volontà e alla partecipazione popolare. A dire il vero, però, parlare di pubblico è riduttivo, i motivi ce li ha spiegati la direttrice Gaia Carroli.

"Si, parlerei di pubblici, al plurale, i motivi sono diversi. Per sua stessa natura, il Cristallo è la casa di vari enti organizzatori che propongono rassegne diverse tra loro e di conseguenza il pubblico è molto diversificato. Noi siamo orgogliosi soprattutto di uno, quello giovanissimo. Lo *coltiviamo* con la rassegna teatro bimbi ideata da teatroBlu per i più giovani e le loro famiglia e con una nutrita proposta di corsi. Inoltre, abbiamo proposto una campagna di tesseramento gratuita fino ai dodici anni allo scopo di ottenere un doppio risultato: incentivare la partecipazione dei più giovani e mappare un pubblico che è difficilmente classificabile. In sintesi, puntiamo in maniera decisa sul pubblico dai tre ai dodici anni. Anche perché ci assicura la sopravvivenza per il futuro..."

E gli spettatori più "grandi"?

"Dall'anno passato abbiamo preso in gestione il centro giovani *Corto circuito* in cui proponiamo progetti specifici per gli adolescenti e collaboriamo in maniera molto costruttiva con il liceo Torricelli grazie all'alternanza scuola lavoro. Ma abbiamo raggiunto il pubblico adolescente anche grazie alla proposta musicale della stagione curata dell'associazione L'Obiettivo che propone concerti di cantanti molto apprezzati dai più giovani. Grazie ai rapper, per esempio, siamo riusciti ad attirare una fascia di spettatori dai 15 ai 20 anni che fino a poco tempo fa raggiungevamo con difficoltà".

Per tutti gli altri c'è la proposta teatrale classica?

"Anche per loro proponiamo spettacoli diversificati. Il pubblico di *In Scena*, rassegna curata insieme al Teatro Stabile, è molto diverso da quello della rassegna della Uilt con i suoi spettacoli della domenica pomeriggio. (qui e sopra inserirò link per evitare di andare lungo..). Questi ultimi sono molto frequentati da un pubblico fedelissimo ma più anziano, soprattutto over 65, mentre In Scena attira maggiormente spettatori tra i 30 e i 60 anni".

Il Cristallo è famoso anche per la sua capacità di "ascolto" e per i feedback che ottiene anche senza sforzo.
"Sì, è vero. Il giovedì, nel giorno di mercato, nei nostri uffici assistiamo a un continuo via vai di persone che vengono a esprimere la loro opinione sui nostri spettacoli o sugli incontri dei nostri percorsi. Ovviamente questo ci aiuta molto nel nostro lavoro".

Da anni qualcuno sostiene che certo teatro sia troppo lontano dai gusti del pubblico. Il Cristallo non rischia, al contrario, di essere troppo vicino?
"Se mi si chiede se i commenti degli spettatori ci spingono ad abbassare la qualità dell'offerta la risposta è no. Essenzialmente per un paio di motivi. Il primo riguarda le modalità attraverso cui vengono selezionati spettacoli e incontri. Esiste un tavolo di lavoro appositamente creato che valuta le proposte e discute delle tematiche da inserire in stagione. Inoltre, il pubblico apprezza le cose fatte bene. È vero, ci sono autori che riempiono le sale criticando tutto e tutti e seminando danni per qualche applauso in più, ma noi preferiamo attività di approfondimento di temi importanti che credo aiutino le persone ad acquisire una maggiore conoscenza di diversi temi e ad avere un atteggiamento positivo verso il futuro. Tornando ai feedback, credo siano importanti perché ci aiutano a trovare il difficile equilibrio tra complessità e comprensione, tra questioni anche dolorose e speranza per il futuro. I fatti sembrano contare meno delle narrazioni false o faziose ma continuiamo ad attenerci ai primi".

Vivisezionata la qualità del pubblico non resta che passare alla quantità.
"I numeri? Eccoli: nel 2018 al Cristallo sono stati organizzati 162 eventi *(quasi uno ogni due giorni ndr)* a cui hanno assistito 39.006 spettatori".

Numeri importanti per una città che ha un'offerta teatrale molto vasta...
"Sì, la proposta teatrale a Bolzano è molto ricca e a volte si rischiano gli intasamenti. Con lo Stabile ci confrontiamo preventivamente per evitare le sovrapposizioni e fortunatamente riusciamo quasi sempre nell'intento".

cristallo

Foto: Tiberio Sorvillo

L’arte “scomoda” in via Museo

Intervista a Emanuele Guidi, direttore artistico di “ar/ge kunst” di Bolzano

La sede è centralissima, nella principale via dello shopping bolzanino, proprio di fronte al negozio di un notissimo marchio di abbigliamento, eppure, ancora in troppi non osano aprire la porta per varcarne l' ingresso. Ed è un peccato, perché la sede di "ar/ge kunst" in via Museo 29 è in grado di allargare orizzonti e modificare gli sguardi senza costringere a comprare nulla. Così, non solo per dare una spintarella a chi osserva ma non si decide a entrare, abbiamo chiesto al direttore artistico Emanuele Guidi di presentarci progetti e storia di "ar/ge kunst"-
"Ar/ge è l'abbreviazione di *Arbeitsgemeinschaft*—premette Guidi—ed è un termine giuridico per indicare un gruppo di lavoro intorno ad un tema o una disciplina, in questo caso l'arte (Kunst). Un nome scelto nel 1985 dal gruppo dei fondatori anche per come risuonava con l'aggettivo arge (femminile di arg) che può essere tradotta come scomoda. Quindi ar/ge kunst dal principio ha cercato di lavorare intorno a un'idea di arte scomoda; ecco questo credo sia un modo di posizionarsi in modo sapiente rispetto a tante questioni che riguardano il contemporaneo, che, proprio perché attuale, proprio perché ci siamo immersi, rende difficile una presa di distanza critica. Ma lo sforzo deve essere questo per un'istituzione che fa cultura oggi, di qualsiasi scala essa sia".

Come si pratica questa immersione?
"Quello che ho cercato di fare negli anni della mia direzione, è stato di invitare e commissionare progetti inediti per il nostro spazio che risuonassero il più possibile con temi e questioni legate al territorio. Spesso partendo da storie, esperienze e approcci da altre geografie e altri tempi che però potessero aiutare a produrre questa distanza critica per guardare il "locale". Per fare un esempio si può parlare di plurilinguismo attraverso un approccio orientalista come nel caso di *Slavs and Tatars*, si può parlare di resistenza al fascismo lavorando sull'Etiopia come hanno fatto Invernomuto, o si possono esplorare materiali e saperi locali in modo inaspettato come ha fatto Otobong Nkanga nell'ultima mostra. Allo stesso tempo, ho invitato anche artisti e ricercatori a cercare di confrontarsi in modo frontale con la regione e la sua complessità: penso al programma di residenze di ricerca che negli ultimi 5 anni abbiamo attivato e che hanno portato a guardare l'Alto Adige, e non solo, attraverso la storia tra le due guerre (Gareth Kennedy), il conflitto intorno agli sviluppi urbani futuri della città (Can Altay), le nuove comunità a Sud e Nord del confine (Matilde Cassani), e ora il lavoro sul rapporto tra ambiente e migrazione con Lorenzo Pezzani. Per citare la mostra attuale con Sven Sachsalber,

un artista "locale", che però ha scelto di vivere a New York: la sua mostra è una riflessione sul paesaggio alpino da cui proviene, ma prodotta attraverso uno sguardo assolutamente estraniante, che apre delle domande interessanti sull'identità e sul modo in cui questa viene assorbita da strategie di marketing territoriali messe in atto a fini turistici".

Tutto questo ha permesso ad ar/ge kunst di crearsi un pubblico affezionato e partecipe. Ma chi entra in via Museo 29 cosa cerca?
"Ho visto il nostro pubblico cambiare molto negli ultimi anni, coinvolgendo sempre di più giovani, ma non solo. Ogni mostra ha il suo pubblico che si genera intorno alle attività che cerchiamo di organizzare. Ogni mostra tratta un tema, sviluppa una metodologia e ha una comunicazione mirata per quelli che possono essere i gruppi interessati: un lavoro che facciamo proprio per andare oltre il pubblico specializzato. Da un anno la nostra nuova curatrice del programma pubblico, Simone Mair, sta lavorando su una serie di laboratori pratici dal titolo Savoir Vivre, che partono dai materiali presenti in mostra per attivare attività pratiche e sviluppare forme di conoscenza inusuali intorno a questi. C'è sempre un tentativo di produrre un legame tra un progetto di mostra e i saperi locali, anche se i punti di partenza sembrano molto distanti. Questi tentativi di traduzione, o meglio di trasposizione per citare Rosi Braidotti, sono al centro di tutte le nostre attività".

Quali sono le difficoltà e le potenzialità di ar/ge kunst?
"Lavorare a ar/ge kunst permette di interrogarsi sulla differenza che una istituzione locale può fare nel posto in cui è calata. Da un lato la necessità di promuovere la ricerca, l'innovazione e la sperimentazione dei linguaggi, che sono per me i cardini dell'arte contemporanea, cercando allo stesso tempo di sviluppare forme di mediazione adeguate. Mantenere l'equilibrio tra queste due dimensioni è la sfida più interessante. Chiaramente dobbiamo fare i conti con le risorse (umane ed economiche) che non sempre ci permettono di sviluppare alcuni ambiti quanto desidereremo".

Lei lavora tra Bolzano e Berlino. È possibile fare un paragone tra queste due realtà dal punto di vista artistico o le differenze sono troppe?
"Berlino è un centro riconosciuto internazionalmente che ancora continua a essere una delle maggiori basi per la scena artistica internazionale, con tutto quello che

comporta nel bene e nel male (sperimentazione da un lato, e omogeneizzazione dall'altro). Bolzano è al centro a suo modo, tra due paesi e tra più culture. La storia ha voluto che tornasse a essere centrale in vari momenti, come in questi anni, e quindi per me un posto di estremo interesse per poter registrare cambiamenti che non sono certamente visibili a Berlino".

Il legame con il territorio è fondamentale...
"Come ho già detto, per noi è importante fare proposte di progetti o mostre che in qualche modo siano in linea di reciprocità con il territorio e il suo pubblico. E lavorando per proteggere la complessità dei linguaggi, che purtroppo si sta perdendo in altre sfere della vita pubblica, cerchiamo di attivare forme di mediazione e traduzione, che permettano di rendere accessibili questi linguaggi. Intorno a questo cerchiamo di costruire l'identità di ar/ge kunst e della sua proposta. Spero che chiunque entri da noi, al di là del vago mi piace o non mi piace, riconosca una ricerca e una professionalità nelle posizioni presentate e soprattutto la volontà di prendersi tutti i rischi di una sperimentazione, che in alcuni casi può anche non andare a buon fine".

Come può crescere il pubblico dell'arte contemporanea in Alto Adige?
"Credo che il pubblico in Alto Adige sia molto consapevole del panorama artistico e culturale contemporaneo. Questo perché da anni ha sotto gli occhi una serie di istituzioni che nei vari campi, sono in grado di portare artisti incredibili da ogni angolo del globo. Forse il pubblico in Alto Adige dovrebbe essere più consapevole di quanto questa situazione sia estremamente rara e preziosa, ovviamente in Italia, ma anche rispetto a molte altre province in Europa. Sottolineo questo perché credo sia necessario riflettere su cosa significhi essere pubblico e sull'importanza che questo ruolo implica; così come credo sia necessario riflettere sulla differenza tra cultura come servizio o cultura come processo attivo, reciproco e polemico, nel senso genuino del termine, e che deve saper andare oltre le mura delle istituzioni stesse; un confine che si sta pericolosamente perdendo ma non solo in Alto Adige".

Le parole degli altri

Ascoltarle, tradurle, apprenderle. Le attività del Centro Multilingue di Bolzano e della Mediateca di Merano nell'intervista alla coordinatrice Daniela Zambaldi.

Gli approcci possibili per valutare il pubblico del Centro Multilingue di Bolzano e della Mediateca Multilingue di Merano sono due: attraverso i numeri, o attraverso il racconto di Daniela Zambaldi coordinatrice responsabile dei due Centri.
Il primo approccio ha il vantaggio di essere oggettivo, rapido e pratico. Nell'anno 2018, l'affluenza nei due centri ha superato abbondantemente le trentamila unità, 38.000 per Bolzano, 33.000 per Merano. I nuovi iscritti sono stati 1205 per il capoluogo e 740 per Merano, mentre gli utenti attivi (quelli che hanno effettuato almeno un prestito nel 2018) sono stati rispettivamente 3.006 per il primo e 1096 per il secondo.
Lo "scorporo" di queste ultime cifre mostra uno dei dati più interessanti: gli "utenti attivi" italiani sono l'81% a Bolzano e il 75% a Merano, gli europei (in senso complessivo, non solo i comunitari) sono rispettivamente l'8 e il 10%, mentre gli utenti extraeuropei sono l'11% a Bolzano e il 15% a Merano. Cifre che mostrano come i Centri multilingue siano probabilmente il luogo culturale dell'Alto Adige più frequentato da cittadini stranieri.
Il secondo approccio è più soggettivo, ma spiega molte più cose (compresi i numeri) e, soprattutto, non si limita a illustrare quel che oggi sono i due centri, ma mostra anche quel che potrebbero o potranno essere nel futuro. Essenzialmente perché Daniela Zambaldi crede nel suo lavoro e nelle attività che coordina e non si accontenta della gestione burocratica del presente: "Non posso farlo. Ho visto cambiare notevolmente il pubblico dei due Centri in questi anni e ne sono felice. Perché è molto cresciuto e molto cambiato. Si è allargato il ventaglio degli utenti, all'inizio erano essenzialmente gli insegnanti di seconda lingua e lentamente, passo dopo passo, siamo riusciti a diventare un centro di autoapprendimento non solo per il tedesco seconda lingua. Oggi offriamo libri, film, audiolibri, riviste e altro materiale in tedesco, francese, inglese, spagnolo e in altre lingue. Non solo a chi frequenta le scuole ma anche alle famiglie, ai pensionati o a chi si prepara per un viaggio all'estero. Il tutto condito anche con consigli pratici su come usare queste risorse per imparare o esercitare le lingue".

Un pubblico allargato e variegato sotto aspetti molto diversi. Quali sono i principali?
"È vario anagraficamente, dai giovani agli anziani, dagli studenti delle scuole dell'obbligo a quelli universitari, ma soprattutto è un pubblico vario per il background linguistico e culturale. È una grande sfida che in passato ci ha portati ad

avere una percentuale di iscritti non italiani o europei che ha superato il 30%. Ora è attorno al 20%—22%. Numeri figli della volontà di offrire una risposta adatta ad ogni singolo utente".

L'accoglienza migliore possibile ad ogni richiesta?
"Sì, nei limiti delle nostre possibilità. Crediamo che il fattore umano sia fondamentale e, quindi, domandiamo ad ogni frequentatore come possiamo essere utili. Per esempio, chiediamo a ogni utente interessato per quale motivo è desideroso di approfondire la conoscenza di una determinata lingua. Gli occorre una maggiore conoscenza della lingua parlata o scritta? Generica o specialistica? Quanto tempo ha a disposizione da dedicare all'apprendimento? Lavoriamo sul bagaglio individuale di ogni singola persona. Crediamo che sia un'attività essenziale perché le lingue non si imparano semplicemente consultando libri o navigando in rete. Per questo cerchiamo di trasformarci in una sorta di bussola in grado di orientare l'utente verso il percorso a lui più congeniale".

Quali sono i "limiti" principali?
"Come tutti abbiamo risorse e spazi limitati, ma compatibilmente con quelle cerchiamo di offrire il servizio più soddisfacente. Per fare un esempio pratico, se un utente cerca materiale in una lingua particolare su cui non possediamo molto materiale, offriamo l'accesso a una banca dati da cui potrà scaricare gratuitamente e-book o audiolibri disponibili in rete. Vorrei precisare che non siamo *solo* una biblioteca, offriamo servizi in quanto centri linguistici".

I "limiti" non sembrano spaventarla, come pensa di superarli?
"Credo che le possibilità di crescita siano ancora ampie. Un coordinamento maggiore con gli altri enti, anche di lingua tedesca, credo permetterebbe di migliorare ulteriormente i servizi ai cittadini. Abbiamo fatto molti passi avanti, ma il mondo è in continuo movimento e le richieste continuano a cambiare".

L'ascolto innanzitutto?
"Sì, all'ingresso dei nostri Centri abbiamo scritto *benvenuto* in varie lingue e ci comportiamo di conseguenza. Chiedo a tutti i nostri collaboratori di mettersi in posizione di ascolto, di guardare gli utenti negli occhi e di cercare il miglior canale di comunicazione. Ogni singolo utente che entra è un segnale positivo. Perché è

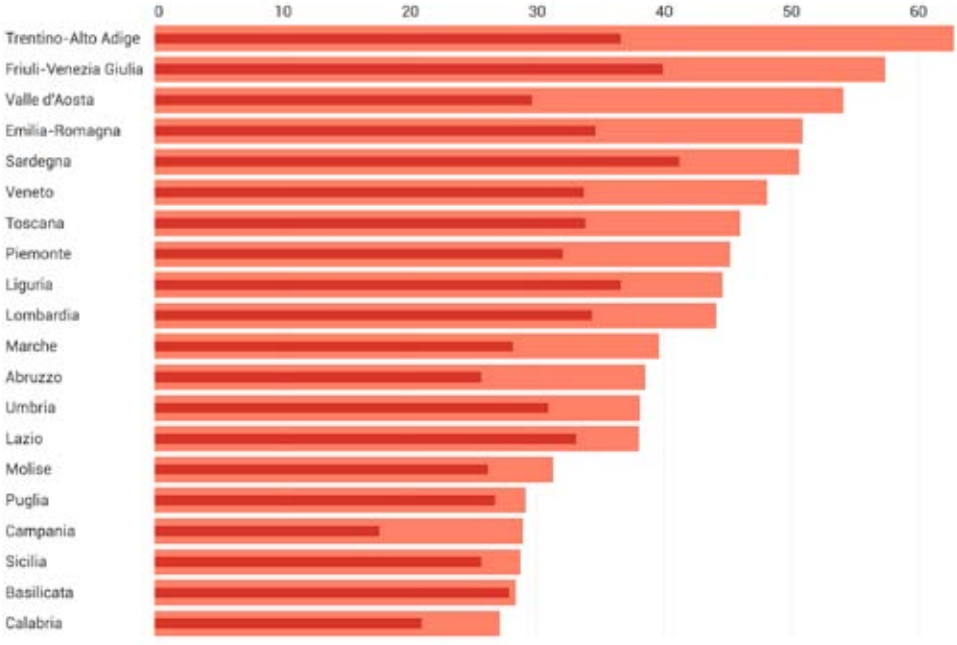
qualcuno che è uscito di casa per cercare un'opportunità concreta per migliorare la propria preparazione linguistica. Partiamo dall'ascolto e da un banale *Cosa possiamo fare per te?* Cerchiamo di non dare mai risposte scontate e ci attiviamo di conseguenza. Diamo a tutti del lei per rispetto, ma con la speranza che si sentano a casa, vorremmo mettere tutti nel miglior stato emotivo possibile per iniziare o proseguire il percorso di apprendimento linguistico".

Percentuale di lettori di quotidiani

I dati si riferiscono ai 12 mesi precedenti

Persone che hanno letto quotidiani almeno una volta a settimana

Persone che hanno letto quotidiani cinque o più volte a settimana



“Alla ricerca dell’inatteso”

Il pubblico di “Bolzano Danza” nelle parole del direttore artistico Emanuele Masi.

Anno dopo anno, "Bolzano danza" rischia di diventare un titolo limitativo per un festival che ha una visione decisamente internazionale. Il direttore artistico, Emanuele Masi, preferisce mantenere un profilo equilibrato, procedendo un passo alla volta, senza strattoni e aiutando il pubblico a crescere, non solo in termini quantitativi. Il tutto, grazie a un'offerta esplicitamente aperta a tutti. "È vero—premette—non andiamo alla ricerca a tutti i costi di un pubblico con formazione specifica e preferiamo puntare su un programma leggibile a più livelli perché vogliamo superare l'idea che certi generi siano solo per gli addetti ai lavori. Preferisco proposte che possano essere apprezzate anche a chi entra per la prima volta in contatto con la danza. Solo per fare un'analogia, l'*Inno alla gioia* di Beethoven o *Yesterday* dei Beatles non hanno bisogno di chissà quale bagaglio culturale per essere apprezzati perché contengono *codici* comprensibili da tutti, per quanto un musicologo o un appassionato possa cogliere degli aspetti più raffinati".

Un pubblico di difficile definizione?

"Generalmente preferisco parlare di *pubblici*, anziché di *pubblico*, perché nel programma del festival trovano spazio stili ed estetiche diverse tra loro pur mantenendo un'organicità che fa da filo conduttore. Un affezionato zoccolo duro è aperto a tutte le proposte e si fida della nostra programmazione, altri scelgono in base ai propri interessi particolari. Oggi, grazie a *Youtube* o a *Google*, si possono reperire facilmente trailer o informazioni sugli spettacoli che proponiamo e le scelte sono spesso ponderate. Ovviamente speriamo sempre che il pubblico non si limiti a cercare quel che già conosce ma ami sperimentare".

È solo una speranza o è qualcosa di più?

"È difficile generalizzare, perché il pubblico è frammentato in un caleidoscopio di persone: quindi non posso dire se sia preparato o impreparato, ma è sicuramente molto *maturo* (ma non in senso anagrafico...). In genere ama fermarsi dopo gli spettacoli per un confronto su quanto visto o anche solo per continuare a godersi un drink con occhi sognanti per gli attimi appena vissuti. Credo sia un pubblico particolarmente curioso, lo dimostra anche la forte affluenza ai *talk* che organizziamo anche in maniera informale con i coreografi e le coreografe ospitate dal Festival. I nostri sono spettatori che sembrano alla ricerca dell'*inatteso* e di sicuro lo trovano nel nostro programma in cui anche lo spettacolo più semplice

può nascondere pensieri profondi e messaggi politici forti. Così come anche una drammaturgia complessa è in grado di trasmettere idee e concetti diretti e immediati".

"Bolzano danza" gode di un affezionato seguito non solo in Alto Adige. Come è riuscito a invogliare il pubblico di fuori provincia?
"È un pubblico praticamente diviso a metà, un 50% proviene da Bolzano e provincia mentre il restante 50% proviene da fuori regione, dall'Italia ma anche dall'estero. Alcuni affezionati spettatori provengono da città della Germania in cui è più difficile poter assistere agli spettacoli delle grandi compagnie quindi ogni anno raggiungono l'Alto Adige per godersi il nostro Festival abbinato alle bellezze del nostro territorio. Ma per Bolzano Danza non è una novità: il festival è nato nel 1985 anche come volano turistico attraverso il consistente corpus di workshops che ancora oggi portano a Bolzano aspiranti ballerini dall'Italia e dall'estero. Gli spettacoli rispondevano infatti a una doppia funzione: oltre ad avvicinare il pubblico della città alla danza, integravano l'esperienza formativa dei corsi. Una doppia anima che sopravvive anche oggi che il programma del Festival, per numero di appuntamenti e qualità degli artisti, ha una caratura di livello internazionale".

Le spettatrici sono più attente e più numerose degli spettatori?
"È vero, il nostro pubblico è composto da una spiccata maggioranza femminile, ma questo non è poi così diverso negli altri settori dello spettacolo dal vivo, penso al teatro. Non ho dati recenti, ma le ultime rilevazioni davano le spettatrici attorno al 67%. Rispetto ad altri generi di spettacolo, inoltre, abbiamo un pubblico decisamente più giovane, in gran parte appartenente alla fascia di età tra i 18 e i 45 anni".

"Bolzano Danza" ha connotati precisi e riconoscibili. Come siete riusciti a costruire questa identità?
"L'identità della proposta è una chiave fondamentale per raggiungere il pubblico. Sotto questo aspetto, *Bolzano Danza* punta su un programma culturale chiaro e leggibile che affronti anche tematiche forti e/o di attualità. Lo abbiamo fatto in anni recenti sul tema dell'identità e delle radici culturali. In questo triennio, invece, abbiamo scelto di mettere al centro la città, chiamando ogni anno un *guest curator* che porta il suo punto di vista estetico sulla sezione Outdoor del Festival.

Ne deriva una proposta che mantiene una precisa identità grazie anche ad elementi significativi che il nostro pubblico riconosce come tipici di Bolzano Danza. Penso anche alla musica dal vivo o, ad esempio, alla compagnia associata (la Gauthier Dance di Stoccarda) e ad alcuni coreografi che ormai sono indissolubilmente legati al festival e ne rafforzano l'unicità".

“Possiamo osare di più”

La musica, il pubblico, il provincialismo e la produzione di cultura in Alto Adige. Intervista al violinista e compositore Marcello Fera, direttore artistico dell’Ensemble Conductus.

È sempre un piacere ascoltare Marcello Fera, anche quando non suona. Nato a Genova nel 1966 è compositore, direttore d'orchestra e violinista nonché direttore e fondatore dell'Ensemble Conductus, direttore artistico della stagione Sonora e delle attività musicali di Merano Arte. I suoi punti di osservazione sul pubblico musicale dell'Alto Adige sono quindi numerosi e differenziati, ma, nonostante questo, ci tiene a far sapere che il suo è solo un punto di vista parziale: "Non so quanto sia esaustivo, non mi sento di dare giudizi definitivi. Detto questo, ho l'impressione che la quantità e il tipo di pubblico presente agli spettacoli non dipenda tanto dalla proposta culturale quanto da un complicato sistema di relazioni tra gruppi sociali da quanto cioè il pubblico si riconosce in *chi* offre la programmazione. Lo stesso identico spettacolo offerto dal Teatro Stabile o da un'altra istituzione ad esempio, non avrà lo stesso pubblico, anche al netto di una pari efficienza di comunicazione. E lo stesso vale tra i diversi promotori a tutti i livelli. Questo lo si osserva anche all'interno di una singola programmazione, io ad esempio so di poter contare su un pubblico numericamente stabile e piuttosto circoscritto e a fronte della davvero variegata offerta di proposte musicali".

Un pubblico poco "flessibile"?

"Contrariamente a quanto ci si potrebbe aspettare, osservo che di volta in volta non ci sono grandi variazioni nella composizione di questo pubblico. Poi esiste anche una componente che riguarda i gruppi linguistici, per fare un altro esempio, quando il *Theater in der Altstadt* di Merano ha provato a proporre qualcosa di italiano non ha funzionato perché quel luogo non veniva *riconosciuto* dal pubblico di lingua italiana. La musica risente ovviamente meno della spartizione linguistica ma non ne è esente".

Il luogo è più importante dell'artista?

"L'arte contemporanea ci insegna questo da molto tempo, ma non è solo una questione di luoghi, di contesti, ma come provavo a dir sopra anche e soprattutto di *Veranstalter*, di identità dell'organizzatore. È un'opinione, anche molto condivisa, che sarebbe interessante rendere oggetto di studio. Mi limito a sottolineare che a quanto pare il pubblico preferisce seguire certi Veranstalter indipendentemente dall'offerta, conta il *patto di fiducia* che stabilisce con l'organizzatore. Quello che per me rimane un po' misterioso è capire come, in base a che cosa si stabilisca questo patto, se non è esclusivamente l'offerta. Per questo all'inizio facevo riferimento a un complesso sistema di relazioni sociali."

L'identità della proposta è evidentemente fondamentale.
"È fin banale ricordarlo. Qualche tempo fa, ho partecipato a un incontro organizzato da Merano Arte con un curatore della *Tate Gallery* che sulla questione dell'identità ha spinto molto. Ha sottolineato come l'essere riconoscibili sia fondamentale e che solo grazie a un progetto chiaro ed identificabile si possono proporre generi anche molto differenti. Ma per creare identità è necessario perseverare nel tempo e presentarsi in maniera coerente. Lo ha spiegato attraverso fatti concreti, raccontando, ad esempio, come alla Tate si sia ragionato sul *tono della voce* che dovesse avere l'istituzione prima di presentarsi all'esterno: dall'impiegato che ti accoglie allo sportello, alla comunicazione stampa fino alle modalità di utilizzo dei social network. Tutto deve parlare con una voce sola".

Tornando all'Alto Adige. Si dice che la musica superi ogni barriera etnica o linguistica. È vero anche qui?
"Sì, è naturalmente privilegiata ma in questo ma fino a un certo punto. Come ho già detto, l'organizzatore e il luogo hanno un peso rilevante sulla composizione anche linguistica del pubblico. Dal mio particolare punto di osservazione l'impressione è che il pubblico della musica classica qui sia tendenzialmente a maggioranza tedesca".

Come valuta la partecipazione del pubblico locale? Nessuno si aspetta che sia caloroso, ma è almeno appassionato?
"A me quello locale pare un buon pubblico, coinvolto, ma in termini globali è un tema doloroso e cruciale. Quale relazione di necessità c'è tra un episodio di arte performativa e il suo pubblico? Il clarinettista Gabriele Mirabassi mi ha confessato che solo in Brasile ha percepito di fare qualcosa di necessario quando suonava. In Europa e negli Stati Uniti regna la passività. Non è sempre stato così ma oggi è difficile a trovare un pubblico che viva con totale passione la performance artistica a cui assiste".

Non è anche "colpa" della dimensione delle proposta?
"Ovviamente considero molto positivamente che l'offerta culturale in Alto Adige sia così vasta e di qualità. In tempi di risorse in calo, forse, servirebbe una maggiore responsabilità nei confronti della produzione. Non si può avere lo stesso approccio nei confronti di chi produce cultura e di chi si limita a comprarla e rivenderla. Credo che chi produce meriti un'attenzione particolare, non tutto quello che si produce è buono ma l'approccio deve essere differente".

La mentalità di provincia svolge un ruolo in tutto questo?

"È una questione complessa, ma di regola centro e periferia (dunque provincia) non si qualificano per ragioni geografiche ma in base a chi produce e a chi compra. Centro è ovunque si produca, ovunque si sia in grado far nascere un valore culturale. Il complesso di chi si sente provinciale spinge spesso ad agire in modo contrario a ciò che si vorrebbe ottenere: per *sprovincializzarsi* ci si focalizza sull'importazione, su ciò che è già riconosciuto come importante altrove. Ma una provincia ricca come la nostra può fare molto di più. Esistono casi esemplari: l'Emilia Romagna è stato ed è da anni un faro illuminante nella produzione di un teatro d'avanguardia. Ha saputo dialogare con un pubblico internazionale pur non avendo un centro metropolitano di riferimento come Roma o Milano. È la dimostrazione che anche fuori dai grandi centri urbani si possono ottenere ottimi risultati".

Utenti esigenti cercasi

“Abbiamo bisogno di nuove domande”. Il presente e il futuro della Biblioteca Provinciale Claudia Augusta nell’intervista alla direttrice Valeria Trevisan.

La biblioteca provinciale Claudia Augusta di Bolzano è un bel posto in cui passare del tempo. Non solo per la possibilità di leggere in tranquillità libri e giornali ma perché ci si sente accolte al meglio. Come persone ancor prima che come utenti. Chi scrive è un tipico "rompiscatole" da biblioteca, sempre alla ricerca del libro catalogato nel fondo più complicato, ospitato nell'angolo più nascosto e inaccessibile del magazzino. Nonostante questo non è mai rimasto deluso.
Se non potesse sembrare offensivo o fuorviante, la si potrebbe definire una biblioteca a "gestione famigliare", nel senso che l'accoglienza non si esaurisce nella professionalità e nello spirito di servizio, ma si completa con un aspetto umano che nessun corso può insegnare. Un'attitudine che si ritrova inevitabilmente anche nell'intervista alla responsabile della biblioteca, la direttrice Valeria Trevisan.
L'intervista, però, non può che partire dai miglioramenti intervenuti nel trasloco nella nuova sede di Via Marconi, accorpata al Centro Trevi. "Parte degli utenti della nuova sede della nostra biblioteca sono gli stessi che avevamo *conquistato* e fidelizzato nella vecchia sede di via della Mendola—premette la direttrice—. Ci ha seguito un pubblico *maturo* che ha tempo a disposizione da dedicare alla lettura e all'apprendimento. Persone che in questa fase della loro vita si interessano del passato e cercano testi di storia e o di memorialistica. Ora, però, gli spazi e la posizione sono molto diversi, siamo a pochi metri dal Teatro Comunale e da altre importanti istituzioni culturali. Dai 260 metri quadrati di via della Mendola siamo passati agli oltre 700 di via Marconi, ma soprattutto, i nuovi spazi sono più luminosi, più colorati e molto più funzionali. Tutto questo ci motiva ad allargare i nostri orizzonti. Stiamo lavorando per interpretare al meglio i cambiamenti che avvengono nella società e nella composizione dei nostri utenti. Fortunatamente, le biblioteche hanno conoscenze e competenze adatte per aiutare a comprendere quello che sta cambiando molto velocemente in questi anni e credo debbano sempre più trasformarsi in un porto franco, un luogo in cui le persone possono utilizzare strumenti per interpretare il presente e comprendere cosa possiamo attenderci dal futuro. Non penso solo ai libri, alle riviste o ad altri strumenti multimediali, ma anche alle mostre e agli incontri".

Restando al futuro, quali saranno i prossimi passi?
"La biblioteca ha un vantaggio rispetto, per esempio, alla scuola, è più agile e riesce ad adattarsi più facilmente alle richieste di chi la frequenta. Purtroppo, troppo spesso questo non viene compreso, riconosciuto e valorizzato. Da parte nostra,

però, dobbiamo essere consapevoli delle potenzialità e aprirci al pubblico, cogliendo al meglio le richieste per avviarci verso un modello di biblioteca partecipata. Dobbiamo restare in ascolto, soprattutto del pubblico più giovane, dobbiamo co-produrre con loro le nuove attività per mantenere vive strutture e servizi".

Più facile in teoria che in pratica...

"Forse, ma dobbiamo lavorare sull'interazione tra generazioni, abbiamo la fortuna di avere un pubblico di tutte le età, dai giovani che fanno i compiti, agli studenti che cercano testi per i loro studi fino alle persone più anziane che hanno finalmente trovato il tempo per coltivare i propri interessi o che vengono da noi per leggere giornali e riviste. Ma sono "pubblici" che spesso si incrociano senza incontrarsi e per migliorare questa interazione possiamo utilizzare vari strumenti. Alcuni eventi hanno già mostrato la loro efficacia. Penso, per esempio, al *Poetry Slam* che abbiamo organizzato lo scorso marzo. Un'iniziativa che ha ottenuto un grande successo a cui hanno partecipato oltre cento persone di qualunque età, dai 14 agli 80 anni".

I cosiddetti "nuovi cittadini" frequentano la biblioteca?

La frequentazione è buona, non abbiamo dati precisi, ma è un tipo di utenza che riusciamo ad intercettare e che vorremmo coinvolgere evitando approcci specifici o iniziative ad hoc che rischiano di risultare ghettizzanti. Credo che dovremmo orientarci verso una vocazione internazionale e aperta sul modello delle biblioteche universitarie, non tanto dal punto di vista organizzativo, ogni struttura ha competenze specifiche, ma tenendo presente che il *sapere* è l'elemento comune a tutti.

Le biblioteche non si possono valutare solo attraverso i dati. La cultura, per fortuna, agisce nel tempo e in profondità, i numeri non bastano. Ma quali obiettivi vi siete prefissi?

"È vero, gli effetti di una biblioteca non sono facilmente valutabili e quantificabili, ma abbiamo notato come l'apertura della nuova sede abbia avuto anche un effetto che non avevamo considerato. Alcuni negozianti dell'altra parte della strada ci hanno ringraziato perché la nostra biblioteca ha alzato il *livello* della zona ne siamo felici. Per il resto, posso dire che dobbiamo spingere gli utenti verso esigenze sempre nuove, la cultura e la conoscenza hanno bisogno di stimoli, non dobbiamo

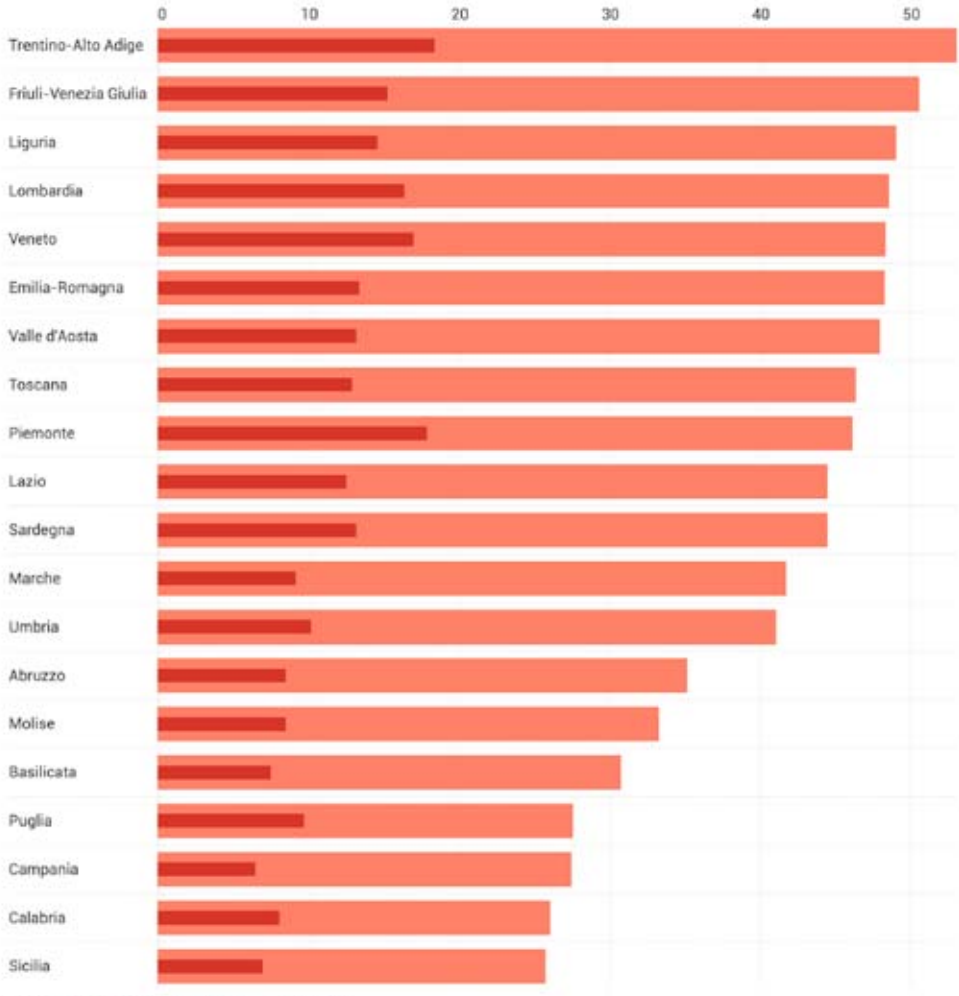
continuare a dare le stesse risposte ma, soprattutto, abbiamo bisogno di nuove domande. Svolgiamo un ruolo fondamentale per la diffusione della conoscenza e del sapere, ma per svolgerlo al meglio abbiamo bisogno di utenti esigenti".

Percentuale di lettori di libri

I dati si riferiscono ai 12 mesi precedenti

Persone che hanno letto almeno un libro

Persone che hanno letto 12 o più libri



Fonte: ISTAT • Get the data • Created with Datawrapper

“Qui il pubblico è imprevedibile”

I pregi e i difetti dell’offerta culturale altoatesina secondo Paolo Mazzucato.

Paolo Mazzucato, non solo in quanto conduttore di Zeppelin per Radio Rai, è molto probabilmente la persona che conosce meglio l'offerta culturale in Alto Adige. La racconta da anni sotto ogni aspetto e in ogni forma. Chi meglio di lui può quindi spiegarci i misteri del pubblico "culturale" altoatesino? "Nessun mistero, è imprevedibile. Ho visto platee deserte per personalità di grosso rilievo e sale sorprendentemente piene per personaggi meno noti che discutevano di argomenti complicati. Al di là di questo, credo che il pubblico, a Bolzano come altrove, si fidelizzi ad alcuni tipi di offerta ancor prima che ai luoghi. L'esempio classico è Transart, che offre concerti musicali e performance d'arte contemporanea di genere diversissimo in luoghi inattesi ma il pubblico, ormai affezionato a questo genere di proposta, non manca mai. Evidentemente una forte identità funziona. Su un piano diverso, credo che il *Teatro Stabile* o L'*Orchestra Haydn* sia sulla stessa linea, il pubblico *si fida* al di là dei nomi e del tipo di spettacolo proposto".

Una questione di fiducia?

"Credo che quando si mostrano idee chiare il pubblico risponda. Certo, non è un lavoro semplice, si costruisce nel tempo ma credo che a determinare il successo non sia il luogo che ospita gli incontri o gli spettacoli, ma la riconoscibilità dell'offerta che, in certi casi, riesce anche a superare le barriere linguistiche. Penso, per esempio a *Bolzano Danza* che ha un pubblico trasversale e si presenta anche in luoghi inusuali".

Marcello Fera invita a osare di più....

"Credo che in Alto Adige si possa osare, chi vuole farlo può farlo e credo che non siano poche le eccellenze locali in grado di attirare pubblico al di fuori delle provincia e della regione. Oltre ai già citati *Bolzano Danza* e *Transart* aggiungo lo storico e vivissimo Concorso Busoni e il successo nazionale delle produzioni del *Teatro Stabile*".

Manca il coraggio? La pancia è troppo "piena"?

"Se qualcuno vuole proporre cose nuove mi sembra che possa farlo. Il pubblico poi decide liberamente dove recarsi e quali luoghi frequentare, ma nessuno vieta di fare o proporre progetti innovativi. L'arte spesso anticipa le tendenze e le sensibilità: quando e se si presenterà un' urgenza diversa, qualche artista o organizzatore la riconoscerà, se ne farà carico e probabilmente nasceranno nuove proposte e nuovi progetti culturali. Altrimenti significa che va bene così'.

Forse l'offerta è un po' troppo pretenziosa....

"Ecco, questo va considerato con attenzione. Il pubblico è quello, i numeri sono quelli, in Alto Adige tutti i settori culturali, teatro, musica, danza, arte etc sono coperti. Cambiare una realtà così strutturata non è facile, viviamo in una provincia di 500.000 abitanti che non sempre può permettersi di rispondere alla vastità dell'offerta, le risorse economiche non sono illimitate".

Un vero dibattito culturale potrebbe aiutare?

"Non so se davvero manchi il dibattito culturale pubblico: direi piuttosto che è proprio la *dimensione pubblica* in generale ad essersi un po' ritirata. È come se questa idea franca e leale di confronto/dibattito culturale pubblico si fosse, come dire, ritratta, quasi *per pudore*, se posso usare un'espressione un po' inconsueta, di fronte alla logica dei *like*: tutto entra volenti o nolenti nel tritacarne del *mi piace* o *non mi piace*, sul quale nutro fortissimi dubbi. E il dibattito pubblico culturale fatica così a trovare il suo habitat. Forse è proprio accaduto questo. Semmai ci si dovrebbe chiedere come riconquistare alla dimensione aperta e non settaria del dibattito una sorta di spazio *de-likezzato*. Noi ci proviamo. Personalmente credo che osservare quanto avviene nel mondo culturale richieda uno sguardo complice senza essere connivente: complice perché curioso di capire la proposta, non connivente perché non è tenuto ad accettare acriticamente tutto".

“Il pubblico non è il mio cliente”

Antonio Viganò, direttore artistico del Teatro la Ribalta, invita a non coccolare il pubblico: “Dobbiamo inquietare, non consolare”

Per Antonio Viganò, direttore artistico del Teatro La Ribalta, è un buon momento. Le sue produzioni ricevono premi e vengono ospitate in diversi teatri italiani e europei. Questo, però, non lo ha spinto a cambiare atteggiamento: continua a rivendicare un teatro che non insegua i gusti degli spettatori. Tanto che, ancor prima di iniziare con le domande, chiede di potere fare una premessa fondamentale: "Il pubblico (i pubblici), gli spettatori, quelli che invito a vedere i miei spettacoli, non sono i miei clienti. Se fossero tale dovrei obbligatoriamente soddisfare le loro esigenze, le loro voglie e le loro aspettative. Come per qualsiasi merce c'è una domanda che genera l'offerta. È una regola economica precisa. Un vero programmatore culturale deve lavorare su altre logiche: non è il gusto del pubblico a determinare stile e contenuti della sua proposta, ma è la visione che vuole mettere in gioco a determinare le scelte. Questo non significa non avere rispetto del pubblico, al contrario, è un modo diverso di porsi rispetto agli spettatori. L'obiettivo non è compiacere il pubblico, ma provare a stimolare nuovi orizzonti e altri punti di vista. Chiamo i miei spettatori a venire a teatro per incontrare lo sconosciuto, per lasciarsi sorprendere, spiazzare per incontrare qualcosa che non trovano in televisione o in un altro luogo. Quel teatro è unico e possibile solo lì. Spero ,in questo modo, che l'incontro con il teatro sia in grado attivare, nello spettatore, una coscienza critica, il gusto per la bellezza, lo stupore del mistero e spero che quel teatro non consoli ma inquieti. Qualcuno può pensare che questo teatro sia noioso, pesante, autoreferenziale, per pochi. Ma non è vero: quando è fatto a regola d'arte, il suo linguaggio è leggero e godibile, divertente, senza per questo essere frivolo. Ripeto, la dimensione del pubblico non può essere il solo e unico metro di giudizio di una qualunque espressione artistica. La storia dell'arte, del teatro e del cinema lo dimostrano".

Ma il teatro non sopravvive senza pubblico. Come si crea un pubblico che ami la sorpresa e l'inquietudine?

"Credo che il finanziamento pubblico al sistema teatro debba esistere proprio per questo: da una parte per liberare gli artisti dalla logica del commercio, dall'obbligo della logica della domanda e dell'offerta, e dall'altra permettere a tutti, ricchi o poveri, di partecipare alla vita culturale di un paese. Ma mi piacerebbe ragionare anche su un altro dato evidente. Per anni ci è stato detto che la cultura avrebbe evitato certe brutture della politica, avrebbe educato gli spettatori fatto crescere il benessere: bene i numeri ci dicono che il pubblico è in crescita, le attività si moltiplicano, i sipari si alzano anche 4 volte al giorno ma non mi sembra che questo

abbia evitato la crescita di un certo imbarbarimento culturale, di nuove forme di chiusura e razzismo".

Ma è possibile individuare un criterio di valutazione del lavoro culturale? L'artista si autodefinisce tale e non resta che accettarlo?
"Ovviamente credo che, innanzitutto, vadano valutate serietà e professionalità dell'offerta culturale e da questo punto di vista svolgono un ruolo fondamentale i critici che, purtroppo, trovano sempre meno spazi. C'è una crisi di credibilità del mestiere del critico. . I " social" hanno cambiato profondamente questo mestiere dove tutti possono permettersi di inventarsi critici ed esperti. Ogni opinione è lecita al di là della sua preparazione, capacità, competenza professionalità o etica. Troppo spesso si recensisce solo positivamente o solo quando uno spettacolo piace evitando recensioni negative".

L'Alto Adige non è diverso?
"Viviamo in un mondo privilegiato con un'offerta culturale straordinaria . A volte anche eccessiva , disordinata che meriterebbe una qualche forma di coordinamento. Essendo un territorio piccolo, dove ci si conosce tutti , che spesso e volentieri guarda solo il proprio ombelico, si ha l'impressione di un mondo chiuso, dove ognuno cerca la propria casa, la propria dimensione, la propria visibilità, la propria fetta di contributo e poi si chiude a difenderlo. Noi compresi. Scambi e contaminazioni sono difficili" .

È un problema generale, forse possiamo partire dal particolare. Che tipo di pubblico hanno gli spettacoli prodotti e proposti dal Teatro La Ribalta?
"Il pubblico che viene a vedere le nostre creazioni è numerosissimo e in crescita, a Bolzano e in provincia. La Ribalta è un soggetto culturale misto con attori e attrici sia di lingua italiana che di lingua tedesca e abbiamo un pubblico misto. Il pubblico della rassegna *Corpi Eretici* è diverso: ci sono una parte di spettatori fidelizzati e una parte che si rinnova di volta in volta. Abbiamo lavorato per tanti anni per dare una vocazione al teatro di Gries portandoci la nostra rassegna : la nostra presenza era visibile e radicata. Poi abbiamo deciso di andare incontro a nuovi pubblici e ci siamo spostati, in parte, al Teatro Cristallo. Volevamo intercettare gli spettatori di altre manifestazioni e altri teatri, volevamo verificare la possibilità di educare il pubblico a passare da un'offerta all'altra, di non restare sempre e solo fedeli a una proposta.

Questo è successo solo in parte. Forse serve più tempo".

Un teatro "popolare" fatica a proporre un teatro alternativo? Il luogo conta più della proposta?

"Ora sembra così, sembra che tutti, non solo a Bolzano, vogliano sempre mangiare nello stesso ristorante. Ma questo non può impedire l'apertura di nuove finestre. Crearsi un nuovo pubblico non è semplice, le contaminazioni con il resto dell'offerta richiedono tempo, ma proveremo a farle funzionare per il bene di tutti".

I “marchi di fabbrica” di Kunst Merano Arte

Intervista alla direttrice artistica Christiane Rekade

Christiane Rekade è la direttrice artistica di Kunst Merano Arte dal 2016. Nata in Svizzera, ha studiato storia dell'arte a Basilea e Dresda, si è laureata presso l'università Humboldt di Berlino e ha lavorato per molti anni alla Galleria Neugerriemschneider di Berlino. Non le mancano, quindi, punti di vista "alternativi" sulla scena artistica europea. Uno sguardo "aperto" che risulta evidente in molte delle mostre ospitate a Merano Arte sotto la sua direzione. L'abbiamo incontrata per approfondire questo sguardo e per verificare le possibili differenze tra il pubblico meranese e quello del capoluogo altoatesino: "In termini generali—premette - potrei dire che il pubblico di Kunst Merano Arte si divide in due tipologie: quello affezionato che ci segue regolarmente,—soci e amici di Merano Arte e persone che abitano in regione—e i turisti. Tra questi ultimi, alcuni ci conoscono da tempo e vengono in visita ogni anno. Complessivamente, si tratta di un pubblico con età media superiore ai cinquant'anni, vale lo stesso per i soci. Per questo, abbiamo progettato iniziative che ci avvicinassero ai più giovani, ma in una provincia con una piccola università (e in una città senza sedi universitarie) non è semplice. Abbiamo fatto partire alcuni progetti con la facoltà di Design e Arte dell'Università di Bolzano e mi sembra stiano funzionando. Nell'ultimo anno, per esempio, posso dire che il pubblico che interviene alle nostre inaugurazioni si è decisamente ringiovanito".

Quali strategie utilizzate per ampliarlo?
"Per quel che riguarda i più giovani, organizziamo workshop e progetti per le scuole, mentre l'anno scorso abbiamo inaugurato il format Familienmatinée che prevede una doppia visita guidata per le mostre. Una per gli adulti, condotta da me o dalle mie colleghe e una per i bambini che possono visitare le opere in mostra grazie a un workshop appositamente studiato da Hannes Egger. Familienmatinée ci ha permesso di avvicinare qualche famiglia di lingua italiana. Tradizionalmente, la maggior parte del nostro pubblico,soprattutto quello che ci segue regolarmente, è di lingua tedesca, ma stiamo elaborando nuove strategie, anche in collaborazione con le scuole, per coinvolgere quello di lingua italiana".

Quasi tutti gli intervistati hanno sottolineato l'importanza della comunicazione di un'identità precisa e riconoscibile. Condivide?
"Sì, creare un'identità e avere una linea programmatica ben riconoscibile è essenziale. Credo che Merano Arte la possieda, ma possiamo ancora migliorare nel comunicarla e nel renderla evidente. Occorre essere molto precisi nella

comunicazione e contiamo di farlo sempre di più e meglio in futuro. La nostra linea credo sia chiara, il nostro occhio di riguardo per l'arte emergente e i collegamenti tra l'arte e gli artisti locali e l'arte e gli artisti nazionali e internazionali sono ormai un nostro marchio di fabbrica. Un altro aspetto caratterizzante è l'attenzione all'architettura, ogni anno dedichiamo una mostra a questo tema e questo ci permette di raggiungere persone non direttamente interessate all'arte contemporanea".

Gli artisti locali risentono dell'ambiente "provinciale"?

"Credo che il dialogo tra gli artisti locali e internazionali sia fondamentale. Tendenzialmente, organizzare una mostra con artisti locali è più facile, servono meno risorse e le visite sono garantite grazie ad amicizie e legami già consolidati nel territorio. Può anche risultare un'esperienza positiva, ma credo non sia particolarmente lungimirante, l'incontro con chi ha altre visioni è essenziale per chiunque voglia affrontare la carriera artistica, le contaminazioni sono importanti. Senza dimenticare che l'arte non ha confini e se le opere hanno qualcosa da dire non si fanno fermare dai confini provinciali".

Che tipo di pubblico ha Kunst Merano Arte?

"Credo che il nostro pubblico sia aperto e curioso. Ovviamente, portare temi o artisti legati al territorio facilita il lavoro, ma, anche chi viene per questi motivi, non si mostra chiuso alle altre proposte e trova sempre spunti interessanti. Per quel che riguarda la quantità, vorremmo riuscire a coinvolgere anche a chi non è oggi un appassionato d'arte contemporanea. Per questo, per esempio, quest'estate organizzeremo serate di cinema all'aperto su temi artistici. Comprendere le reazioni del pubblico non è semplice, per noi svolgono un ruolo fondamentale le persone che lavorano alla cassa e all'accoglienza, sono loro che ricevono i feedback più frequenti da parte dei visitatori e ce li inoltrano".

“Servono nuove cerniere tra palco e pubblico”

Passato e futuro del dibattito culturale.
Intervista a Peter Paul Kainrath.

Regista, produttore, direttore artistico del Concorso Busoni e di Transart, dall'anno prossimo dirigerà il Klangforum Wien. È Peter Paul Kainrath e il suo punto di osservazione sul dibattito pubblico culturale ha orizzonti spaziali e temporali non comuni,e non è solo una questione di curriculum: "Negli ultimi dieci anni, il dibattito pubblico culturale è cambiato notevolmente—premette—ma non solo in Alto Adige. In precedenza i media ospitavano con grande orgoglio critici e recensori a cui lasciavano uno spazio di assoluta libertà. Oggi accade molto raramente, ma questo non dipende dagli operatori culturali, forse è il sistema mediatico, non solo quello locale, a doversi interrogare. Oggi si preferisce presentare gli spettacoli in anticipo e non è detto che non sia meglio così, il pubblico va a vedersi lo spettacolo e si fa un'idea personale senza doversi confrontare con il critico o il recensore prestigioso. Come operatore culturale credo, comunque, che per il pubblico sia più importante esporsi ad esperienze personali che essere intimidito".

Il dibattito non svolge un ruolo essenziale nel mantenere vive le passioni culturali?

"Probabilmente sì, ma non ha senso tornare al passato, perché salvare qualcosa che è tramontato? Credo sia più utile cercare una nuova cerniera tra il palco e il pubblico, magari una sorta di *Hyde Park corner* nei foyer dei teatri e degli auditorium in cui si inviti il pubblico a dire la propria opinione in pochi minuti. Non mi convince, invece, il commento sui social, non credo che sia lì che possa nascere un dibattito interessante".

Nel frattempo, non è facile valutare la risposta del pubblico...

"Come direttore di Transart, posso dire che dopo aver partecipato ai nostri eventi, il pubblico si mostra spesso gratificato dall'esperienza, magari sorpreso o anche stordito, ma non indifferente. Ovviamente, non mancano le critiche, anche aggressive, ma fa parte del gioco, non tutto può andare a meraviglia e le critiche vanno accettate. Ma credo che per le stagioni teatrali o musicali vada tenuto conto del differente approccio. Sono anche un rituale, manca l'urgenza di esprimere il proprio parere, le repliche sono numerose e i conti si fanno alla fine, senza fretta".

La "qualità" del pubblico altoatesino ha aspetti particolari?

"Non credo abbia molto senso valutare la preparazione del pubblico. Se andassi a verificare quanti siano davvero in grado di leggere la musica di Beethoven mi

accorgerei che sono una netta minoranza. Ma questo non impedisce agli spettatori di vivere splendide esperienze durante un concerto. Mediamente, soprattutto per quel che riguarda la musica classica, in Alto Adige la preparazione è buona, ma è anche vero che fare accettare i nomi nuovi, anche quelli già consacrati all'estero, non è per niente facile. Ma non è un problema solo altoatesino, è il mondo che va in questa direzione. Proprio per questo siamo particolarmente orgogliosi del pubblico di Transart che va volutamente in cerca dello sconosciuto, di quello che non è ancora *targato*—quasi in controtendenza con ciò che propongono le dinamiche dei social che offrono sempre il *già visto*".

Una grossolana sintesi di quanto emerso dalle interviste precedenti spingerebbe a evidenziare come l'identità dell'offerta culturale (e i luoghi che la ospitano) svolgano un ruolo fondamentale per decretare il successo di un evento o di un festival. Conferma?

"L'identità è ovviamente fondamentale, i nostri *blind abo*, che da quest'anno hanno ceduto il passo agli early bird festival pass, funzionavano proprio perché si basava sulla fiducia acquisita nel tempo, su una proposta che aveva un'identità di un certo tipo. Ma non siamo gli unici, sono felicissimo, per esempio, delle mostre *senza compromessi* che presenta Ar/ge kunst. Per quel che riguarda i luoghi, Transart funziona proprio perché non presenta eventi in luoghi codificati, le stesse cose presentate in teatro invece che in una ex officina non vengono apprezzate allo stesso modo. Anche questo fa parte dell'identità, ma va disegnata in funzione del pubblico o dei pubblici con cui ci si vuole mettere in comunicazione".

Il pubblico che non c'era

Il successo del Music Lab di Vipiteno nelle parole di Paolo "Jack" Alemanno.

Nell'edizione passata di Scripta Manent, l'abbiamo segnalato come uno dei più interessanti progetti della Valle Isarco, forse dell'intera provincia. È il Music Lab dell'Arci di Vipiteno, nato grazie all'intraprendenza di Paolo "Jack" Alemanno. In poco tempo, è diventato qualcosa di molto più importante di un laboratorio musicale: un punto di incontro per chi ama la musica dal vivo e un luogo accogliente e aperto come pochi altri.
A raccontarci storia, successo e futuro del Music Lab è proprio "Jack" Alemanno, anima del laboratorio musicale di Vipiteno. "Il Music Lab nasce come sala prove—precisa—come punto di ritrovo per persone che vogliono fare musica, ma anche per coloro che la vogliono solo ascoltare. Per questo, sin dall'inizio, abbiamo pensato di mettere il locale a disposizione dei gruppi o dei singoli musicisti per delle *prove a porte aperte*. Una formula che è sensibilmente diversa dei classici concerti, perché con *prove a porte aperte* intendiamo vere e proprie prove a cui possono assistere e partecipare amici dei musicisti, ma non solo".

Come è nato il progetto Music Lab?
"Prima di riuscire ad aprire il Lab ho incontrato e conosciuto diversi musicisti della mia zona che si lamentavano della mancanza di una sala dove provare. Ho raccolto le loro opinioni, ho verificato che le lamentele erano giustificate e ho capito che valeva la pena spendere un po' di energie per trovare una soluzione. Grazie all'assessore alla cultura di Vipiteno Fabio Cola , al musicista Michele Sterchele e al responsabile Arci Davide Fiorotto, quelle energie hanno trovato concretezza. Dopo vari sopralluoghi abbiamo individuato il locale giusto nell'ex discoteca Jagerkeller e siamo partiti".

Che tipo di musicisti ospitate?
"Di tutte le età e di tutte le etnie e sono stati proprio i musicisti a coinvolgere le altre persone che oggi frequentano il Lab. La formula delle *prove aperte*, si è, infatti, estesa a vere serate concerto su richiesta del pubblico e dei musicisti. Alcuni concerti sono a tema , per esempio di beneficenza, in ricordo di amici che ci hanno lasciato, workshop, revival di gruppi storici del panorama altoatesino etc. La musica che ospitiamo è, quindi, molto varia e ogni evento riscuote il suo piccolo-grande successo. Da parte nostra, abbiamo accolto tutti e il miglior risultato lo abbiamo ottenuto con il passaparola. In questo modo, ogni evento richiama, oltre agli iscritti Arci, numerose altre persone provenienti da tutta la Alta val di Isarco, ma non solo".

Insomma avete creato un pubblico che non c'era... È stato sufficiente il passaparola?
"È stato fondamentale, gestiamo una pagina Facebook per diffondere le informazioni, ma, per esempio, non pubblicizziamo gli eventi con volantini, manifesti e giornali. È una nostra scelta precisa".

Più in generale com'è il panorama musicale dell'area?
"Per quanto riguarda la musica, l'offerta culturale di Vipiteno ha vissuto tempi migliori, ma non possiamo lamentarci, qualcosa si muove. In maggio si tengono i Blue days, durante tutto l'anno il Teatro comunale ospita vari concerti e molti altri eventi vengono organizzati nel circondario.
Il Lab è comunque uno dei pochissimi locali a Vipiteno dove si fa musica dal vivo regolarmente, mentre anni fa se ne contavano una decina".

Il risultato di cui siete più orgogliosi?
"Grazie al Lab diamo la possibilità a diverse band di presentarsi alla popolazione del territorio, riusciamo a far incontrare persone di provenienze e origini diverse e condividiamo la musica suonata dal vivo. Poi, siamo la *scintilla* di varie iniziative, tutto questo ci permette di crescere insieme e di confrontarci con altre realtà".

Il teatro oltre il sipario

“L’offerta teatrale è straordinaria ma, a volte, trovo imbarazzante l’atteggiamento del pubblico”. Intervista ad Anna Cerrato, abbonata “under 26”, della stagione del Teatro Stabile di Bolzano.

Finora, *Scripta Manent* ha parlato *del* pubblico, da questa settimana allarghiamo gli orizzonti e incominciamo a parlare *col* pubblico. Lo facciamo intervistando una giovane abbonata del Teatro Stabile, una fotografa che incontriamo nel suo negozio-laboratorio del centro: Anna Cerrato.
È giovane ma di spettacoli ne ha già visti parecchi: "Ho un abbonamento under 26 per un posto in galleria da tre anni, ma frequento il teatro da molto più tempo, potrei dire da sempre. **Avevo due anni quando i miei mi hanno abbonato alla stagione per bambini.** Più tardi, grazie agli spettacoli a cui ci portava la professoressa di lettere ho iniziato ad assistere anche alle stagioni per adulti. Ancora oggi vado a teatro con la mia amica del liceo".

Una tradizione di famiglia?
"No, i miei non vanno a teatro, ma, come detto, mi hanno accompagnato a molti spettacoli per bambini. Di conseguenza, il teatro mi è sempre interessato. Negli anni universitari a Firenze ho frequentato alcuni workshop al teatro studio di Scandicci, ho collaborato con alcuni performer e ho seguito la produzione di *Ellepi*, lo spettacolo di Fulvio Cauteruccio. Del teatro apprezzo soprattutto la sua *tridimensionalità*, il palco, la platea, la galleria... Non è come stare davanti a uno schermo, la profondità mi aiuta a percepire la narrazione in maniera diversa e trovo davvero divertente e suggestiva anche la tridimensionalità dell'attore, il suo districarsi tra attore, personaggio e la sua personalità. Mi piace ritrovare nel personaggio le caratteristiche personali di ogni attore, per questo **trovo bellissimo ogni loro errore. Mi trasmette il senso della realtà.** Senza contare il dietro le quinte, il camerino, il trucco, la macchina teatrale e quanto succede prima e dopo lo spettacolo: gli applausi ma anche le discussioni tra gli attori, mi piace immaginarmi le loro liti".

Lo spettacolo preferito di quest'anno?
"Non amo particolarmente il circo, ma il mio preferito di quest'anno è stato senza dubbio *Slava's Snowshow* e ho molto apprezzato il *Macbeth* diretto da Serena Sinigaglia. Delle stagioni passate mi sono piaciuti *Il senso della vita di Emma* di Fausto Paravidino e *La Cucina* diretta da Bernardi. Noto che mi trovo in sintonia soprattutto con gli spettacoli ospitati nel teatro Studio, forse perché sono quelli che ospitano gli attori più giovani, quelli della compagnia regionale".

Altri consumi culturali?
"Oltre al teatro frequento Museion, sopratutto le inaugurazioni, non solo per lavoro, il Carambolage e in generale gli spettacoli all'aperto. L'anno passato, per esempio, ho molto apprezzato la stagione Fuori! organizzata dallo Stabile. Poi, ovviamente, le mostre fotografiche".

Come valuti l'offerta teatrale locale?
"È davvero notevole, anche se paragonata a quelle di città come Firenze o Bologna. Per quel che riguarda il pubblico, devo dire che **mi infastidisce parecchio la mancanza di partecipazione, sia durante lo spettacolo che dopo.** Gli applausi che faticano a partire, la mancanza di un confronto su quanto appena visto una volta che è calato il sipario. Vedere il pubblico che si alza e se ne va pensando solo a cosa mangiare il giorno dopo mi imbarazza. È anche vero che nei pressi del teatro non esistono luoghi di aggregazione in cui ritrovarsi per discutere degli spettacoli".

Ti sei data una spiegazione?
"Credo che manchi l'abitudine alla fruizione del teatro e dell'arte fuori dai luoghi canonici. A Bologna, per esempio, è facilissimo assistere a spettacoli di artisti di strada, qui durano poco, i regolamenti cittadini sono severi e i vigili controllano che vengano rispettati. **Così, spesso, chi va a teatro lo fa perché crede che sia un dovere della sua classe sociale di appartenenza**, forse persino per darsi un tono. Un discorso che credo possa valere anche per il pubblico delle mostre d'arte. Magari si godono anche lo spettacolo ma si vergognano a esprimere una propria opinione perché pensano che non si debba fare, che sia di cattivo gusto".

L’arte oltre i confini

Aperti e “contaminati”. Intervista a Patrizia Spadafora e Paolo Berloffa di “Artinthealps”.

Patrizia Spadafora e Paolo Berloffa sono gli ideatori e i fondatori di *Artinthealps* e quindi anche della biennale d'arte "Academiae" di Fortezza. Un progetto che, tra i vari meriti, ha quello di guardare al futuro permettendo a giovani artisti europei di mettersi in mostra in un contesto di grande suggestione e prestigio (l'ultima edizione è stata curata da Christian Jankowski).
Una vocazione internazionale che non limita, ma aumenta notevolmente il suo impatto sul territorio altoatesino: "*Artinthealps* – precisano – ha un doppio obiettivo: portare l'arte internazionale in Alto Adige e gli artisti della realtà locale su un palcoscenico internazionale. Il primo obiettivo lo stiamo sviluppando, soprattutto, ma non solo, con la biennale d'arte "*Academiae*" al museo di Fortezza. Il secondo, per esempio, con il progetto Bivacco ospitato durante questa 58esima Biennale di Venezia nel grande giardino dell'isola di San Servolo (fino al 30 settembre 2019). Sono progetti che hanno anche l'obiettivo di sbloccare una realtà locale che a volte appare cristallizzata in rapporti e preconcetti statici, spesso bloccata nei miti etnici".
Le radici sono ancora troppo importanti?
"Non vogliamo assolutamente negare l'importanza delle varie radici culturali, ma cerchiamo di rendere più fluide le appartenenze, di contribuire a dare una nuova prospettiva, una evoluzione. Non a caso *Bivacco*, manifestazione tangibile di un ideale rifugio alpino, rappresenta uno spazio aperto, transfrontaliero e sicuro in cui – come in Alto Adige – gli ideali europei di pace e convivenza possano venir praticati e promossi quotidianamente. L'allegoria di un luogo di incontro che non ha serrature, aperto e capace di fornire un rifugio fondamentale anche in tempi difficili. Sono progetti che dimostrano come lo scopo evidente di *Artinthealps* sia quello di stimolare il dialogo, il confronto e la conoscenza per mezzo di input artistici".

Vi siete fatti un'idea del pubblico di *Academiae*?
"La biennale è ospitata a Fortezza, allo snodo di flussi turistici intensi. Ha quindi un pubblico internazionale eterogeneo, di lingua tedesca soprattutto, ma non solo, e vede l'afflusso anche di visitatori locali. Le mostre che allestiamo a Bolzano alla Galleria Civica, invece, hanno un pubblico più bilanciato (italiano/tedesco) dal punto di vista linguistico e socialmente molto vario. Crediamo che le mostre d'arte in genere svolgano un ruolo molto importante anche riguardo al contributo alla formazione e crescita del brand *Alto Adige/Südtirol.* Un elemento qualitativo in più, non strettamente legato alle Dolomiti e alle bellezze naturali, che concorre a rendere più completo e appetibile il nostro territorio, anche, ma non solo, dal punto di vista

turistico. I nostri progetti hanno un naturale sbocco internazionale e crediamo aiutino ad ampliare lo sguardo sulla nostra provincia".

Academiae ha completato un'offerta culturale locale già molto vasta. Forse persino troppo. Qual è il vostro giudizio?
"L'offerta culturale in Alto Adige è già buona, a volte non coordinata, sarebbe necessario aumentare le contaminazioni con l'esterno, superando grazie all'arte e alla cultura frontiere e confini, prima che a colpi di *sovranismo* questi non finiscano per essere superati dagli eserciti. A livello locale crediamo che andrebbe accelerata la collaborazione tra i vari enti e associazioni per elaborare progetti condivisi o compartecipare a quelli già esistenti. Progetti in grado di essere qualcosa in più della somma delle varie attività, capaci di trovare una sintesi più evoluta e a cui tutti possano dare il loro apporto in base alle rispettive sensibilità e competenze. Una progettualità in grado di far nascere qualcosa di nuovo, capace di far *alzare l'asticella* a tutto il mondo culturale locale".

Scripta Manent ha l'esplicito obiettivo di far scaturire un minimo di dibattito culturale anche a Bolzano e dintorni. Si prevede un lavoro lungo. Avete proposte, suggerimenti?
"Potrebbero tornare utili convegni, congressi, simposi, anche con i territori vicini, pensando inizialmente soprattutto *all'Euregio*, per cercare un ambito comune, una piccola vasca in cui incominciare a far nuotare grandi progetti condivisi, in rete. Bisogna cercare di stimolare i rapporti fra i *player culturali*, a volte tesi a difendere i loro piccoli spazi, farli dialogare e cooperare. Il livello della qualità dell'offerta culturale e quindi poi della crescita culturale di un territorio, nasce più facilmente dalle qualità professionali coniugate nelle collaborazioni, aperte alle influenze esterne".

La luce, l’acqua e l’arte

I segreti del successo del “Water light Festival”. Intervista a Werner Zanotti, direttore di Bressanone Turismo.

È stato senza dubbio l'evento principale della primavera 2019. Novantaseimila visitatori hanno affollato le strade di Bressanone per il "Water light Festival" nonostante il meteo abbia fatto di tutto per "rovinare la festa". Giunto alla sua terza edizione, il programma ha "virato" vistosamente verso l'arte contemporanea e i dati gli hanno dato ragione: un incremento del 20% rispetto all'edizione precedente. Tra il 9 e il 25 maggio scorso, il pubblico composto da turisti e cittadini di Bressanone ha potuto, infatti, ammirare le opere di 24 artisti provenienti da tutta Europa che hanno unito i temi della luce e dell'acqua riuscendo ad incantare bambini, giovani e anziani indipendentemente dalla provenienza geografica e dall'estrazione sociale. A spiegarci storia e segreti di questo successo, non solo di pubblico, è Werner Zanotti, direttore di Bressanone Turismo: "Ovviamente siamo molto soddisfatti del successo ottenuto. Felici per l'incremento nel numero dei visitatori, nonostante le molte giornate di pioggia, per i risultati dal punto di vista turistico e dei pernottamenti, ma anche perché il festival è stato apprezzato per la sua valenza culturale".

Partiamo dal segreto di questo successo?
"Credo che siano due. Il primo è l'acqua che è stato il vero motore del Festival. Esistono molti *festival di luci* in Europa ma il binomio con l'acqua ha reso l'evento particolarmente affascinante. Sui social, in particolare su Instagram, ha ottenuto risultati impressionanti, ma hanno parlato di noi le televisioni di mezzo mondo".

L'altro?
"Abbiamo sbagliato tanto e imparato velocemente. Abbiamo creato un festival che non esisteva e abbiamo scelto la strada giusta comprendendo la lezione che ci aveva lasciato ogni edizione precedente. Allo stesso tempo, abbiamo raccolto informazioni di ogni tipo girando l'Europa per valutare gli altri festival. Così siamo arrivati al 2019 con un progetto ben definito che è stato molto apprezzato da turisti, dai cittadini di Bressanone e dal mondo culturale. Tutti si sono lasciati trasportare dalla magica atmosfera del festival".

Indubitabilmente la confezione del festival è risultata di altissimo livello, ma come vi siete rapportati con gli artisti?
"Alcuni hanno potuto scegliere il luogo in cui posizionare l'opera, altri luoghi li abbiamo indicati noi, ma abbiamo voluto che entrassero in dialogo con la città,

con luoghi precisi e con l'acqua. Credo che questo abbia permesso di presentare al meglio anche l'offerta culturale, rendendo tutto meno effimero e più profondo, permettendo ad un pubblico molto ampio di osservare opere d'arte contemporanea".

Tutti contenti?

"Inizialmente qualcuno aveva dei dubbi. Non è semplice conciliare progetto artistico con vocazione turistica, ma siamo riusciti a lavorare con grande libertà e sono particolarmente felice della risposta dei cittadini di Bressanone che ci incitano ad andare avanti così, anche sui social, in contesti in cui, solitamente, si viene soprattutto criticati. Dal punto di vista culturale posso dire che anche il mondo della cultura locale ha mostrato grande apprezzamento. Abbiamo anche ottenuto l'"Effe", il marchio di qualità per i festival europei di eccellenza".

Il buio che illumina

Cinema, teatro e altre passioni culturali. Come nascono e come risorgono. Intervista a Silva Manzardo, neo-abbonata alla stagione principale dello Stabile.

Silva Manzardo insegna lingua e letteratura italiana in un liceo di lingua tedesca, ma le sue passioni culturali non si fermano a libri e scrittori. Adora il cinema, ma qui ci racconta innanzitutto di come è riesplosa la passione per il teatro. Grazie all'entusiasmo di un nipote e ad alcuni spettacoli ben riusciti. "Il mio grande amore per il teatro – precisa è nato ai tempi del liceo. Era un periodo di grande fermento di idee e il teatro incarnava e rappresentava le speranze di quegli anni. Era ed è un fondamentale strumento di conoscenza e i genitori non avevano nulla da obiettare se uscivamo la sera per assistere a uno spettacolo. Il Comunale non esisteva ancora e ricordo che a Gries restai fulminata da un Amleto di Maurizio Scaparro con Pino Micol. Mi colpirono molto anche gli spettacoli del Gruppo della Rocca, affascinata dal loro impegno civile, dalla cura che mettevano in ogni produzione, dai costumi alle musiche. Ho ancora in testa la musica utilizzata per la messa in scena de *Il buon soldato Sc'vèik.* Erano anni in cui il teatro e l'impegno civile civile andavano a braccetto, poi molte cose sono cambiate, certi ideali sono tramontati e il cinema è diventato la mia prima passione, attualmente vivo in rapporto simbiotico con il *Filmclub*. La sala buia mi avvolge a tal punto che stento anche a tenere la sufficiente distanza critica dai film. Quando si accendono le luci fatico a parlarne, sono ancora incantata".

Quando è scattato *il ritorno di fiamma* per il teatro?
"Negli anni successivi a quelli appena descritti, la passione per il teatro è rimasta dormiente. Ho seguito solo alcune commedie legate al mio lavoro di insegnante di letteratura, soprattutto i classici di Pirandello, solo in anni recenti ho ripreso ad andare agli spettacoli, prima un paio di volte all'anno poi sempre un po' di più. A risvegliare la passione è stato mio nipote. Ha 17 anni e ha partecipato a *Giovani in scena*, i suoi racconti dal palcoscenico mi hanno fatto tornare la voglia del teatro. L'anno scorso ho visto quasi tutti quelli della stagione principale dello Stabile per cui ho deciso che quest'anno mi sarei abbonata".

In cosa si differenziano la passione per il teatro e quella per il cinema?
"Ammetto che a teatro la bellezza mi sembra meno evidente, ma oggi rivivo emozioni che solitamente provavo solo al cinema. Mentre assistevo a Piccoli crimini coniugali una ragazza al mio fianco è scoppiata a piangere e non riusciva a smettere. Mi sono accorta di comprendere benissimo i suoi sentimenti".

Il pubblico bolzanino si fa coinvolgere dagli spettacoli?
"Personalmente, mi piace parlare di uno spettacolo non appena è terminato e solitamente non ho problemi a trovare degli interlocutori. In linea generale, credo, però, che a Bolzano si vogliano vedere sempre le stesse cose. Qui ci si mette comodi, ci si sente comodi e si vuole continuare a sentirsi comodi. Ci si crogiola in un certo tipo di umorismo e anche nella battuta scontata, non vedo molta voglia di farsi sorprendere. Detto questo, credo che Zambaldi stia percorrendo una strada interessante, c'è il giusto richiamo ai classici, tanto per non spaventare troppo il pubblico, e sullo sfondo, ma nemmeno troppo, si nota la voglia di fare cose nuove, di sorprendere e innovare".

Regista cinematografico preferito? Spettacolo teatrale preferito?
"Domanda difficile, direi Krzysztof Kieślowski e Pedro Almodóvar. Mi piace il cinema impegnato, quelli che rappresentano la realtà storica o quella psicologica. A dire il vero, negli ultimi tempi molto più la seconda. Per quel che riguarda il teatro, lo spettacolo che mi ha emozionato maggiormente è stato *Slava's snowshow.* Non tanto per il coinvolgimento giocoso con il pubblico, più per ricordi personali. Ho studiato il russo, è la mia lingua del cuore, la badante dei miei genitori è russa e le atmosfere dello spettacolo mi hanno profondamente colpito, ma credo sia successo a molti. Soprattutto la scena in cui uno degli attori si abbraccia da solo. Mi ha fatto crescere il magone, liberato solo dalla risata finale"

Una “alleanza civica” per la cultura altoatesina

Intervista a Tiziano Rosani, curatore presso il Palais Mamming Museum di Merano

Ogni tanto qualche buona notizia si trova. Numerosi musei italiani, per esempio, hanno smesso di essere unicamente luoghi di conservazione ed esposizione di oggetti, opere d'arte e reperti per trasformarsi in poli avanzati "a uso sociale e didattico in rapporto all'ambiente e al territorio".
Questo ha significato, innanzitutto, la creazione di un nuovo rapporto con il pubblico, argomento fondante di questa edizione di Scripta Manent. Per comprendere come questo cambiamento si sia realizzato e quali possano essere i passaggi futuri ci siamo recati a Palais Mamming, museo civico di Merano, dove abbiamo incontrato il curatore Tiziano Rosani. Come prima cosa, ci siamo fatti presentare il pubblico del museo di piazza Duomo.
"I frequentatori del Palais Mamming Museum – premette – sono innanzitutto turisti cui si affianca una significativa presenza di residenti locali; in crescita soprattutto scolari e studenti di Merano e di altre zone dell'Alto Adige. I turisti d'area germanofona sono più numerosi in parte della primavera, in estate e poi significativamente in autunno, quelli italiani più assidui invece nel periodo del Mercatino di Natale e parzialmente in estate. Simile la situazione anche al Castello Principesco, altro piccolo gioiello che registra sempre afflussi molto elevati".

Come si coinvolge il pubblico locale?
"Il pubblico locale risponde bene agli eventi di Palais Mamming, si tratti di inaugurazioni di mostre, concerti o manifestazioni in genere; buon afflusso anche alle Giornate delle porte aperte e alle visite guidate. Questi eventi, articolati e diversi tra loro, si pongono anche l'obiettivo di migliorare il dialogo con il territorio, tenendo conto di interessi diversificati, delle varie fasce d'età, delle aspettative, dei pubblici diversi. Non c'è infatti un pubblico, ci sono tanti pubblici diversi e un museo civico ricerca il dialogo con tutti. Gli eventi sono talora organizzati direttamente da noi, in altri casi affianchiamo associazioni o altre strutture. Palais Mamming cura ovviamente le funzioni basilari di un museo, ovvero la ricerca, acquisizione, conservazione, esposizione e valorizzazione di testimonianze del passato ed è dunque luogo che appartiene a tutta la comunità: anche in tal senso è molto opportuno, oltre che estremamente piacevole, aprire le porte e collaborare con i soggetti più diversi di questa area vasta che è il nostro territorio di pertinenza".

Come si può migliorare questo "dialogo"?
"Vogliamo assolutamente evitare che il museo possa essere percepito come luogo

chiuso, un po' impolverato. È invece un luogo che ha le sue regole, che deve essere attentissimo alla corretta conservazione delle testimonianze storiche, che deve porre attenzione allo studio, ma che vive anche pienamente la propria epoca e lavora per il futuro. Al museo i tempi si dilatano: il passato, il presente, il futuro qui possono entrare in forte correlazione. E sono sempre molto preziose le opinioni dei visitatori, utilissime ad esempio le osservazioni dei turisti, con il loro sguardo particolare. Intendiamo insomma il museo come luogo aperto, inclusivo: siamo in pieno cammino ma già a buon punto grazie anche alle buoni basi assicurate dalle persone più diverse in molti decenni precedenti".

I musei dell'Alto Adige hanno caratteristiche particolari? Come valuta le relazioni con gli altri musei della provincia?

"Nel nostro territorio si è dato vita a moltissimi musei e luoghi espositivi, più che in altre realtà paragonabili. È un dato alquanto positivo, che testimonia di una passione diffusa e di una consapevolezza marcata. Potrebbe essere ora giunto il momento, ad esempio, di porre meglio a fuoco alcuni obiettivi, di concentrarsi ad ogni livello sul tema della qualità, di coordinare adeguatamente le rispettive funzioni, perlomeno laddove possibile. Penso che sul tema dei musei un dibattito ampio, capace di coinvolgere adeguatamente le tre principali comunità linguistiche altoatesine, sarebbe utilissimo. Potremmo ad esempio valutare, tutti assieme, dove avrebbe senso svolgere qualche attività in meno e dove qualcuna in più, dove fare più squadra ancora, dove dar vita a mostre di grande significato, non solo su tematiche regionali. E così discorrendo. I musei civici dei centri maggiori, e con loro diversi altri importanti musei, potrebbero in tal senso rivelarsi preziosi grazie alla loro struttura, alle esperienze maturate, all'ampiezza delle collezioni e, non da ultimo, alle significative municipalità che spesso hanno alle spalle".

Quali sono le reali potenzialità?

"In Alto Adige/Südtirol disporremmo di ottime premesse per far dialogare la museologia d'area germanofona con quella italofona, valorizzando le differenze in una sintesi creativa. Vi sono alcuni segnali in tale direzione, vanno però incoraggiati. Dovremmo sforzarci di rendere il sistema museale un po' più internazionale, in qualche caso anche semplicemente più plurilingue nella ideazione dei contenuti e ovviamente nella loro veicolazione. Oltre a porre più attenzione all'ampia

articolazione della nostra popolazione, non siamo infatti più solo tedeschi, ladini e italiani: vi sono nuovi pubblici e nuovi protagonisti da coinvolgere. Una alleanza civica tra musei, biblioteche, centri culturali, associazioni, imprese e molti soggetti ancora può solo migliorare la qualità delle nostre vite e di chi ci seguirà".

La curiosità in punta di piedi

Il Festival "Bolzano Danza" raccontato da chi lo segue da sempre. Intervista a Claudia De Lorenzo.

Le fedeli appassionate al Festival Bolzano Danza (in corso mentre scriviamo) sono tante, anzi tantissime. La scelta non è stata facile, ma alla fine, per farci raccontare come nasca la passione per la rassegna diretta da Emanuele Masi, abbiamo scelto Claudia De Lorenzo, una "fan" che segue il festival dalla prima edizione senza pregiudizi e con uno spirito critico aperto ma ben attivo.
Tutto, ovviamente, nasce dalla sua passione per la danza: "Purtroppo — spiega — non sono diventata una ballerina, ma da ragazza ho fatto ginnastica artistica e da adulta ho frequentato diversi corsi di danza. Si tenevano nell'ex scuola Carducci e io ci abitavo di fronte e questo mi facilitava molto. Seguo *Bolzano Danza* da sempre grazie anche alla partecipazione di mia cugina che veniva da Faenza per corsi e stage del festival. Grazie a questa mia passione riesco a digerire qualunque spettacolo anche i più concettuali. Il direttore Masi è comunque molto bravo a tenere il giusto equilibrio tra le proposte più impegnative e quelli più *immediate*".

Quali spettacoli l'hanno colpita maggiormente?
"Ne cito due non particolarmente *facili*."Empty Moves" di Angelin Peljocai (sono stata una delle pochissime a resistere fino alla fine ma mi piacciono le sfide) e Tragédie di Oliver Dubois, uno spettacolo che, dopo un preludio difficile, ho trovato splendido e coinvolgente"

Frequenta anche le iniziative collaterali e i talk?
"Sì e al di là delle mie preferenze personali, credo siano utili e che avvicinino il pubblico alla danza e ai protagonisti degli spettacoli. Aiutano anche ad ampliare le chiavi di lettura. Come detto, io digerisco ogni spettacolo, ma per quelli più impegnativi i talk possono risultare di grande aiuto".

Come valuta il pubblico di Bolzano? In generale, non solo quello di Bolzano Danza...
"Domanda difficile, ma direi che non è particolarmente caloroso, forse è un problema di *confidenza* o forse di pigrizia. Ricordo che Gaber disse che il pubblico di Bolzano era fedele e numeroso ma freddo. D'altra parte, siamo un pubblico *viziato*, l'offerta culturale è davvero ampia e di qualità e i costi per lo spettatore sono più bassi che nel resto d'Italia. Forse siamo solo sazi e scarsamente curiosi. Pochi frequentano altri teatri. Se non si ha un metro di paragone e di confronto diventa difficile avere opinioni e argomenti di discussione, idee o desideri nuovi, dunque il

dibattito sulla qualità dell'offerta locale manca della sua linfa vitale. Penso, inoltre, che non tutti partecipino agli eventi culturali per passione, alcuni lo ritengono quasi doveroso per il loro status sociale, ma credo che l'urgenza maggiore sia quella di coinvolgere il pubblico più giovane. È quello che può e deve aprire il varco a nuove idee e nuovi progetti".

Idee su come riuscirci?

"Credo occorra investire maggiormente sulla loro formazione e invitarli allo scambio dialettico. Purtroppo si trovano a confrontarsi con una generazione di cinquantenni che si crede ancora adolescente e che si rapporta con loro credendosi vicina, mentre probabilmente è lontanissima".

Musica (ma non solo) per tutti i gusti

Il pubblico della musica pop e rock in Alto Adige. Intervista a Roland Barbacovi della Showtime di Merano.

La Showtime di Merano da oltre trent'anni organizza concerti pop, rock, jazz nonché eventi circensi e spettacoli di cabaret. Solo per fare alcuni esempi, in tempi recenti ha organizzato il primo Maia Music Festival all'ippodromo di Merano con Alvaro Soler, Wanda, Giorgio Moroder e "Il Volo" che ha ospitato oltre 15.000 spettatori. Da anni organizza il World Music Festival che si tiene ai Giardini di Castel Trauttmansdorff e una innumerevole serie di concerti tra cui quelli di Eros Ramazzotti, Fiorella Mannoia, Mika, Pat Metheny...
Ma come si raggiunge un pubblico così vasto e differenziato? Io abbiamo chiesto a chi guida la Showtime: Roland Barbacovi

Come si diversifica il pubblico dei concerti che organizzate? (provenienza, fascia di età, interessi etc..)
"Dato che abbiamo una vasta gamma di concerti che va dalla musica classica alla musica rock e pop, copriamo un po' tutte le età e tutti gli interessi. Oltre ai concerti proponiamo anche altri eventi come cabaret e spettacoli circensi. Si può dire che c'è un po' di tutto e c'è qualcosa per ogni gusto e età. In certi eventi la provenienza del pubblico si limita alle provincie di Bolzano e Trento, ma in certi casi – soprattutto in concerti con artisti internazionali per esempio come successo nel caso del Maia Music Festival tenutosi allo scorso luglio a Merano – abbiamo centinaia di persone che vengono da fuori provincia e dall'estero (Austria, Germania, Svizzera) per assistere a un concerto".

Come si raggiunge un pubblico bilingue?
"Ci sono due aspetti da osservare: 1) individuare il target di un certo evento e 2) la comunicazione e la pubblicità. È ovvio che il pubblico di Fiorella Mannoia non è quello che acquista i biglietti per un cantautore di lingua tedesca. A seconda del target bisogna trovare un modo di raggiungere il pubblico interessato. Per quanto riguarda le comunicazioni abbiamo un ufficio stampa all'interno nella nostra società che cura la comunicazione e la pubblicità. Il nostro ufficio stampa é in ottimi rapporti con i media della regione di entrambe le lingue".

Come si raggiunge il pubblico dei concerti, ci sono differenze tra Trentino e Alto Adige. I vecchi media sono ancora utili?
"Lavoriamo da sempre con i giornali, ma negli ultimi anni abbiamo osservato che

l'aspetto dei social media è cresciuto notevolmente. In linea di massima non ci sono differenze tra Trentino e Alto Adige".

In generale qual è la situazione di chi organizza concerti in Alto Adige. È un problema trovare luoghi adatti? La mancanza di un vero e proprio palazzo per concerti di musica rock o pop è un problema?

"Penso che in Alto Adige ci siano tanti luoghi validi per fare concerti di tutti i tipi. Ci sono teatri bellissimi a Bolzano e Merano e nelle altre città, ci sono palazzetti che hanno la capacità di accogliere un grande numero di ospiti al coperto. E, infine, abbiamo riscoperto l'Ippodromo di Merano come struttura ottima per ospitare grandi concerti all'aperto. È ovvio che un Palazzetto del Ghiaccio non potrà mai avere le caratteristiche acustiche di un Auditorium o Teatro che è stato costruito per concerti. Però ormai i tecnici audio dei grandi artisti conoscono i grandi Palazzetti di tutta Italia e riescono a maneggiare abbastanza bene le varie problematiche acustiche".

“Manca una chiara politica culturale”

Come premiare la qualità dell’offerta e il ruolo dei media. Intervista a Manfred Mitterhofer, ideatore del Kunstraum di San Candido.

Manfred Mitterhofer è l'ideatore e curatore del Kunstraum/SpazioArte del Cafè Mitterhofer di San Candido. Una galleria che dal 1993 ospita prevalentemente mostre di fotografia contemporanea, ma anche di pittura e grafica, nonché presentazioni di libri e piccoli eventi musicali. Comunicare col pubblico culturale di una cittadina di tremila abitanti può sembrare semplice, ma come ci spiega lo stesso Mitterhofer, il passaparola non basta. "Trovare il canale giusto per raggiungere il pubblico non è semplice, soprattutto perché l'offerta è sempre molto ampia e le persone che potrebbero essere interessate sono già "abbordate" da decine di altre proposte. Per questo, sia che si tratti di proiettare un film (lo fa per la rassegna curata da Campo Gelau – Kinoklub ndr) che organizzare un vernissage di una mostra, fatichiamo a trovare il canale giusto. È evidentemente anche un problema di informazione, non è semplice farsi notare, far comprendere il valore della propria proposta e da questo punto di vista i media non sempre aiutano. Anche e soprattutto nell'aiutare a selezionare l'offerta in base alla qualità".

Cosa è cambiato? Come si può invertire la tendenza?
"Purtroppo, oggi i giornalisti culturali non hanno più il tempo di approfondire un tema. Prima era più semplice, si aveva una figura fissa di riferimento nelle redazioni, ora con i free lance tutto è più complicato. Cambiano continuamente ed è difficile o inutile spiegare il valore della proposta perché oggi ci sono domani chissà. Manca una politica culturale nei giornali, ma non solo lì. Ora sembra interessare solo l'evento culturale che porta un surplus economico al territorio".

La vastità dell'offerta culturale dell'Alto Adige può essere un problema?
"Sfido chiunque a trovare in un'altra provincia con dimensioni simili un'offerta paragonabile. Qui sono moltissime le persone che si occupano di arte, musica, design etc. Ovviamente le risorse economiche disponibili sono essenziali per questo tipo di offerta, ma resta il problema della qualità. Quale istituzione, ente o personalità potrebbe, oggi, mettersi a discutere della qualità dell'offerta?

Il provincialismo italiano che sembra apprezzare quel che viene fatto e prodotto in loco solo quando se ne accorgono fuori dai propri confini, sembra sommarsi quello tedesco che sostiene e aiuta qualunque attività culturale locale e tradizionale, indipendentemente dall'attenzione del mondo che ci circonda. È così o è una visione troppo semplicistica?

"Riguardo ai temi trattati fino ad ora non vedo differenze di nessun tipo tra italiani è tedeschi. È vero, però, che l 'artista o l'operatore culturale di lingua tedesca può pensare di sopravvivere con il pubblico e i contributi locali, mentre per gli altoatesini di lingua italiana credo sia più complicato e di conseguenza hanno maggiori motivazioni a uscire dai confini dorati della provincia. Credo che unificare la cultura italiana e quella tedesca aiuterebbe a creare criteri qualitativi, non ci fossilizzeremmo sulla questione etnica. Io, attualmente, quando propongo una rassegna cinematografica so di dovermi preoccupare soprattutto della lingua in cui è proiettato il film, la qualità passa nettamente in secondo piano. Se vogliamo inserire criteri di qualità occorre superare certe barriere, ma so che ci siamo molto lontani".

Le letture della convivenza

L'Alto Adige come terra di incontro culturale. Intervista a Aldo Mazza direttore delle "Edizioni alphabeta Verlag".

Le case editrici altoatesine di lingua italiana sanno di poter contare su un pubblico non particolarmente vasto. Secondo l'Istat, solo il 40,5% degli italiani legge almeno un libro all'anno e in Alto Adige la comunità italiana è inferiore ai 120.000 abitanti. È un pubblico sufficiente a sostenere le attività editoriali in lingua italiana? Ne abbiamo parlato con Aldo Mazza, direttore di Edizioni alphabeta Verlag cercando di comprendere come si possano superare i confini di un mercato così ristretto. "Quando si parla di pubblico di una casa editrice- premette Aldo Mazza — mi vengono in mente due cose: prima di tutto i lettori e le lettrici, poi i partecipanti alle varie presentazioni pubbliche che, oltre a servire a promuovere un certo titolo, hanno spesso il carattere di vero e proprio evento culturale pubblico, appunto".

Quali sono i limiti di questi pubblici?

"*Edizioni alphabeta Verlag*, che nella sua produzione bilingue cerca di muoversi tra il *locus* ed il *globus*, sente molte forte il legame con il territorio in cui opera. Per questo si pone l'ambizioso obiettivo di realizzare mescolamento, *incontro dei pubblici* cioè, vere e proprie proposte di sconfinamento, un continuo uscire ed entrare dai propri confini con il piacere di farlo e senza la paura di perdere qualcosa, anzi. Questo determina le scelte sia per quanto riguarda i titoli da pubblicare, sia le modalità degli eventi che accompagnano queste pubblicazioni. A livello di *locus* i pubblici sono quindi almeno due: quello di lingua italiana e quello di lingua tedesca. A tutti cerchiamo di proporre occasioni in cui possano incontrarsi e confrontarsi direttamente con *l'altro* sia fisicamente in un certo luogo che attraverso la lettura dei testi che pubblichiamo".

È anche e soprattutto una questione di approccio al territorio?

"Sì, non ci limitiamo ad un'accettazione dell'esistente che vede due comunità culturali e linguistiche che sempre più vivono in una sorta di mondi paralleli, ma cerchiamo in maniera consapevole di promuovere questo incontro perché ne scorgiamo il potenziale altamente positivo per chi vive in questo territorio, e non solo. In questo *locus* sono in contatto strutturalmente la cultura italiana e quella tedesca e crediamo sia interesse di tutti che questo incontro vada valorizzato, senza retorica, coscienti del fatto che occorra ancora lavorare molto per *normalizzare* il rapporto tra le due comunità. Inoltre l'Alto Adige/Südtirol per la sua travagliata storia potrebbe e dovrebbe svolgere una funzione importante per l'integrazione europea, diventare cioè il luogo virtuoso in cui le culture si incontrano e sanno come

farlo".
Come si può raggiungere questo obiettivo?
"I fatti ci dimostrano che non avviene per caso, occorre una volontà ed una strategia precisa. Per esempio, nel tradurre la letteratura tedesca in italiano e viceversa ci poniamo come obiettivo fondamentale quello di diffondere la conoscenza della letteratura di lingua tedesca nella comunità italiana (ovviamente anche il contrario). Abbiamo sempre presente il contesto in cui lavoriamo".

Ci sono stati miglioramenti negli ultimi anni?
"Se guardiamo indietro, certamente molte cose sono cambiate in positivo, ma crediamo che ci sia ancora molto da fare. Come dicevo, le due comunità sembrano essersi sviluppate parallelamente e oggi non sono più una contro l'altra. Il fatto è che procedono accanto senza incrociarsi come dovrebbero e potrebbero. Spesso separati e ognuno con il proprio pubblico sono i luoghi in cui si fa cultura, come ad esempio le biblioteche. Con il nostro lavoro vorremmo collegare queste due parallele destinate a non incontrarsi mai, essere un po' come il trattino di congiunzione della lettera *H*. Potrei dire che serve una scala a pioli su cui italiani e tedeschi possano salire insieme. Da questo punto di vista la politica dovrebbe fare molto di più, essere più attiva e depotenziare con convinzione l'elemento *etnico*. È necessario un cambio di paradigma, non basta un generico *vogliamoci bene* e l'incontro non avviene per caso, così come dimostrano gli sviluppi degli ultimi anni. Tra l'altro se impariamo a salire su questa scala a pioli, i cui scalini sono il punto d'incontro/confronto, se lo facciamo con piacere, svilupperemmo meglio competenze importantissime oggi per meglio relazionarci anche con i nuovi cittadini che ormai sono parte integrante della nostra realtà. Questa terra che ha già affrontato con difficoltà (ma anche con successo) la questione della convivenza tra popolazioni diverse per cultura e lingua deve poter mettere a frutto questa condizione in ottica di un mondo che cambia e si *mescola* sempre più velocemente. E per questo la cultura, il lavoro culturale è decisivo".

Al di là delle questioni locali, l'editoria appare in crisi quasi ovunque. La concorrenza delle nuove tecnologie si fa sentire? Come pensate di affrontare la questione?
"Tutti parlano di questa crisi e dal mio punto di vista devo purtroppo confermarla: si legge molto meno e sempre meno persone sono disposte ad acquistare libri

(anche se va segnalata una forte differenza tra l'Italia in cui la situazione è davvero preoccupante e i paesi di lingua tedesca). Come editori locali possiamo per fortuna contare su una nuova legge della cultura che prevede contributi per l'editoria che risultano decisivi per la produzione di determinati titoli *utili* per il territorio che non potrebbero mai vedere la luce visti i numeri del bacino dei potenziali lettori. È anche grazie a questo sostegno pubblico che siamo in grado di portare avanti la politica editoriale di cui ho parlato finora. Rispetto alla concorrenza delle nuove tecnologie credo che il problema non sia tanto quello dell'ebook rispetto al classico libro su carta. Il fenomeno, dopo un inizio che sembrava dover rivoluzionare il mondo dell'editoria, è abbastanza rientrato ed il vecchio buon libro non è scomparso, come molti invece pronosticavano. Si legge molto meno dicevo, forse avrei dovuto dire si leggono molto meno libri (su carta o ebook) a vantaggio di un altro tipo di lettura *facile e veloce* che le nuove tecnologie favoriscono in vari modi. È un bene o è un male? Non lo so, credo però che il grosso rischio sia quello di muoversi in superficie, senza approfondire. Ma forse questo me lo fa dire la mia età...".

“Qui si compra molto e si produce poco”

Pregi e (soprattutto) difetti delle cultura in Alto Adige/Südtirol. Intervista a Georg Mair, caporedattore di FF.

Chefredakteur di "FF Das Südtiroler Wochenmagazin", Georg Mair si occupa da anni della cultura tedesca in Alto Adige, ma non disdegna incursioni in quella italiana. Stimato e temuto, è uno dei pochi critici che può vantare una visione globale sull'offerta culturale della nostra provincia e sul suo pubblico. La sua premessa è, come d'abitudine, chiara e senza fronzoli: "In generale, sono i grandi nomi ad attrarre il pubblico altoatesino e quello sudtirolese. Ma sono pubblici nettamente divisi dalla lingua, solo la musica e la danza riescono a scalfire, in parte, questa separazione. Editoria, teatro e cinema restano su due strade parallele che non si incontrano. Quanti italiani, solo per fare un esempio, frequentano, o anche solo conoscono, il programma di Literatur Lana o gli autori ospitati?"

Anche il luogo è importante?
"Sì, difficilmente un bolzanino va a Merano o a Brunico per assistere a un evento culturale, mentre un po' più facilmente accade il contrario. Forse solo in occasione delle inaugurazioni di mostre importanti il pubblico decide di muoversi. Ma anche i luoghi sono divisi in base alla lingua, quelli individuati come *tedeschi* difficilmente vengono frequentati dagli italiani e viceversa".

Senza eccezioni?
"Mi vengono in mente solo gli spettacoli proposti da Antonio Viganò e dal suo *Teatro la Ribalta* frequentati anche da spettatori di lingua tedesca. Ovviamente è un peccato, perché in Alto Adige avremmo la possibilità di confrontare due teatri anche molto diversi e di qualità: quello italiano portato dallo Stabile e quello tedesco del Südtiroler Kulturinstitut. È una fortuna poter confrontare i diversi linguaggi e le diverse messe in scena, ma pochissimi sfruttano questa straordinaria occasione".

Speranze di miglioramento?
"Non vedo molte possibilità di cambiamento finché scuole e assessorati alla cultura restano divisi per lingua. Di conseguenza tutto procede separatamente, dovrebbe esistere una consulta mista ma non so nemmeno se funzioni o come".

Il pubblico tedesco risponde alle stesse motivazioni di quello di lingua italiana?
"Credo di sì, il programma del Kulturinstitut è di altissima qualità ma raccoglie molti abbonamenti perché la borghesia bolzanina di lingua tedesca sa che quell'abbonamento è un simbolo di prestigio sociale. Ma credo che il problema

maggiore della cultura – italiana e tedesca, perché poi la cultura è una sola – sia che qua si compra molto e si produce poco".

Eppure non mancano i finanziamenti pubblici...
"Sì, ma non vorrei picchiare questo tasto perché a mio avviso si spendono pochi soldi pubblici per la cultura. Credo, invece, che manchi una idea chiara su dove si voglia arrivare e su cosa si vuole produrre".

A questo proposito, non manca un criterio, non è venuta a mancare la figura del critico che valutava la qualità dell'offerta?
"Noto con dispiacere che sulla stampa italiana è praticamente scomparsa. Sulla stampa tedesca va un po' meglio. A *FF*, per esempio, continuiamo a ospitare critiche anche se non tutti apprezzano"

“Al Cristallo mi sento a casa”

L’offerta e il pubblico del teatro di via Dalmazia a Bolzano. Intervista all’abbonata Roberta Petrungaro

Prosegue il viaggio di Scripta Manent alla scoperta dei gusti del pubblico culturale altoatesino. Oggi è la volta di Roberta Petrungaro, affezionata, se non affezionatissima, frequentatrice del Teatro Cristallo. I motivi di questo speciale legame con il teatro di via Dalmazia li illustra senza nemmeno doverci pensare: "Sono davvero entusiasta del Cristallo, mi piace il clima che respiro e il suo essere un luogo famigliare che mi fa sentire immediatamente a mio agio. Non c'è la formalità che ho trovato in altri teatri".

Prima di abbonarsi al Cristallo era abbonata ad altre stagioni teatrali?
"Premetto che la prossima sarà la terza stagione che seguirò da abbonata al Cristallo. Comunque sì, prima ero abbonata alla stagione dello Stabile. Sarà che avevo scelto la serata del giovedì, ma non mi sentivo molto a mio agio, trovavo l'ambiente troppo formale. Al Cristallo, invece, mi sento a casa, offre un'offerta più ampia e permette di spaziare di più. Mi sembra presenti spettacoli meno *difficili* o *importanti* di quelli dello Stabile, danno più spazio al sociale. In sintesi, mi sembra un'offerta più adatta a me".

Quando nasce la sua passione per il teatro?
"A dire il vero non vengo da una famiglia così appassionata, ma ricordo che quando ero bambina mia nonna mi portava alle commedie dialettali. Negli anni successivi, però, non mi sono più avvicinata al teatro. L'ho riscoperto solo una decina di anni fa insieme ad alcune amiche. Ci siamo fatte coinvolgere dall'idea di andare a teatro, abbiamo assistito a qualche opera lirica poi, come detto, ci siamo abbonate alla stagione dello Stabile e tre anni fa abbiamo optato per il Cristallo".

La stagione "In scena" del Cristallo è organizzata insieme allo Stabile, sulla scelta di lasciare Piazza Verdi per via Dalmazia sembrano pesare anche le "condizioni ambientali"....
"Hanno avuto la loro importanza, non posso negare di aver notato il diverso atteggiamento da parte del pubblico. La partecipazione c'era anche allo Stabile, ma mancava l'entusiasmo. Al Cristallo si dimostra l'apprezzamento in maniera differente, si applaude con più enfasi".

Non trova proprio nessun difetto al Teatro Cristallo?
"Forse uno, manca un luogo in cui sia possibile fermarsi dopo lo spettacolo. Molte

volte ci siamo ritrovate a discutere dello spettacolo in piedi sul marciapiede fuori dal teatro, ma non sempre le condizioni climatiche sono favorevoli. Sarebbe bello avere un luogo in cui potersi fermare per parlare e lasciare che lo spettacolo protragga i suoi effetti anche dopo che è calato il sipario. A dire il vero, il problema l'avevamo anche al Comunale, forse riguarda l'intera città. Poi, ovviamente, mi dispiace che quasi sempre gli spettacoli del Cristallo non abbiano repliche. E se quel giorno sono impegnata... So che è una questione complicata, ma comunque i pregi sono più importanti, penso anche ai laboratori e all'offerta per i più giovani con spettacoli al sabato e alla domenica pomeriggio".

Spettacoli preferiti?
"Negli ultimi anni: *Come una specie di sorriso*, omaggio di Neri Marcorè a Fabrizio De Andrè, *Otello circus* di Antonio Viganò e *Le baruffe chiozzotte* di Carlo Goldoni.

Altre passioni oltre al teatro?
"Vado volentieri al cinema, con la famiglia e da sola. D'estate seguo gli incontri organizzati al parco semirurali, *Bolzano Danza* e in generale i musical dell'Istituto musicale. Non seguo, invece, gli incontri con gli autori, preferisco leggermi un libro a casa. Mi piacerebbe avere più tempo per partecipare agli incontri del caffè delle lingue per *rinfrescare* il mio inglese".

Tenere in piedi una storia

La quantità di eventi, i tempi che cambiano e i problemi del trasporto pubblico. L'offerta culturale altoatesina secondo Claudio Baraldi.

Chi frequenta gli appuntamenti culturali di Bolzano, in centro o in periferia, li ha quasi certamente incrociati Sono Iolanda Millo e Claudio Baraldi. Per "questioni di genere" abbiamo intervistato quest'ultimo, fino ad ora avevamo intervistato solo il pubblico femminile.
L'appuntamento è in un luogo che Baraldi conosce molto bene e frequenta spesso: il Centro Trevi: "È vero partecipo a molte presentazioni di libri – precisa – ma vado un po' dappertutto: al Teatro Cristallo per i concerti e gli spettacoli di Teatro Blu, in Galleria Civica per le mostre. Vado anche a qualche spettacolo del Teatro Stabile, ma più raramente. Comunque non mi perdo nulla di Marco Paolini o di Ottavia Piccolo".

Come valuta l'offerta complessiva?
"È molto vasta, forse persino eccessiva. Troppi appuntamenti finiscono per sovrapporsi, oggi, per esempio, (giovedì 19 settembre 2019 Ndr) alle ore 18 ci sono tre eventi differenti a cui sono interessato e magari domani non ce n'è nessuno. Credo servirebbe un maggiore coordinamento tra gli operatori. Per quel che riguarda il pubblico, lo trovo un po' pigro. O gli si portano gli spettacoli in casa – o quasi – , oppure non partecipa. Va anche detto che il trasporto pubblico non aiuta, terminati gli spettacoli serali sono pochissimi gli autobus a disposizione per tornare a casa, soprattutto per chi abita in periferia".

Lei abita a Casanova, come valuta l'offerta culturale in periferia?
"È quel che dicevo, è difficile coinvolgere la popolazione che purtroppo, sembra spesso preferire il silenzio. Non si contano gli interventi dei vigili per interrompere manifestazioni di vario genere su richiesta di qualche residente infastidito. Così, a Casanova viviamo in un silenzio quasi assoluto e ogni rumore sembra spaventare. In troppi sembrano aver dimenticato di essere stati giovani o bambini".

È sempre stato così?
"No, la risposta fino a qualche tempo fa era diversa. Credo che la cultura debba essere accessibile a tutti anche e soprattutto a chi non ha il portafoglio gonfio. Oggi, invece, per andare a un concerto di musica si pagano cifre astronomiche. Il resto lo sappiamo, si legge sempre di meno, si va meno al cinema e sempre meno persone sembrano interessate a capire come va il mondo".

Si è chiesto come mai?

"Io ho fatto parte di molti circoli culturali e politici e devo dire che qualche anno fa era tutto più semplice, i costi erano più bassi e non c'era una burocrazia così asfissiante. Ma mi rendo conto che è cambiato il mondo intorno. Io mi commuovevo ad ascoltare le madri di Plaza de Mayo, oggi le sensibilità sono molto diverse. Evidentemente la mia generazione non ha seminato a dovere, non abbiamo saputo raccontare da dove venivamo e cosa volevamo, non siamo stati capaci di tenere in piedi una storia. Ovviamente sono molto dispiaciuto dei risultati. È vero, anche oggi non mancano le persone e i giovani impegnati nel sociale e in varie attività di volontariato, ma sembrano aver perso gli ideali, forse perché non hanno una definita visione del mondo".

La forza della partecipazione

I pubblici del "Centro per la cultura" di Merano raccontati da Stefania Borin, Giorgio Loner e Giovanna Podavini.

Il Centro per la Cultura di Merano produce e ospita iniziative culturali varie e partecipate. Nella sede di via Cavour 1, a pochi passi dal Palace e dalle Passeggiate d'Estate, hanno sede sedici associazioni culturali per la maggior parte di lingua italiana ma anche mistilingue. A gestirlo è la cooperativa Mairania 857 che, di conseguenza, gode di un punto di vista privilegiato sui pubblici culturali della città sul Passirio. A descriverceli sono (in ordine alfabetico) Stefania Borin, Giorgio Loner e Giovanna Podavini che, prima di tutto, descrivono le principali attività della cooperativa: "Gestiamo gli aspetti organizzativi dei vari spazi, la calendarizzazione degli eventi, produciamo un dépliant che esce ogni mese e collaboriamo alla gestione della comunicazione"

Un'attività che vi permette di raggiungere pubblici di vario genere. Quali in particolare?
"Ogni associazione ha il proprio target di riferimento e, ovviamente, le iniziative che ospitiamo attirano principalmente pubblico, anzi pubblici, di lingua italiana, ma in occasione di eventi musicali, non manca la presenza tedesca che si mostra interessata anche alle rassegne cinematografiche. Da anni, presentiamo ad esempio Docu.emme, una rassegna di documentari metà in lingua italiana e metà in lingua tedesca. I tempi delle divisioni nette sono fortunatamente superati".

Notate differenze tra il pubblico altoatesino e quello sudtirolese?
"Uscendo dallo specifico della nostra proposta, notiamo che il pubblico tedesco si mostra più reattivo rispetto alla proposta culturale e sembra meno spaventato dall'evento in una lingua diversa dalla propria rispetto al pubblico di lingua italiana. A Merano, fortunatamente, esistono luoghi misti che si rivolgono indifferentemente a entrambe le comunità linguistiche, pensiamo, per esempio, all'Ost West Club Est Ovest, da questo punto di vista sembra più aperta di Bolzano".

Riuscite ad avere un feedback da chi frequenta il Centro?
"Sì, ovviamente al termine degli appuntamenti, ma anche nei giorni successivi capita di essere fermati per strada, soprattutto quando l'evento ha funzionato. La partecipazione non può che far piacere ed è uno dei motivi che ci spingono a proseguire e a proporre iniziative culturali sempre più valide".

La passione per quello che fate è evidente e non scontata. Cosa contribuisce a

mantenerla viva o cosa rischia di affievolirla?
"L'aspetto creativo ci tiene in vita e, come detto, la risposta positiva del pubblico agli appuntamenti che organizziamo è un grosso incentivo. Le pratiche burocratiche molto meno, ma soprattutto ci piacerebbe uno scambio più frequente con l'ente pubblico o i media. Un confronto più diretto e continuativo con la Provincia o chi si occupa di cultura sui vari media crediamo potrebbe fornire spunti interessanti e contribuire a migliorare la qualità dell'offerta".

Quali eventi recenti vi hanno dato maggiori soddisfazioni per la qualità e/o per la risposta del pubblico?
"Naturalmente ci viene più spontaneo ricordare quelle iniziative che abbiamo organizzato direttamente in tempi più recenti, da *Musical Dialogues* alla mostra *Lenhart Monogatari* sull'artista Franz Joseph Lenhart, da *La terra in prestito*, dedicata all'attualissimo tema della sostenibilità ambientale, all'annuale rassegna *Mercoledì Cinema*. Ma vogliamo ricordare che il punto di forza del Centro per la Cultura rimane comunque la varietà delle proposte e la pluralità degli organizzatori che nella struttura trovano uno spazio per le loro iniziative."

“La cultura è il motore di una comunità”

Intervista a Martine Parise, assessora alla cultura del Comune di Vadena.

Questo viaggio nell'offerta culturale dell'Alto Adige non poteva non toccare Vadena, cittadina di mille abitanti sparsi tra numerose piccole frazioni ai piedi del Monte di Mezzo. A Vadena, infatti, l'offerta culturale intende svolgere un ruolo particolare, in grado di includere e creare quel "collante identitario" fondamentale per una cittadina priva di un vero e proprio centro, almeno per come lo immaginiamo solitamente. Abbiamo, quindi, incontrato l'assessora alla cultura Martine Parise per comprendere come stia procedendo questo percorso, quali ostacoli siano ancora da superare e quali siano i risultati raggiunti. Partiamo dai primi: "Purtroppo,abbiamo avuto alcune difficoltà ad accedere ai finanziamenti provinciali perché non abbiamo più potuto contare sull'associazione che faceva da capofila ai nostri progetti — precisa — . Il Comune ha comunque deciso di investire fortemente sulla cultura investendo una cifra consistente, la più alta mai stanziata per eventi culturali".

A Vadena la cultura non è vista come semplice intrattenimento per i cittadini ma come qualcosa di diverso. Perché?

"Perché crediamo che la cultura sia il motore di una comunità, perché spinge all'incontro e alla partecipazione attiva. I risultati ci stanno dando ragione, ma non ci accontentiamo. Continuiamo a cercare di offrire un livello molto alto, collaborando con le maggiori istituzioni culturali della provincia in particolare di Bolzano".

Qual è la risposta della popolazione?

"Molto buona ed è quella che ci spinge a proseguire su questa linea. Non siamo mai stati accusati di sprecare dei soldi per eventi culturali nonostante l'importante investimento. I cittadini si mostrano davvero soddisfatti".

Quali eventi sono stati maggiormente graditi?

"Non posso non citare *Luci sul ponte* che va proprio nell'ottica di creare un senso di comunità partecipata. Il ponte sull'Adige è stato trasformato in un testimone della storia del paese e dei dintorni. Per l'occasione siamo riusciti a mostrare il territorio sotto una luce diversa,proiettando immagini storiche di Vadena, raccontando le difficoltà del passaggio sull'Adige nei decenni e nei secoli passati e mostrando le ricchezze anche enogastromiche del territorio. Abbiamo raccontato il paese di Vadena come importante passaggio tra nord e sud e tra le due sponde dell'Adige. I cittadini che hanno affollato la manifestazione sono rimasti molto soddisfatti".

A Vadena non vi limitate a organizzare eventi sul territorio comunale. Come si articola la vostra proposta?

"Negli anni passati abbiamo ospitato eventi di *Bolzano Danza* e del *Teatro Stabile* mentre attualmente collaboriamo col teatro Cristallo e col Vbb organizzando navette gratuite che permettono agli appassionati di assistere ad alcuni spettacoli teatrali. A breve, entro fine anno, organizzeremo eventi musicali in collaborazione col *Südtirol Jazz Festival*".

La qualità paga?

"Direi proprio di sì. Come detto, alcuni spettacoli sono più difficili di altri ma per noi è importante incuriosire e aiutare la crescita, non solo quantitativa, di un pubblico in grado di apprezzare tutte le proposte. È un investimento a lungo termine che sembra funzionare, anche eventi considerati più *difficili* hanno evidentemente lasciato una traccia importante. Alcuni spettacoli di *Bolzano Danza* che sul momento hanno spiazzato il pubblico, a distanza di tempo sono rimasti nel cuore degli spettatori, tanto da chiedermi quando li riproponiamo".

Il cibo come cultura

Qualità, storia e prospettive del bene culturale più amato e discusso. Intervista a Angelo Carrillo, gastrosofo e giornalista.

"Il cibo è cultura perché ha inventato e trasformato il mondo. È cultura quando si produce, quando si prepara, quando si consuma. È il frutto della nostra identità è uno strumento per esprimerla e comunicarla". Queste parole di Massimo Montanari servono, innanzitutto, per colmare un'importante lacuna, abbiamo scritto di teatro, arte, musica e cinema e non del bene culturale più amato, discusso e rappresentato: il cibo. Da questo punto di vista, qual è la situazione in Alto Adige/Südtirol? Per comprenderlo. abbiamo incontrato Angelo Carrillo, giornalista, critico enogastronomico nonché presidente di Slow Food Alto Adige.
"L'intero sistema altoatesino – premette – offre un consumo di alta qualità. Ambienti curati e accoglienti attirano una clientela che si fida dell'offerta ed è disposta a spendere un po' di più. Vocazione turistica ma, soprattutto politiche turistiche mirate. Negli ultimi venticinque anni le cose sono profondamente cambiate, chi raggiunge l'Alto Adige/Südtirol non si limita più a sciare o a fare passeggiate in montagna, ma va alla ricerca di un consumo gratificante in cui il mangiare e il bere bene sono fattori determinanti anche dal punto di vista del riconoscimento sociale. In sintesi, la gastronomia è cresciuta in Alto Adige più uniformemente che in altre regioni italiane grazie alle politiche turistiche e alla formazione scolastica e sul campo".

Nessuna problematicità?
"L'Alto Adige sconta ancora un problema strutturale legato, ad esempio, alla organizzazione cooperativistica che è un cardine della società altoatesina ma ha frenato lo sviluppo dell'artigianato agroalimentare, penso per esempio alle difficoltà dei piccoli caseifici".

La qualità e la quantità dell'offerta culturale dipendono anche (a volte soprattutto) dall'investimento pubblico. È così anche per il cibo e per l'offerta gastronomica provinciale?
"L'investimento pubblico ha riguardato soprattutto la formazione e la promozione. Questo ha avuto effetti positivi nel forte aumento qualitativo dell'offerta gastronomica complessiva nel medio e lungo periodo. In particolare nelle scuole alberghiere di entrambe le comunità linguistiche, nei corsi professionali e nella formazione continua organizzata dalla Laimburg. La formazione culturale del singolo consumatore gastronomico non è, ovviamente, a spese della Provincia, ma la crescita del sistema porta anche ad un crescita del consumatore. Ci sono regioni

italiane che hanno tradizioni e patrimonio gastronomico più consistenti dell'Alto Adige, ma che non sono riuscite a creare un sistema che integrato impedendo il rafforzamento dell'offerta gastronomica. Penso per esempio al Trentino".

Rispetto a trent'anni fa la situazione appare profondamente cambiata...
"Sì, il cambiamento ha riguardato sia la ristorazione italiana che quella tedesca. Fino a trent'anni fa, la clientela d'élite si frequentava principalmente i ristoranti italiani che avevano una qualità medio-alta. Oggi le cose sono molto diverse, nell'alta ristorazione trionfa il regionalismo anche in chiave creativa e i cuochi sudtirolesi sono ormai alla seconda generazione da protagonisti di questo cambiamento.
Alla crisi della società italiana altoatesina è corrisposta anche una crisi della ristorazione che non è stata in grado di adeguarsi ai nuovi modelli. Hanno influito diverse questioni: la crisi economica trasformatasi anche in minore capacità di spesa, l'invecchiamento della popolazione, il cambiamento della struttura sociale ed economica dell'Alto Adige dopo la scomparsa delle grandi aziende fondate durante il fascismo. Penso per esempio alla diminuzione di militari e forze dell'ordine presenti sul territorio. Ancora negli anni Ottanta a Bolzano, soprattutto nei dintorni delle caserme, si mangiava una delle migliori pizze d'Italia, ora le cose sono molto cambiate, la ristorazione italiana sembra ancora alla ricerca di una sua strada".

Il filo della rete

Il pubblico della cultura sui social network. Intervista a Chiara Pompeo della "redazione social" del Centro Trevi.

Chiara Pompeo è nata a Roma e studia in Tirolo, ma da settembre scorso fa parte della "redazione social" del Centro Trevi di Bolzano grazie a un tirocinio: "Sto studiando per una laurea specialistica in traduzione a Innsbruck – premette – e la provincia di Bolzano è il luogo che mi è culturalmente più vicino. Quando ho saputo di questo tirocinio mi sono candidata e dopo alcuni colloqui sono stata selezionata". Da quasi due mesi, quindi, cerca di "raggiungere" il pubblico del Trevi e più in generale della cultura italiana attraverso Instagram, il social network più amato dai giovani sotto i trent'anni.

Come valuti questa esperienza all'interno della "Redazione social" del Trevi?
"Personalmente sono soddisfatta, ma credo lo sia anche l'intera redazione social. Ovviamente su Instagram non possiamo ancora presentare grandi numeri ma la crescita in questo ultimo mese e mezzo è stata decisa e continua. Credo che siamo riusciti anche a raggiungere un pubblico più giovane che ha mostrato attenzione soprattutto per le proposte del Centro Multilingue e sui suoi servizi. Su Facebook, invece, il gruppo redazione è già attivo da ben due anni e può contare su un pubblico più ampio con un'età media superiore rispetto a *Ig*".

Che strategia hai utilizzato, quali difficoltà ha incontrato?
"Nella prima fase ho sperimentato, ho osservato la risposta a determinati post e la reazione del pubblico. Poi, ovviamente, ho provato a mettermi nei panni degli utenti e di comprendere quali post potevano avere un'attrattiva maggiore. Instagram è diverso da Facebook, gli utenti *Ig* sono più interessati al dietro le quinte e alle persone più che alle attività e questo mi ha fornito una prima indicazione. Instagram è ovviamente molto visuale e questo permette anche di superare gli ostacoli della comprensione linguistica e questo è un vantaggio importante in questo territorio. In generale stiamo cercando di trovare la strada giusta per veicolare al meglio l'immagine del Trevi".

Anche perché il centro Trevi è la somma di varie parti. Siete riusciti a trasmettere un'idea unitaria?
"Ci stiamo provando, ma le varie anime possono essere viste come un problema o come una ricchezza. La redazione social del Centro Trevi è un gruppo trasversale e i componenti lavorano insieme in modo orizzontale incontrandosi una volta a settimana per trasmettere l'idea unitaria di cui parli. Io ho comunque cercato di

allargare l'offerta confrontandomi con altre realtà, per esempio con il Teatro Stabile e con il Cai, che in questi mesi hanno iniziative al Trevi. I risultati sono stati positivi e *l'audience* è cresciuta. Soprattutto per quel che riguarda il Tsb, ho potuto notare come il pubblico del teatro sia potenzialmente interessato alle attività del Trevi e su questo continueremo a lavorare. Al momento mi sto facendo ispirare anche da altre realtà, per esempio dall'Università di Bolzano, che ha delle strategie social interessanti e un target molto giovane".

Quali temi hanno funzionato maggiormente?
"Al momento stanno andando molto bene i video con i protagonisti di *Europa Cabaret*, lo spettacolo prodotto dal Teatro Stabile e ospitato al Trevi perché svelano il dietro le quinte della produzione e riescono a instaurare un linguaggio diretto con il pubblico dei social".

Per il resto, su cosa puntate maggiormente?
"Sottolineiamo sempre che i servizi del Trevi sono gratuiti perché ci siamo resi conto che molti cittadini non sono mai entrati qui e/o non conoscono i servizi offerti. Ovviamente, il lavoro non si limita al postare fotografie o video. Le immagini vanno cercate e recuperate negli archivi del Trevi o create. A volte utilizziamo un fotografo, altre volte le creo direttamente io al computer o sul cellulare, soprattutto i mini video. È un work in progress che credo potrà continuare e aggiustarsi anche quando terminerà il mio stage a fine mese".

La musica italiana e i suoi pubblici

Intervista a Fabio Zamboni, giornalista e "agitatore culturale".

Scripta Manent 2019. Fabio Zamboni è una nota firma dell'Alto Adige, ma non si limita a scrivere articoli. È anche un "agitatore culturale" che di pubblici ne ha conosciuti molti e differenziati, soprattutto del mondo musicale, ma non solo. Insieme a Lucio Paone, responsabile dell'associazione "L'obiettivo", organizza da oltre un decennio la rassegna "Racconti di musica" e l'intervista parte proprio dal pubblico di quest'ultima.
"Riguardo a chi frequenta questa rassegna sulla canzone d'autore ospitata al Cristallo abbiamo dati abbastanza precisi – spiega – . In gran parte è composto da persone tra i 45 e i 75 anni, un'età media chi si è abbassata solo quando abbiamo ospitato giovani rapper come Nesli e Mecna. In quel caso il pubblico era tutto sotto i 50. Il dato dimostra che non esiste un pubblico ma esistono diversi pubblici, soprattutto nella musica, soprattutto a Bolzano dove è presente anche la barriera linguistica. Difficilmente un madre lingua tedesca si avvicina ai cantautori italiani, ma non è una questione che riguarda la convivenza, più semplicemente chi non è madre lingua italiana ha più difficoltà a cogliere le raffinatezze dei testi dei cantautori".

I pubblici della musica sembrano essere numerosissimi e diversificati...
"Sì, oltre alla divisione tra giovani e anziani, tra italiani e tedeschi, noto una divisione netta anche all'interno del pubblico giovanile. Chi segue determinate band o cantanti non ne segue altri, mi sembra ci sia poca curiosità, o forse l'attuale offerta musicale è così vasta che ognuno segue i propri beniamini e fatica a seguirne altri".
Anche l'offerta culturale della provincia appare piuttosto vasta...
"Sì, forse è un lusso ma va bene così. Per altro, è sempre più difficile organizzare la rassegna *Racconti di musica*. Il mondo della canzone d'autore è complicatissimo. Perché i grandi nomi che fanno il tutto esaurito richiedono una spesa che non viene coperta nemmeno dalla vendita di tutti i posti disponibili al Cristallo. Per questo sono importanti gli abbonamenti e per questo proviamo anche a far conoscere i nomi nuovi della canzone d'autore come faremo con Cristina Donà e Ginevra Di Marco il prossimo 5 novembre. In questo contesto e viste le difficoltà organizzative con cambi date che avvengono all'ultimo momento a causa della partecipazione dei cantanti a eventi televisivi o a grandi festival, ben venga il sostegno pubblico. Altrimenti sarebbe impossibile organizzare la rassegna a prezzi popolari".

Ma un'offerta troppo vasta non crea problemi di sovrapposizioni e quindi

finisce inevitabilmente per penalizzare i "nomi nuovi"?
"Sì, ma credo che trovare una soluzione sia complicato, altrimenti la si sarebbe trovata. Comunque non è un problema che possiamo risolvere da soli. Noto, invece, il tentativo di mescolare i pubblici, quello del teatro con quello della musica come fa, per esempio il Cristallo, o come fa Viganò che porta la rassegna *Arte della diversità* al Cristallo e a Gries. È un cambiamento positivo e credo che anche questo abbia contribuito al successo del Cristallo che non è più un teatro di quartiere, ma un punto di riferimento per tutta la città, almeno quella italiana".

E per quel che riguarda il pubblico giovanile? Non è un po' bistrattato?
"Credo sia un problema più generale. Una grossa fetta dei giovani *autoctoni* nella fascia tra i 18 e i 25 studia all'estero, mentre gli studenti fuori sede dell'Università di Bolzano non si vedono in giro o comunque non è semplice intercettarli. Ovviamente auspico un ringiovanimento del pubblico della cultura in Alto Adige, ma occorre anche fare i conti con la realtà".

La musica che gira in tondo

Il pubblico della musica giovanile alla ricerca di una "sede". Intervista a Bertrand J. Risé.

Scripta Manent 2019. Nell'intervista a Fabio Zamboni era stata sottolineata l'età "matura" di chi assiste ai concerti della musica d'autore italiana e come il pubblico musicale più giovane sia molto vario e differenziato, quindi più difficilmente "intercettabile". Per incominciare a conoscerlo abbiamo deciso di incontrare *Berise*, all'anagrafe Bertrand Johannes Risé, noto, soprattutto, come frontman degli Shanti Powa, ma abituato a presentarsi al pubblico sotto varie forme: da solo, con Wicked and Bonny e in compagnia di Amelia Wattson nel duo "Les Voies".
Il suo punto di vista sul pubblico musicale giovanile è quindi piuttosto ampio e ovviamente, proprio da questo partiamo. "Come *Shanti Powa* – premette – abbiamo un pubblico misto non solo dal punto di vista etnico, sia italiano che tedesco, ma anche generazionale. Ci seguono ventenni e cinquantenni, italiani e tedeschi, senza distinzione. Altri progetti hanno un pubblico più differenziato, potrei dire *internazionale*".

Come siete riusciti a superare le varie barriere?
"La musica dovrebbe essere un linguaggio universale e spero sia anche merito di quella che suoniamo. Sono convinto, però, che il successo nasca anche dal fatto che nel progetto sono coinvolti anche ragazzi delle periferie di Bolzano. Poi cantiamo in tre lingue..."

Questo non significa che non abbiate difficoltà...
"Sì, il principale è notissimo. In Alto Adige per chi fa musica giovane e underground è molto difficile trovare spazi in cui esibirsi, soprattutto a Bolzano, ma non solo. Nelle scorse settimane cercavo un posto in cui ospitare un evento contro la Brexit e non ci sono riuscito, così ho dovuto organizzarlo a Trento al Top Gun (si è tenuto il 15 novembre *ndr*) È un ex magazzino, un luogo aperto e libero dove possiamo suonare fino a notte inoltrata".

Quel "ma" dice molto, ma forse non abbastanza
"Premesso che sarebbe stato sufficiente non fare chiudere i locali che già c'erano, faccio un esempio: a Bressanone ha aperto un centro giovani dove sorgeva il cinema Astra. È un bel posto, sono stati spesi molti soldi ma ripresenterà i soliti problemi di flessibilità, di gestione e di limiti di orario. Spero di sbagliarmi ma credo che si trasformerà nell'ennesimo luogo per conferenze. La musica e la cultura *underground* hanno bisogno di imperfezione, gli spazi creati dalla provincia, invece, sembrano

sempre delle scuole elementari. Servirebbe qualcosa di diverso".

E al di fuori dei locali "provinciali"?
"Abbiamo chiesto a molti privati ma fatichiamo anche solo ad avere una risposta. Un luogo sul modello di quello di Trento che ho appena citato, in Alto Adige/Südtirol non esiste. Sta nascendo, a Silandro. È un centro per l'innovazione e la cultura nato grazie al sindaco, peccato che non sia facilmente raggiungibile da Bolzano o dalla Val Pusteria".

A Bolzano non avete trovato nulla?
"Abbiamo provato a contattare i proprietari di alcuni edifici abbandonati senza successo. Per fare musica all'aperto credo si potrebbe sfruttare il *Noi*, ma al momento non sembrano interessati a percorrere questa strada. L'ultimo disco degli *Shanti Powa* (il prossimo uscirà a ottobre 2020) abbiamo dovuto presentarlo al Kulturheim Gries. Ringraziamo per l'ospitalità, ma non è certamente un luogo pensato per la musica giovane o *underground*. Resta il Pippo con disponibilità e orari limitati".

Proposte?
"Non cerchiamo un luogo di proprietà o gestito della Provincia, ci basta un luogo in cui ci sia permesso di incontrarci e suonare senza orari da dopo lavoro, un luogo libero e aperto. Non è una questione di edifici perché ne abbiamo individuati diversi, sembra piuttosto che tutto debba essere *istituzionalizzato*. Non a caso è la musica giovane e underground è la più penalizzata. Chi ascolta Volksmusik, jazz o musica classica sa benissimo dove andare. Forse c'è chi ha paura del pensiero libero".

“Negli ultimi anni è cambiato tutto”

Il pubblico e il mercato dell’arte visti da Alessandro Casciaro, titolare dell’omonima galleria.

Scripta Manent 2019. Nelle settimane scorse abbiamo dedicato molto spazio alla musica ed è tornato il momento di parlare d'arte, un tema che recentemente avevamo un po' trascurato. Lo facciamo incontrando Alessandro Casciaro all'interno dell'omonima galleria d'arte di via dei Cappuccini a Bolzano. Fondata nel 2015 dallo stesso Alessandro come prosecuzione della Galleria Goethe (la prima galleria d'arte della provincia, fondata nel 1964 da Ennio Casciaro), conta oggi su più di cinquant'anni di attività ed ha quindi uno sguardo molto particolare sul mondo degli appassionati d'arte in Alto Adige. Un pubblico non particolarmente vasto, ma non per questo meno interessante.
"Chi frequenta la nostra galleria — precisa Casciaro — è composto principalmente da amanti dell'arte visiva che vengono da noi sapendo cosa aspettarsi. Quello che partecipa alle inaugurazioni si suddivide in due gruppi, una piccola parte di affezionati regolari che partecipa abitualmente alle nostre iniziative e coloro che vengono in quanto amanti dell'artista in mostra. Ovviamente gli artisti locali sono quelli che portano più pubblico".

La vostra è una galleria "storica" di Bolzano, riuscite a coinvolgere anche un pubblico giovane?
"Sì, faccio un esempio. La mostra appena conclusa con opere di Karl Plattner ha attirato un pubblico tendenzialmente più maturo, mentre quello della mostra di Francesco Bocchini che inauguriamo oggi *(15 novembre ndr)* probabilmente attirerà meno pubblico, ma più giovane e attratto dalla sperimentazione".

Sono visitatori "curiosi"?
"In parte sì. Possiamo contare sugli affezionati che, come ho già detto, vengono a visitarci a prescindere, il resto è determinato da diversi fattori, a volte casuali. Bolzano è una città piccole piena di eventi culturali che spesso si sovrappongono e non c'è l'abitudine di passare da un evento all'altro come in alcune grandi città. È più facile che l'appassionato si rechi a un singolo evento e si accontenti di quello".

Sono appassionati di cultura in generale?
"C'è chi passa da noi prima di andare a teatro, vista la vicinanza fisica tra la nostra galleria e il Comunale, quindi direi che ha consumi culturali differenziati. È vero, però, che gli appassionati d'arte sono un gruppo ristretto che magari preferisce venire a vedersi le opere con calma, al di là degli eventi".

Un pubblico in maggioranza di lingua italiana o tedesca?
"Circa l'80% è di madre lingua tedesca, ma è sempre stato così, sin da quando mio padre ha aperto la prima galleria".

Negli ultimi anni cosa è cambiato?
"Praticamente tutto. Io posso parlare in riferimento a uno spazio temporale ristretto, ma non solo parlando con mio padre mi rendo conto che un certo tipo di appassionato non esiste più. Oggi i figli sembrano avere meno passione dei padri, sembrano meno ricettivi a volte persino disinteressati, oppure hanno completamente cambiato interessi, per esempio preferiscono la fotografia al dipinto. I più giovani hanno però il vantaggio di poter viaggiare di più, sia fisicamente che virtualmente e spesso sono ben informati riguardo agli artisti internazionali e al loro valore, anche economico".

Il numero delle gallerie è, però, calato drasticamente...
"Sì, negli anni Settanta-Ottanta Bolzano aveva sette gallerie oggi ne ha due e in tutto l'Alto Adige sono tre. Ma va così dappertutto, a Trento le cose non vanno diversamente. È cambiato il mondo, tutto è molto più legato ai valori di mercato che a quelli artistici. Noi continuiamo a restare dentro a determinati contesti artistici di qualità e continuiamo ad avere una progettualità precisa ma il mondo sembra andare in un'altra direzione. A volte ci sembra che ci scambino per una banca di investimenti, ma un'opera d'arte è qualcosa di diverso da un titolo azionario".

Il cinema è donna

Il pubblico del grande schermo a Bolzano. Intervista a Dorothea Vieider e Oswald Lang, presidente e direttore del Filmclub.

Scripta Manent 2019. Oltre trenta interviste e quasi nulla sul pubblico del cinema. Per colmare la lacuna, abbiamo intervistato Dorothea Vieider e Oswald Lang, rispettivamente presidente e direttore del Filmclub di Bolzano, abituale ritrovo dei cinefili del capoluogo altoatesino. Da alcuni anni la fruizione dei film è in radicale cambiamento. Lo straordinario successo delle piattaforme che offrono film e serie tv in streaming sembra influenzare le scelte del pubblico come mai erano riusciti i dvd, le videocassette e forse persino la televisione.
Un successo che si inserisce nelle note difficoltà della distribuzione cinematografica in Italia e ancor più altoatesina/sudtirolese. Ma per comprendere meglio il quadro, lasciamo la parola agli esperti Dorothea Vieider e Oswald Lang: "La visione dei film in streaming – precisano – sembra riguardare soprattutto i più giovani e ormai il nostro pubblico, particolari eventi esclusi, è in gran parte con età superiore ai trenta se non ai quarant'anni. La preoccupazione principale riguarda ora i film prodotti da piattaforme come Netflix ma che non si limitano all'offerta in streaming ma escono anche nelle sale cinematografiche".

Cosa vi preoccupa maggiormente?
"Si corre il rischio che le sale cinematografiche si riducano a vetrine per il lancio dei titoli in streaming. Purtroppo il sistema delle sale cinematografiche non è riuscito a mostrarsi compatto nel contrastare questa impostazione e ora il rischio di fa concreto".

Il pubblico più giovane fatica a entrare in un cinema?
"Pare di sì. Hanno la possibilità di vedere i film su una varietà di schermi diversi (dal pc allo smartphone, passando per il tablet) senza doversi alzare dalla poltrona. È un'abitudine che sarà difficile da cambiare. Inoltre, il Filmclub prova a presentare un'offerta di alta qualità, siamo un cinema d'essai che non offre ai più giovani quei servizi, dai secchi di popcorn ai gadget, che attirano molti giovanissimi. Preferiamo concentrarci sulla qualità della proposta cinematografica, anche se non è un lavoro semplice".

Quali sono le maggiori difficoltà legate alla distribuzione?
"Va premesso che con l'apertura delle multisale commerciali abbiamo limitato l'offerta a film d'autore perché sui titoli blockbusters non riusciamo a raggiungere gli stessi incassi. Sui film di qualità, però, riusciamo ancora ad essere più attrattivi

delle sale commerciali, ma fatichiamo a farlo comprendere ad alcuni distributori".

A tutto questo si aggiungono le difficoltà di un'offerta cinematografica in due lingue...
"Esatto, la distribuzione italiana non sempre ha titoli in lingua tedesca e quella tedesca spesso non ha i diritti per la distribuzione in Italia. Nonostante tutte queste difficoltà riusciamo ad offrire un'offerta equilibrata tra titoli in tedesco e in italiano e abbiamo un buona fetta di pubblico affezionato".

Quanto contano gli eventi speciali da questo punto di vista?
"Sono importanti, ma ovviamente hanno un costo maggiore perché trasmettere un film particolare in lingua originale o un documentario o una produzione locale per un giorno solo ha costi di un certo tipo e incassi limitati a una sola giornata. Senza contributi pubblici non potremmo andare avanti".

In conclusione che tipo di pubblico è quello del Filmclub?
"Due terzi se non tre quarti del pubblico è femminile. L'età media è sicuramente superiore ai trenta/quarant'anni. Per quel che riguarda la divisione linguistica, 50% italiani, 50% tedeschi".

La qualità come nuova sfida collettiva

I pubblici culturali altoatesini visti da Claudio Andolfo, direttore della Ripartizione Cultura Italiana della Provincia.

Scripta Manent 2019. Il ciclo di interviste dell'edizione 2019 di Scripta Manent non poteva concludersi senza l'intervento di chi ha fortemente voluto questa lunga, e speriamo fruttuosa, indagine sui pubblici culturali in Alto Adige: Claudio Andolfo, direttore della Ripartizione Cultura Italiana della Provincia.
Ovviamente, siamo partiti da un bilancio sintetico e complessivo dell'iniziativa e dalle relative considerazioni: "L'edizione di Scripta Manent di quest'anno credo abbia aperto uno squarcio sui *pubblici* scomponendo la parola pubblico. È evidente che oggi, in maniera più evidente di qualche anno fa, i pubblici sono tanti e differenziati, esistono nicchie che vanno tenute in considerazione e analizzate. Chi fa politiche culturali deve prenderne atto".

In che modo?
"Per esempio, utilizzando il Centro Trevi come un laboratorio privilegiato in cui testare alcuni approcci e politiche. Dico *privilegiato* perché offre servizi differenziati: dal prestito dei libri a quello dei dvd, dal centro multilingue alle mostre. Inoltre accoglie eventi di associazioni di vario tipo e da tempo sviluppa e accoglie format pensati proprio per nicchie di pubblico. Alcuni eventi come, per esempio, le proiezioni pomeridiane del centro audiovisivi ci hanno dimostrato come esistano anche pubblici che solitamente non vengono presi in considerazioni. Nel caso specifico, coloro che guardano volentieri un film nelle ore pomeridiane perché preferiscono non uscire alla sera o col buio. Ma il Trevi mostra anche come i vari pubblici formino numeri consistenti. Nel 2019, non ancora concluso, vi sono entrate oltre 90.000 persone che hanno varcato i portoni di via dei Cappuccini per recarsi in biblioteca, per partecipare ad eventi, per visitare mostre o per assistere a *Europa Cabaret*. A questi dati vanno aggiunti quelli relativi agli ottimi risultati ottenuti dai nostri canali social: 4500 followers su Facebook e oltre mille su Instagram".

Prossimo passo?
"Credo occorra ragionare sulla qualità dell'offerta. Preso atto che i pubblici sono tanti, credo che la sfida dei prossimi anni sia quella di adeguare l'offerta delle politiche culturali ai tempi di oggi. I risultati ottenuti sono figli delle politiche culturali degli anni Ottanta, quando avevamo bilanci crescenti e autonomia in espansione. In altre parole, ai tempi occorreva creare quello che non c'era: un sistema infrastrutturato di biblioteche, centri giovanili, teatri, spazi per la musica... Oggi penso sia arrivato il momento di affrontare i temi della sostenibilità di questo

sistema e della qualità dell'offerta. Credo si possano ottenere ottimi risultati aggiornando gli strumenti a disposizione. Per evitare fraintendimenti, il tema della qualità si pone come sfida collettiva da affrontare insieme e non proponendo soluzioni dall'alto".

Il dibattito culturale è uno strumento fondamentale, ma da queste parti fatica a svilupparsi. Come mai?

"Forse c'è ancora poca fiducia tra le parti. Poca fiducia nei confronti della pubblica amministrazione, che viene troppo spesso percepita solo come *ente controllore* mentre invece è anche un partner. Poca fiducia tra i player culturali, percepiti come concorrenti invece che come potenziali alleati. Ciò irrigidisce il sistema e inibisce il dibattito tra *addetti ai lavori*. Per quanto riguarda il pubblico, vanno comprese meglio le motivazioni che spingono alla partecipazione culturale. Probabilmente il pubblico di *esperti* che va a teatro, al cinema o ad un concerto con la sicurezza del giudizio e l'interesse a condividerlo, non è molto vasto. Ma questo non è di per se un male, anzi, volendo, può essere un segno positivo dei risultati ottenuti dalle politiche culturali locali degli ultimi anni, che sono state in grado di avvicinare nuovi pubblici alla cultura".

Quale cultura per il pubblico?

L'intrattenimento, l'approfondimento, la partecipazione democratica e un libro di Goffredo Fofi.
I temi e le domande di Scripta Manent 2020.

Scripta Manent. Il 2019 sta per concludersi e come molti altri ci troviamo a stilare un "bilancio annuale" che risulta felicemente complicato . Le oltre trenta interviste raccolte per questa edizione di Scripta Manent ci hanno fornito risposte differenziate e stimolanti, tanto da spingerci a porre nuove domande evitando di cercare una risposta strutturata che esula dai compiti di Scripta Manent.
Per questo crediamo che sia giunto il momento di ribaltare la domanda da cui eravamo partiti a inizio 2019: "Quale pubblico per la cultura altoatesina?" per passare a "Quale cultura per il pubblico dell'Alto Adige?".

Un cambiamento che ci è stato stimolato dal pubblico ancor prima che dagli operatori culturali. È il pubblico, anche quello che abbiamo sentito "off record", che ha chiaramente richiesto spettacoli in grado di "sfidarlo", invitando a proposte più "scomode" e "difficili" in grado di prolungare ragionamenti e dialoghi anche oltre la conclusione del singolo evento.
"A Bolzano ci si crogiola in un certo tipo di umorismo e anche nella battuta scontata, non vedo molta voglia di farsi sorprendere", "Chi va a teatro lo fa perché crede che sia un dovere della sua classe sociale di appartenenza". Spesso abbiamo sentito frasi che sono un invito troppo ghiotto per lasciarlo cadere nel vuoto. È vero, la selezione degli intervistati è stata casuale ed è quindi possibile che non rappresentino il pensiero più diffuso, forse si tratta solo di una minoranza, ma crediamo siano uno stimolo sufficiente a chiederci quale "cultura" si intenda privilegiare nell'offerta al pubblico altoatesino e quali politiche culturali possano essere attivate dall'ente pubblico.

Da tempo, ormai, sembra prevalere un unico criterio quello quantitativo, spariti i critici, i media si limitano a far parlare i numeri. Di conseguenza, ogni ente finisce per autocelebrarsi attraverso il numero di abbonati e di visitatori, i bilanci "sistemati" o la crescita delle sponsorizzazioni private. Ma chi valuta la qualità e soprattutto attraverso quale criterio?

Prima di proseguire, va fatta una fondamentale precisazione: le politiche culturali degli enti pubblici si rivolgono a tutti i cittadini, non agli spettatori.
Detto questo, che tipo di cultura può essere offerta ai cittadini? Una cultura in grado di rassicurare e di rendere tutto più chiaro e rincuorante proponendo eventi in cui i partecipanti possano sentirsi intelligenti e al passo coi tempi, o una più difficile,

meno immediata che non abbia l'obiettivo di limitarsi al puro intrattenimento?
Per capirci, si preferisce accontentare quel pubblico che crede che andare a teatro o alle mostre faccia parte dei caratteri distintivi del suo status sociale — uno degli atti necessari a rimarcare le differenze dalla massa indistinta — o si pensa di dover privilegiare una cultura perturbante o *scabrosa*, magari meno rassicurante ma che si pone come fondamentale strumento per la produzione di cittadinanza?
Si intende privilegiare una cultura "divertente" (come da etimo, "in grado di far prendere un'altra direzione"), che svegli invece di addormentare o una che rassicuri proponendo il già visto con il pretesto della tradizione?
Questo articolo deve molto alla lettura di "L'oppio del popolo" di Goffredo Fofi, in cui l'oppio è proprio la cultura. Un volume di cui è difficile condividere ogni assunto ma che pone di fronte a interrogativi reali. Se la cultura non mette più il dito nelle piaghe dell'epoca, se evita accuratamente le domande più complicate, a cosa serve se non a intrattenere?
Gli spettacoli, i libri e le mostre che non ci costringono a pensare e a metterci in discussione, hanno lo stesso valore di quelle che invece aprono nuovi sguardi sul mondo che ci circonda?
Non andrebbero privilegiati spettacoli, libri e opere d'arte decisive che aprono nuovi percorsi nella nostra vita senza costringerci alle esperienze dolorose che sono l'altra unica possibilità di cambiamento?
A queste domande poste (anche) da Goffredo Fofi come si risponde in Alto Adige?

Come già accennato, la cultura può essere uno straordinario strumento di cittadinanza proprio perché spinge verso la partecipazione che è cosa molto diversa dal consenso. Gli effetti positivi sulla democrazia sarebbero conseguenti, ma forse, per comprendere meglio quanto la scelta sia importante, ci si può rifare ad ambiti molto diversi. Quanti dei cantieri aperti nelle nostre città servono a costruire strade, ferrovie o case popolari e in quanti si lavora alla costruzione di centri commerciali, alberghi, appartamenti per turisti e supermercati? Quanti sono costruiti nell'interesse dei cittadini e quanti per il loro svago? Un ente pubblico quali cantieri dovrebbe privilegiare?
Qui però, si stanno sommando troppe domande, troppe questioni. Aspettiamo le vostre considerazioni, non arrivassero ci attiveremo per recuperarle.

La Ripartizione si presenta

La Ripartizione Cultura italiana ha sede nell'Edificio Plaza di via del Ronco 2, a Bolzano.
Segreteria: tel. 0471 411200-01, Fax.0471 411209.
E-mail: cultura.italiana@provincia.bz.it, PEC: cultura.kultur@pec.prov.bz.it

15.1 UFFICIO CULTURA

Sede: via del Ronco 2, Bolzano
Segreteria: Tel. 0471 411230 -1; Fax. 0471 411239
E-mail: ufficio.cultura.italiana@provinz.bz.it
PEC: cultura@pec.prov.bz.it

15.2 UFFICIO EDUCAZIONE PERMANENTE, BIBLIOTECHE E AUDIOVISIVI

Sede: via del Ronco 2, Bolzano
Segreteria: Tel. 0471 411240 -1; Fax. 0471 411259
E-mail: educazione.permanente@provincia.bz.it
PEC: educazionepermanente@pec.prov.bz.it
Sito: www.provincia.bz.it/cultura/educazionepermanente/educazione.html

15.3 UFFICIO BILINGUISMO E LINGUE STRANIERE

Sede: via del Ronco 2, Bolzano (2° piano)
Segreteria: Tel. 0471 411260 -1
E-mail: ufficio.bilinguismo@provincia.bz.it
PEC: bilinguismo@pec.prov.bz.it

15.4 UFFICIO POLITICHE GIOVANILI

Sede: via del Ronco 2, Bolzano
Segreteria: Tel. 0471 411280 -81; Fax. 0471 411299
E-mail: ufficio.giovani@provincia.bz.it
PEC: giovani@pec.prov.bz.it

15.5 BIBLIOTECA PROVINCIALE ITALIANA CLAUDIA AUGUSTA

Sede: via Marconi 2, Bolzano (Centro Trevi)
Telefono: 0471 264444; Fax: 0471 266021

E-mail: info@bpi.claudiaugusta.it
PEC: claudiaugusta@pec.prov.bz.it
Sito internet: www.bpi.claudiaugusta.it
Catalogo Explora: www.provincia.bz.it/explora

Spazi culturali gestiti dagli uffici della Ripartizione cultura italiana

Centro culturale Claudio Trevi

Via Cappuccini, 28 - Bolzano - Tel. 0471 300980; Fax. 0471 303821
E-Mail: centrotrevi@provincia.bz.it
Orario: lun 14.30 - 18.30; mar-mer-ven 10.00 - 12.30 e 14.30 - 18.30;
gio 10.00 - 19.00; sab 10.00 - 12.30

Centro Audiovisi Bolzano (CAB)

Via Cappuccini, 28 - Bolzano – Tel. 0471 303396 -97
Sito: www.provincia.bz.it/audiovisivi
E-mail: audiovisivi@provincia.bz.it

Centro Multilingue

Via Cappuccini, 28 - Bolzano - Tel. 0471 300789
E-mail: centromultilingue@provincia.bz.it
Orario: lun 14.30 - 18.30 / mar-mer-ven 10.00 - 12.30 / 14.30 - 18.30
gio 10.00 - 19.00 / sab 10.00 - 12.30

Mediateca Multilingue

Piazza della Rena, 10 - Merano - tel. 0473 252264
E-mail: mediatecamerano@provincia.bz.it
Orario: lun 14.30 - 18.30 / mar-mer-ven 10.00 - 12.30 / 14.30 - 18.30
gio 10.00 - 18.30
www.provincia.bz.it/centromultilingue

DRIN Ex Telefoni di Stato

Corso Italia, 34 - Bolzano - tel. 0471 411280
E-mail: drin@provincia.bz.it
Orario: lun – ven 12:00 -19:00. Il weekend su richiesta.
www.provincia.bz.it/arte-cultura/giovani/drin.asp

Centro Trevi sui social

La piazza della Cultura

Da circa un anno e mezzo tutta la comunicazione dei servizi che operano al Centro Trevi viene portata avanti sugli account social del "Centro Trevi – la piazza della cultura". Lo sforzo iniziale riguardava soprattutto Facebook, cui da poco è seguita Instagram.

La scelta di puntare sulla comunicazione social è stata presa per integrare meglio l'informazione, molto più statica, dei servizi standard presenti sul sito internet della Provincia: da un lato c'è l'informazione istituzionale con la modulistica per soggetti finanziati e la descrizione delle competenze; dall'altra, sui social, questa realtà viene raccontata. Si tratta di un tipo di comunicazione molto più diretto, che va ad aggiungersi a quelli che sono i canali di informazione istituzionali, come comunicati stampa e mailing list.

La chiave è raccontare il Centro Trevi, ciò che vi avviene, da parte di chi il centro Trevi lo conosce meglio. È stato quindi creato un gruppo di lavoro, i cui membri sono

rappresentanti dei singoli uffici. La linea di ciò che si pubblica viene definita insieme, la struttura è quella della redazione, dove ogni redattore cerca di portare all'interno del gruppo le esperienze del proprio ambito lavorativo: non professionisti, ma funzionari appassionati di comunicazione e di social media che si incontrano una volta alla settimana per decidere insieme quali contenuti trattare di volta in volta.

Negli anni questa redazione è cresciuta, anche in termini di competenze acquisite: quando è possibile organizza degli incontri di confronto con specialisti e formatori. In questo senso si è rivelata vincente la collaborazione con il corso di Scienze della Comunicazione dell'Università di Bolzano, che oltre ad uno scambio costante offre a giovani frequentanti del corso di assolvere un tirocinio nel gruppo di redazione. Questo offre agli studenti la possibilità di conoscere un ambiente lavorativo con cui, in futuro, potrebbero entrare in contatto; allo stesso tempo offre ai membri della redazione la possibilità di imparare dai giovani colleghi pro tempore alcune tecniche di comunicazione.

Dal punto di vista dei contenuti trattati, la redazione social del Centro Trevi non si limita più soltanto a narrare ciò che avviene nel centro culturale, ma cerca sempre più di rapportare la propria offerta a ció che succede "fuori". Ogni mese viene identificato un tema – la cui scelta ricade su di una analogia con un avvenimento nel centro stesso – e l'offerta dei singoli servizi del Centro Trevi viene declinata secondo il tema del mese (p.es. i servizi bibliotecari selezionano dei titoli che trattano quel tema).

La redazione è sempre in evoluzione, c'è spesso un ricambio, tuttavia I numeri raccontano di un'esperienza in costante crescita: più di 4600 like alla pagina Facebook e più di 1000 follower del profilo Intagram da poco rilanciato.

Seguiteci!