

La situazione economica e sociale dell'artista in Italia

**PROGETTO DI RICERCA
A CURA DELLA FACOLTÀ DI SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE
SAPIENZA UNIVERSITÀ DI ROMA**

**IN COLLABORAZIONE CON
E.N.A.P.P.S.M.S.A.D.**

Responsabile scientifico del progetto: Prof. Mario Morcellini - Preside della Facoltà di Scienze della Comunicazione - Sapienza Università di Roma;

Responsabile organizzativo del progetto: Prof. Natale Antonio Rossi – Presidente Unione Nazionale Scrittori e Artisti;

Coordinamento:

Prof.ssa Francesca Rizzuto - Ricercatrice di sociologia di processi culturali e comunicativi - Università di Palermo;

Dott. Giovanni Prattichizzo, Assegnista di ricerca Facoltà di Scienze della Comunicazione - Sapienza Università di Roma;

Team di lavoro:

Dott.ssa Luisa Chiellino – dottoranda di ricerca in Scienze della Comunicazione, Sapienza Università di Roma;

Dott. Angelo Passero – dottorando in Metodi di Ricerca per l'Analisi del Mutamento Socio-Economico - Sapienza Università di Roma;

Dott. Simone Di Conza - Unione Nazionale Scrittori e Artisti

INDICE

Parte Prima

di Francesca Rizzuto

1.1 Uno sguardo <i>sociologico</i> sull'arte	p.6
1.2 Dalla morte dell'autore alla nascita del fruitore	p.7
1.3 L' artista nella società mediatizzata	p.10
1.4 Il percorso della ricerca	p.12
Riferimenti bibliografici	p.16

Parte Seconda

di Angelo Passero

2.1 Artista e società: del perduto amore?	p.21
2.2 Il vissuto d'artista	p.23
2.3 La formazione permanente degli artisti: fra tradizione ed innovazione	p.27
Riferimenti bibliografici	p.37

Parte Terza

di Luisa Chiellino

3.1 La cultura come vantaggio competitivo	p.38
3.2 La condizione professionale dell'artista	p.40
Riferimenti bibliografici	p.48

Parte Quarta

di Giovanni Prattichizzo

4.1 Quel che resta dell'artista	p.50
4.2 Artista e comunicazione. Non ora, non qui	p.56
Riferimenti bibliografici	p.72

Conclusioni	p.74
--------------------	------

APPENDICE

Questionario	p.76
--------------	------

Parte prima¹

Un bravo artista é destinato ad essere infelice nella vita: ogni volta che ha fame e apre il suo sacco, vi trova dentro solo perle.

Hermann Hesse

1.1. Uno sguardo *sociologico* sull'arte

Nello scenario di una società pervasa dai mass media e caratterizzata dalla competitività del mercato globale, la definizione della figura dell'artista è diventata problematica, a causa di molteplici fattori connessi alle nuove possibilità tecnologiche di produzione, diffusione e fruizione dei prodotti culturali.

Volendo evidenziare i punti di criticità ed intercettare i bisogni nuovi dei soggetti artisti nel panorama italiano, dalla formazione professionale al rapporto con il mercato, fino alle effettive chance di affermazione nei diversi contesti regionali, occorre, pertanto, partire da una riflessione attenta su alcuni nodi tematici che hanno profondamente condizionato i percorsi della ricerca scientifica, sociologica e non, relativi ai cambiamenti della figura dell'artista e al suo legame con il contesto sociale.

Un ampio dibattito scientifico ha affrontato la questione della trasformazione dell'opera d'arte nell'era delle comunicazioni di massa, focalizzando l'attenzione sulla necessità di ridefinire concetti tradizionali come *autore*, *originalità*, *creatività* grazie ad una lettura "sociologica" in grado di mettere in luce nuovi nessi e interdipendenze².

La svolta concettuale più significativa è, indubbiamente, *il passaggio da una concezione autoriale dell'opera ad una contestuale*: il soggetto che crea l'opera d'arte ha perso l'aura di decadente geniale, al di fuori delle regole e la sua esperienza è stata connessa alle condizioni socio-culturali in cui vive. Nell'ambito della disciplina definita *sociologia dell'arte* il dibattito si è incentrato soprattutto a) sul *ruolo del soggetto* e b) sulla *questione della formazione del canone estetico* in relazione al contesto sociale, alle classi e, più recentemente, alle trasformazioni causate dalle comunicazioni di massa.

Il punto di partenza è l'analisi dei processi che rendono l'arte possibile: in tale prospettiva, *adottare uno sguardo sociologico significa costruire i percorsi, analizzare i contesti, studiare l'intreccio tra istituzioni artistiche e definizioni sociali del talento senza, tuttavia, trascurare la dimensione del soggetto, a cui l'analisi sociologica attribuisce il ruolo centrale, nella duplice veste di artista e di consumatore culturale*³.

¹ A cura di Francesca Rizzuto.

² Cfr. Benjamin 1955; Forgacs 2000; Colombo 2001; Morcellini 2005; Abruzzese Borrelli 2000.

³ Cfr. Tota 1999, 15-16; Zolberg 1990.

Il rapporto tra arte e sociologia è stato, tuttavia, molto problematico e sofferto, soprattutto in Italia: nel nostro Paese l'arte è stata sostanzialmente esclusa dall'analisi sociologica a causa del predominio della prospettiva dell'estetica. Gli studi, pertanto, hanno mirato ad individuare i criteri di distinzione delle opere d'arte presenti nelle qualità dei singoli oggetti mentre, per definizione, il sociologo tende ad evitare l'approccio valutativo, focalizzando, piuttosto, *l'attenzione sui contesti che rendono l'arte possibile, sulle istituzioni che ne favoriscono la diffusione, sui sistemi professionali di regolazione delle carriere artistiche* (ivi, 20). La sociologia ha il merito di avere messo in evidenza la natura processuale di ogni evento artistico, inserendo le opere nella società e gli artisti nei contesti familiari e professionali che li hanno prodotti.

Al centro dell'analisi si sono, quindi, posti temi come il rapporto tra arte, istituzioni e classi sociali, l'autonomia della sfera estetica rispetto all'ideologia dominante o la relazione tra cultura popolare e cultura d'élite. Proprio da questa impostazione è derivata *una progressiva desacralizzazione della figura dell'artista-genio*, connessa anche alla *normalizzazione del processo di produzione artistica*, ritenuto non più attività straordinaria ma esclusivamente professionale. L'analisi del rapporto tra talento e dinamiche sociali, che rendono possibile l'affermazione del *genio*, non può non riconoscere e non fondarsi sulla consapevolezza che siamo sempre dinanzi ad un processo di negoziazione, in uno spazio delimitato da ciò che l'artista iscrive in un prodotto e quello che vi iscrive il lettore, spettatore, consumatore.

La questione cruciale sembra, quindi, essere in primo luogo *la definizione stessa dei confini tra arte e non arte*: nella prospettiva suggerita da Tota, l'arte non può essere intesa come collezione di oggetti ma come insieme di atti di consumo; *un'opera d'arte è tale soltanto nel momento in cui è esibita e consumata, nel momento in cui si produce socialmente la definizione [...] c'è sempre un dentro e un fuori, i confini dell'arte non vengono meno ma non sono più definibili come confini tra oggetti, ma fra oggetti percepiti, cioè sono confini tra processi* (ivi, 18).

1.2. Dalla morte dell'autore alla nascita del fruitore

Le teorie della morte dell'autore sono l'approccio che ha maggiormente influenzato l'impostazione degli studi sociologici sull'arte: studiosi come Barthes, Foucault, Bourdieu, pur da prospettive diverse, hanno elaborato la definizione di arte come produzione collettiva, superando le concezioni autoriali, che considerano l'opera come prodotto esclusivo dell'artista che l'ha creata.

Il concetto di genio, nato nel Settecento, ha assunto l'attuale configurazione con il Romanticismo anche se ancora oggi resiste una rappresentazione sociale dell'artista che tende a ricalcare alcuni stereotipi di derivazione ottocentesca. Nella prospettiva

romantica del genio, l'artista è un singolo straordinario che, grazie al suo talento produce oggetti (sculture, dipinti, musiche, romanzi) con le caratteristiche dell'opera d'arte: il riconoscimento consiste, allora, in una semplice attività di ratifica, poiché si tratta essenzialmente di saper vedere, individuare, appunto, negli oggetti, i tratti che li fanno essere artistici.

Numerose ricerche⁴ hanno rilevato l'uso di schemi cognitivi ricorrenti, quasi preconfezionati, cui gli artisti fanno riferimento per descrivere la propria biografia, come nel caso della descrizione del proprio percorso come un cammino iniziatico⁵: tali pattern narrativi si configurano sulla base di convenzioni sociali, culturali e linguistiche di un contesto specifico. I processi di ricostruzione simbolica attraverso la memoria hanno messo in evidenza, quindi, la tendenza ad una *costruzione sociale dell'identità sacrale dell'artista*, realizzata attraverso una vera e propria ritrascrizione biografica fin dall'infanzia, percepita simbolicamente come luogo privilegiato, in cui si manifesterebbe la straordinarietà del soggetto che poi diventerà un artista, rilevando, ex post, indizi di genialità. La letteratura scientifica sull'auto-percezione degli artisti ha rilevato, infatti, che la *costruzione sociale dell'identità dell'artista avviene più sul polo dell'individuazione (differenza dagli altri) che su quello della identificazione (uguaglianza con gli altri)*⁶: la concezione sacrale della vita da artista viene espressa facendo riferimento all'ingresso nella professione in termini di vocazione, con un'implicita e conseguente visione mistica del lavoro, e, attraverso l'uso di frame letterari, che evidenziano un legame tra mito del genio e fiaba⁷.

Negli ultimi decenni la riflessione sociologica sull'arte ha privilegiato la *concezione contestuale dell'artista*: da persona circondata da un alone sacrale, provata da sofferenze materiali e psicologiche, il cui "dono" viene spesso riconosciuto solo *post mortem*⁸, vale a dire da istanza trascendente e storica (il genio), l'autore è diventato soggetto storico, collocato in uno specifico contesto familiare e sociale. A ciò si è aggiunto il riconoscimento della *storicità delle definizioni stesse di artista*, che ha incoraggiato un filone di analisi socio-storiche delle dinamiche grazie alle quali si è arrivati all'individualizzazione della figura dell'autore nella nostra cultura. *Autore*, dunque, non più come attributo naturale (genio con qualità straordinarie possedute da pochi eletti) ma come *prodotto non naturale, sociale*, come intersezione tra talento individuale e dinamiche sociali che lo rendono possibile: in tale prospettiva, diventa utile ricostruire i processi sociali, partendo dall'analisi dei presupposti materiali che hanno permesso ai geni del passato di affermarsi.

⁴ Cfr. Melucci, 1994.

⁵ Cfr. Tota, 1999.

⁶ Cfr. Tota, 1999, p.72.

⁷ Cfr. Barthes, 1957.

⁸ Cfr. Tota 1999, p.59.

Le riflessioni di Foucault (1979) hanno segnato un momento decisivo in questo percorso: sostenendo la natura di prodotto ideologico dell'autore, Foucault afferma che non ci troviamo più dinanzi al "*creatore geniale di un'opera in cui deposita un inesauribile mondo di significati*" poiché ogni autore costituisce "*un principio funzionale attraverso cui, nella nostra cultura, si limita, si esclude, si sceglie*" (ivi 159), qualificandosi, quindi, come modo di produzione del discorso, come principio di esclusione e partizione dei significati.

In questa prospettiva, il ruolo del fruitore di un'opera diventa centrale: con la morte dell'autore nasce, quindi, un nuovo soggetto protagonista, lo *spettatore-lettore*, che diventa il *luogo privilegiato di costruzione del senso*, lo spazio fisico e cognitivo in cui il processo interpretativo si compie definitivamente e il testo appare come uno *spazio multidimensionale, la trama di un tessuto* disegnato da molti⁹.

Gli studi sulla ricezione considerano i membri del pubblico soggetti attivi¹⁰, ponendo al centro dell'attenzione le modalità di decodifica, i processi ricettivi in ambito artistico, letterario, mediale, e i contesti in cui essi si realizzano: pertanto, l'evento artistico non è tale solo come prodotto dall'artista ma anche in quanto fruito dal suo pubblico. Il processo di fruizione diventa, quindi, parte costitutiva di ogni opera, che si completa soltanto dinanzi al ricettore: visto che *l'arte si può definire non come l'insieme di prodotti culturali in sé, ma come quello stesso insieme nel momento della fruizione*¹¹, l'attività di ricezione realizza il valore artistico di un prodotto culturale così che il fruitore diventa, almeno a livello interpretativo, co-produttore dell'opera stessa.

Con le teorie della morte dell'autore si arriva, dunque, ad una ridefinizione complessiva dell'oggetto di indagine, evidenziando la natura sociale, (istituzionale per Foucault) degli schemi classificatori, che non sono più ritenuti naturali o storici: il principale contributo della sociologia dell'arte è, pertanto, di avere messo in relazione le forme espressive definite *artistiche*, con i diversi contesti culturali, in particolare con le strutture sociali e con il sistema culturale dominante ed i suoi valori sociali, morali, estetici.

La sociologia dell'arte partendo dalla distinzione tra oggetto materiale e artefatto mentale si definisce come studio dei processi di produzione- nel duplice aspetto di analisi dei testi prodotti e dei contesti sociali che influiscono su tale produzione- e come studio dei processi di consumo dell'arte, anche in questo caso focalizzando l'attenzione sia sulle attività di ricezione vere e proprie sia sull'influenza dei contesti in cui hanno luogo. Sullo sfondo di tutti questi processi si colloca il problematico rapporto tra attore e struttura, cioè tra istituzione e artista e tra istituzione e fruitore (ivi, 34-35).

⁹ Cfr. Barthes, 1977.

¹⁰ Cfr. Grandi, 1993.

¹¹ Cfr. Tota 1999, p.25.

1.3. L'artista nella società mediatizzata

I radicali cambiamenti causati dalle tecnologie della comunicazione hanno modificato la diffusione e la percezione dell'opera d'arte presso il grande pubblico delle società complesse degli ultimi decenni: ad esempio, la crescente compressione spazio-temporale dell'agire sociale, assicurata dai nuovi media interattivi, ha modificato dimensioni basilari del vivere quotidiano, come lo spazio ed il tempo, assicurando su scala planetaria la possibilità di mediazione, cioè di ripetizione a distanza, simultanea e all'infinito, di suoni, immagini, parole.

Nel nuovo "ecosistema comunicativo" è evidente la capacità dei media di ridefinire le condizioni della comunicazione, dando luogo ad ambienti comunicativi nuovi e offrendo repertori così come ambiti di produzione di risorse simboliche, indispensabili per la costruzione di immagini della realtà, la definizione del sé e per l'interazione¹². Se i media rappresentano oggi *un nuovo ambiente di relazioni*, si può affermare che per essi si è definitivamente compiuto il passaggio da meri supporti dei messaggi a luoghi esperenziali e relazionali¹³: hanno la capacità di costruire territori simbolici, ridefinendo il concetto stesso di territorialità, e di trasformare l'organizzazione spazio-temporale della vita sociale, attivando nuove forme di azione e interazione¹⁴. Sostenere che i mass e i personal media contribuiscono alla rispazializzazione dell'esperienza, tipica della contemporaneità globalizzata, vuol dire riconoscere che essi agiscono come moltiplicatori di mobilità, estendono l'accessibilità, creano nuovi regimi di visibilità e ridefiniscono la rilevanza sociale di temi, eventi e soggetti. Le tecnologie comunicative ristrutturano, quindi, l'ambiente in cui gli attori sociali si muovono: esse non solo permettono una pluralizzazione dei mondi di riferimento di ognuno, ma consentono la delimitazione di orizzonti di significato condivisi.

La compressione spazio-temporale, lo sganciamento di spazio e tempo e la moltiplicazione della mobilità, comportano una dilatazione e un'astrazione dello spazio dell'esperienza e dell'interazione sociale, in direzione di una ridefinizione dell'esperienza del luogo fisico. Al posto della conoscenza personale diventa preminente quella mediata: lo spazio perde significato, i soggetti vivono tra più mondi e l'accresciuta mobilità fisica e mediata comporta la caduta della separazione delle sfere, con una *conseguente ristrutturazione dei palcoscenici sociali*¹⁵.

Nell'ambito di questi ampi e rapidi processi di trasformazione della vita sociale, la diffusione dei media ha contribuito a modificare anche gli equilibri esistenti tra la

¹² Cfr. Rizzuto, 2009.

¹³ Cfr. Giaccardi, 2005.

¹⁴ Cfr. Thompson, 1998.

¹⁵ Cfr. Meyrowitz, 1985.

produzione delle opere d'arte, la loro percezione sociale e le condizioni della fruizione. Il sistema mediale nell'attuale configurazione di agglomerato globale, che realizza e diffonde prodotti culturali, traendone profitti, ha avviato già dal secolo scorso un processo di industrializzazione della cultura che, pur con varie declinazioni nazionali e a velocità differenziate¹⁶, ha profondamente modificato perfino i criteri di distinzione tra ciò che è arte e ciò che non lo è e, di conseguenza, sia la percezione dell'opera d'arte che del ruolo sociale dell'artista.

Nella società contemporanea il giudizio artistico (che è relativo all'identità dell'opera e ne sancisce o meno l'appartenenza al *sistema arte*) è spesso sottratto al fruitore: per lo spettatore di massa si è verificata una delega irrevocabile e i soggetti abilitati a formulare giudizi artistici sono sempre più le istituzioni, cioè i musei, i teatri, le gallerie d'arte e i loro esperti¹⁷. Il che significa che sono stabiliti dall'alto sia i canoni artistici, in quanto esiti dell'attività classificatoria delle istituzioni operanti in un determinato contesto sociale, che la formazione del gusto, cioè della struttura di legittimazione dei canoni artistici ed estetici.

Se è vero, come sostiene Simmel, che il *valore non è in nessun caso una loro caratteristica (degli oggetti), ma soltanto un giudizio su di loro che risiede nel soggetto*¹⁸, l'identità artistica di un'opera, e il suo valore, nell'era dei media di massa non vengono definiti in base all'individuazione di determinate caratteristiche, ma grazie all'adesione ad un insieme specifico di convenzioni, imposte anche dalla logica economica dello sfruttamento seriale dei prodotti.

I canoni artistici della società mediatizzata globale, contesto ad alta densità tecnologica, sono sempre più *medialmente* determinati: i media sono agenzie che producono autorità culturale e artistica, mutano le dinamiche interne al mondo artistico, hanno assunto un peso crescente nel rendere possibile l'arte stessa, creano eventi culturali e danno visibilità. Le interdipendenze tra contesto mediale e mondo dell'arte hanno avviato un processo evidente di trasformazione dell'esperienza artistica, in direzione di una progressiva assimilazione della logica mediale: l'influenza nelle modalità di costruzione delle carriere degli artisti o, al contrario, l'atteggiamento di rifiuto snobistico da parte di alcuni intellettuali segnalano, in modi diversi, l'esistenza di *una sorta di cortocircuito tra la centralità dei media nella società postmoderna e il persistente ideale romantico dell'artista-genio*, escluso dal mondo, che rifiuta ostinatamente la logica commerciale della serialità, del genere o dell'intertestualità¹⁹.

All'interno del processo di industrializzazione della cultura, la commistione tra elementi economici e di natura simbolica ha imposto i media come agenzie dirette di

¹⁶ Cfr. Forgacs 2000; Morcellini 2005.

¹⁷ Cfr. Tota 1999, pp. 35-36.

¹⁸ Cfr. Simmel 1900, p.103.

¹⁹ Cfr. Colombo-Eugeni, 2001.

canonizzazione dei soggetti artistici, nuovi ed indispensabili strumenti per ottenere visibilità e riconoscimento. Pur se inseriti nei meccanismi della domanda e dell'offerta, imposti dal mercato dei prodotti culturali, e adeguati all'ottica mediale, gli artisti della società mediatizzata realizzano le loro opere in un contesto tecnologico che offre loro linguaggi nuovi e possibilità inedite di diffusione su scala planetaria: al posto di un miope atteggiamento di chiusura intellettualistica verso le degenerazioni consumistiche dei media, soltanto uno sguardo più attento alle sfumature della complessità potrebbe metterne in luce anche il ruolo significativo di diffusori culturali dalle potenzialità straordinarie. In Italia ai profondi cambiamenti della scena sociale, imposti dall'affermazione delle tecnologie della comunicazione, si aggiunge l'impatto delle peculiarità della nostra industria culturale, segnalate anche dai trend più recenti verso l'europeizzazione dei consumi culturali²⁰. La storia del processo di industrializzazione della cultura nel nostro Paese, infatti, è stata sempre caratterizzata da anomalie fra le quali un cronico e, talvolta, clamoroso, ritardo nella realizzazione di un sistema compiutamente industriale della produzione culturale, cui si è spesso aggiunta una colpevole indifferenza di una parte della classe dirigente nei confronti dei temi della comunicazione e dei consumi dei prodotti mediali ed editoriali in senso lato²¹. In tale contesto, anche la normativa che ha affrontato i temi dell'arte e della cultura non è stata altro se non il riflesso di una *generale sottovalutazione delle esigenze formative degli artisti e delle loro difese giuridiche*, in grado di contrastare eventuali situazioni di disagio economico e sociale.

Uno studio sistematico ed attento del panorama artistico può, in un'ottica di feconda interazione tra ricerca e sociale, spingere le istituzioni a concepire l'arte come un terreno privilegiato di sviluppo, in particolare a livello locale, per accrescere quantità e qualità del potenziale umano e disegnare nuovi scenari evolutivi del contesto produttivo italiano. Se è vero che un simile progetto di trasformazione di abitudini culturali, se non di pregiudizi, richiede il coinvolgimento di una molteplicità di attori sociali, è indubbio che diventa indispensabile una conoscenza più approfondita dell'universo artistico italiano, inteso come gruppi differenti di soggetti che ritengono la creazione di opere d'arte un elemento essenziale della loro vita.

1.4. Il percorso della ricerca

Il lavoro qui presentato propone un'analisi della situazione economica e sociale degli artisti in Italia: in particolare, l'attenzione è stata focalizzata sul problema della percezione e della protezione sociale degli artisti, al fine di evidenziarne i punti di criticità

²⁰ Cfr. Morcellini, 2003.

²¹ Cfr. Forgacs 2000; Morcellini 2005.

e intercettare i bisogni dei *soggetti-artisti*, dalla formazione al rapporto con il mercato, fino alle effettive chance di affermazione nei diversi contesti regionali.

Nella prima fase del lavoro, lo studio ha mirato a fotografare l'universo degli artisti in Italia, partendo da una vasta raccolta bibliografica che comprende sia la letteratura sociologica sulle trasformazioni dell'arte nell'era dei media elettronici, che i documenti prodotti dalle istituzioni italiane, in relazione al tema della difesa giuridica dell'artista, per costruire una cornice interpretativa utile nella valutazione dei risultati.

Successivamente, il gruppo di lavoro ha costruito il questionario necessario per l'indagine quantitativa, che è stato somministrato all'intero universo degli artisti (1369 soggetti appartenenti alle 4 categorie: pittori, drammaturghi, scultori e musicisti) iscritti all'ente E.N.A.P.P.S.M.S.A.D.

In seguito al primo invio sono rientrati all'ente 435: di questi 132 sono pervenuti senza essere compilati perché gli iscritti erano deceduti o per un indirizzo errato.(vedi tabelle 1 e 2). Dopo un secondo invio (tab.3) e un contatto telefonico tra coloro che non avevano compilato il questionario per vari motivi (tab. 4), è stata avviata la fase di elaborazione informatica dei dati mediante l'uso di pacchetti applicativi (SPSS/SPAD-N) e, successivamente l'analisi completa dei risultati, che sono presentati e commentati nelle pagine successive.

Tab. 1

Spedizione questionari	Numero questionari
Primo invio	1369
Rientrati all'ente	435

Tab. 2

Questionari rientrati all'ente	Numero questionari
Totale questionari pervenuti	435
Numero questionari pervenuti all'ente perché iscritti deceduti, indirizzo errato...	132

Tab. 3

SECONDA FASE POST RECALL	Numero questionari
Spedizione questionari	
Secondo invio	245
Rientrati all'ente	-

Tab. 4

Status recall		iscritti contattati
Non risponde dopo due tentativi effettuati		234
Il numero di telefono <i>non è presente</i> sulla scheda		228
Il numero di telefono risulta <i>inesistente</i>		215
Il numero di telefono risulta <i>errato</i>		97
Non è interessato		40
Perché anziano/ammalato	18	
Perché impegnato	8	
Perché deluso dall'ente	8	
Non viene comunicato il motivo	6	
Deceduto		23
Manca la scheda dell'iscritto		19

Il questionario (distribuito in forma anonima) ha previsto percorsi di compilazione diversificati per le varie categorie di iscritti (pittori, scrittori, drammaturghi, scultori e musicisti) ed è suddiviso in 4 sezioni:

- 1. vissuto d'artista;**
- 2. condizione professionale;**
- 3. rapporto con l'ente e suggerimenti;**
- 4. informazioni socio-demografiche.**

Al suo interno sono state inserite sia domande chiuse (per le quali vengono indicate le possibili opzioni di risposta) che aperte (al fine di lasciare spazio alla voce dei soggetti e spingerli a motivare le risposte date).

Le aree problematiche considerate puntano a fare emergere elementi informativi relativi a:

- Le risorse materiali (reddito e condizione professionale) e culturali (compreso il livello di istruzione dei genitori e di fratelli) dei singoli artisti;
- L'atteggiamento verso l'istruzione e importanza dello studio presso gli intervistati;
- Il percorso formativo teorico e pratico seguito;
- Il grado di soddisfazione per l'istruzione ricevuta;
- Il grado di stima nei confronti delle istituzioni preposte alla formazione degli artisti;
- Lo svolgimento di attività didattica connessa all'attività artistica;
- I luoghi e i livelli di diffusione delle opere d'arte realizzate;

- I rapporti con i committenti;
- Gli ostacoli esistenti nella fase di inserimento nel mondo del lavoro;
- Le difficoltà incontrate per accedere a finanziamenti pubblici;
- Il rapporto con l'E.N.A.P.P.S.M.S.A.D. e, in generale, con le istituzioni pubbliche e private, in termini di valutazione delle attività dell'ente e di proposte per nuovi servizi attivabili.

Riferimenti bibliografici

Abruzzese, A., Borrelli, D.

2000 *L'industria culturale. Tracce e immagini di un privilegio*, Carocci, Roma.

Barthes R.

1957 *Mythologies*, Seuil, Paris (trad.it. *Miti d'oggi*, Einaudi, Torino 1974)

1977 *Image Music Text*, Fontana Collins, Glasgow.

Benjamin W.

1955 *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, ed. it. Einaudi, Torino

Bourdieu P.

1979 *La distinction*, Les éditions de minuit, Paris (trad.it. *La distinzione. Critica sociale del gusto*, Il Mulino, Bologna, 1983)

Briggs A., Burke P.

2002 *Storia sociale dei media. Da Gutenberg a Internet*, Il Mulino, Bologna

Bodo C., Spada C.

2004 *Rapporto sull'economia della cultura in Italia 1990-2000*, Il Mulino, Bologna

Bovone L., Ruggerone L. (a cura di)

2003 *Intorno a produzione e consumo*, Franco Angeli, Milano

Briggs A., Burke P.

2002 *Storia sociale dei media. Da Gutenberg a Internet*, Il Mulino, Bologna.

Colombo F.,

1998 *La cultura sottile*, Bompiani, Milano.

Colombo, F. , Eugeni, R.

1996 *Il testo visibile*, Carocci, Roma.

2001 *Il prodotto culturale*, Carocci, Roma.

Crane D.

1992 *The Production of Culture*, Newbury Park, California (trad.it. *La produzione culturale*, Il Mulino, Bologna, 1997)

Crespi F.

1996 *Manuale di sociologia della cultura*, Laterza, Roma-Bari

Ferri P.

2004 *Fine dei mass media. Le nuove tecnologie della comunicazione e le trasformazioni dell'industria culturale*, Guerini e Associati, Milano

Forgacs, D.

1990 *Italian Culture in the Industrial Era. Cultural Industries, Politics and the Public*, Manchester University Press, Manchester-New York (trad. it. *L'industrializzazione della cultura italiana (1880-2000)*, Il Mulino, Bologna, 2000, I ed. 1992)

Foucault M.

1979 *What is an Author?* in Harari J. V.(ed), *Textual Strategies. Perspectives in Post-Structuralist Criticism*, Methuen, London

Giaccardi, C., Magatti, M.

2001 *La globalizzazione non è un destino*, Laterza, Roma-Bari.

Giaccardi, C.

2005 *La comunicazione interculturale*, Il Mulino, Bologna.

Grandi R.

1993 *I mass media tra testo e contesto*, Lupetti, Milano

Grasso, A.

2004 *Storia della televisione italiana*, Garzanti, Milano.

Griswold W.

1994 *Cultures and Societies in a Changing World*, Pine Forge Press, Thousand Oaks (trad. it. *Sociologia della cultura*, Il mulino, Bologna, 1997)

1995 Heinich N., *La sociologia dell'arte*, ed. it. Bologna, il Mulino, 2004 (ediz. orig. 2001)

Jeanneney, J.

1996 *Storia dei media*, Editori Riuniti, Roma.

Masi M., (a cura di)

2000 *L'autore nella rete. Creatività e proprietà intellettuale nell'editoria multimediale*, Guerini e Associati, Milano

Meyrowitz, J.

1985 *No Sense of Place*, Oxford University Press, New York (trad. it. *Oltre il senso del luogo*, Baskerville, Bologna, 1993).

Melucci A. (a cura di)

1994 *Creatività: miti, discorsi, processi*, Feltrinelli, Milano

Monteleone, F.

1992 *Storia della radio e della televisione in Italia*, Marsilio, Venezia.

Morcellini M.

2003 *Lezione di comunicazione. Nuove prospettive e di interpretazione e di ricerca*, Esselibri, Napoli.

2005 *Il Mediaevo Italiano. Industria culturale, tv e tecnologie tra XX e XXI Secolo*, Carocci, Roma

Ortoleva P.

1995 *Mediastoria*, Pratiche Parma

Perretta G.

2005 *I mestieri di Ergon. Fabric'art: visioni, oggetti, storie della medianità*, Mimemis, Milano

Sciolla, L.

2002 *Sociologia dei processi culturali*, Il Mulino, Bologna

Simmel G.

1900 *Philosophie des Geldes*, Dunkler & Humblot, Berlin (trad. it. *Filosofia del denaro*, UTET, Torino, 1984)

Sorice, M.

1998 *L'industria culturale in Italia*, Editori Riuniti, Roma.

2000 *Le comunicazioni di massa. Storia, teorie, tecniche*, Editori Riuniti, Roma.

Thompson, J. B.

1995 *The Media and Modernity: a Social Theory of the Media*, Cambridge, Polity Press,;
trad. it. *Mezzi di comunicazione e modernità. Una teoria sociale dei media*, Bologna, Il
Mulino, 1998).

Tota A.

1999 *Sociologie dell'arte*, Carocci, Roma

Vettese A.

2004 *Artisti si diventa*, Carocci , Roma

Warburton N.

2004 *La questione dell'arte*, ed. it. , Einaudi Editore, Torino

Zolberg V. L. ,

1990 *Constructing a Sociology of Arts*, Cambridge Univesity Press, Cambridge (trad. it.
Sociologia dell'arte, Il Mulino, Bologna, 1994)

Un artista è una persona che produce cose di cui la gente non ha bisogno ma che lui, per qualche ragione, pensa sia buona idea dar loro.

Andy Warhol

2.1. Artista e società: del perduto amore?

L'artista postmoderno, lontano anni luce dagli illustri predecessori, è un soggetto difficilmente ascrivibile a canoni e *clichè* in auge nel passato, a cominciare dalla perdita d'*aura*²³ dell'opera d'arte e ad un più generale ripensamento del suo stesso *habitat* naturale, sempre più distante da quello di elezione; l'estro creativo, lo stile e l'originalità restano punti fermi della sua attività, anche se diversamente declinati e con nuove variabili intervenienti di cui non si può non tener conto.

L'attuale panorama artistico è sempre più concentrato, infatti, intorno ad un campo di forze che convergono nelle logiche proprie del marketing e nei più generali principi economici della domanda e dell'offerta. Qual è allora nel tempo attuale il ruolo dell'artista? Sicuramente quello di produttore, ma anche, sempre più di frequente, promoter e venditore delle sue opere, in particolare quando vengono a mancare sia l'intermediazione dei mercanti d'arte, delle gallerie e di quei luoghi deputati alla promozione, che le figure professionali che incidono in maniera determinante nella diffusione e nel conferire visibilità alle opere. Una figura, quindi, quella dell'artista, complessa e in continua negoziazione per ruolo, mandato e aspettative. E nella dialettica fra "ideale" e "reale", ciascun soggetto che intraprende il percorso artistico, non potendo sfuggire allo *spirito dei tempi*, si trova per forza di cose ad operare una continua mediazione fra il seguire il proprio estro e il bisogno di seguire anche il mercato. A tal proposito l'iconologo Panofsky già nel 1947 asseriva che *pur essendo vero che l'arte commerciale corre sempre il rischio di fare la fine di una prostituta, è altrettanto vero che l'altra [l'arte pura] rischia di diventare una vecchia zitella*.²⁴

Oggi, più di ieri, tutto questo è fortemente sentito da quanti operano nel settore culturale e, se l'estro e la creatività restano la linfa vitale dell'arte, non si possono certamente mettere in secondo piano le altre *leve* che ineluttabilmente contribuiscono a favorire o, specularmente, a vanificarne l'apporto.

François Colbert asserisce che:

²² A cura di Angelo Passero.

²³ Cfr. Benjamin W., *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, Einaudi, Torino, 2000.

²⁴ Panofsky E., *Tre saggi sullo stile. Il barocco, il cinema, la Rolls Royce*, Electa, Milano, 1996, p.114.

[...] il bene artistico o culturale non può essere progettato su richiesta, ma nasce come un'alchimia, dalla maestria del suo creatore e, in quanto tale, è unico. Piacerà o non piacerà, per quello che è. Così, l'opera d'arte, con il suo stile, con il suo alone di magia e di mistero, di sicuro attrarrà qualcuno, cioè avrà il suo pubblico, più ampio o più di nicchia, ma avrà il suo pubblico, che ne rimarrà affascinato. Il compito del marketing, in questo caso, non è di plasmare, ma di svelare, di portare a conoscenza, di valorizzare, al meglio.²⁵

Emerge così un'apertura verso le logiche proprie del mercato ma anche, al tempo stesso, la necessità di non *tra(sgre)dire* la natura e le finalità di un comparto complesso, come quello artistico, dove il contatto diretto fra "produttori" e pubblici risulta essere una delle variabili più rilevanti e problematiche. In uno slogan potremmo dire: alla ricerca della "visibilità perduta". A tutto ciò si accompagna la difficoltà di dare una definizione largamente condivisa dell'artista e della sua professione; in questo un apporto importante è dato dall'UNESCO, l'Organizzazione delle Nazioni Unite per l'Educazione, la Scienza e la Cultura che definisce *artista ogni persona che crea o partecipa con la sua interpretazione alla creazione o al rifacimento di opere d'arte, che ritiene la creazione artistica come un elemento essenziale della sua vita, che contribuisce in tal modo allo sviluppo dell'arte e della cultura, che è riconosciuta in quanto artista indipendentemente dal fatto di essere o no legata ad un vincolo di lavoro.*²⁶

Già nella raccomandazione del 1980 vengono così riconosciuti valori e funzioni dell'arte e da parte dell'UNESCO c'è una palese richiesta agli Stati membri di adottare misure volte a favorire il riconoscimento di libertà e diritti, inclusi quelli morali, economici e sociali; in particolare riguardo a introiti e previdenza sociale. Queste indicazioni auspicate ed in alcuni casi disattese, come in Italia, costituiscono la *conditio* necessaria per consentire ai professionisti di svolgere il proprio lavoro sostenuti dallo stato e fuori dal cono d'ombra del precariato. A tali ritardi normativi si accompagna una latitanza di definizioni condivise della figura professionale dell'artista che spesso è confusa con affermazioni di principio che, al di là della loro fascinazione ed evocatività, contribuiscono poco ad alimentare il dibattito attuale. Questi sono alcuni degli aspetti che il disegno della ricerca ha concettualizzato e operativizzato e, nei paragrafi successivi, l'attenzione è rivolta proprio al vissuto dell'artista.

²⁵ Colbert F., *Marketing delle arti e della cultura*, Etas, Milano, 2009.

²⁶ Unesco, *Recommandation concerning the Status of the Artists*, Parigi, 1980, p.5.

2.2. Il vissuto d'artista

Nel tentativo di restituire un ritratto fedele della condizione dell'artista, la prima area del questionario è stata dedicata ad indagarne il vissuto, volgendo lo sguardo in particolare al background culturale e familiare, su alcuni aspetti ritenuti rilevanti della formazione, che verrà poi ripresa nelle successive aree ed alcune attività collaterali caratterizzanti.

Tab. 1 - Settore di attività artistica degli intervistati²⁷

	V.A.	%
pittura	234	56,5
scultura	111	25,9
scrittura	111	25,9
musica	79	18,5
drammaturgia	56	13,5

Fonte: "La situazione sociale ed economica dell'artista in Italia" 2009

Il settore di attività artistica maggiormente rappresentato è la pittura (56,5%), seguito, con percentuali decisamente minori, dalla scultura e scrittura, entrambi al 26,8%, e da musica e drammaturgia che risultano decisamente meno rappresentati (cfr. tab1). Si è riscontrata una tendenza a svolgere più settori, a conferma probabilmente della propensione degli artisti a declinare creatività ed ingegno in modo trasversale rispetto a "supporti" e generi.

Tab. 2- Modalità di svolgimento della propria attività

	V.A.	%
libero professionista	307	75,8
ditta individuale	9	2,2
impresa	2	,5
associazione	15	3,7
prestazioni occasionali	45	11,1
altro	27	6,7
Totale	405	100,0

Fonte: "La situazione sociale ed economica dell'artista in Italia" 2009

Ben il 75,8% svolge la propria attività da libero professionista e, solo nell'11,1%, attraverso prestazioni occasionali. Per il resto si sono riscontrate percentuali poco

²⁷ La somma non fa 100 perché erano possibili più risposte.

rilevanti all'interno di ditte individuali, imprese o associazioni. Come era facile immaginare l'artista è un *free lance* per eccellenza, che solo in sporadici casi trova un inquadramento all'interno di strutture o imprese organizzate²⁸.

Il 98,5% dei rispondenti dichiarano di amare il loro lavoro e solo nell'1,5% si sono riscontrate delle risposte negative che, come hanno avuto modo di esplicitare successivamente, sono dovute a un disincanto rispetto alle condizioni spesso sfavorevoli in cui operano, alla percezione di non lavorare in piena libertà, costretti a compromessi e a mediazioni con i committenti. Un'ultima motivazione addotta è l'esiguità dei guadagni che non consentirebbe un tenore di vita dignitoso. Specularmente a questa posizione, si sono riscontrate delle motivazioni positive molto articolate che vengono palesate dalla tag cloud effettuata.²⁹

Tab. 3 - Motivazioni per cui piace il proprio lavoro di artista



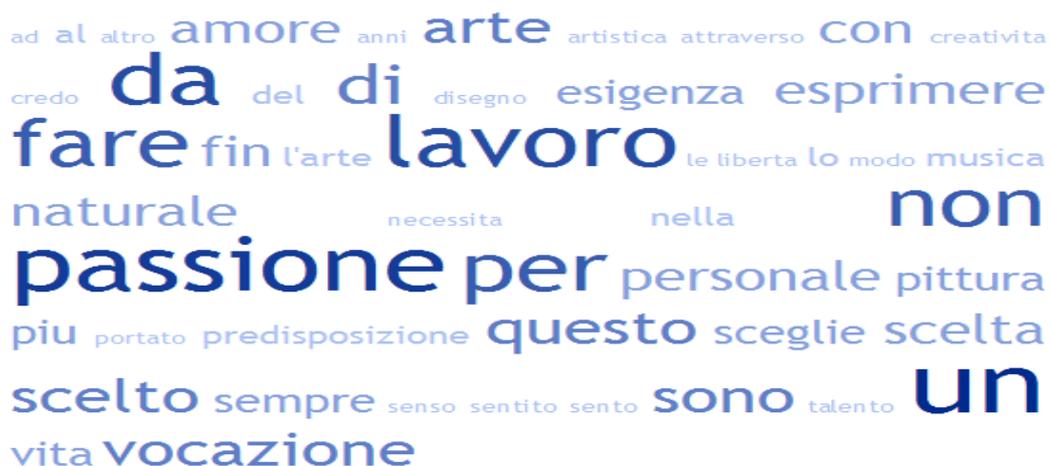
Fonte: “La situazione sociale ed economica dell’artista in Italia” 2009

²⁸ Per intrattenere rapporti commerciali, all’artista – lavoratore autonomo, ma anomalo – è fatto obbligo d’essere in possesso di Partita Iva. Il che lo pone, di fatto, avendone tutti gli “oneri” a fronte di assai modesti “onori”, nella categoria dei “Liberi professionisti”. Ciò significa che esiste una ritenuta d’acconto pari al 20% e l’Iva pari al 10%.

²⁹ Le tag cloud sono una rappresentazione grafica effettuata su un set di parole ed è utilizzata solitamente per valutare e quantificare l’utilizzo di determinate etichette, tag, o parole chiave, all’interno di un sito web per comprenderne la centralità/marginalità. Solitamente la lista è presentata in ordine alfabetico e viene utilizzato un font più grande e di colore più intenso per le parole più importanti. Si tratta quindi di una lista pesata. Il software utilizzato per l’analisi è quello proposto dal sito www.tagcrowd.com. Prima di effettuare questo tipo di analisi è stata effettuata un’operazione di “pulizia” del corpus testuale omettendo congiunzioni, preposizioni e i verbi modali, ad esempio, in modo da rendere la rappresentazione più chiara agli occhi del lettore.

Al centro delle risposte del campione oggetto di indagine relativamente al perché il lavoro di artista piace si sono riscontrate molteplici motivazioni, alcune delle quali, come si vedrà a breve, ricalcano quelle per cui si è scelto concretamente di intraprendere questo tipo di professione. Un elemento fondamentale, come si è potuto rilevare in sede di analisi delle singole risposte, è la libertà percepita di esprimere se stessi ed il mondo circostante; l'arte è un *medium*, una modalità di messa in scena del proprio sentire che dà concretamente la chance di comunicare, "creare" un qualcosa e conferirgli un senso ulteriore rispetto al semplice piano denotativo. Non quindi una semplice descrizione del mondo, bensì una rappresentazione dove le idee, le emozioni e le sensazioni trovano libero sfogo. Chiaramente la dimensione del *fare* acquisisce una certa rilevanza nelle risposte, proprio perché rappresenta la *conditio sine qua non* per contribuire a quella che potremmo definire la narrazione artistica. A questa si accompagna la dimensione del sentire, i cinque sensi, infatti, sono al centro delle risposte, pur se diversamente declinati per intensità ed importanza conferita.

Tab. 4 - Tag Cloud sulle motivazioni per cui si è scelto di fare il lavoro di artista



Fonte: "La situazione sociale ed economica dell'artista in Italia" 2009

Il lavoro di artista più che una scelta appare, dalle risposte analizzate, al tempo stesso una vocazione ed una necessità: una modalità, uno strumento, con cui comunicare all'esterno le proprie emozioni e sensazioni; "esprimere", "passione", "vocazione", sono i principali vocaboli che riportano alla *mission* principale dell'arte, al suo "mandato", come specificano alcuni, di rendere se stessi e quindi gli altri portatori di nuove chiavi di lettura e di critica verso il sistema. Non quindi una semplice funzione estetica e contemplativa, ma una modalità di espressione "forte" e di indirizzo a cui il bisogno catartico dei singoli si accompagna ad una funzione più squisitamente sociale. Molti parlano, così, di esigenza o predisposizione naturale, come anche di amore per un fare e realizzare che

li rende più vivi e liberi. In questo caso prevale certamente la componente emotiva su qualsiasi altra.

Successivamente il questionario ha previsto delle domande volte ad indagare più specificamente aspetti relativi ai contesti familiari di provenienza e la loro influenza sulle scelte dell'artista contemporaneo.

Tab. 5 - Presenza di una tradizione familiare artistica

	V.A.	%
sì	144	35
no	267	65
Totale	411	100

Fonte: "La situazione sociale ed economica dell'artista in Italia" 2009

Poco più di un terzo degli intervistati (33,6%) dichiara di avere alle spalle una tradizione familiare artistica; nel disegno della ricerca si è deciso di indagare su questo aspetto per cogliere l'entità del background culturale che i soggetti hanno vissuto fin dall'infanzia, elemento di sicuro non secondario per sviluppare le proprie attitudini e affinità elettive con il mondo dell'arte in tutte le sue innumerevoli declinazioni.

Tab. 6 - Presenza di una tradizione familiare per settore artistico

	V.A.	%
Pittura, grafica, design	60	44,8
musica	31	23,1
arti visive	15	11,2
scultura	15	11,2
scrittura	13	9,7
totale	134	100

Fonte: "La situazione sociale ed economica dell'artista in Italia" 2009

Pittura, grafica e design rappresentano la macroarea che raccoglie un numero maggiore di esperienze pregresse in famiglia (44,8%), poi si trova la musica (23,1%) e, con un sensibile distacco, le arti visive e la scultura (entrambe all'11,2%) ed in ultimo la scrittura (9,7%). In buona parte dei casi non c'è corrispondenza fra il settore artistico dei familiari e quello intrapreso dai soggetti intervistati. Pertanto si potrebbe parlare non di una semplice mutuazione di un lavoro o attività avviata, come nel caso di altri lavori comuni, ma di un *imprinting* verso l'arte che li ha contraddistinti, in molti casi, fin dall'infanzia.

Tab. 7 - Soggetti a cui ci si è rivolti per far conoscere il proprio lavoro³⁰

	V.A.	%
gallerista, produttore	169	41,1
critico	143	34,8
professori e docenti	117	28,5
nessuno	71	17,3
musicista	49	11,9
attore	11	2,7
scenografo	5	1,2
altro	78	22,3

Fonte: "La situazione sociale ed economica dell'artista in Italia" 2009

Agli inizi della carriera i rispondenti dichiarano di essersi rivolti prevalentemente a galleristi, produttori ed editori (41,1%) che rappresentano da sempre per gli artisti i primi interlocutori attraverso cui tentare di accedere ai canali ufficiali per promuovere e vendere le proprie opere. Altre figure che assumono forte rilevanza sono i critici (34,8%), croce e delizia di ciascun artista, i professori e docenti delle Accademie (28,5%). Colpisce, in particolare, che il 17,3% degli intervistati dichiara di non essersi rivolto a nessuno e di aver così mosso i primi passi nella professione da soli (cfr. tab. 7). All'interno della categoria "altro", segnalata nel 22,3% dei casi, vengono inseriti come "interlocutori" le case editrici, gli agenti e i direttori artistici e la partecipazione a concorsi, manifestazioni, mostre e piccole fiere come chance ulteriori per far conoscere il proprio lavoro; alcuni hanno indicato anche le relazioni informali con amici e artisti e colleghi.

2.3. La formazione permanente degli artisti: fra tradizione ed innovazione

Un ruolo di sicura importanza nel vissuto di ciascun artista risulta essere la formazione; più che di formazione, probabilmente, si dovrebbe parlare di formazioni, di esperienze complementari che vanno a sostanzarsi in una pluralità di percorsi che non risultano circoscritti ad una fase della vita, quella solitamente dedicata allo studio, ma permanente. Una formazione *in progress* ed in continua evoluzione sembra contraddistinguere buona parte degli intervistati che, rispetto ai singoli indicatori, mostrano una sensibile capacità di districarsi fra teoria e prassi, originalità e trasmissione dai classici.

³⁰ La somma non fa 100 perché erano possibili più risposte.

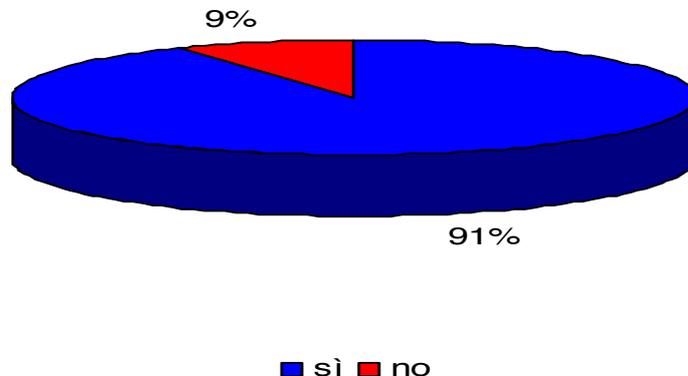
Tab. 8 - Percorso formativo seguito per diventare artista³¹

	V.A.	%
autodidatta	213	51,8
corsi pubblici	218	53,3
corsi privati	60	14,7
lezioni private	101	24,8

Fonte: "La situazione sociale ed economica dell'artista in Italia" 2009

Un primo dato interessante da esplicitare è che i percorsi formativi sono spesso costellati da più esperienze, anche di natura diversa, e di come anche chi si definisce in prima istanza autodidatta, segnali successivamente di aver preso parte a corsi o lezioni erogante da enti pubblici o privati. Andando nel dettaglio, il 53,3% dichiara di aver seguito corsi pubblici, il 51,8% di essere autodidatta (ma con il distinguo di cui sopra) e, con percentuali meno rilevanti, anche i corsi e le lezioni private risultano far parte del bagaglio di esperienze acquisite (cfr. tab. 8).

Grafico 1 - Attinenza del proprio lavoro con il percorso formativo seguito



Fonte: "La situazione sociale ed economica dell'artista in Italia" 2009

Un dato piuttosto eclatante riguarda la corrispondenza percepita fra la propria formazione e il lavoro svolto: il 91% di coloro che hanno risposto a questa domanda dichiarano, infatti, di aver trovato una vicinanza fra lo studio, dato da accademie, scuole e corsi di varia natura, e la prassi lavorativa. Una conferma di questo emerge dalla tabella che segue.

³¹ La somma non fa 100 perché erano possibili più risposte

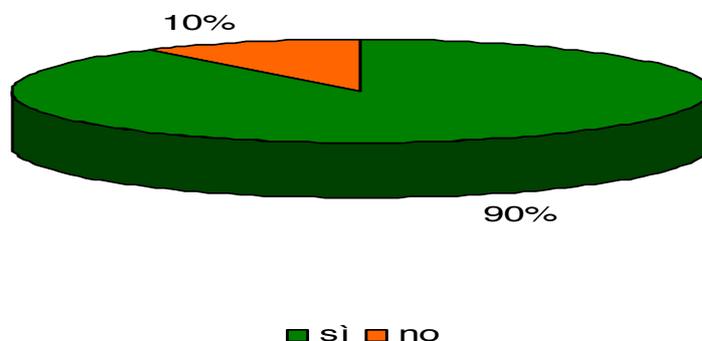
Tab. 9- Importanza percepita per la preparazione teorica e pratica

	VALORE MEDIO
teoria	8,14
pratica	9,18

Fonte: “La situazione sociale ed economica dell’artista in Italia” 2009

Teoria e pratica risultano entrambe sentite come importanti dal campione oggetto di indagine. In una scala da 1 a 10, infatti, le due dimensioni sono centrali, con un valore leggermente più alto per quanto riguarda l’aspetto pragmatico. Questo ci porta a pensare a dei soggetti che ritengono ancora importante la tradizione e il retaggio culturale da cui provengono, pur ritenendo altrettanto rilevante l’aspetto creativo e di originalità dato dalla messa in pratica di anni di studio e di esercitazioni. Questo dato viene corroborato dall’esigenza, che emergerà successivamente nella lettura dei dati, di quanti ritengono rilevante una formazione permanente e continua, il cosiddetto *lifelong learning*, nel proprio bagaglio culturale.

Grafico 2 - Rilevanza della trasmissione della tradizione alle nuove generazioni



Fonte: “La situazione sociale ed economica dell’artista in Italia” 2009

In linea con quanto detto finora è il rapporto instaurato con la tradizione e l’importanza percepita dai soggetti di trasmettere alle nuove generazioni il *know how* per poter operare consapevolmente nel settore artistico. Abbiamo già avuto modo di esplicitare l’importanza di unire all’estro creativo una preparazione adeguata che possa costituire un bagaglio esperienziale, una “cassetta degli attrezzi”, a disposizione degli artisti del domani. Il 90% del campione oggetto di indagine ritiene il discorso della trasmissione di primaria importanza ed è proprio per questo che in molti operano attivamente nel settore della formazione. Riportiamo di seguito, un’analisi delle dimensioni ritenute

maggiormente centrali da quanti hanno risposto positivamente con alcuni riscontri ritenuti in sede di analisi dei dati piuttosto espressive.

Tab. 10- Motivazioni della rilevanza del bagaglio culturale da trasmettere

DIMENSIONI	STRALCI DELLE RISPOSTE
La trasmissione come elemento imprescindibile	<p><i>“Come in tutte le professioni si continua la ricerca guardando il passato”</i></p> <p><i>“crea consapevolezza dei propri mezzi culturali e artistici”</i></p> <p><i>“devono conoscere le regole per trasgredirle o farne di nuove”</i></p> <p><i>“io sono il risultato degli altri e gli altri dovrebbero essere il mio risultato”</i></p>
L'importanza dei tools	<p><i>“è sempre importante il metodo e l'approccio”</i></p> <p><i>“è una professione che ha bisogno di ereditare le tecniche (non le idee)”</i></p> <p><i>“l'esperienza altrui può essere utile per la scelta e il miglioramento del proprio metodo di lavoro”</i></p> <p><i>“esperienza e sapere sono valori che si mantengono se circolano”</i></p>
Il legame tra il passato e il presente...per un “passaggio al futuro”	<p><i>“i giovani hanno perso il legame con la storia”</i></p> <p><i>“informare i giovani è una delle cose più importanti”</i></p> <p><i>“nelle nuove generazioni ci sono troppi improvvisati, mistificatori e privi di mestiere”</i></p> <p><i>“il futuro ha un cuore antico”</i></p>

Fonte: “La situazione sociale ed economica dell'artista in Italia” 2009

Sono state così individuate qualitativamente tre dimensioni principali che abbiamo distinto più per esigenze analitiche, in quanto presentano molti elementi di contatto: la prima, che abbiamo definito *la trasmissione come elemento imprescindibile*, esprime chiaramente la *mission* di molti artisti che si esplicita sempre più nel divulgare le proprie conoscenze e di *tradurre* la tradizione, i grandi del passato, ai giovani. Solo attraverso la conoscenza, infatti, si possono mettere in discussione i vecchi schemi e trasgredirli consapevolmente.

La seconda dimensione, *l'importanza dei tools*, è maggiormente improntata sulla necessità di avere un metodo, un approccio da seguire. Lontani anni luce dall'idea romantica e un po' vetusta dell'arte come semplice improvvisazione e assecondamento dei propri *feelings*, i soggetti riconoscono l'importanza dell'introduzione delle tecniche e

degli stili senza i quali non si può essere realmente preparati alla professione. L'ultima dimensione infine, denominata in maniera evocativa *Il legame tra il passato e il presente...per un "passaggio al futuro"*, riflette appunto la rilevanza di instaurare ed implementare un "ponte" fra esperienza passata e quella presente. "Il futuro ha un cuore antico", asserisce un intervistato, e questo è sicuramente lo *slogan* che coglie maggiormente l'*humus* di quanti dedicano tanto del proprio tempo alla formazione in aula.

Specularmente, si sono registrate anche delle posizioni contrapposte dove i soggetti hanno espresso un'irrelevanza della trasmissione della tradizione. Si tratta di pochi casi che riportiamo, anche in questo caso, attraverso un'analisi delle dimensioni più significative.

Tab. 11 - Motivazioni dell'irrelevanza del bagaglio culturale da trasmettere

DIMENSIONI	STRALCI DELLE RISPOSTE
Disinteresse delle nuove generazioni	<i>"alle nuove generazioni non interessano le nostre esperienze"</i> <i>"le nuove generazioni viaggiano senza bagaglio"</i> <i>"non interessa che a pochi"</i>
L'arte come esperienza individuale	<i>"è inutile"</i> <i>"ciascuno fa le proprie esperienze in un ambito complesso, individuale"</i> <i>"è un'esperienza personale vissuta in modo diverso da ogni artista"</i> <i>"il percorso è individuale e lo scavo deve essere interiore"</i>

Fonte: "La situazione sociale ed economica dell'artista in Italia" 2009

In questo caso sono due le dimensioni individuate: la prima riflette sul *disinteresse delle nuove generazioni* rispetto alle esperienze del passato e sulla poca volontà di imparare dai classici, o da quanti hanno intrapreso questa strada da più tempo. In uno slogan che ricorda da vicino la modernità liquida di Bauman³² potremmo dire che il giovane artista moderno viaggia senza bagaglio, o con al massimo una 24ore!

Si è individuata, infine, la dimensione dell'*arte come esperienza individuale*: è un approccio, questo, molto lontano da quello ormai da anni emergente. È un'idea romantica dell'artista che si forma e cresce in maniera solitaria, guidato dal "genio" e dall'estro ed incurante dell'aspetto relazionale e dello scambio di conoscenze in senso

³² Cfr. Zygmunt Bauman, *Modernità liquida*, editori LaTerza, Bari, 2003.

verticale, attraverso la formazione, ed orizzontale, con gli altri artisti. È visto così come un percorso individuale vissuto intensamente attraverso l'esplorazione del proprio essere: un viaggio introspettivo che non prevede confronti con altri.

Tab. 12 - Svolgimento di attività didattica connessa a quella artistica

	V.A.	%
sì	172	43,9
no	219	56,1
totale	391	100

Fonte: "La situazione sociale ed economica dell'artista in Italia" 2009

Andando oltre il discorso sull'importanza della trasmissione della tradizione, il 43,9% dei rispondenti dichiara di svolgere attività didattica in maniera complementare a quella artistica; di questi, il 78% lo fa prevalentemente in strutture pubbliche ed il restante 22% presso istituti privati.

Tab. 13- Strutture presso cui si svolge attività didattica³³

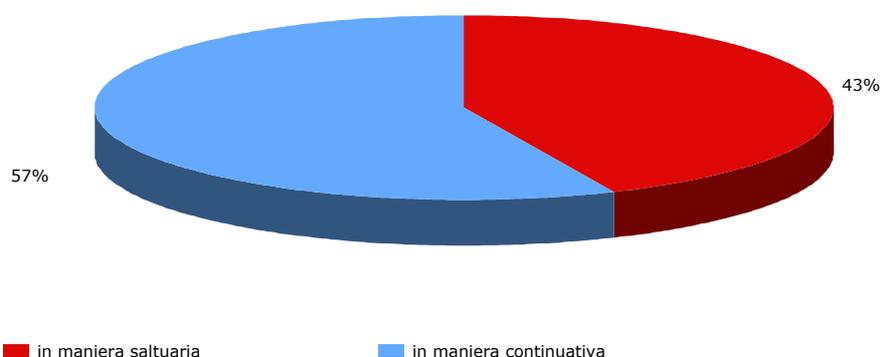
	V.A.	%
accademia, conservatorio	62	27,5
scuole medie superiori	45	20
scuole medie inferiori	31	13,7
università	30	13,3%
scuole elementari	14	6,25

Fonte: "La situazione sociale ed economica dell'artista in Italia" 2009

Focalizzando l'attenzione sulle tipologie di strutture presso le quali avviene l'insegnamento, l'accademia e il conservatorio risultano essere quelle maggiormente rappresentate (27,5%) insieme alle scuole medie superiori (20%). Scuole medie inferiori, università e le scuole elementari presentano percentuali meno rilevanti (cfr. tab. 13).

³³ La somma non fa 100 perché erano possibili più risposte.

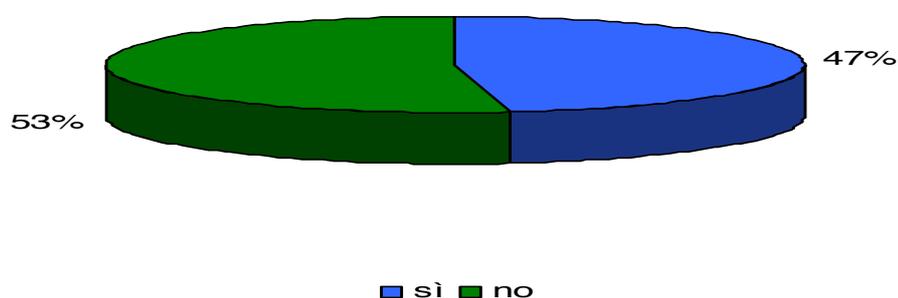
Grafico 3 - Le sue esperienze di insegnamento si svolgono:



Fonte: “La situazione sociale ed economica dell’artista in Italia” 2009

Un dato piuttosto interessante, in continuità con quanto detto finora, risulta essere che il 57% di quanti hanno dichiarato di insegnare lo fanno in maniera continuativa, con docenze di ruolo e non solo come supplenze o incarichi temporanei (cfr. graf. 3). Di qui si evidenzia il rapporto sempre più costante fra attività artistica individuale con quella più squisitamente divulgativa che è un *plus* non solo per quanti intendono intraprendere un percorso artistico nel futuro, ma anche per una più generale sensibilizzazione delle fasce giovanili.

Grafico 4- Dovrebbe esserci un titolo professionale legalmente riconosciuto per svolgere l’attività artistica?



Fonte: “La situazione sociale ed economica dell’artista in Italia” 2009

Un ultimo aspetto che quest’area del questionario è andata ad indagare è stato cogliere se e quanto è sentita, da parte degli intervistati, l’esigenza di costituire un titolo professionale legalmente riconosciuto per svolgere la propria attività. Quella degli ordini

professionali è un'antica *querelle* che riguarda diversi ambiti, dal giornalismo a quello medico solo per fare alcuni esempi, che infiamma spesso l'opinione pubblica fra i due poli opposti: coloro che lo ritengono necessario a tutela della categoria e degli standard di qualità erogati dagli aderenti e quanti, invece, colgono in tale "organizzazione" una mancanza di libertà e il rischio di creare delle vere e proprie lobby. In questo caso il campione, esclusi quanti hanno preferito non rispondere, risulta diviso a metà, con una leggera prevalenza di quanti rientrano di diritto nel *club* dei contrari (53%). Andando più a fondo, si sono potuti poi individuare i perché del "sì" e del "no" e, come già fatto in precedenza, sono stati raggruppati in alcune dimensioni che andiamo a descrivere di seguito (cfr. tab. 14).

Tab. 14 - Dimensioni del "sì" per un titolo o ordine giuridicamente riconosciuto per gli artisti

DIMENSIONI	STRALCI DI RISPOSTE
Una certificazione di qualità e professionalità	<p><i>"abbiamo bisogno di professionalità"</i></p> <p><i>"altrimenti la professione del pittore continua a non essere presa in considerazione in questa società"</i></p> <p><i>"avremmo meno arruffoni che s'arricchiscono non per valore"</i></p> <p><i>"ci sono molti dilettanti e mediocri"</i></p> <p><i>"il conferimento di un titolo permette una selezione qualitativa dell'operato artistico"</i></p>
Riconoscimento giuridico di diritti e tutele	<p><i>"come tutte le categorie riconosciute forse ci sarebbe qualcosa di diritto in più"</i></p> <p><i>"dare maggiori garanzie in campo commerciale e riceverne vantaggi"</i></p> <p><i>"diritto all'iscrizione all'albo e riconoscimento giuridico"</i></p> <p><i>"formazione permanente, iscrizione a enti di sostegno e politiche culturali di promozione di questo lavoro"</i></p> <p><i>"non titoli ma regole precise e chiare riconosciute e applicate a livello europeo"</i></p>
Per creare una lobby	<p><i>"per avere una categoria protetta"</i></p> <p><i>"per essere conosciuto"</i></p> <p><i>"per essere riconosciuti e per avere più prestigio con protezione"</i></p> <p><i>"sentirci protetti ma senza pretese economiche"</i></p> <p><i>"serve per avere un ruolo nella società"</i></p>

Fonte: "La situazione sociale ed economica dell'artista in Italia" 2009

Nella prima dimensione, *una certificazione di qualità e professionalità*, convergono tutte quelle posizioni in cui risulta fortemente sentita l'esigenza di "inquadramento" dell'attività artistica al duplice fine di garantire qualità nelle prestazioni ed evitare che soggetti non adeguatamente preparati possano operare liberamente. Qualità e professionalità sono le due parole chiave che più caratterizzano questa dimensione: molti, infatti, lamentano la mancanza di professionalità, il dilettantismo e la mediocrità come alcune fra le motivazioni per cui il lavoro di artista non è riconosciuto da parte della società. La seconda dimensione, denominata *riconoscimento giuridico di diritti e tutele*, è maggiormente improntata sugli aspetti concreti che un titolo dovrebbe apportare alla professione; sono molteplici, in questo caso, gli interventi auspicati dagli intervistati che palesano, in buona parte, l'esigenza di sentirsi tutelati e di attivare politiche che promuovano il lavoro dei singoli, conferendo loro la dignità di professionisti. Di qui allora la richiesta di garanzie in campo commerciale, l'iscrizione ad enti di sostegno e promozione della cultura, l'esigenza fortemente sentita di una formazione permanente. Si sostanzia, così, la volontà di costituire delle regole condivise riconosciute anche a livello europeo nella convinzione che vincolarsi ad esse possa essere un *benefit* di gran lunga maggiore rispetto all'atomismo in cui spesso ci si viene a trovare nella propria attività. L'ultima dimensione, dal titolo *per creare una lobby*, rappresenta un atteggiamento residuale rispetto alle precedenti e in buona sostanza *opportunistico*: rispetto, infatti, alle dichiarazioni di principio emerse in precedenza, qui si chiede esplicitamente di creare dei *gruppi di interesse*, delle lobby volte a conferire visibilità, prestigio e per recingere la categoria con barriere di ingresso. Come si potrà notare sono categorie, quelle individuate, in parte assimilabili allo stesso concetto, ma la specificazione dimensionale ha contribuito a portare alla luce degli aspetti che altrimenti sarebbero rimasti latenti.

Tab. 15 - Dimensioni del "no" per un titolo o ordine giuridicamente riconosciuto per gli artisti

DIMENSIONI	STRALCI DI RISPOSTE
L'estro al di là delle regole	<p><i>"a volte le accademie vincolano il percorso artistico"</i></p> <p><i>"arte è espressione libera e privata"</i></p> <p><i>"l'arte non è omologabile"</i></p> <p><i>"le capacità artistiche si possono affinare e perfezionare, ma non necessitano di validazione ufficiale"</i></p> <p><i>"chiunque deve avere la possibilità di esprimersi indipendentemente dai titoli acquisiti o riconosciuti"</i></p>

<p>Arte e burocrazia: un binomio imperfetto!</p>	<p><i>“come si fa a ingabbiare l’arte nel ciarpame burocratico? Come vietare a un poeta di scrivere?”</i></p> <p><i>“è un’attività non burocratizzabile”</i></p> <p><i>“la burocrazia è la morte dello spirito artistico”</i></p> <p><i>“non si può rilasciare patenti agli artisti”</i></p>
<p>Paura dei condizionamenti</p>	<p><i>“finirebbe per essere condizionati da fattori esterni, politici, emotivi, ideologici”</i></p> <p><i>“odio le corporazioni”</i></p> <p><i>“sarebbe gestito da istituzioni inevitabilmente condizionate dal favoritismo”</i></p>

Fonte: “La situazione sociale ed economica dell’artista in Italia” 2009

Fra i contrari alla costituzione di un ordine professionale e di un titolo giuridicamente riconosciuto sono tre le dimensioni prevalenti individuate: la prima, chiamata *l’estro al di là delle regole*, rappresenta la visione più romantica del lavoro di artista che difficilmente può conciliarsi con le considerazioni precedentemente fatte. L’arte è vista come non omologabile, come espressione libera e privata. La libertà è messa quindi al primo posto, al di là di qualsiasi altra cosa. Nella seconda, *Arte e burocrazia: un binomio imperfetto!*, l’attenzione volge sulle incompatibilità strutturali fra l’attività artistica e burocrazia: le tanto agognate “patenti”, spesso invocate, a metà fra reale necessità e provocazione, anche in altri ambiti come quello televisivo³⁴, vengono in questo caso considerate “fuori luogo”, prive di una reale fattibilità. *La burocrazia è la morte dello spirito artistico* potrebbe essere, sicuramente, lo slogan che più descrive questa posizione. Nell’ultima area, intitolata *Paura dei condizionamenti*, confluiscono le perplessità di quanti temono l’insorgere di ulteriori influenze e fattori esogeni che porterebbero ad un assoggettamento dell’arte a logiche legate alla politica, al favoritismo e alle corporazioni.

³⁴ Karl R. Popper, *Cattiva maestra televisione*, Marsilio, Venezia, 2002.

Riferimenti bibliografici

Bauman Z., *Modernità liquida*, LaTerza, Bari - Roma, 2003.

Benjamin W., *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, Einaudi, Torino, 2000.

Colbert F., *Marketing delle arti e della cultura*, Etas, Milano, 2009.

Panodsky E., *Tre saggi sullo stile. Il barocco, il cinema, la Rolls Royce*, Electa, Milano, 1996.

Popper K. R., *Cattiva maestra televisione*, Marsilio, Venezia, 2002.

Santagata W., *La fabbrica della cultura*, Il Mulino, Bologna 2007.

Unesco, *Recommentation concerning the Status of the Artists*, Parigi, 1980.

Io ho sempre visto l'artista come un navigatore continuamente alla deriva, oggi, invece, è sempre più un tranquillo signore in barca.

L'antieroe pratica l'arte nel suo studio.

M. Paladino

3.1. La cultura come vantaggio competitivo

Negli ultimi anni, molti studiosi hanno evidenziato come la cultura assuma un'importanza rilevante non soltanto in quanto costituisce un fondamentale valore di civiltà, ma anche perché rappresenta, a tutti gli effetti, una risorsa necessaria per una crescita economica sostenibile³⁶.

L'impatto della globalizzazione ha cambiato le regole alla base della competizione economica e ha contribuito alla creazione di una nuova gerarchia sociale, ridefinendo ruoli e identità e delineando così un nuovo clima competitivo nell'ambito del quale, per competere con successo, è opportuno definire strategie di crescita capaci di individuare nuovi equilibri sia per quanto riguarda la stabilità occupazionale che il processo di formazione professionale. La cultura, comunque la si voglia interpretare, è alla base dei processi di sviluppo ed è strettamente collegata ai risultati economici³⁷.

In Italia, il settore culturale inizia ad essere preso in considerazione anche dagli studiosi di economia solo all'inizio degli anni Novanta. E' nel 1994 che l'*economia della cultura* viene riconosciuta istituzionalmente anche grazie all'articolo "The Production and consumption of the arts: a view of cultural economics" che David Throsby, considerato tra i fondatori della disciplina, pubblica sul *Journal of Economics Literature*³⁸. Le classifiche sulla competitività internazionale dei sistemi economici stilati dal *Global Competitiveness Report*³⁹ 2007-2008 confermano come i Paesi maggiormente competitivi (Stati Uniti, Paesi scandinavi, Germania e Canada) sono quelli che si caratterizzano per la qualità e la vivacità della propria offerta culturale. Per comprendere

³⁵ A cura di Luisa Chiellino.

³⁶ Throsby D., *Economia e cultura*, Il Mulino, Bologna 2005.

³⁷ Ibidem.

³⁸ Cfr. W. Santagata, G. Segre, M. Trimarchi, *Economia della cultura: prospettiva italiana*, "Economia della cultura", 4, Il Mulino, Bologna 2007.

³⁹ E' un rapporto stilato annualmente con lo scopo di mettere in evidenza i fattori chiave che determinano la crescita economica. Permette di spiegare perché alcuni Paesi hanno molto più successo di altri nel raggiungere indici elevati di competitività a livello internazionale. La classifica complessiva della competitività del *Global Competitiveness Report* deriva dall'Indice di Competitività Globale (GCI – Global Competitiveness Index) sviluppato per il World Economic Forum. Il GCI si basa su 12 pilastri della competitività e fornisce un quadro completo del panorama competitivo nei paesi di tutto il mondo a qualsiasi stadio di sviluppo. Tali pilastri sono: *istituzioni, infrastruttura, stabilità macroeconomica, sanità e istruzione primaria, istruzione superiore e formazione, efficienza dei mercati dei beni, efficienza del mercato del lavoro, livello di sofisticazione del mercato finanziario, preparazione tecnologica, grandezza del mercato, sofisticazione imprenditoriale e innovazione.*

il valore economico della cultura si può considerare un studio svolto da *Kea European Affairs* per la Commissione Europea nel 2006⁴⁰. Tale indagine ha calcolato che nel 2003 il settore culturale, insieme a quello creativo, ha generato un giro d'affari, nell'insieme dell'UE 25, di 636 miliardi di euro, con un contributo al Pil europeo pari al 6,4%. Un giro d'affari superiore a quello relativo all'industria ICT e più che doppio rispetto all'industria dell'automobile. In Italia, sempre secondo lo studio Kea, nel quinquennio 1999-2003, si è registrato un consistente aumento del giro d'affari pari al 5,3% medio annuo. Tra il 2005 e il 2008, un recente studio condotto da PricewaterhouseCoopers per Confcultura afferma una sostanziale stabilità rispetto alle stime relative al valore aggiunto del settore culturale e creativo italiano. Il rapporto con il Pil si attesta al 2,2% nel 2005 e nel 2006 raggiungendo il 2,3% nel 2007 e nel 2008 (cfr. Tab. 16).

Tab. 16 - Settore culturale e creativo in Italia: valore aggiunto, fatturato e occupati, 2005-2008

	2005	2006	2007	2008
Valore aggiunto settore culturale e creativo (& su Pil)	2,2	2,2	2,3	2,3
Fatturato settore culturale e creativo (miliardi di euro)	92	97	103	104
Occupati settore culturale e creativo (% su totale occupati)	2,1	2,1	2,1	2,3

Fonte: PricewaterhouseCoopers (stime)

La cultura è in grado, dunque, di mobilitare risorse e competenze, favorendo così l'evoluzione dei sistemi economici verso un posizionamento competitivo sostenibile, ma solo se gli investimenti in cultura, risultano continuativi, coerenti e integrati con la sfera governativa, possono diventare un reale fattore di competitività. Una discussione ancora aperta riguarda chi sostiene che l'arte e la cultura debbano essere gestite come qualsiasi altra attività economica e chi ribadisce al contrario l'impossibilità di un approccio manageriale nell'ambito delle attività culturali poiché potrebbe comportare il rischio di indebolire e compromettere la creatività e la libertà di espressione. In realtà, il problema riguarda le competenze, la preventiva valutazione degli effettivi bisogni sia formativi che d'impiego nel settore con particolare riguardo alla tutela giuridica, ai meccanismi di valutazione, selezione e reclutamento. Tutt'ora non esiste né un albo professionale né una chiara definizione che distingua coloro che a pieno titolo fanno

⁴⁰ Tale rapporto, noto anche come "Rapporto Jàn Figel", dal nome del Commissario UE all'istruzione, formazione, cultura e multilinguismo, attua una distinzione tra settore creativo e settore culturale. Quest'ultimo è diviso in due blocchi di attività. Il primo è costituito da *visual arts, performing arts, heritage* (scultura, pittura, fotografia, biblioteche, archivi, musei, mostre, teatro, danza) e il secondo è costituito dalle *cultural heritage* (produzioni cinematografiche, video e musicali, produzioni radio-televisive e dello spettacolo, agenzie di stampa, editoria, produzione di video-giochi).

parte della categoria che risulta scarsamente riconosciuta anche sotto il profilo previdenziale e assicurativo.

Il vantaggio competitivo che la cultura è in grado di intraprendere si costruisce anche sulle opportunità offerte agli artisti, sulle occasioni di confronto con il pubblico⁴¹ e non di meno sulla formazione. Nonostante il Miur abbia istituito nel 1999 l'Alta formazione artistica e musicale (Afam)⁴², l'accesso alla professionalità artistica è spesso svincolato da percorsi scolastici e formativi specifici. Un artista potenziale, può ambire alla professione da qualsiasi provenienza culturale o universitaria-accademica: motivo ulteriore di difficoltà rispetto ad un sistema specialistico e altamente selettivo. Analoga importanza deve assumere la configurazione pratico-organizzativa ed economico-promozionale dell'attività artistica.

3.2. La condizione professionale dell'artista

Il personaggio dell'artista povero ha ispirato moltissime opere. Giacomo Puccini nel mondo della lirica ha introdotto questa figura con *La Bohème*, Spitzweg ne *Il poeta povero*, dipinto nel 1839, mostra un artista che vive in condizioni pessime ma in una assoluta dedizione nei confronti dell'arte. Friedrich Schiller, scrittore tedesco, descrive la sua condizione *un'esistenza da fame, da proletario, paragonabile a quella dei lavoratori più poveri, non qualificati*⁴³.

Martens afferma, poi, che *in ogni altra professione [...] i lavoratori migliori sono quelli che guadagnano i redditi più elevati. In campo letterario succede esattamente il contrario: le opere più scadenti e senza alcun valore artistico sono quelle che ottengono il maggiore successo di pubblico – le opere significative, al contrario, sono quelle che incontrano le maggiori difficoltà di vendite*⁴⁴.

Pommerehne e Frey⁴⁵, studiosi dell'economia dell'arte, propongono una rassegna di quanto è noto della situazione economica di alcuni tra i maggiori scrittori, pittori e musicisti di tutti i tempi per comprendere se le condizioni degli artisti sono davvero paragonabili a quelle delle classi inferiori e se davvero le opere più scadenti sono quelle che incontrano un maggiore successo. Sicuramente questo non si riscontra nella vita di Shakespeare, che poteva contare su tre fonti di reddito: il salario fisso in qualità di attore, i proventi di gestione come co-proprietario dei teatri Globe e Blackfriars e il

⁴¹ Marinelli G., "Le politiche culturali: l'offerta", in *Economia della cultura*, Anno XIV n. 2, Il Mulino, Bologna 2006.

⁴² È il sistema che ricomprende le istituzioni artistiche e musicali riconosciute dal Ministero dell'università e della ricerca ai sensi della legge 21 dicembre 1999, n. 508. Ne fanno parte le Accademie delle belle arti, l'Accademia nazionale di danza, l'Accademia nazionale di arte drammatica, gli Istituti superiori per le industrie artistiche (Isia), i Conservatori di musica e gli Istituti musicali pareggiati.

⁴³ Engelsing R., *Wieviel verdienen die Klassiker?*, in *Neue Rundschau*, 1976, p. 27.

⁴⁴ Cfr. Martens W., *Lyrik Kommerziell: Das Kartell lyrischer Autoren 1902-1923*, Munich, Wilhelm Fink, 1975, p. 20.

⁴⁵ Pommerehne w.w. e Frey B.S., *Muse e Mercati. Indagini sull'economia dell'Arte*, Il Mulino, Bologna 1993.

compenso come autore di testi teatrali. Il reddito di Goethe era il più elevato all'interno del Ducato di Weimar, superiore a quello dei commercianti e dei banchieri facoltosi. Percepiva uno stipendio pari a 1800 talleri⁴⁶. Nello stesso periodo Kant, in qualità di professore universitario, riceveva 750 talleri⁴⁷. Anche Alexandre Dumas e Victor Hugo condussero una vita sfarzosa così come Molière (Jean-Baptiste Poquelin), Walter Scott, Rudyard Kipling e Charles Dickens, che non aveva sicuramente niente in comune con la vita del povero Oliver Twist⁴⁸. Pommerehne e Frey sottolineano come anche molti celebri musicisti sono noti per avere ricevuto guadagni considerevoli per le loro composizioni. E' il caso di Johann Sebastian Bach o Wolfgang Amedeus Mozart, le cui difficoltà economiche erano dovute unicamente alla passione per il gioco o anche Ludwig van Beethoven. Ingenti somme guadagnavano anche Giuseppe Verdi così come Richard Wagner. Tra i principali artisti della pittura moderna si ricorda su tutti Pablo Picasso, il quale possedeva un patrimonio stimato in oltre un miliardo di franchi francesi dell'epoca⁴⁹.

Da quanto detto si può affermare come sia discutibile effettuare generalizzazioni sul reddito esiguo degli artisti e che sicuramente la diffusione non è direttamente proporzionale alla scarsa qualità delle opere. D'altra parte è fondamentale, per valutare il reddito in rapporto alla professione dell'artista, avere una chiara definizione del suo *identikit*, ma anche comprendere se per un artista il proprio guadagno è corrispettivo a quello che considera il proprio successo.

Secondo un'indagine condotta nel 2008 per il premio Terna dall'Istituto per gli studi sulla pubblica opinione, su una base di 400 artisti, il 64% dichiara di *aver raggiunto il successo quando crea opere che lo soddisfano personalmente*, solo l'11% associa il successo al *guadagno di cifre da capogiro ottenuto con la diffusione delle proprie opere*⁵⁰. Inoltre occorre tener conto del grado di visibilità posseduto dall'artista. Foglio⁵¹ propone una stratificazione degli artisti⁵² per comprendere e caratterizzare la loro offerta:

- artisti famosi con altissimo grado di visibilità;
- artisti noti con un alto grado di visibilità;
- artisti con un medio grado di visibilità;
- artisti con un debole grado di visibilità;

⁴⁶ All'epoca un tallero valeva quanto 15 dollari nel 1985, periodo in cui Pommerehne e Frey scrissero il loro libro.

⁴⁷ Krieg W., *Materialien zu einer Entwicklungsgeschichte der Bucher-Preise und des Autoren-Honorars vom 15. Bis zum 19. Jahrhundert*, Vienna-Zurich, Herbert Stubenrauch, 1953, p.79.

⁴⁸ Ibidem.

⁴⁹ Pommerehne w.w. e Frey B.S., op. cit.

⁵⁰ Prima ricerca sul Profilo d'artista realizzata dall'ISPO Istituto Studi sulla Pubblica Opinione, per conto di Terna, su un campione di artisti iscritti al Premio Terna 01, rappresentativo del panorama artistico italiano.

⁵¹ Foglio A., *Il marketing dell'arte*, Franco Angeli, Milano 2005.

⁵² Il kunstKompass è una classifica dei più importanti artisti viventi pubblicata da Capital. Grazie a questo strumento il mercato dell'arte dispone di un importante punto di riferimento. E' stata realizzata per la prima volta da Willy Bongard nel 1970.

- artisti sconosciuti e senza alcuna visibilità.

È evidente, infatti, che il talento da solo non giustifica la qualità di una realizzazione artistica e che le condizioni economiche e le occasioni d'incontro con il pubblico contribuiscono in larga parte alla realizzazione di un'opera e al suo successo⁵³. Inoltre, nel campo dell'arte, per l'intervento di diversi fattori, si evidenzia sicuramente una variabilità molto maggiore tra i redditi dei singoli individui rispetto a quanto si verifica in altri settori⁵⁴. Gli artisti, come sottolinea Robert Storr⁵⁵, non sono una forza lavoro come le altre. In relazione alla ricerca condotta, l'attività artistica e il reddito risultano due concetti difficilmente abbinabili. Dalla voce degli artisti, che compongono il nostro campione d'indagine, si avverte insoddisfazione, mancanza di controllo sulle condizioni lavorative, essi si percepiscono come protagonisti di un lavoro con entrate spesso insufficienti tanto che alla domanda "Ritiene, in generale, che la professione artistica sia adeguatamente retribuita" ben l'85% del campione risponde in maniera negativa. Dalle risposte ottenute emerge che il 43,5% del campione appartiene ad una fascia di reddito annuale che si colloca entro i 15000 euro (cfr tab. 17).

Tab.17 – Stima del reddito.

	V.A	V. %
Fascia di reddito		
fino a 15000	186	43,5
da 15001 a 28000	110	25,7
da 28001 a 55000	52	12,1
55001 a 75000	11	2,6
oltre 75000	11	2,6
non risponde	58	13,5

Fonte: "La situazione economica e sociale dell'artista in Italia 2009"

Se i dati vengono considerati distinguendo il campione per sesso (Cfr tab.18) si rileva che, mentre gli artisti di genere maschile hanno un reddito che si suddivide in gran parte tra le prime due fasce di reddito considerate, fino a 15000 e da 15001 a 28000, l'universo femminile del campione è posizionato nella prima fascia di reddito.

⁵³ Relazione del Parlamento Europeo "Sulla parità di trattamento e di accesso tra uomini e donne nelle arti dello spettacolo", 24 febbraio 2009.

⁵⁴ Pommerehne W.W. e Frey B.S., *op. cit.*

⁵⁵ Art curator del Museo di Arte Moderna di New York.

Tab.18 – Fasce di reddito rispetto al sesso

Sesso	Fino a 15000		Da 15001 a 28000		Da 28001 a 55000		Da 55001 a 75000		oltre 75000		Non risponde	
	V.A.	V. %	V.A.	V. %	V.A.	V. %	V.A.	V. %	V.A.	V. %	V.A.	V. %
Maschile	127	41,9	93	30,7	40	13,2	10	3,3	7	2,3	26	8,6
Femminile	185	57,4	16	15,8	12	11,9	1	1,0	4	4,0	10	9,9

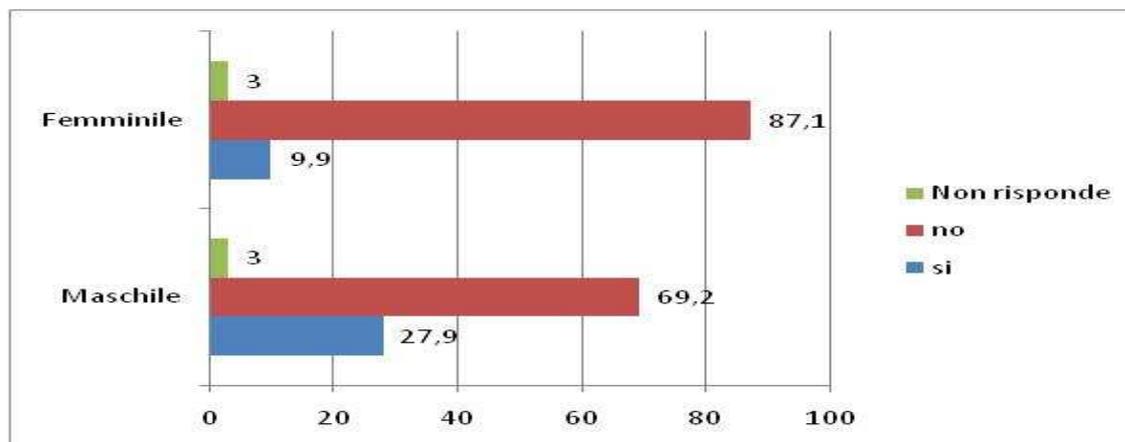
Fonte: "La situazione economica e sociale dell'artista in Italia" 2009

Dichiara di trarre sostentamento dalla propria attività artistica solo il 22,4% del campione contro il 70,3%. La possibilità di sostenersi economicamente attraverso la vendita delle proprie opere permette al 76,3% di non svolgere attività lavorative diverse e parallele contro il 23,7% che è costretto a cercare altri generi di lavoro, una cifra che arriva addirittura a raddoppiarsi (46,8%) nel momento in cui il totale del campione dichiara di non riuscire a vivere del proprio lavoro artistico.

Tra quanti dichiarano di non ottenere sostentamento dalla propria attività, c'è una sostanziale differenza rispetto al sesso: il 27,95 degli uomini contro il 9,9% delle donne. Tale situazione dimostra come le carriere artistiche non sono esenti dalla persistenza di forti disuguaglianze tra uomini e donne. Ciò trova conferma anche nella relazione stilata, nel febbraio scorso, dal Parlamento europeo in merito alla parità di trattamento e di accesso tra uomini e donne nel campo delle arti⁵⁶. Da tale rapporto emerge che esiste una disparità non solo nelle condizioni di lavoro ma anche di occupazione nonché del reddito, riconoscendo inoltre l'esigenza di avviare passi specifici per spiegare meccanismi e comportamenti che producono tali disparità.

⁵⁶ In modo particolare la relazione si sofferma sulle arti dello spettacolo.

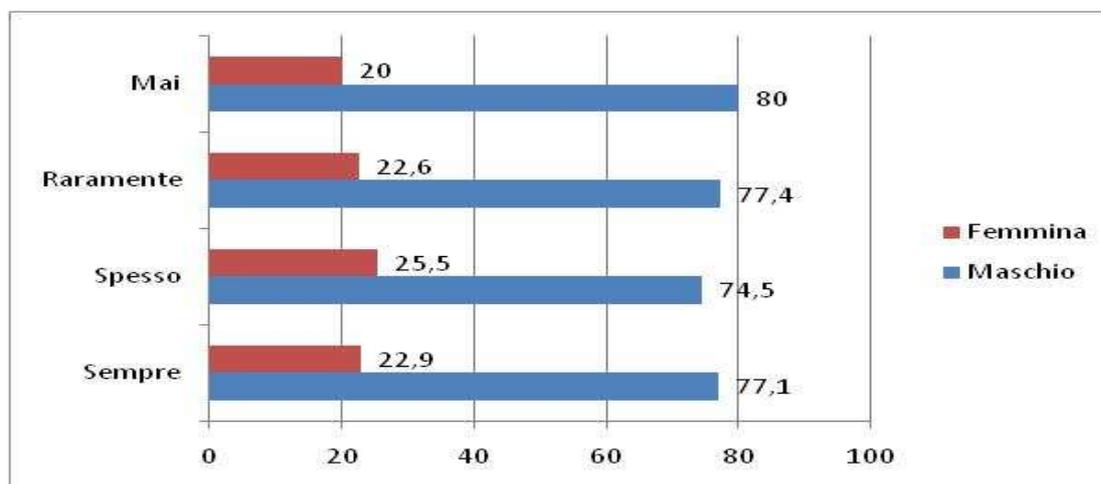
Grafico 5 - Possibilità di sostentamento attraverso i guadagni dei lavori artistici (V.%)



Fonte: “La situazione economica e sociale dell’artista in Italia - 2009”,

In merito alla frequenza di diffusione delle opere, il campione di riferimento dichiara di riuscire “spesso” (51,9%) a raggiungere il pubblico. In quest’ambito la disparità di genere risulta ancora più marcata (cfr. graf. 6): la modalità di risposta “sempre” è scelta dal 77,1% degli artisti di genere maschile contro 22,9% del campione femminile della rilevazione. La situazione rimane costante anche per le successive modalità di risposta.

Grafico 6 – Frequenza delle distribuzioni delle opere rispetto al sesso (V.%)



Fonte: “La situazione economica e sociale dell’artista in Italia - 2009”

La diffusione delle opere risulta avvenire prevalentemente su base nazionale (36,4%) e internazionale (29,4%). Incrociando i dati ottenuti relativamente alla diffusione delle opere con quelli relativi alla fascia di reddito dichiarata, si rileva innanzitutto che gli artisti che appartengono alla prima fascia (fino a 15000), seppur considerato il fatto che compongono gran parte del campione, riescono ad ottenere una diffusione abbastanza

ampia e in maniera prevalente su base provinciale (76,5%). Gli artisti che appartengono alla seconda fascia di reddito (da 15000 a 28000) riescono ad ottenere degli spazi per le proprie opere soprattutto in ambito nazionale (32,1%), mentre la percentuale del campione che appartiene alla quarta fascia di reddito (da 55001 a 75000) diffonde i propri lavori unicamente a livello nazionale e internazionale (cfr. graf. 7).

Certamente tale scenario deve tener conto di due fattori fondamentali: le diverse dinamiche che intercorrono nel complesso mondo del mercato dell'arte e l'attuale crisi economica che ha portato una diminuzione, seppur contenuta⁵⁷, dei prezzi delle varie opere artistiche.

Con l'espressione "mercato dell'arte" si identifica prima di tutto la compravendita delle opere anche se in realtà più che di un mercato si dovrebbe parlare di tanti mercati, disgiunti o solo in parte sovrapponibili tra loro. Un rapporto complesso quello tra artisti e mercato: è questo il dato che emerge dall'indagine. Un legame dal quale non si può prescindere ma inficiato da raccomandazioni, dalla presenza di lobby e dall'assenza di una politica culturale democratica.

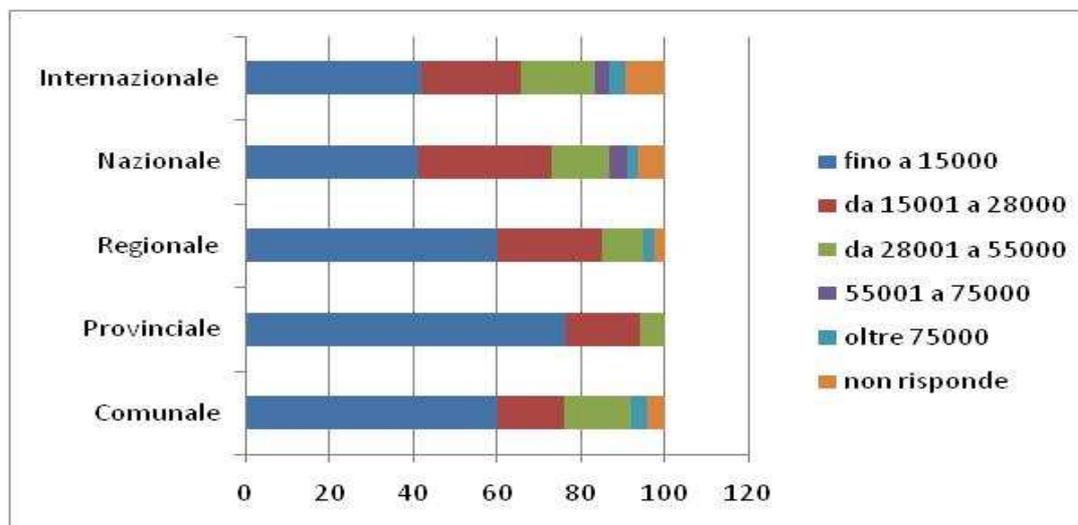
Tale questione trova riscontro nelle varie operazioni che molti artisti stanno proponendo negli ultimi anni per giocare con i meccanismi di mercato e trovare così soluzioni originali per ovviare all'instabilità del reddito artistico. E' il caso di Betty Bee, artista napoletana, che propone un progetto d'**adozione a distanza** anche per l'arte. Un meccanismo simile a quello che regola le adozioni dei bimbi del Terzo Mondo. Un versamento al mese in cambio della fotografia di un'opera che, alla fine dell'anno e della scadenza delle rate, diventa propria. Esperimenti innovativi sono stati attuati anche da diverse gallerie tra le quali **Not gallery**, che cerca di coinvolgere gli artisti in particolari progetti così da rendere la fruizione e l'acquisto dell'opera d'arte accessibile a un pubblico più ampio⁵⁸. Nel panorama dell'arte italiana esistono anche tentativi di attivare un dialogo con quello che inevitabilmente è lo strumento di selezione e diffusione della creazione artistica: il mercato. E' il caso della **Cittadellarte**, una fondazione creata da Michelangelo Pistoletto, il quale propone un nuovo ruolo per l'artista: quello di porre l'arte in diretta interazione con tutti gli ambiti dell'attività umana che formano la società⁵⁹. La ricerca quindi di un rapporto tra arte e potere, economia, denaro, equilibrato e filtrato dalla responsabilità sociale ed etica dell'arte.

⁵⁷ P. Manazza, "La crisi finanziaria sul mercato dell'arte", *Corriere della Sera*, 6 ottobre 2008.

⁵⁸ *Airswap* rappresenta concretamente un esempio di questa nuova modalità di proporre l'arte al pubblico e di mettere in discussione i capisaldi del profitto e della mercificazione. In questo progetto, per esempio, sono gli aeroporti, e tutti i cosiddetti *territori relazioni* a prendere il posto delle gallerie d'arte.

⁵⁹ <http://www.cittadellarte.it>

Grafico 7- La diffusione delle opere rispetto alla fascia di reddito.

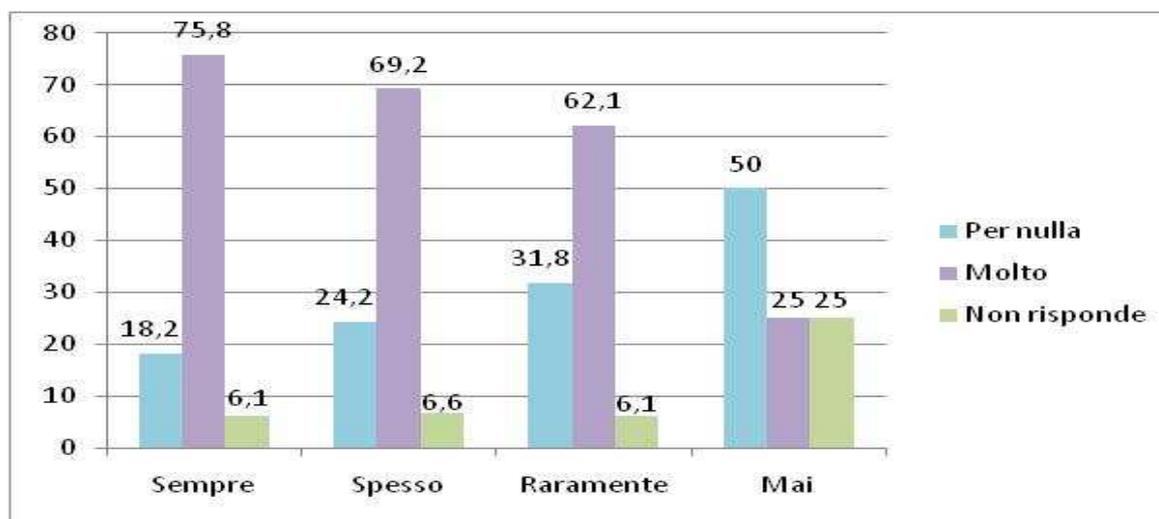


Fonte: “La situazione economica e sociale dell’artista in Italia” 2009

I luoghi di diffusione delle opere artistiche risultano essere le mostre, le gallerie d’arte private, le gallerie d’arte pubbliche e gli eventi in forma più generale.

Nonostante il campione di riferimento non sia prevalentemente costituito da giovani artisti, dall’analisi condotta risulta che ci sia un utilizzo frequente della tecnologia per quanto riguarda la diffusione delle opere. Come si evidenzia nel grafico successivo, il 75,8% di coloro che dichiarano di diffondere “sempre” i propri lavori, risulta essere “molto” aiutato dalla tecnologia, strumento che risulta “per nulla” utilizzato nel momento in cui il campione di riferimento dichiara di non riuscire “mai” a diffondere al pubblico le proprie opere.

Grafico 8- La distribuzione al pubblico di opere artistiche in relazione all’utilizzo della tecnologia



Fonte: “La situazione economica e sociale dell’artista in Italia” 2009

Dall'indagine emerge che i maggiori ostacoli affrontati per affermarsi nel proprio settore artistico sono legati soprattutto alla promozione del lavoro, item di risposta scelto da 206 artisti su una base di 428 soggetti. Le difficoltà economiche e i favoritismi risultano essere altri problemi di rilevante importanza. All'interno della percentuale che contraddistingue coloro che dichiarano di avere difficoltà di promozione del proprio prodotto, il 35,2% risulta utilizzare sovvenzioni contro il 64,% che, seppur esplicitando la difficoltà, asseriscono di non aver mai utilizzato sovvenzioni economiche di enti pubblici per produrre/promuovere/esporre i propri lavori.

“La parola ‘condizione’ significa, da una parte, la posizione che, sul piano morale, viene riconosciuta agli artisti all'interno di una società [...] e, dall'altra parte, il riconoscimento di libertà e di diritti, compresi quelli morali, economici e sociali, in particolare per quanto riguarda il reddito e la sicurezza sociale, dei quali gli artisti dovrebbero beneficiare⁶⁰”. Questo è ciò che sottoscriveva l'Unesco nell'ottobre del 1980 in merito alle raccomandazioni sulla Condizione dell'artista. Esigenze che si riscontrano e che vengono più volte dichiarate dagli artisti che compongono il nostro campione di ricerca. La loro voce rispecchia la delusione e la rabbia di non poter esprimere e vivere del proprio talento in un paese in cui continua ad esistere poca tutela e considerazione nei confronti della categoria, vorrebbero partecipare ai dibattiti politici che li riguardano, ma spesso si sentono ignorati e poco tutelati. Una fotografia che evidenzia umori contrastanti, tra ambizioni e disincanto, precarietà e critiche soprattutto nei confronti delle istituzioni culturali.

⁶⁰ Raccomandazioni sulla Condizione dell'artista, UNESCO, ottobre 1980, pag. 2, Sez. I. Definizioni.

Riferimenti bibliografici

Foglio A., *Il marketing dell'arte*, Franco Angeli, Milano, 2005.

Martens W., *Lyrik Kommerziell: Das Kartell lyrischer Autoren 1902-1923*, Munich, Wilhelm Fink, 1975.

Pommerehne w.w. e Frey B.S., *Muse e Mercati. Indagini sull'economia dell'Arte*, Il Mulino, Bologna, 1993.

Krieg W., *Materialen zu einer Entwicklungsgeschichte der Bucher-Preise und des Autoren-Honorars vom 15. Bis zum 19. Jahrhundert*, Vienna-Zurich, Herbert Stubenrauch

Santagata W., *La fabbrica della cultura*, Il Mulino, Bologna 2007

Sassen S., *Le città nell'economia globale*, Il Mulino, Bologna 1997.

Throsby D., *Economia e cultura*, Il Mulino, Bologna 2005.

Riviste

Marinelli G., *Le politiche culturali: l'offerta*, in "Economia della cultura", Anno XIV n. 2, Il Mulino, Bologna 2006.

Santagata W., Segre G., Trimarchi M., *Economia della cultura: prospettiva italiana*, "Economia della cultura", 4, Il mulino, Bologna 2007.

Parte Quarta⁶¹

Non esiste in realtà una cosa chiamata arte.

Ernst H. Gombrich

4.1. Quel che resta dell'artista

La terza sezione del questionario sulla situazione sociale ed economica dell'artista in Italia contiene una serie di domande che mirano ad analizzare il rapporto tra gli iscritti e l'Ente, focalizzando l'attenzione su quali sono, in particolare, gli aspetti maggiormente critici che caratterizzano le relazioni tra artisti ed E.N.A.P.P.S.M.S.A.D. e le principali difficoltà che gli artisti incontrano nella diffusione dei loro prodotti anche in relazione alle nuove tecnologie della comunicazione.

Tale lavoro, come visto nelle parti precedenti, prova ad offrire un'intensa e variegata fotografia di quella che è una condizione particolare e intende riconoscere alla società non solo il dovere ma soprattutto l'interesse nel sostenere questa categoria dato il ruolo che gli stessi artisti svolgono nel miglioramento della qualità della vita e di consolidamento della democrazia. Sono infatti gli artisti che tengono viva la società, i creatori dello spirito critico, che esaltano il passato, contestano il presente, interrogano il futuro, ed è per questo che sono sempre più centrali nei processi di valorizzazione e sviluppo della società civile. Gli artisti, pertanto, hanno sempre assunto l'espressione della soggettività della percezione e la visione individuale del mondo come riflesso dell'esistenza. L'artista è capace di trasmettere un'infinità inconscia all'opera d'arte che manifesta tale immensità offrendosi ad innumerevoli interpretazioni, come se infinite fossero le intenzioni che l'hanno determinata. Nell'attuale contesto culturale forse soltanto l'arte può manifestarsi in contro tendenza. Solo l'arte potrebbe contrapporsi all'attuale omogeneizzazione culturale e alla conseguente illusione che tutto sia comunicabile, trasferibile dall'uno all'altro. Essa, per quanto forma di comunicazione, permette di resistere alla forza seducente di una comunicazione a qualunque costo, per costringerci a scontrarci proprio con il ruolo che ricopre l'individuo, la sua soggettività⁶².

Fa riflettere, poi, che nonostante la produzione e la maggiore diffusione di opere artistiche e il sorgere di vere e proprie industrie culturali, molti artisti vivono ancora in condizioni di vita precarie e comunque non corrispondenti al loro ruolo sociale.

Il complesso e difficile rapporto che si è instaurato, poi, tra arte contemporanea da un lato e le istituzioni pubbliche e private dall'altro soltanto recentemente è stato oggetto di

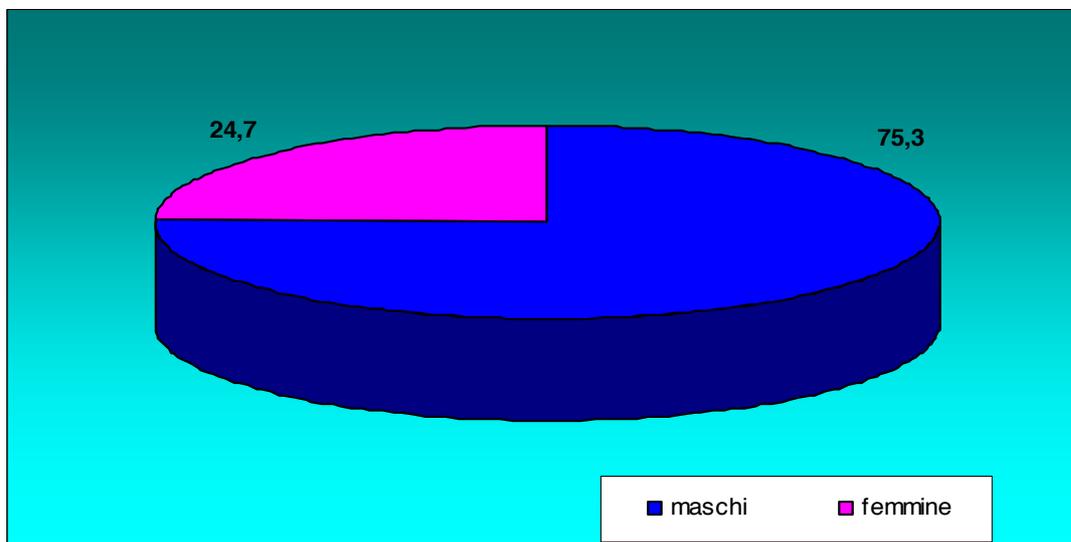
⁶¹ A cura di Giovanni Prattichizzo.

⁶² Bertasio D., *Solitudine e condivisione nell'arte*, Liguori, Napoli, 2003.

studio sia da parte degli studiosi di estetica, dei critici d'arte che dai sociologi dell'arte. In effetti, se l'intervento delle istituzioni pubbliche e private nel campo artistico si è notevolmente esteso dagli anni sessanta, solo di recente è stata avvertita nella giusta prospettiva la grande rilevanza sociale del fenomeno. In un momento storico in cui, di fatto e di diritto, si stanno ridefinendo le relazioni tra istituzioni e società, oltre che quelli tra politica ed economia, è pertanto auspicabile poter andare oltre una visione panoramica e completa che permetta di osservare gli intensi cambiamenti in corso e di identificare i possibili sviluppi futuri⁶³.

Partiamo da un dato certo: il campione analizzato risulta essere composto più da maschi che da femmine: il 75,3% sono maschi e il 24,7% sono femmine.

Grafico 9 - Uomini e donne (Val %)

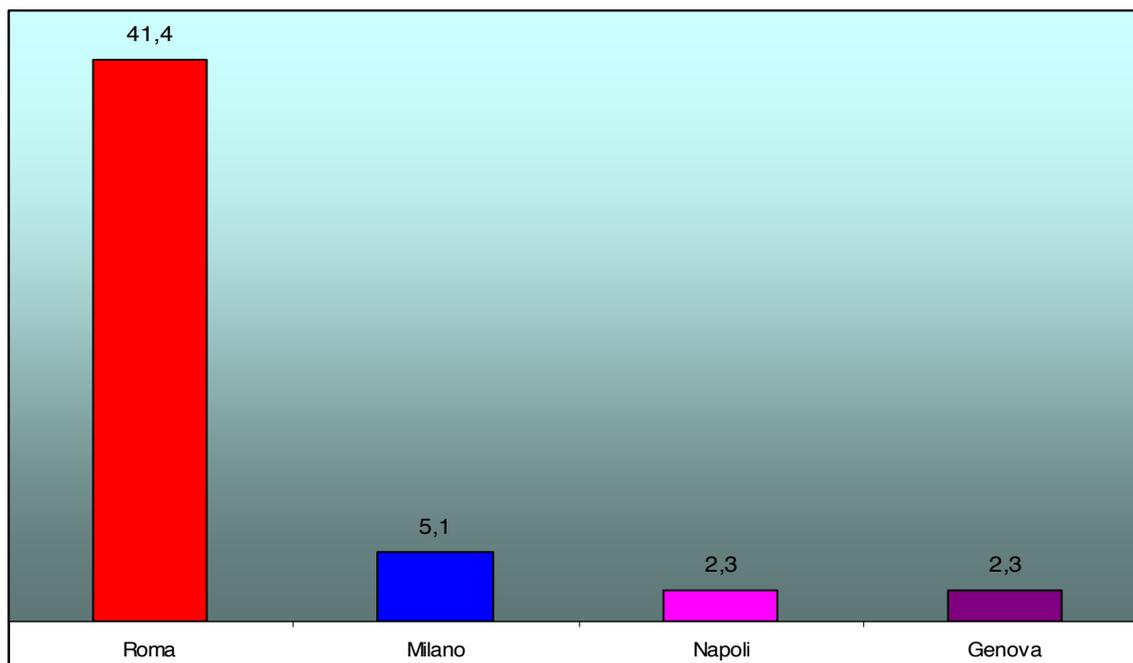


Fonte: "La situazione sociale ed economica dell'artista in Italia" 2009

La maggior parte degli artisti appartenenti all'ente vive nei grandi centri urbani. Al primo posto troviamo Roma (41,4%) seguita da Milano, Genova e Napoli. Si deve sottolineare che, se è vero come appare dal grafico 11, che la maggior parte degli artisti vive nel centro Italia, questi provengono da piccoli e medi centri urbani del sud e delle isole e si sono trasferiti al centro e nelle realtà metropolitane per avere maggiori opportunità ed occasioni.

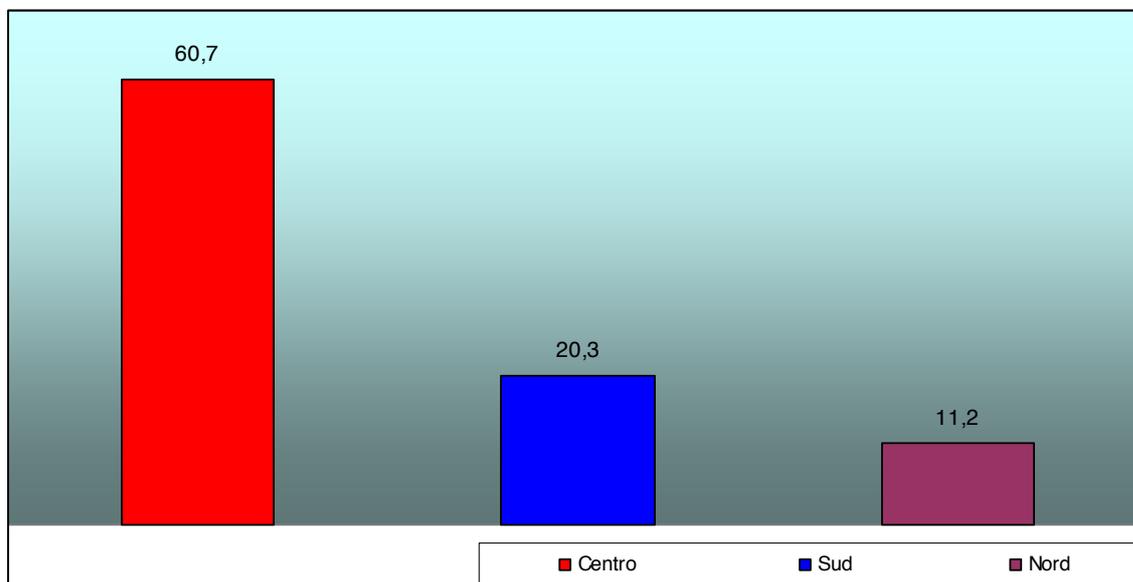
⁶³ Poli F., *Produzione artistica e mercato*, Einaudi, Torino, 1975.

Grafico 10 - la città degli artisti (Val %)



Fonte: “La situazione sociale ed economica dell’artista in Italia” 2009

Grafico 11 - Dove vivono gli artisti (Val %)

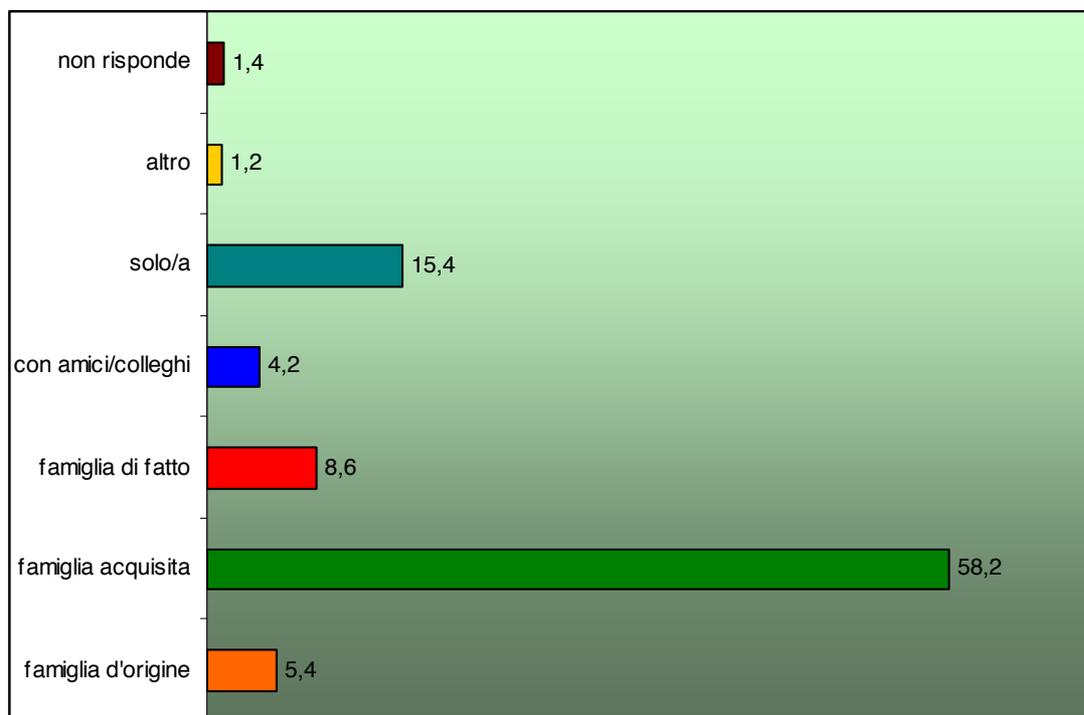


Fonte: “La situazione sociale ed economica dell’artista in Italia” 2009

Per ciò che concerne il titolo di studio la gran parte degli iscritti all’E.N.A.P.P.S.M.S.A.D. ha conseguito la maturità (59,7%); una piccola percentuale ha ottenuto anche la laurea (42,8%).

Il 58,2% degli artisti vive con la famiglia acquisita, il 15,4% vive solo, l'8,6% con la famiglia di fatto (conviventi, compagni, ecc).

Grafico 12 - Attualmente vive con:

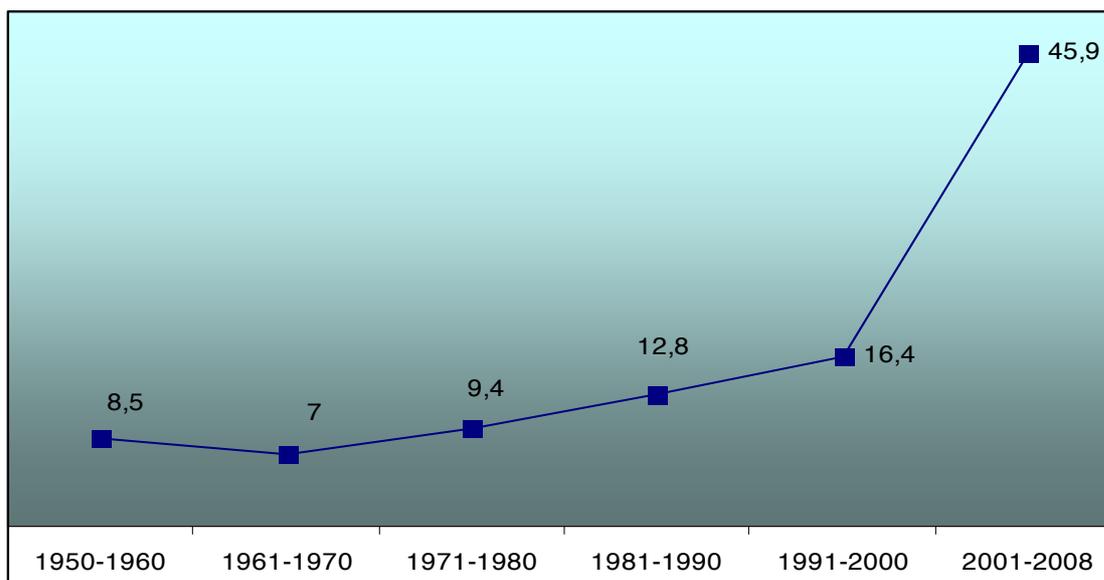


Fonte: "La situazione sociale ed economica dell'artista in Italia" 2009

Di sola arte non si vive ed, in effetti, il 41,5% svolge una parallela attività oltre a quella artistica. La maggior parte, poi, dichiara di essere insegnante (14,1%) mentre il 18,7% è in pensione. Interessante appare il dato del 7,1% dei rispondenti che dichiara di svolgere attività lavorative in apparenza molto distanti dall'essere artisti come il magistrato, il dirigente, il docente universitario.

Dopo aver raccontato e fotografato la carta d'identità degli artisti appartenenti all'E.N.A.P.P.S.M.S.A.D., è opportuno prendere in esame l'evoluzione delle iscrizioni all'ente per verificare l'effettiva presenza o meno sul territorio e nelle vite degli artisti. Premesso che ci troviamo di fronte un campione di soggetti adulti/anziani (età media è di 63 anni), considerando le percentuali dal 2000 al 2008 è possibile individuare un forte incremento del numero di iscritti (45,9%). Un dato che non può che confermare il ruolo senza dubbio centrale svolto dall'E.N.A.P.P.S.M.S.A.D. nella concreta risposta alle esigenze formative degli artisti e nell'attivazione delle loro difese giuridiche per contrastare eventuali situazioni di disagio economico e sociale.

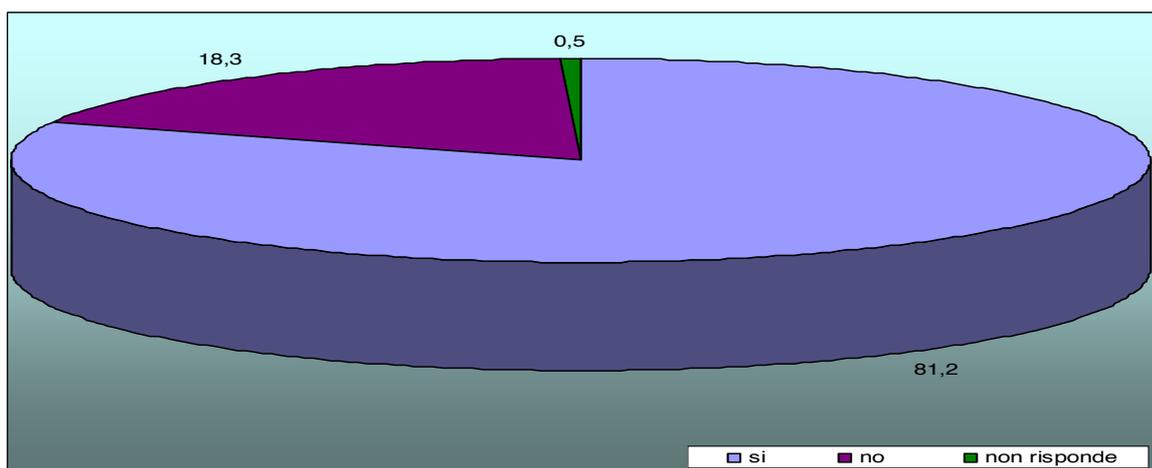
Grafico 13 Iscrizioni all'Ente suddivise per decenni (Val %)



Fonte: "La situazione sociale ed economica dell'artista in Italia" 2009

Gli artisti ritengono ancora straordinariamente e fortemente utile l'iscrizione all'ente. L'81,2% del campione la considera necessaria e fondamentale a fronte del 18,3% che risponde negativamente.

Grafico 14 - Utilità dell'iscrizione all'ente (Val %)



Fonte: "La situazione sociale ed economica dell'artista in Italia" 2009

Interessante analizzare, a questo punto, quali sono le motivazioni più forti che conducono al riconoscimento positivo e propositivo dell'E.N.A.P.P.S.M.S.A.D.. La gran parte dei soggetti individua nella funzione della *tutela dell'artista e della previdenza*, nella *protezione della categoria* e nella *promozione delle iniziative* le ragioni prevalenti

dell'opportunità dell'iscrizione all'ente. Questa è utile anche per la diffusione di informazioni, per l'attuazione di politiche di sostegno e di scambio culturale.

Ecco alcune interessanti risposte aperte dei rispondenti al questionario: *validissima fonte per ricevere riconoscimenti, economici e professionali; sostiene gli artisti nel difficile inserimento nel mondo del lavoro; ottimo ente molto ben gestito; è un laboratorio di arte e di vita, un luogo di incontro e di ascolto vicino agli artisti.* Nelle risposte emerge anche una piccola percentuale di iscritti che, nonostante l'atteggiamento positivo nei confronti dell'Ente, vedono l'utilità dello stesso in funzione del futuro e di ciò che potrebbe fare per promuovere, coordinare e tutelare le attività creative o allargare il confronto e il dibattito con gli intellettuali.

I soggetti che sostengono la non efficacia e inadeguatezza dell'ente è perché lo considerano essenzialmente inutile e senza uno scopo ben preciso soprattutto in quanto pare non seguire l'evoluzione e la crescita degli artisti. Questi vorrebbero un ente più *amico*, più complice e vicino al percorso formativo degli iscritti. In particolare, è proprio l'assenza di strategie di comunicazione e la mancanza di informazioni e di notizie su concorsi e iniziative di vario tipo ad essere denunciata con maggior forza da parte del nostro campione. Viene percepito il vuoto, l'assenza; *un ente che non fa nulla; non garantisce nessun sostegno; non offre stimolo all'arte e non svolge i propri compiti: quello previdenziale e pensionistico.* Al contrario, basterebbero poche azioni come, ad esempio, la creazione ed invio di una newsletter settimanale a tutti gli iscritti per sopperire all'assordante silenzio che ha caratterizzato l'Ente per tutti questi anni.

4.2. Artista e comunicazione. Non ora, non qui

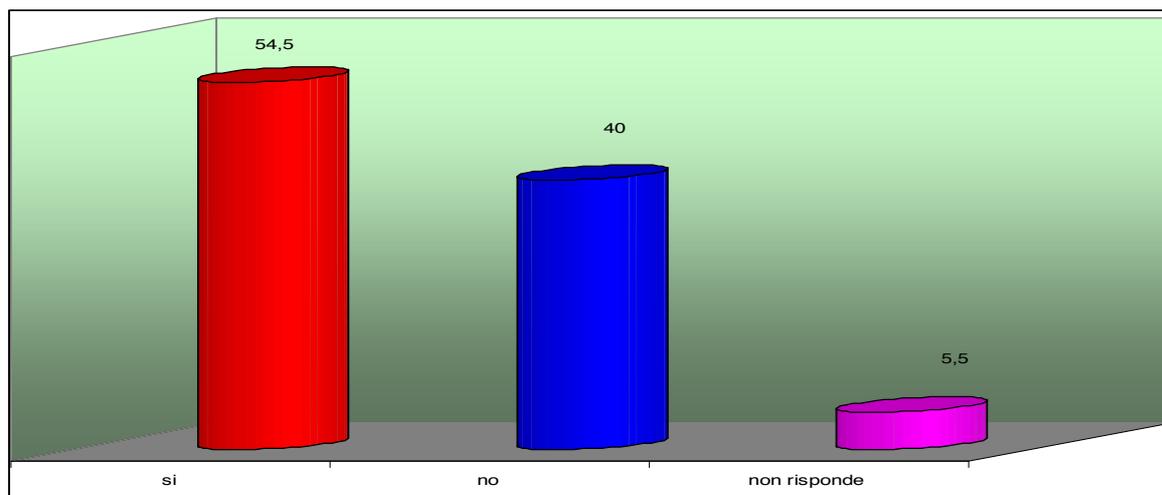
Ripercorrendo, in breve, la storia dello stesso E.N.A.P.P.S.M.S.A.D. (Ente Nazionale di Assistenza e Previdenza per i Pittori e gli Scultori, i Musicisti, gli Scrittori e gli Autori Drammatici) questo venne istituito nel 1978. L'articolo 2 dello Statuto afferma che: *l'Ente si propone di sostenere i propri iscritti nella loro attività professionale, promuovendone – ove necessario in collaborazione con istituzioni aventi scopi simili in Italia e all'estero – la formazione, il perfezionamento e l'affermazione in campo nazionale ed internazionale.* L'attività istituzionale dello stesso deve essere caratterizzata, secondo lo Statuto, dai seguenti compiti:

- erogazione di assegni continuativi a favore di iscritti e loro eredi;
- provvidenze economiche straordinarie a favore degli iscritti partecipanti a mostre, rassegne e manifestazioni simili;
- organizzazioni e patrocinazione di manifestazioni artistiche, musicali, letterarie e teatrali;
- premi di incoraggiamento e di operosità, contributi alle spese di viaggio, di studi e di perfezionamento;
- costituzione e conservazione di biblioteca di opere letterarie, teatrali, archivio discografico e nastrografico;
- manifestazioni artistiche interdisciplinari;
- edizioni e coedizioni di produzioni letterarie, drammatiche e musicali degli iscritti.

Dal punto di vista degli artisti queste funzioni sono svolte in modo completo da parte dell'Ente? E quali sono, sempre secondo gli iscritti, le attività che l'E.N.A.P.P.S.M.S.A.D. deve mettere in campo per soddisfare pienamente la sua *mission*?

Se l'E.N.A.P.P.S.M.S.A.D., ad esempio, attivasse una forma di assistenza sanitaria integrativa il 54,6% sarebbe favorevole rispetto al 40% dei contrari.

Grafico 15 - Attivazione di forme di assistenza sanitaria integrativa (Val %)



Fonte: “La situazione sociale ed economica dell’artista in Italia” 2009

L’assistenza sociale, il sistema pensionistico e quello fiscale sono, spesso, inadeguati in quanto non adatti a soddisfare i bisogni specifici risultanti dalla condizione lavorativa degli artisti, come sopra descritta. Tutto ciò influisce negativamente sui loro diritti legittimi (come i sussidi di disoccupazione, l’assistenza sanitaria, ecc) e rende difficile il calcolo delle pensioni⁶⁴. I bassi redditi che, come si è visto nella seconda parte del rapporto, derivano dai contratti saltuari fanno sì che molti artisti “liberi professionisti” siano costretti a fare grandi sacrifici per permettersi assicurazioni private e fondi pensione con cui, in assenza di un lavoro, provvedere a se stessi. Tutto ciò li mette in una condizione di grande vulnerabilità, in particolare durante la vecchiaia, dove si hanno forme di vera e concreta indigenza. Per tali motivi, gli iscritti all’E.N.A.P.P.S.M.S.A.D. reputano utile e rassicurante una forma di assistenza di questo tipo soprattutto considerando la carenza delle Asl e del sistema sanitario nazionale. Si deve anche dire che gran parte dei rispondenti ha dichiarato di non avere affatto alcuna forma di assistenza sanitaria.

Non si dimentichi che l’artista che opera in questo ambito creativo è, nella stragrande maggioranza dei casi, una persona che non possiede i mezzi per operare, né sicurezza sociale e di reddito tale da favorire la propria attività primaria, “creare”. È vero che nessuno obbliga ad una persona di fare il pittore o lo scultore, ma è altrettanto vero che si tratta di attività che, in ogni epoca governata da classi sociali e dirigenti avvedute, andrebbero favorite e tutelate per il bene della nazione e dell’umanità.

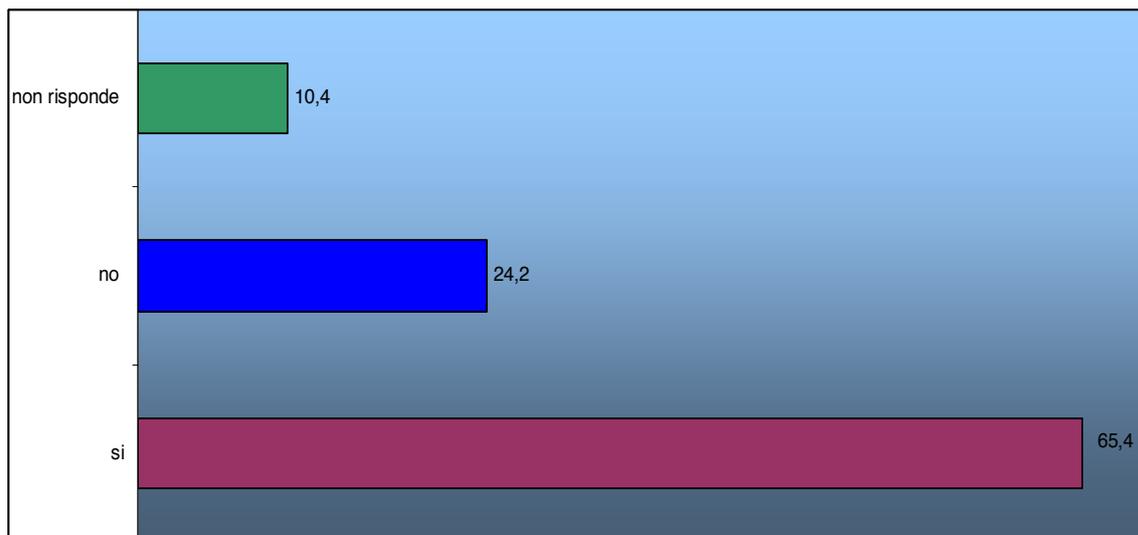
Coloro i quali hanno risposto in modo negativo a tale proposta è perché o già dispongono di assistenza sanitaria oppure credono che sia compito esclusivo dello

⁶⁴ FIM e FIA “Manifesto sulla Condizione dell’artista” www.fia-actors.com

Stato. Alcuni soggetti, poi, temono di versare ulteriori contributi che andrebbero comunque a finire nelle mani sbagliate senza offrire una reale e concreta tutela sanitaria.

Positivamente è considerata anche la possibilità da parte dell'Ente di attivare una forma di previdenza integrativa. Il 65,4% ritiene utile tale proposta rispetto al 24,2% contrario.

Grafico 16 - Attivazione di forme di previdenza integrativa e/o complementare (Val %)



Fonte: "La situazione sociale ed economica dell'artista in Italia" 2009

Che la "carriera" di un artista sia un percorso particolare che debba attirare una specifica attenzione sociale e sollevare l'area problematica del suo supporto e della sua tutela, è fuori di ogni dubbio. Basti pensare al palcoscenico come spazio lavorativo dell'artista, agli studi di coloro che sono impegnati nelle arti figurative, nella scultura, pittura, a quella variegata quantità di mezzi, strumenti, risorse umane che vengono chiamate in gioco nella produzione artistica e che possiedono una loro peculiarità, legata anche al rischio di "malattia professionale". L'attivazione di forme di previdenza da parte dell'Ente è valutato come *utile, per integrare la pensione che c'è già, perché è giusto che l'E.N.A.P. si preoccupi di questo problema.*

In tal caso si parla poi di artista in senso lato ma è opportuno considerare separatamente le quattro categorie che afferiscono all'E.N.A.P.P.S.M.S.A.D.: pittori, scultori, musicisti e drammaturghi. Anche se tutti chiedono con forza un'assistenza attiva, integrativa, sostitutiva, facoltativa o altro a favore degli artisti in connessione con quelle già attivate presso altri enti come INPS, ENPALS, in rapporto con i diversi fondi di Solidarietà (SIAE, UNCLA). I soggetti contrari nutrono in realtà forti dubbi sulla capacità dell'ente di attuare una politica di questo tipo; secondo alcuni sarebbe un'operazione

costosa ed onerosa che non migliorerebbe affatto la condizione sociale ed economica dell'artista.

Eppure l'Ente rimane l'unico in grado di provvedere alla diffusione e promozione dell'artista nella sua complessità. Secondo gli iscritti sono tante le azioni che l'E.N.A.P.P.S.M.S.A.D. potrebbe mettere in campo ma che fanno riferimento essenzialmente a due parole chiave: *promozione ed informazione*. Da un lato, infatti, gli iscritti vorrebbero una maggiore promozione dell'artista, delle sue opere attraverso l'attivazione di mostre, esposizioni, convegni, dibattiti e incontri con critici ed intellettuali, ma anche realizzando convenzioni con Ministeri, Unione Europea e offrendo borse di studio per i più meritevoli. Dall'altro sono proprio la comunicazione e l'informazione ad essere scarsamente presenti.

In effetti, obiettivo principale dell'artista è quello di generare conoscenza estetica, di aggiungere alle proprie idee, alle proprie immagini o ai propri sentimenti, un valore che va oltre il loro contenuto informativo; eppure ha bisogno e necessità di essere in contatto con la realtà, di partecipare ed essere informato. Da più parti, pertanto, si richiede all'ente di garantire notizie su concorsi, iniziative culturali, bandi attraverso, per esempio, *una newsletter su premi letterari, mostre, sito internet, circolazione di notizie su attività artistiche; una news cartacea o telematica che possa informare gli iscritti relativamente ad iniziative, finanziamenti, attributi, concorsi nazionali ed internazionali o ancora un ufficio stampa "serio" che promuova le attività dei singoli iscritti*. Le recensioni, le critiche degli intellettuali e le mostre rappresentano le attività più importanti per far conoscere un determinato autore.

Ciò che manca è proprio la conoscenza e condivisione tra gli artisti così come la possibilità di attivare canali trasparenti e democratici per divulgare in modo capillare le opere di ogni tipo. Non si dimentichi che la figura dell'artista ha risentito profondamente delle mutazioni culturali delle varie epoche, trovandosi ad essere spesso considerata niente più che una "mano" al servizio di idee, progetti e necessità impostate e dirette da altri, spesso ritagliandosi un'autonomia di scelta che potremmo definire "sotterranea", quasi una possibilità espressiva da clandestini.

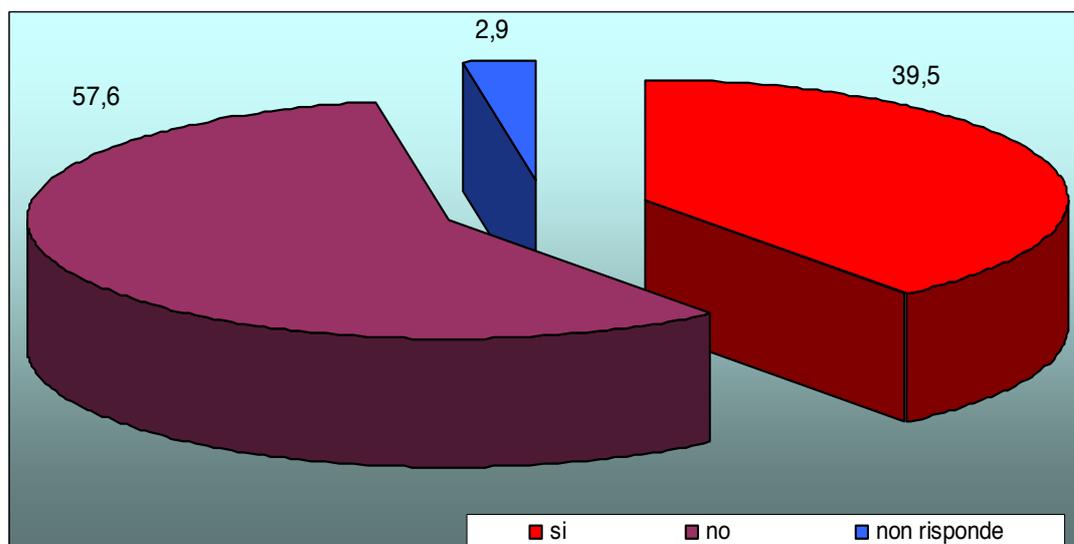
Alcuni soggetti, poi, chiedono essenzialmente aiuti concreti dall'ente come quelli economici, sovvenzioni e accordi per pubblicare libri; altri ritengono che l'ente potrebbe dare vita a *centri culturali dove collegare gli operatori del settore rendendo possibile la divulgazione e la conoscenza del nostro lavoro e commercializzarlo*. Al tempo stesso, sulla base dello Statuto sociale degli artisti approvato dal Parlamento Europeo il 7 giugno 2007⁶⁵, l'E.N.A.P.P.S.M.S.A.D. dovrebbe elaborare un manuale pratico uniforme e comprensibile destinato a tutti gli artisti e agli organi interessati nelle amministrazioni,

⁶⁵ Lo Statuto sociale degli artisti chiede di migliorare la sicurezza sociale degli artisti e la consapevolezza sui loro diritti, sviluppare l'educazione artistica e il riconoscimento dei diplomi nonché agevolare la mobilità degli artisti all'interno dell'UE.

che contenga tutte le disposizioni in materia di assicurazione malattia, disoccupazione e pensionamento in vigore a livello nazionale ed europeo.

Sulla base dello statuto l'E.N.A.P.P.S.M.S.A.D. organizza o patrocina manifestazioni artistiche, musicali, letterarie e teatrali allo scopo di valorizzare l'opera di singoli o gruppi di iscritti. In realtà, a tali iniziative ha partecipato il 39,5 dei rispondenti; mentre il 57,6% dichiara che il proprio lavoro non è mai stato selezionato per eventi espositivi/iniziativa culturali promossi dall'ente.

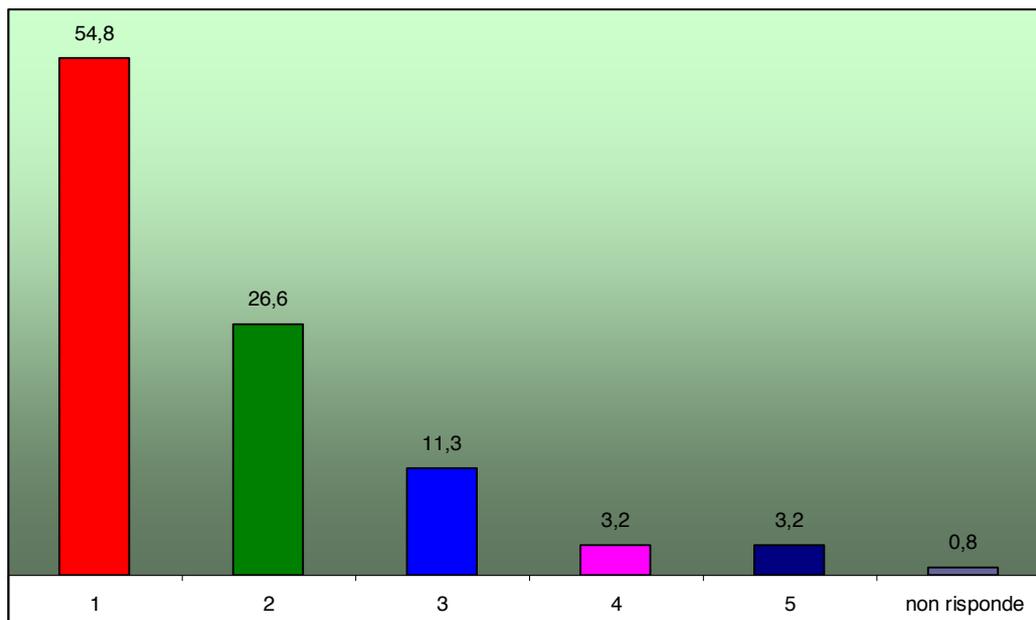
Grafico 17 - Selezione per eventi espositivi/iniziativa culturali promossi dall'E.N.A.P.P.S.M.S.A.D. (Val %)



Fonte: "La situazione sociale ed economica dell'artista in Italia" 2009

Su quanti hanno risposto si la maggioranza ha partecipato solo una volta (54,8%); il 26,6% è stato selezionato due volte mentre l'11,3% ha partecipato ben 3 volte.

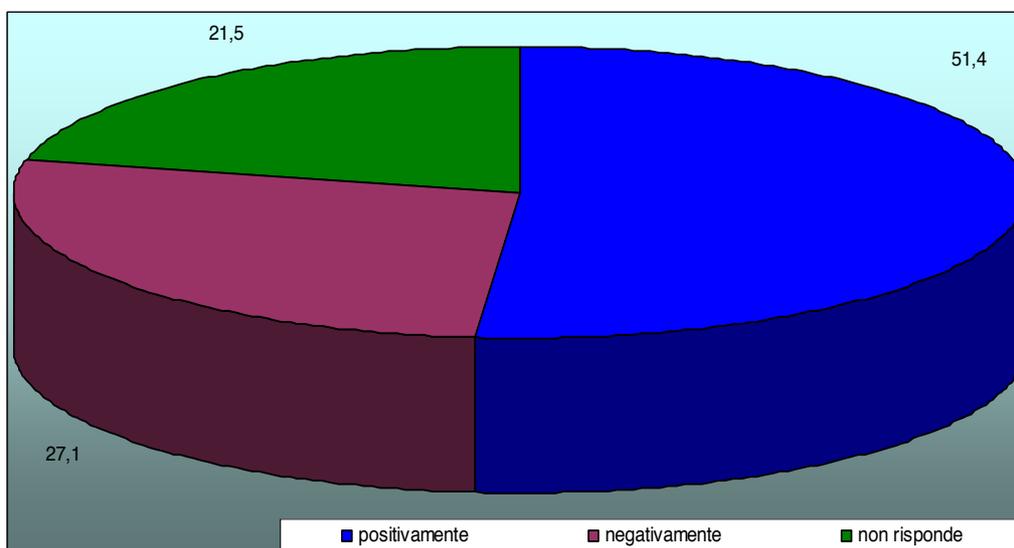
Grafico 18 - Numero di partecipazioni alle iniziative dell'E.N.A.P.P.S.M.S.A.D. (Val %)



Fonte: “La situazione sociale ed economica dell’artista in Italia” 2009

Tra coloro i quali hanno partecipato il 51,4% valuta positivamente tali eventi ed iniziative rispetto al 27,1% che li considera in modo negativo.

Grafico 19 - Valutazione degli eventi realizzati dall'E.N.A.P.P.S.M.S.A.D. (Val %)



Fonte: “La situazione sociale ed economica dell’artista in Italia” 2009

I soggetti che valutano questi eventi positivamente ritengono essenzialmente che questi aumentino la visibilità, siano necessari ed importanti per la promozione della propria opera d’arte e rappresentino comunque un’alternativa rispetto al tradizionale consumo d’arte. Nel contempo, viene riconosciuta la capacità e abilità all’ente nel saper

organizzare questi eventi stimati come *seri, eccellenti, organizzati da persone competenti, di spessore culturale e stimolanti professionalmente*. Ci sono poi artisti che, pur riconoscendo il valore assoluto e meritorio di queste iniziative, le considerano ancora *rare e poco pubblicizzate all'esterno, insufficienti e troppo circoscritte* anche se permettono la crescita e lo sviluppo di un *movimento artistico e culturale*.

Gli artisti che considerano negativamente tali eventi li trovano *insignificanti, scarsi, legati ad una selezione meramente politica*. Emerge una forte percentuale di soggetti che non li conosce e denuncia la mancanza di una comunicazione efficace tra gli iscritti per partecipare a tali iniziative. Sarebbe auspicabile, da parte dell'ente, attivare una newsletter (ad esempio) o migliorare il sito Internet prevedendo una sezione dedicata in grado di informare gli iscritti delle possibilità espositive e promozionali messe in atto dallo stesso. Così come sarebbe auspicabile lavorare sul decentramento degli eventi in quanto da più parti viene riconosciuto il forte livello **romanocentrico** di questi.

La comunicazione rappresenta un concreto strumento di conoscenza e di democrazia, che può avvicinare l'ente agli iscritti, consentendo ai primi di ascoltare i secondi e di rendere loro conto del proprio operato, contribuendo allo sviluppo e alla garanzia della trasparenza (di cui si lamenta l'assenza da più parti). Ma anche comunicazione come elemento fondamentale per il funzionamento stesso dell'E.N.A.P.P.S.M.S.A.D., risorsa e paradigma organizzativo al tempo stesso. E, ancora la comunicazione in senso pubblicitario permette di raccogliere e fidelizzare attorno ad progetto/evento/mostra un pubblico attento e in grado di dare senso all'opera all'arte. La stessa sociologia dell'arte insiste sulla *condivisibilità* a livello antropologico delle opere d'arte, mancando la quale si spezza qualsiasi motivo di interesse per quanto viene proposto dagli artisti; il messaggio, in tal modo, rischia di diventare esclusivo appannaggio di una ristretta cerchia intellettuale. In un certo senso, l'arte sta prima della comunicazione, in quanto forma espressiva non canonica, che ha in sé, comunque, la potenza di un messaggio fortemente formalizzato.

Il pubblico ha il diritto di essere informato ed educato, per poter conservare un altro diritto, quello di non essere virtualmente escluso dal mondo dell'arte contemporanea, da quel mondo a cui gli operatori del settore danno una sempre maggiore importanza sociale. Da più parti, come emerso nel corso della ricerca, si riconosce che uno degli obiettivi dell'E.N.A.P.P.S.M.S.A.D. deve essere quello di informare ed educare il pubblico consapevole del fatto che la crescita di disponibilità di fruizione dei prodotti dell'arte non aumenta né il livello di formazione della popolazione, né le sue capacità critiche. Proprio a questo riguardo, l'importanza dell'intervento degli enti pubblici (come l'E.N.A.P.P.S.M.S.A.D.) nella gestione delle informazioni e delle comunicazioni nel mondo degli artisti traspare dal fatto che, *gestendo* o, addirittura *creando*, lo spazio espositivo, essi hanno un diritto di controllo su ciò che è diventato uno dei mezzi

espressivi più importanti dell'arte contemporanea⁶⁶. Dal punto di vista sociologico, poi, si avverte una tendenza a rivalutare il ruolo del fruitore inteso sia come individuo che come collettività.

Nel chiedere, poi, agli iscritti quali sono i canali presenti sul territorio più efficaci per promuovere e sviluppare le attività artistiche la maggior parte risponde gli *enti pubblici, locali o nazionali*. Altri canali considerati validi ed efficaci sono le gallerie, i musei, i nuovi media come internet e le università.

Tabella 19 -I canali più efficaci per promuovere e sviluppare le attività artistiche

artisti	assessorati	associazioni
comuni	canali culturali	d'arte enti
pubblici e locali	esposizioni	eventi
fiere	gallerie	giornali internet
istituzioni	librerie mass media	mostre
musei privati	radio	regioni riviste
scuole	stampa teatri	televisione tv
università		

Fonte: "La situazione sociale ed economica dell'artista in Italia" 2009

Alcuni soggetti dubitano della correttezza nell'uso dei criteri di selezione degli artisti e della loro promozione e c'è chi ritiene *l'autoimprenditoria l'unica strada possibile al momento*. Negli ultimi tempi si è anche avvertito un rifiorire dello spirito della marginalità per opera di gallerie nomadi, precarie, di gallerie temporanee ricavate da appartamenti, fabbriche e depositi abbandonati. Il mercato dell'arte sembra poter ancora fornire dei

⁶⁶ Bertasio D., (a cura di), *Professione Artista. Un'indagine sociologica sulla creatività in pittura*, Clueb, Bologna, 1997.

mezzi di sostentamento a coloro che hanno la pazienza e il talento di persistere ed insistere a dispetto delle difficoltà.

Se emergono realtà complicate, forti lobby di potere e artisti dimenticati quali devono essere le iniziative da attivare per la promozione e lo sviluppo delle attività artistiche sul territorio?

In primo luogo, sembra necessario attivare concretamente la legge del 2%⁶⁷. Questa afferma che le Amministrazioni dello Stato, anche con ordinamento autonomo, nonché le Regioni, le Province, i Comuni e tutti gli altri Enti pubblici, che provvedono all'esecuzione di nuove costruzioni di edifici pubblici ed alla ricostruzione di edifici pubblici distrutti per cause di guerra, devono destinare all'abbellimento di essi mediante opere d'arte una quota non inferiore al 2 per cento della spesa totale prevista nel progetto. I progetti relativi agli edifici di cui alla presente legge dovranno contenere l'indicazione di massima di dette opere d'arte e il computo del relativo importo. Gli artisti vengono selezionati con procedura concorsuale.

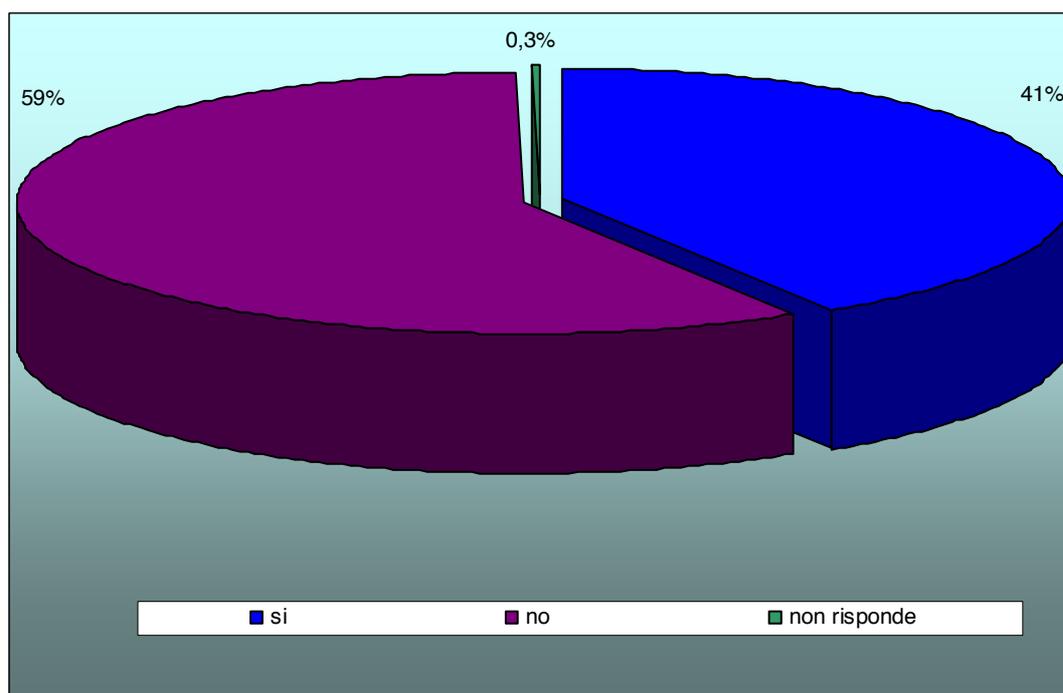
In secondo luogo, gli artisti richiedono essenzialmente chiarezza, trasparenza e un'attivazione di canali informativi e valorizzanti. Si auspica, pertanto, *la costituzione di reti sul modello francese o tedesco (fnac-frac da una parte - kunstverein, kunstnalle, museum dall'altra)*, più *concorsi pubblici con commissioni di alto livello, concerti nelle scuole, nelle università e il decentramento dell'E.N.A.P.P.S.M.S.A.D. nel territorio nazionale.*

Al tempo stesso gli artisti vorrebbero maggiori fondi da destinare alla cultura e più spazi espositivi dove realizzare rassegne e scambi culturali con l'estero per poter sensibilizzare il *comune cittadino con una visibilità differente*. Il sostegno economico al settore culturale in Italia si basa sul pluralismo delle fonti di finanziamento. Accanto all'azione intrapresa dallo Stato, dalle Regioni, dalle Province e dai Comuni, negli ultimi anni ha cominciato ad assumere un ruolo sempre più crescente l'intervento dell'Unione europea, che si è esplicitato attraverso la previsione di iniziative e programmi, aventi come denominatore comune l'interesse per la valorizzazione dei beni e delle attività in campo culturale.

La richiesta di finanziamenti maggiormente diffusi, non a pioggia ma mirati e caratterizzati da obiettivi certi e definiti, è connessa anche al dato emerso dal questionario relativo all'utilizzo delle sovvenzioni economiche da parte di enti pubblici per produrre/promuovere/ esporre i lavori artistici. Il 58,7% non si è mai servito di tali finanziamenti rispetto al 41% che ha risposto positivamente.

⁶⁷ La legge fu introdotta dal Ministro Bottai nel 1942.

Grafico 20 - Utilizzo di sovvenzioni economiche per i lavori artistici (Val %)



Fonte: "La situazione sociale ed economica dell'artista in Italia" 2009

L'arte, forse più di ogni altra dimensione, riflette il disagio culturale diffuso e se l'impegno finanziario, di tipo istituzionale o privato, è per alcuni una cartina di tornasole di un rinnovato interesse sociale, per altri esso assume i contorni di una variabile, piuttosto che di una costante, che raccoglie obiettivi più o meno cangianti e di dubbia consistenza⁶⁸. La stessa arte, nonostante rappresenti una straordinaria forma di conoscenza, una modulazione infinita intorno alle cose del mondo, è ed è sempre stata *a latere, di fianco e non di fronte*, degli interessi culturali delle componenti maggioritarie delle società. Per dirla con Banfield, lo Stato non solo sembra non essere responsabile dei bisogni estetici della popolazione ma presumibilmente nemmeno li conosce⁶⁹. Mulcachy, poi, propone cinque argomenti che possono chiarire il sostegno pubblico delle arti:

- **Economico.** Le istituzioni artistiche non possono sopravvivere senza il sostegno pubblico.
- **Sociale.** Il sostegno pubblico espande il pubblico delle opere d'arte e degli eventi artistici.
- **Educativo.** Il sostegno pubblico delle arti dovrebbe comprendere provvedimenti per l'istruzione che dovrebbero aumentare l'apprezzamento pubblico delle arti.

⁶⁸ Bertasio, D., *Solitudine e condivisione nell'arte*, Liguori, Napoli, 2003.

⁶⁹ Banfield, E. C., *The Democratic Muse: Visual Arts and the Public Interest*, Twentieth Century Fund, 1984.

- **Morale.** Le arti dovrebbero ricevere sostegno pubblico perché esse incorporano ed affermano la nostra eredità culturale e i nostri valori.
- **Politico.** Il sostegno pubblico dovrebbe essere distribuito in modo da incoraggiare il pluralismo piuttosto che una cultura “ufficiale” che glorifica lo Stato⁷⁰.

Oltre al finanziamento pubblico, costituiscono fonti di sostegno per gli artisti le imprese private e le fondazioni, grazie ad azioni di mecenatismo, di sponsorizzazione e patrocinio. Al mecenatismo statale ed alla sponsorizzazione delle imprese e delle fondazioni si aggiunge il mecenatismo individuale che permette a qualsiasi cittadino di partecipare alla vita culturale e allo sviluppo della creazione artistica, avendo diritto ad una riduzione delle imposte.

Il più delle volte una combinazione di appoggio pubblico e privato rappresenta una garanzia di indipendenza per l'artista. Il patrocinio di attività culturali è stato per anni molto utilizzato dalle imprese per promuovere la loro immagine; in Francia, in Gran Bretagna e in Germania si è assistito a veri e propri “matrimoni” tra un'impresa e un progetto culturale; tuttavia si tratta di scelte che si orientano generalmente verso nomi di prestigio, escludendo i giovani artisti e le piccole istituzioni. D'altra parte la sponsorizzazione culturale, molto in voga durante gli anni '80, sembra lasciare il posto a cause umanitarie o di solidarietà sociale.

Le sovvenzioni maggiori arrivano dai Comuni, dallo stesso E.N.A.P.P.S.M.S.A.D. con il premio operosità e per l'attività e dai Ministeri come quello del turismo e dei beni culturali. Una piccola percentuale si rivolge anche a sponsorizzazioni private.

⁷⁰ Mulcahy. K. V., “The attack on Public Culture: Policy Revisionism in a Conservative Era”, in Kevin V. Mulcahy and Richard Swaim (ed.), *Public Policy and the Arts*, Boulder, Colorado: Westview Press, 1982, p.304.

Tabella 20 - Sovvenzioni economiche

assessorati	bruxelles	comune	
concorsi	E.N.A.P.P.S.M.S.A.D.	Enti	
Imaie	istituzioni locali	masterclass	
ministero	miur	patrocinio	premi
presidenza	privati	provincia	pubblici
regione	sponsor		

Fonte: "La situazione sociale ed economica dell'artista in Italia" 2009

I soggetti che non hanno mai utilizzato le sovvenzioni economiche ritengono che queste *siano soltanto per pochi, si deve essere legati politicamente e prescindono spesso dal valore culturale dei lavori artistici; c'è chi crede che ottenere tali sovvenzioni sia come scalare un iceberg a mani e piedi nudi*. In realtà, si deve sottolineare che gran parte degli artisti afferma di non averne avuto mai occasione perché all'oscuro dell'esistenza di sovvenzioni pubbliche sottolineando ancora una volta la carenza di informazioni chiare e accessibili a tutti. Il settore dei finanziamenti sembra essere una strada percorribile solo da chi ha "particolari" conoscenze o aderenze politiche e clienterali.

Questo dato emerge anche nella domanda successiva. In questa viene chiesto agli artisti di indicare le difficoltà maggiori che riscontrano per accedere ai finanziamenti pubblici. Le tre parole maggiormente ricorrenti sono: **burocrazia, opportunismo e lottizzazione**.

Proprio in merito ai possibili effetti delle sovvenzioni statali, Donald Judd osserva che *la burocrazia crescente che circonda la gestione delle borse e delle ordinazioni – tutte governative – è una delle minacce che da quindici anni mette in pericolo l'integrità dell'arte, e che può essere una delle cause del suo declino. Questa burocrazia funziona a spese dell'arte, quest'ultima divenendo la giustificazione degli investimenti. Una parte delle somme disponibili va ad artisti mediocri, ed è un peccato perché il denaro è raro per i buoni artisti. Il denaro che viene dato in apparenza per l'aiuto delle pratiche artistiche, in realtà va a sostenere le istituzioni⁷¹*.

⁷¹ Judd D., *Ecrits 1963-1990*, Daniel Lelong, Paris.

Ciò dimostra che non sempre nei regimi liberali vi sia una completa e totale libertà senza condizionamenti di sorta e che la maggior parte delle difficoltà sono legate alla cattiva gestione e all'eccessiva burocrazia. È proprio la burocrazia governativa la responsabile della devastazione e della inefficienza dell'arte e della diffusione dei prodotti artistici. In tale situazione, la burocrazia è caratterizzata da rigidità, lentezza, incapacità di adattamento, inefficienza, inefficacia, lessico difficile ed a volte incomprensibile (il cosiddetto burocrate), mancanza di stimoli e deresponsabilizzazione. Si mettono così in discussione problemi di efficienza, produttività, qualificazione professionale⁷².

Tabella 21- Difficoltà per accedere ai finanziamenti pubblici:

accentramento	burocrazia	clientelismo
conoscenza	corruzione	culturale favoritismi
finanziamenti	assenza di fondi	lottizzazione
opportunismo	raccomandazioni	mancanza di referenti
scarsa sfiducia	nessuna trasparenza	

Fonte: "La situazione sociale ed economica dell'artista in Italia" 2009

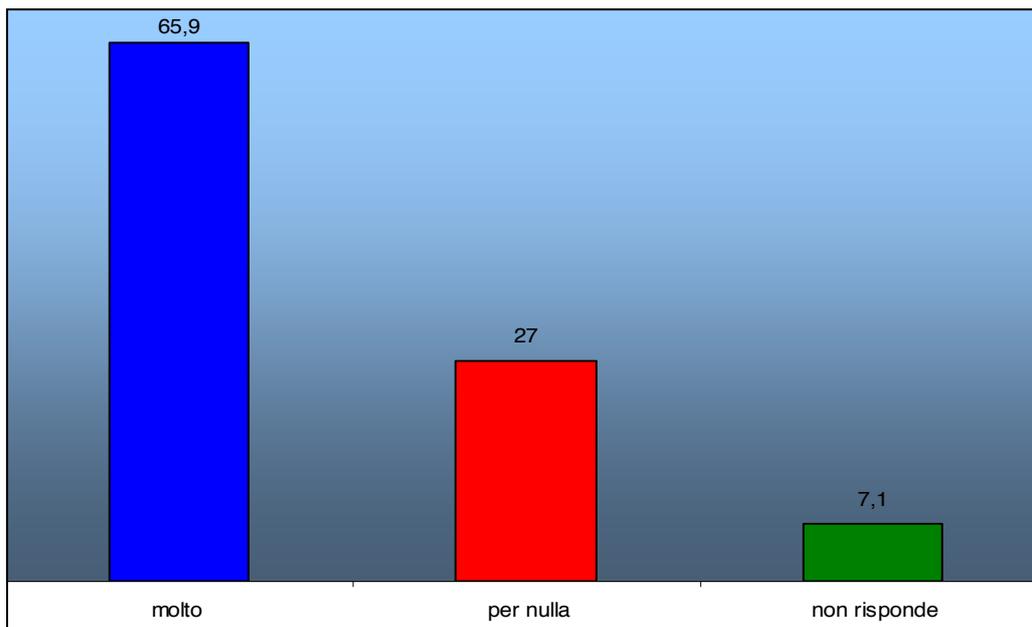
Si è detto, come emerge con sempre maggior forza, la necessità di ancorare l'arte alla comunicazione. Le nuove opportunità tecnologiche, infatti, essendo particolarmente flessibili, si predispongono, in linea di principio, ad una scelta autonoma di impiego. Ciò che è opportuno osservare è che le tecnologie, come Internet, sono straordinariamente potenti e offrono una maggiore visibilità rivelando sul versante pubblico motivazioni, attitudini e concezioni ben definite che risultano intellettualmente meno costose.

Al tempo stesso, il lavoro di un'artista che viene conosciuto attraverso una sua visibilità mediatica, finisce per porre ostacoli sempre più fragili alla possibile chiusura dell'arte entro precisi e definiti indirizzi estetici, magari solo perché sono parsi più graditi e riconosciuti dal pubblico.

In tal senso è stato chiesto agli artisti quanto, sulla base della loro esperienza, le nuove tecnologie della comunicazione possono facilitare e semplificare la diffusione dell'opera d'arte: in effetti il 65,9% ha molta fiducia nella comunicazione rispetto al 27% che non crede nella funzionalità dei nuovi strumenti della comunicazione tecnologica.

⁷² Bertasio D., op. cit., Napoli, 2003.

Grafico 21 - Nuove tecnologie della comunicazione e diffusione dell'opera d'arte (Val %)



Fonte: "La situazione sociale ed economica dell'artista in Italia" 2009

Gli strumenti del comunicare del tempo attuale possono attribuire valore alla dimensione della partecipazione e della relazione, proprie del processo comunicativo ed artistico, tali da influire e sostenere la crescita e la consapevolezza della società civile. Il rapporto tra le tecnologie informatiche ed il mondo dell'arte e della cultura non si limita esclusivamente all'ambito della produzione creativa. I nuovi media digitali, infatti, si rivelano dei preziosi strumenti anche nel settore della conservazione, dello studio e della diffusione del patrimonio artistico e culturale del passato. Pertanto, le nuove tecnologie digitali e comunicative determinano non solo una "diffusione sociale" della facoltà di comunicare ma stanno favorendo una "diffusione sociale della creatività". Il sistema della produzione culturale viene ad essere maggiormente democratizzato permettendo di avere, come dicono gli artisti, *un pubblico immenso*. Secondo alcuni *l'arte è sempre stata sinonimo di comunicazione e Internet rappresenta un'ottima finestra sul mondo per distribuire il proprio lavoro; i contatti sono molto più facili e diretti e facendo circolare nomi, idee, informazioni rendono più comprensibile l'arte soprattutto ai più giovani*. Le tecnologie essenzialmente come opportunità in grado di catturare sempre più pubblico con dinamismo e assenza di qualsiasi gerarchia.

Tabella 22- Relazione tra nuove tecnologie e l'opera d'arte

le nuove tecnologie e l'opera d'arte	Positivo	Negativo
	È libera A basso costo è un sistema di comunicazione moderno, veloce ed efficace accessibile aumenta la conoscenza, l'informazione, lo scambio coadiuva la promozione si può accedere alle gallerie e conoscere le opere d'arte coinvolgente	Scadente Pericolosa Promuovono il peggio Provocano confusione Non sono usate con logica Diffondono solo pseudo forme artistiche Ridondanza ed implosione Banalizzazione

Fonte: "La situazione sociale ed economica dell'artista in Italia" 2009

E così la molteplicità degli stimoli visivi che derivano da una forte e assidua presenza delle nuove tecnologie della comunicazione rappresenta un fattore decisivo per sviluppare la capacità di comprendere e condividere il bello e accrescere la dimensione critica. Ciò, di contro, produce una situazione nella quale l'artista è generalmente rappresentato ma raramente invitato. L'accento si sposta sui processi e meccanismi di negoziazione, che consentono di attribuire alla sua opera legittimità, mantenendo solo a livello superficiale sia l'importanza culturale dell'arte che la funzione culturale dell'artista. Per tale motivo, quei soggetti che non riconoscono l'efficacia e le potenzialità delle nuove tecnologie nella diffusione dell'opera d'arte le considerano essenzialmente banali; inoltre *non esiste una selezione, non c'è apparato critico adeguato non c'è un riscontro congruo non comunicano la conoscenza dell'arte e non garantiscono la qualità dell'opera d'arte. Secondo altri le tecnologie danneggiano la creatività dell'artista, facilitano la conoscenza ma non la diffusione* e come ritroviamo in alcune risposte *l'eccesso di comunicazione visiva produce effetti di ridondanza e poi implosione*. Questo significa che anche nel mondo artistico permane quella forte e netta separatezza tra "apocalittici ed integrati", per dirla con Umberto Eco, tra denuncia della catastrofe irreversibile della cultura e ottimistica ridefinizione delle sue funzioni e delle sue categorie. Il rischio e il timore è che anche la vastità della rete diventi, ad esempio, luogo di scambio solo per chi è già noto o per chi riconosce l'assoluto carattere merceologico dell'opera d'arte diffondendo plagii o opere false.

Sono in molti a sostenere che, mai come attualmente, esiste il pericolo di una violenza ideografica che “costringe” l’uomo a subire un sovrastante universo di immagini che oscurano la “reale” funzione dell’arte⁷³, *grazie ai mezzi economici che finanziano solo internet*. Questo rischia di danneggiare il rapporto che l’uomo può avere con la vera l’arte, poiché da vita ad un atteggiamento disattento che impedisce l’intervento della ragione nella fruizione⁷⁴.

La cultura artistica, però, può creare una nuova relazione tra uomo e tecnologia e la stessa questione tecnica può aiutare sempre di più gli artisti a individuare e diffondere nuove forme di comunicazione. In una cultura come la nostra in cui si afferma e si ritiene che tutto è comunicabile e condivisibile l’arte sembra rappresentare l’eccezione che conferma la regola. Va, pertanto, considerato che il tentativo di ridurre ogni azione a comunicazione non appartiene all’artista vero (nel nostro caso pittore, scultore, drammaturgo e musicista) ma, piuttosto, ad una fitta ed intensa rete di altri attori protagonisti, che controllano e giustificano nel mercato la propria sopravvivenza dell’arte e, con essa, anche la propria critica.

Eppure l’obiettivo dell’artista deve rimanere quello di generare conoscenza estetica e di ribadire con forza, anche attraverso le nuove tecnologie della comunicazione e le nuove opportunità offerte dal mercato pubblico e privato, quella delicata e invisibile linea di demarcazione che comunque esiste tra noi e l’altro. L’artista, pertanto, non deve in alcun modo rinunciare alla sua dimensione metaforica e trasgressiva in quanto soggetto che suggerisce ogni volta qualcosa che vorremmo dimenticare: la nostra realtà di solitudine esistenziale.

⁷³ Marcuse, H., *L’uomo a una dimensione*, Einaudi, Torino, 1965.

⁷⁴ Dorfles G., *Le oscillazioni del gusto*, Einaudi, Torino, 1985.

Riferimenti bibliografici

Benjamin, W., *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, *Arte e Società di massa*, Einaudi, Torino, 1966.

Bourdieu, P., *La distinzione. Critica sociale del gusto*, Il Mulino, Bologna, 1983.

Dorfles G., *Le oscillazioni del gusto*, Einaudi, Torino, 1985.

Judd D., *Ecrits 1963-1990*, Daniel Lelong, Paris.

Bertasio D., (a cura di), *Professione Artista. Un'indagine sociologica sulla creatività in pittura*, Clueb, Bologna, 1997.

Bertasio D., *Solitudine e condivisione nell'arte*, Liguori, Napoli, 2003.

Clair, J., *La responsabilità dell'artista*, Allemandi, Torino, 1997.

Crespi, F., *Manuale di sociologia della cultura*, Laterza, Bari, 1996.

Hauser, A., *Le teorie dell'arte*, Einaudi, Torino, 1969.

Marcuse, H., *L'uomo a una dimensione*, Einaudi, Torino, 1965.

Poli F., *Produzione artistica e mercato*, Einaudi, Torino, 1975.

Read, H., *L'Arte e la Società*, Firenze, 1969.

Rossi, G., *Il contro mercato*, in AA. VV., *I mercati dell'arte*, Allemandi, Torino, 1991.

Sanguanini, B., 1998, "Le arti tra opera, *performance* & informazione. Tendenze *fin de siecle* di arti visive, spettacolo e patrimonio artistico", in D. Bertasio, (a cura di), *Immagini sociali dell'arte*, Dedalo, Bari, 1988.

Vettese, A., *Artisti si diventa*, Carocci, Roma, 1998

Zajczyk, F., (a cura di), *La valutazione delle politiche culturali*, Franco Angeli, Milano, 1994.

Conclusioni

Alla fine di questo tortuoso percorso nell'universo spesso nebbioso e contrastato in cui si muove l'artista oggi, l'indagine condotta può offrire a sua volta alcuni spunti di approfondimento. Con l'obiettivo primario di comprendere un aspetto fondamentale: l'artista non può fare a meno della dimensione della comunicazione: da intendersi sia come relazione e condivisione con il pubblico fruitore dell'opera d'arte che come capacità di *esserci nella società*.

La ricostruzione del vissuto degli artisti, infatti, ha comportato un complesso lavoro di scomposizione analitica allo scopo di far emergere non solo gli elementi di più facile riconoscibilità, quali le dimensioni strutturali e le problematiche di spicco, ma uno "spaccato" che fosse in grado di restituire, almeno in parte, il concorso di motivazioni, l'espressività e più in generale le dimensioni più pregnanti che ne contraddistinguono l'attività: al di là delle consuete rappresentazioni stereotipate e del *silenzio assordante* che caratterizza la rappresentazione dell'artista.

Consapevoli delle risultanze emerse dall'analisi dei dati, presentati nelle parti precedenti, l'artista risulta una figura sfaccettata, multiforme, oggi più che nel passato; un soggetto che è sempre a metà fra estro e mercato, fra aspirazioni personali e l'ineluttabile necessità di inserirsi in un comparto, quello artistico, fatto di regole, disfunzioni strutturali e referenti di cui tener conto. Le condizioni *ambientali* ed economiche, a parere unanime, risultano poco favorevoli in quanto i canali di accesso, promozione e diffusione delle proprie opere sono pochi e limitati in buona parte ai "grandi nomi", relegando i più in un cono d'ombra. Alla problematica di conferire visibilità al proprio lavoro attraverso le nuove tecnologie si accompagnano le difficoltà economiche date da una committenza intermittente e dalla sensazione diffusa di non essere tutelati, come avviene in buona parte d'Europa, da una legislazione *ad hoc*, in campo previdenziale ed assistenziale ad esempio, e da politiche volte a promuovere nel territorio l'arte *tout court*.

In futuro sarà interessante raccogliere le testimonianze e i vissuti degli artisti che, senza dubbio, conoscono il gioco delle contrattazioni: mercanti, committenti, galleristi, critici, editori. Così come sarà opportuno andare oltre quella contrapposizione tra coloro che riconoscono l'arte come cuore pulsante della società e pessimisti e apocalittici che considerano l'arte solo come variabile a *latere* degli interessi culturali delle componenti maggioritarie delle società.

QUESTIONARIO ISCRITTI E.N.A.P.P.S.M.S.A.D.

IL QUESTIONARIO È ANONIMO

Ai sensi del Codice in materia di protezione dei dati personali (Decreto Legislativo 30/06/2003, n. 196), le informazioni rilevate con il presente questionario saranno utilizzate a soli fini scientifici e trattate in forma anonima.

SEZIONE I VISSUTO D'ARTISTA⁷⁵

D 1. Qual è il suo settore di attività artistica (sono possibili più risposte):

Pittura Scultura Musica Scrittura Drammaturgia

D 2. Svolge la sua attività artistica come:

Libero professionista Ditta individuale Impresa

Associazione

Prestazioni occasionali Cooperativa Co.Co.Co.

Altro, specificare: _____

D 3. Perché ha scelto di fare questo lavoro:

D 4. Le piace il suo lavoro d'artista:

Sì, perché: _____

⁷⁵ In linea con quanto deciso dalla Commissione Cultura del Parlamento Europeo, in una relazione approvata il 25 febbraio 1999, in questo questionario si adotta la definizione di "artista" dell'UNESCO: «ogni persona che crea o partecipa con la sua interpretazione alla creazione o al rifacimento di opere d'arte, che ritiene la creazione artistica come un elemento essenziale della sua vita, che contribuisce in tal modo allo sviluppo dell'arte e della cultura, che è riconosciuta in quanto artista indipendentemente dal fatto di essere o no legata a un vincolo di lavoro».

No, perché: _____

D 5. C'è una tradizione familiare artistica che la precede:

sì, in quale settore: _____
 no

D 6. Agli inizi della sua carriera, a chi si è rivolto per far conoscere il suo lavoro (max 2 risposte):

Nessuno
 Professori e/o docenti delle Accademie
 Gallerista/produttore/editore
 Attore
 Scenografo
 Musicista
 Critico
 Altro, specificare: _____

D 7. Quale percorso formativo ha seguito per diventare artista (sono possibili più risposte):

Autodidatta
 Corsi pubblici, quali: _____

 Corsi privati, quali: _____

 Lezioni private individuali (comprese esperienze presso bottega o studi di altri artisti), con ch _____

D 8. Considera il suo lavoro d'artista attinente al suo percorso formativo:

Sì No

D 9. Pensa che ci dovrebbe essere un titolo professionale, legalmente riconosciuto, per svolgere l'attività artistica:

sì, perché: _____

 no, perché: _____

D 10. Quanto è importante per lei la preparazione TEORICA per diventare artista:
(voti da 1 a 10): _____

D 11. Quanto è importante per lei la preparazione PRATICA per diventare artista:
(voti da 1 a 10): _____

D 12. Pensa che sia rilevante la trasmissione, attraverso l'insegnamento alle nuove generazioni, del proprio bagaglio di esperienze:

sì, perché: _____

no, perché: _____

D 13. Svolge attività didattica connessa alla sua attività artistica:

Sì

No (se no, vada alla domanda 14)

Se sì, presso:

scuole elementari

scuole medie inferiori

scuole medie superiori, quali: _____

Accademia/conservatorio, quali: _____

università, quali: _____

altro, specificare: _____

Se sì, presso Istituti:

pubblici privati

Se sì, le sue esperienze di insegnamento si svolgono:

in maniera saltuaria (supplenze, incarichi temporanei)

in maniera continuativa (docente di ruolo)

Se sì - nel caso abbia frequentato un'accademia/conservatorio - quanto tempo dopo aver conseguito il diploma sono iniziate le sue esperienze di insegnamento: _____

SEZIONE II CONDIZIONE PROFESSIONALE D'ARTISTA

D 14. La diffusione delle sue opere avviene prevalentemente su base:

Comunale Provinciale Regionale Nazionale Internazionale

Altro, specificare: _____

D 15. In quali luoghi vengono diffuse le sue opere (sono possibili più risposte):

Gallerie d'arte pubbliche Mostre Fiere Eventi

Gallerie d'arte private Musei Teatri Librerie

Auditorium e simili
Altro, specificare: _____

D 16. Con quale frequenza le sue opere vengono diffuse al pubblico:
sempre spesso raramente mai

D 17. Realizza performance artistiche (mostre, concerti, opere, etc.) per beneficenza:

sì, perché: _____

no, perché: _____

D 18. Quali sono, secondo lei, i maggiori ostacoli che un artista deve affrontare per affermarsi nel proprio settore artistico (max 3 risposte):

- nessuna
- difficoltà economiche personali
- difficoltà a promuovere il proprio lavoro
- bassa diffusione della cultura artistica
- difficoltà di mercato
- favoritismi
- lavoro non continuativo
- poco spazio per le sperimentazioni
- problemi burocratici, quali: _____
- altro, specificare: _____

D 19. Quali soggetti condizionano la sua attività artistica:

Nessuno Committenti
Altro, specificare: _____

D 20. Qual è il suo rapporto con i committenti:

Occasionale
 Continuativo
 Non esiste, perché: _____

D 21. Dispone di uno spazio di lavoro extra-domestico:

Sì No Non ne ho bisogno

Se sì, a quale titolo lo occupa e di quale tipologia si tratta (sala prove, teatro, garage, capannone, etc.):

gratuito tipologia: _____
 di proprietà tipologia: _____
 a pagamento tipologia: _____

D 22. A quale fascia di reddito annuale appartiene:

fino a 15.000 euro

da 15.001 a 28.000 euro

da 28.001 a 55.000 euro

da 55.001 a 75.000 euro

oltre 75.000 euro

D 23. Riesce a sostenersi economicamente con i guadagni provenienti dalla sua attività artistica?

Sì No

D 24. Ritieni, in generale, che la professione artistica sia adeguatamente retribuita:

Sì

No Se no, perché: _____

SEZIONE III RAPPORTO CON L'ENTE E SUGGERIMENTI

D 25. Da quale anno è iscritto all'E.N.A.P.P.S.M.S.A.D.: _____

D 26. Ritieni utile l'iscrizione all'E.N.A.P.P.S.M.S.A.D.

sì, perché: _____

no, perché: _____

D 27. Se l'E.N.A.P.P.S.M.S.A.D. attivasse una forma di assistenza sanitaria integrativa sarebbe disposto a iscriversi:

sì, perché: _____

no, perché: _____

D 28. Se l'E.N.A.P.P.S.M.S.A.D. attivasse una forma di previdenza integrativa e/o complementare sarebbe disposto a iscriversi:

sì, perché: _____

no, perché: _____

D 29. Quali altri servizi per gli iscritti le piacerebbe che l'E.N.A.P.P.S.M.S.A.D. attivasse nel prossimo futuro:

D 30. Il suo lavoro è stato mai selezionato per eventi espositivi/iniziativa culturali promossi dall'E.N.A.P.P.S.M.S.A.D.:

no, non ho mai partecipato

sì, ho partecipato (indicare quante volte: _____)

D 31. Come valuta gli eventi espositivi/iniziativa culturali promossi dall'E.N.A.P.P.S.M.S.A.D.:

positivamente, perché: _____

negativamente, perché: _____

D 32. Quali sono, dal suo punto di vista, i canali presenti nel territorio più efficaci per promuovere e sviluppare le attività artistiche:

D 33. Quali iniziative, secondo la sua esperienza, sarebbe utile attivare per la promozione e sviluppo delle attività artistiche sul territorio?

D 34. Ha mai utilizzato sovvenzioni economiche di enti pubblici per produrre/promuovere/ esporre i suoi lavori artistici:

sì, quali: _____

no, perché: _____

D 35. Quali difficoltà incontra per accedere ai finanziamenti pubblici:

D 36. Quanto le nuove tecnologie della comunicazione facilitano la diffusione dell'opera d'arte:

per nulla, perché: _____

molto, perché: _____

SEZIONE IV
INFORMAZIONI SOCIO-DEMOGRAFICHE

D 37. Sesso: Maschio Femmina

D 38. Anno di nascita: _____

D 39. Luogo di nascita: _____

D 40. Comune di residenza: _____

D 41. Titolo di studio (compilare tutte le voci):

nessun titolo
licenza elementare
licenza media inferiore
qualifica professionale specificare: _____

_____ maturità/diploma specificare: _____

_____ laurea specificare: _____

_____ post lauream specificare: _____

30. Attualmente vive con:

Famiglia d'origine (genitori/fratelli/sorelle)

Famiglia acquisita (coniuge/figli)

Famiglia di fatto (compagno/a convivente ed ev. figli)

Con amici/colleghi

Solo/a

Altro, specificare: _____

D 42. Svolge un'altra attività lavorativa oltre l'attività artistica:

sì no

Se sì, di quale attività lavorativa si tratta:

Dirigente, Docente universitario/magistrato

Imprenditore

Libero professionista

Funzionario (quadro)

Impiegato

Operaio

Commerciante

Artigiano

Insegnante

Studente

In cerca di occupazione

Casalinga

Pensionato, specificare precedente attività _____

Altra condizione, specificare: _____

Grazie per la disponibilità

**LE RICORDIAMO CHE IL QUESTIONARIO È ANONIMO AI SENSI DEL CODICE IN
MATERIA DI PROTEZIONE DEI DATI PERSONALI (DECRETO LEGISLATIVO
30/06/2003, N. 196)**