

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI NAPOLI FEDERICO II
FACOLTÀ DI SOCIOLOGIA

DOTTORATO IN SOCIOLOGIA E RICERCA SOCIALE
XXIV CICLO

PROCESSI CREATIVI E PRODUZIONE CULTURALE
UNO STUDIO SUI GIOVANI ARTISTI A NAPOLI

DOTTORANDA
ENZA MARIA PAOLINO

COORDINATORE:

CH.MA PROF.SSA ENRICA MORLICCHIO

TUTOR:

CH.MO PROF. RAFFAELE SAVONARDO

INDICE

Introduzione	5
PARTE PRIMA – MODELLI TEORICI.....	10
Capitolo 1. Cultura, arte e società	11
1.1. L'individuo, la società e l'agire sociale	11
1.1.1 Il ruolo sociale dell'arte	14
1.2. L'arte tra individuo e società: Georg Simmel	20
1.2.1 La musica in Max Weber	24
1.3. La scuola di Francoforte e la teoria critica	30
Capitolo 2. L'arte tra struttura sociale e creatività individuale	36
2.1. Popular culture e popular art.....	36
2.1.1 La popular music in Theodor W. Adorno	38
2.1.2 Critica e superamento del pensiero adorniano.....	41
2.2. I campi culturali tra distinzione e classificazione.....	45
2.3. La produzione culturale e i mondi dell'arte	51
2.4. La sociologia dell'arte nel dibattito contemporaneo	54
Capitolo 3. Culture giovanili	58
3.1. La teoria delle sottoculture.....	58
3.1.1 Mainstream, capitale sottoculturale e culture del gusto	64

3.2.	I media tra dominio culturale e linguaggi alternativi.....	68
3.3.	Le culture urbane	74
3.3.1	I graffiti	79
Capitolo 4. Contaminazioni e creatività nella città globale		83
4.1.	La complessità culturale urbana.....	83
4.1.1	La cultura e l'arte dal melting pot al métissage.....	87
4.2.	La creatività come risorsa 'con-testuale'	90
4.2.1	La città creativa.....	94
4.3.	Arte e new media	96
4.3.1	I processi creativi nel 'villaggio globale'.....	99
4.3.2	L'infinita dell'arte e la comparsa del 'multividuo'.....	103
PARTE SECONDA - LA RICERCA		106
Capitolo 5. L'indagine sul campo.....		107
5.1.	Il contesto della ricerca: Napoli	107
5.2.	Obiettivi e metodologia.....	110
5.2.1	L'intervista qualitativa.....	116
5.2.2	L'analisi dei prodotti artistici	120
5.2.3	Breve profilo degli intervistati	121
Capitolo 6. Risultati della ricerca		125
6.1.	Giovani artisti e network creativi.....	125
6.2.	La città nell'immaginario degli artisti	131
6.2.1	I circuiti della produzione	136
6.3.	Modelli di orientamento produttivo	140
6.3.1.	Gli artisti global.....	142

6.3.2. Gli artisti glocal	145
6.4. Processi creativi, pratiche artistiche e discorsi	148
6.4.1. Suburb (2008) – Daniele Sanzone ('A67)	150
6.4.2. Kalifoo Ground (2009) – Erminia Sticchi (Skaramacay).....	158
6.4.3. IntercityPlus (2011) – Carmine Borrino.....	166
6.4.4. 108.1 FM Radio (2011) – APC Production.....	172
6.4.5. Wild boys Graffiti (2010) – Luca “Zeus” Caputo .	176
Conclusioni.....	182
Bibliografia.....	187

Introduzione

Nell'ambito della produzione di cultura, la pratica artistica contribuisce ai processi di costruzione della realtà e, al contempo, si mostra sensibile ai mutamenti sociali. In tal senso, uno studio della produzione artistica non può trascurare le dinamiche di contesto – sia spaziale sia temporale – che la definiscono.

Il carattere fluido che connota la realtà contemporanea, caratterizzata da connessioni e flussi comunicativi in rapido mutamento produce un considerevole stato di incertezza. Inoltre, le numerose forme di precarietà professionale nei diversi ambiti del lavoro incidono soprattutto sui giovani. Questi ultimi, sono portati ad interrogarsi costantemente sulle proprie scelte formative e professionali, nell'intento di rintracciare un percorso “meno rischioso” e per affrontare l'insicurezza sociale, rinunciando spesso alle proprie personali attitudini ed ambizioni.

In tale contesto sociale e culturale, l'arte si configura come un campo di produzione e di lavoro particolarmente penalizzato, soprattutto nello specifico riferimento all'universo e alla creatività giovanile. L'Occidente vive un delicato momento storico in cui tutte le nazioni si interrogano sulle politiche da attuare per far fronte a una condizione di crisi che ha coinvolto violentemente la gran parte delle economie mondiali. Una crisi che ha violentemente investito anche l'Italia, nonostante i chiari sintomi di disagio provenienti dalla società civile, da ogni settore della produttività e tra questi dal mondo della cultura e dell'arte.

Il 7 dicembre del 2010, alla prima della Scala a Milano, il direttore d'orchestra Daniel Barenboim lesse pubblicamente l'articolo 9 della Costituzione italiana che tutela lo sviluppo della cultura e della ricerca scientifica e tecnica. In tal modo si

rese portavoce delle esigenze che, da allora fino ad oggi e in ogni regione d'Italia, accomunano artisti, istituzioni culturali e lavoratori dello spettacolo in un unico slancio per la tutela del proprio lavoro. Tra questi, molti sono giovani e giovanissimi, per i quali all'incertezza dovuta all'età e ai naturali processi di transizione verso la maturità sociale si aggiunge l'insicurezza professionale ed economica. Essi lamentano uno scarso riconoscimento professionale, una insufficiente attenzione al lavoro creativo da parte del mondo politico-istituzionale, una industria culturale che non sembra rispondere adeguatamente alle esigenze del settore.

Seguendo le riflessioni di Leccardi (2005, p. 57) possiamo ritenere che le nuove generazioni si caratterizzano per «la capacità di accettare la frammentazione e l'incertezza dell'ambiente come dato non eliminabile, da trasformare in risorsa grazie a un esercizio costante di consapevolezza e riflessività». Inoltre, i giovani artisti, in virtù della particolare sensibilità nel cogliere i mutamenti fornita dalla carica innovativa dell'arte, nello scenario contemporaneo possono – meglio di altri – avvertire lo “spirito” della società che cambia ed esprimerla attraverso le pratiche e i prodotti artistici. Un potenziale simile, però, spesso si scontra con una realtà complessa.

A partire da queste riflessioni, lo studio qui presentato intende convergere l'attenzione del mondo accademico sulle dinamiche legate all'arte intesa come settore di realizzazione personale e professionale nonché come ambito di sviluppo territoriale. In particolare, l'attenzione è posta sulla creatività artistica giovanile a Napoli – una città storicamente considerata ricca di fermenti artistici e culturali – nell'intento di esplorare il rapporto che i giovani artisti napoletani instaurano con il contesto territoriale, culturale e produttivo di riferimento. Inoltre, è alla base di questa ricerca l'interesse di indagare i modi in cui tale rapporto si riflette nei processi di creatività artistica.

La prima parte del presente lavoro è dedicata a un'ampia rassegna della letteratura sociologica italiana e straniera sui temi in esame, allo scopo di approfondire il dibattito sul rapporto tra arte e società, con particolare riferimento alle culture giovanili e alle culture urbane nonché ai mutamenti introdotti dai *new*

media nei processi creativi.

Dunque, a partire dalle principali teorie classiche sul rapporto tra individuo, cultura e società con specifico riferimento ai contributi provenienti dalla tradizione tedesca si passa, nel secondo capitolo, a un approfondimento dei contributi alla sociologia dell'arte in tempi più recenti, sia in Europa che nel mondo anglo-americano, nell'intento di ripercorrere l'evoluzione del dibattito durante il XX secolo, fino ad oggi. In particolare, l'attenzione è rivolta da un lato al processo che ha gradualmente condotto verso la critica e il distacco rispetto ai modelli francofortesi di pensiero e dall'altro all'emergere di una nuova prospettiva maggiormente attenta all'artista e alle pratiche creative, che si inseriscono nel complesso rapporto tra la dimensione soggettiva e quella delle reti e dei contesti.

Il terzo capitolo approfondisce la teoria delle sottoculture – con particolare riferimento a quelle giovanili – nell'ambito della tradizione di Birmingham dove si delinea un particolare interesse allo studio delle forme in cui si estrinseca il rapporto tra cultura e potere. Negli studi condotti presso il Centre for Contemporary Cultural Studies, le tecnologie e i media rivestono un ruolo rilevante e rappresentano, inoltre, un elemento comune agli studi post-sottoculturali nonché il principale termine di distanza del lavoro di Thornton rispetto alla nozione di capitale culturale articolata da Bourdieu. Lo sviluppo tecnologico, la pervasività dei mezzi di comunicazione nelle prassi quotidiane e l'elevata esposizione mediatica delle giovani generazioni fa sì che i media siano il principale mezzo per la circolazione del sapere e dei valori culturali e sottoculturali.

I media possono contribuire alla legittimazione o alla delegittimazione di un certo stile, di un certo genere musicale o di uno stile di vita intervenendo, così, in maniera attiva nei processi di “canonizzazione” (Tota, 2002) della cultura. La scelta di indagare i processi creativi nelle produzioni artistiche dei giovani, inoltre, ha condotto lo studio lungo le tematiche legate al rapporto tra le culture giovanili e il contesto urbano in cui l'elevata “complessità culturale” (Hannerz, 1992) e il flusso di culture e significati differenti possono innescare nuove dinamiche produttive verso la sperimentazione di nuovi stile e, quindi, in favore

delle “avanguardie” artistiche.

A partire dal concetto di “complessità culturale” urbana, il quarto ed ultimo capitolo teorico intende approfondire le dinamiche legate ai processi di contaminazione dovute alla rapida circolazione dei flussi migratori, culturali e tecnologici (Appadurai, 1990; 1996) oltre i confini nazionali. In questo discorso si inserisce la teorizzazione del concetto di *glocalizzazione* (Robertson, 1992) utile per comprendere le dinamiche di assorbimento e di “ri-locazione” dei tratti culturali nella dialettica tra la dimensione globale e quella locale.

Le città contemporanee si collocano entro questo scenario e sembrano assumere la fisionomia del *bricoleur* lèvi Straussiano, incorporando e amalgamando i tratti delle culture che la attraversano. In questo senso, forniscono un interessante contributo gli studi sulle culture ibride (Canclini, 1989) e sul *melting pot* culturale, nonché sulle riflessioni riguardo al concetto di “meticcio culturale” che propone un superamento del “multiculturalismo” in favore di una società “interculturale”.

Adottando la particolare accezione dell'arte come “serbatoio di creatività” (Melucci, 1994), lo studio dei processi di contaminazioni culturale si conclude con un affondo sulla creatività, intesa come risorsa innovativa e produttiva. Tale concetto, se è applicato all'intero contesto urbano, si delinea come una risorsa collettiva per lo sviluppo locale. In tal senso si considerano i contributi provenienti dagli studi sulle “città creative”. Un'ultima riflessione è rivolta, infine, ai *new media* e alla capacità di alimentare i processi di co-produzione e di condivisione dell'arte.

La seconda parte del lavoro riguarda nello specifico l'indagine sul campo condotta tra il 2009 e il 2011, parallelamente alle attività di ricerca dell'Osservatorio Territoriale sui Giovani (OTG) a Napoli. La presente ricerca prende spunto, infatti, dall'indagine condotta dall'OTG sui processi di produzione e di consumo di cultura tra i giovani napoletani, e ne approfondisce alcuni aspetti rilevanti. Nell'ambito di tale ricerca, infatti, uno specifico interesse è stato rivolto ai processi creativi giovanili a Napoli dando, così, avvio al percorso conoscitivo che ha condotto al presente lavoro.

Il quinto capitolo si sviluppa a partire da una breve ricognizione dello scenario urbano napoletano e della vivacità culturale che lo contraddistingue da sempre. Scelta come sede per il prossimo Forum Universale delle Culture del 2013, da secoli, Napoli è centro di attrazione delle energie creative di tutto il mondo. Dopo l'esplicitazione del percorso di indagine e dopo una breve presentazione dei casi in esame, il sesto ed ultimo capitolo è dedicato ai risultati delle analisi.

Nello specifico, lo studio sul campo si sofferma sui processi creativi dei giovani artisti napoletani, in particolare dei professionisti, cioè di coloro che hanno intrapreso la carriera artistica come attività professionale o come principale scelta di vita. L'indagine, di tipo esplorativo e descrittivo, muove a partire dagli studi di Melucci (1994) sulla creatività. In particolare, si è fatto riferimento alla distinzione tra i tre livelli di indagine che sono, rispettivamente, il soggetto, il contesto e il livello delle pratiche e dei discorsi (v. sottopar. 5.1.1). Da qui, le domande conoscitive ruotano intorno ai rapporti concatenati tra le tre dimensioni suddette. Qual è il rapporto che i giovani artisti a Napoli instaurano con il contesto di riferimento? Come incide tale rapporto sulle pratiche e sui discorsi dell'arte professionale? Quali sono i discorsi prevalenti e come si inseriscono nel contesto circostante?

Questi sono i principali interrogativi di ricerca da cui parte il presente lavoro.

PARTE PRIMA – MODELLI TEORICI

Capitolo 1. Cultura, arte e società

1.1. L'individuo, la società e l'agire sociale

Con il termine *cultura* in sociologia si fa riferimento ad un insieme ampio e articolato di pratiche e di oggetti – siano essi materiali e tangibili oppure astratti – che orientano le dinamiche dell'agire sociale; da queste, a loro volta, le forme di cultura si generano e si definiscono nei loro tratti peculiari in un processo dinamico e continuo di costruzione sociale della realtà (Berger-Luckmann, 1966). Considerato nella sua dimensione culturale, l'agire umano è inteso come portatore di significati che possono essere rintracciati sia nella sfera soggettiva, cioè nel sistema di motivazioni, intenzioni e idee che spingono l'individuo ad agire, sia nel contesto sociale in cui gli attori e le azioni si manifestano in base a un sistema di regole, valori e modelli comportamentali socialmente condivisi. Se per Max Weber (1922) l'agire umano era inteso come un agire razionale orientato a uno scopo e il suo significato era attribuito prevalentemente ai *motivi* e alle spinte soggettive all'azione, con Schütz (1932) la riflessione sul senso delle azioni umane si articola in modo più approfondito e complesso, e il significato può avere connotazioni diverse se si distingue tra azione *in corso* e azione *compiuta* e tra i diversi soggetti interagenti (l'attore, il ricevente, l'osservatore). Per questo motivo, piuttosto che parlare di significato, si preferisce qui adottare il termine al plurale (*significati*) per sottolineare la complessità delle *inter-azioni* umane e la pluralità delle loro cariche semantiche.

Tra le funzioni che la cultura assolve nel mondo sociale è possibile rintracciarne alcune specifiche che Crespi (1996, ed. 2006 pp. 13-14), a partire dalle teorie di Weber (1922) e Parsons (1951) riassume in: una funzione di

mediazione simbolica nei rapporti «con il nostro Sé, con gli altri, con le cose»; una funzione di riduzione della complessità della realtà che ci circonda e nelle infinite possibilità dell'esperienza e dell'agire, selezionando e proponendo «modelli di comportamento specifici, che tuttavia variano nel tempo e nello spazio»; inoltre, orientando i comportamenti individuali, la cultura fornisce delle condizioni di prevedibilità delle azioni, alimentando un sistema di aspettative reciproche che sono fondamentali per il mantenimento dell'ordine sociale. Riguardo a Weber, nonostante questi abbia ricondotto la riflessione sociologica alla prospettiva individuale e interazionista, egli comunque non esclude l'importanza del contesto in cui le azioni individuali si manifestano. Belardinelli e Allodi (2006, p. 13) sottolineano il fatto che: «tuttavia, per Weber il mondo umano, il mondo storico-sociale, non coincide con la cultura. Esiste una struttura sociale, fatta di rapporti economici e politici, che non è riducibile a cultura, così come non è riducibile a cultura l'idea di civiltà. Si tratta piuttosto di sfere differenziate che tendono a svilupparsi contestualmente ma secondo una logica propria, una logica che è “creativa” nel caso della cultura e “cumulativa” negli altri due».

Il dualismo tra lo spirito creativo e innovativo dell'uomo e le tendenze cumulative e conservative dei sistemi e delle strutture sociali, emerge con forza nel pensiero di Georg Simmel e nel rapporto critico, “tragico”, che egli individua tra il soggetto, dotato di spirito creativo e dinamico, e il prodotto del suo agire, gli oggetti culturali, fissi e “inamovibili”: «Di fronte alla vita dell'anima che vibra senza posa, sviluppandosi nell'infinito e che è, in un certo senso creatrice, sta il suo prodotto solido, idealmente inamovibile, che ha l'effetto retroattivo di fissare, anzi di irrigidire quella vitalità: spesso, è come se la dinamicità creatrice dell'anima morisse nel suo prodotto» (Simmel, 1911, trad. it. p. 193). Nonostante la cultura oggettivata appaia in grado di minare la carica vitale degli uomini, nel pensiero di Simmel, tuttavia, è possibile rintracciare la rilevanza della dimensione individuale e soggettiva nelle dinamiche innovative e nei processi di mutamento sociale: così come le strutture sociali condizionano i sistemi di idee e le azioni individuali, le idee a loro volta possono influenzare la vita sociale e i suoi

sistemi¹. È da questa tensione tra la spinta individuale e le forme sedimentate e oggettivate della società che si determina il mutamento. In fondo, «[per Simmel] la società non esiste. Se ci guardiamo attorno, ciò che vediamo sono delle persone, degli individui concreti. (...) Che cos'è che fa sì dunque che noi [la] percepiamo come un'*unità*? La risposta è: una certa *prospettiva*, una certa “distanza dello sguardo”» (Jedlowski, 1998, p. 102).

La società è, dunque, il frutto di una prospettiva, di un punto di vista specifico, una entità collettiva che da sola non può esistere senza gli individui che la compongono e che, con le loro reciproche azioni, ne determinano la sussistenza sia in termini di conservazione (come ad esempio nelle forme di riproduzione della tradizione) che di mutamento.

Seguendo questa impostazione, come si vedrà nella terza parte di questo lavoro dedicata alla ricerca sul campo, per studiare e comprendere uno specifico mondo sociale come quello dei giovani artisti napoletani, con i suoi tratti peculiari e i suoi processi dinamici, si è scelto di adottare la prospettiva dell'individuo (l'artista), interrogandosi sul sistema delle sue azioni e *inter*-azioni con altri individui del *suo* e di *altri* mondi sociali e, infine, con le strutture più ampie (produttive, culturali, politiche, istituzionali ecc.) caratteristiche del contesto urbano in cui il giovane artista opera come attore sociale e soggetto produttivo. Tutto ciò senza dimenticare che gli oggetti culturali – e, nel caso specifico del nostro studio, i prodotti artistici – sono dotati di una forte valenza simbolica e semantica.

Torniamo, dunque, alla rilevanza che il significato detiene nei rapporti sociali. Dalle prime considerazioni di Weber sul senso inteso prevalentemente come spinta semantica e motivazionale che induce l'individuo ad agire, nel corso del tempo in sociologia si è giunti ad una più chiara definizione di cosa sia il senso di un'azione e dove andrebbe rintracciato, invece, il suo significato. A tal proposito, tra i contributi più recenti sembra utile riportare la distinzione che Wendy Griswold opera tra *intenzione*, *significato* e *senso*. In un articolo rivolto agli aspetti metodologici nello studio degli oggetti culturali, la Griswold (1987)

¹ Simmel attribuisce all'arte una forte carica innovativa, come si vedrà più in dettaglio nel secondo paragrafo riguardo al suo pensiero sul rapporto tra estetica e società.

distingue tra intenzione (in inglese *intention*), senso (*meaning*) e significato (*significance*). L'intenzione è strettamente legata alla sfera soggettiva dell'attore sociale e riguarda l'idea e il significato inteso e voluto dal soggetto agente; il significato, invece, è attribuito alla relazione tra l'oggetto culturale (o, in altri termini, il prodotto dell'azione sociale) e qualsiasi altra cosa o persona che non sia l'attore al momento dell'azione. Il termine *meaning*, infine, è un concetto più ampio che racchiude in sé sia l'intenzione che il significato e quindi riguarda, in generale, ogni relazione tra i soggetti interagenti e i prodotti delle loro azioni. Si potrebbe dire che mentre il significato segue l'azione e può essere ricondotto all'intento comunicativo dell'individuo agente (come in Weber) o scaturire dal rapporto tra i soggetti coinvolti nell'interazione (come in Schütz), il senso precede sia l'azione che il significato e consisterebbe nella «situazione storico-sociale concreta, caratterizzata dalla memoria culturale, nella quale vengono a trovarsi gli attori sociali sin dal momento della loro nascita» (Crespi, 2006, p. 18). In altri termini, il senso sarebbe rintracciabile nelle condizioni sociali e culturali specifiche del contesto che fa da sfondo all'azione.

Dunque, come per Weber, in qualsiasi ambito ci si trovi ad operare, per pervenire ad una più chiara ed approfondita conoscenza dell'oggetto d'indagine, non si dovrebbe trascurare la dimensione semantica e, per comprendere adeguatamente quest'ultima, è opportuno lavorare simultaneamente sia sul piano individuale e delle azioni concrete, sia sul livello dei più ampi contesti in cui si svolgono le interazioni e in cui è possibile rintracciare le *condizioni* o i *fattori* che, precedendo l'azione, consentono di poterla «spiegare causalmente» (Jedlowski, 1998, p. 123). È questo il fine ultimo della conoscenza sociologica.

1.1.1 Il ruolo sociale dell'arte

Nel 1976, l'antropologo Clifford Geertz pubblica *Art as a Cultural System*². In questo articolo, Geertz mette in guardia gli scienziati sociali sul fatto che parlare

² La pubblicazione è su MLN (*Modern Language Notes*), nella sezione *Comparative Literature*.

d'arte è un'impresa ardua e complessa. L'idea di fondo – in cui è possibile rintracciare le basi della sua teoria interpretativa della cultura – è che l'arte non può essere trattata soltanto nei suoi elementi estetici e tecnici: poiché l'arte esprime la sensibilità umana per la vita e poiché tale sensibilità si manifesta in numerosi altri ambiti della vita sociale (come ad esempio nella religione, nell'etica, nella scienza, nella politica, così come nelle pratiche quotidiane) è opportuno studiare gli oggetti d'arte nel contesto più generale della vita sociale in tutti i suoi aspetti. A tal proposito, Geertz sostiene che:

[...] the feeling a people has for life appears, of course, in a great many other places than in their art. [...] The talk about art that is not merely technical or a spiritualization of the technical [...] is largely directed to placing it within the context of these other expressions of human purpose and the pattern of experience they collectively sustain. [...] What this implies, among other things, is that the definition of art in any society is never wholly intra-aesthetic [...]. The chief problem [...] is how to place it within the other modes of social activity, how to incorporate it into the texture of a particular pattern of life. And such placing, the giving to art objects a cultural significance, is always a local matter (Geertz, 1976, p. 1475).

Dunque, per Geertz, ricondurre l'arte all'agire sociale oppure al 'modello di vita' di uno specifico contesto, equivale ad attribuire agli oggetti artistici un significato culturale, superandone la dimensione meramente tecnica.

Riproponendo le considerazioni di Baxandall (1972) derivate dai suoi studi sulla pittura italiana del Quattrocento, Geertz sottolinea il relativismo culturale dell'arte e la rilevanza che l'“occhio del periodo” detiene sui processi di fruizione e di produzione artistica. In particolare, secondo Baxandall, ciò che egli definisce “*the period eye*” è l'insieme delle specifiche capacità percettive che connotano una data cultura in un determinato momento storico. Si tratta dunque dei “modi” con cui un oggetto d'arte può essere fruito: ad esempio, se un uomo è in grado di distinguere in un dipinto i rapporti proporzionali tra le immagini oppure le diverse sfumature di un colore, egli avrà una esperienza diversa del dipinto rispetto a un uomo che non possiede le stesse capacità. Geertz (1976), inoltre, mette in

Per i dettagli editoriali si rimanda alla bibliografia.

evidenza l'aspetto più importante della teoria di Baxandall: tali competenze percettive non sono attribuibili ad una particolare predisposizione fisiologica dell'occhio umano, ma derivano dall'insieme di conoscenze e di esperienze che connotano un preciso periodo storico. Si tratta di capacità storicamente e culturalmente definite; in altri termini, esse sono direttamente legate al sistema culturale della società. Nel pensiero di Baxandall, anche il concetto di “gusto” è ricondotto a queste dinamiche e cioè alle capacità che lo spettatore può attivare nel distinguere i diversi elementi tecnici e semantici di un'opera d'arte, e la loro conformità alle competenze richieste dall'opera stessa per la sua fruizione³: «Much of what we call “taste” lies in this, the conformity between discriminations demanded by a painting and skills of discrimination possessed by the beholder» (Baxandall, 1972, p. 34).

Come lo spettatore, anche l'artista è un membro della società e opera in un determinato sistema culturale, fatto di convenzioni ed esperienze condivise. L'artista lavora secondo le capacità del suo pubblico: le capacità di vedere, sentire, toccare – in certi casi anche di gustare e odorare – un prodotto d'arte intendendone il significato. La produzione e la fruizione dell'opera d'arte avvengono nell'ambito di un sistema culturale condiviso; metaforicamente, questo concetto è sintetizzato da Geertz (1976, p. 1497) con la frase: «l'arte e gli strumenti per afferrarla sono realizzati nello stesso negozio»⁴.

L'arte è, dunque, un sistema culturale poiché si articola in un insieme organico di elementi – percettivi, cognitivi, estetici, sociali e così via – convenzionalmente adottati e socialmente consolidati e sulla condivisione di questi elementi culturali si instaurano le dinamiche di espressione e di significazione artistica. Riguardo ai processi di produzione artistica, nel suo studio sui “mondi dell'arte”, Howard S. Becker (1982) tratta in modo approfondito il sistema delle convenzioni artistiche in base alle quali le opere d'arte sono prodotte. Le convenzioni influenzano tutti gli aspetti della produzione artistica: le decisioni da prendere, i materiali da usare,

³ Sul concetto di “gusto” in sociologia si parlerà più approfonditamente nei prossimi capitoli, con particolare riferimento ai contributi teorici della sociologia di Pierre Bourdieu e alle sue riformulazioni nell'ambito della tradizione dei *cultural studies*.

⁴ La traduzione dall'inglese è mia.

le forme, le dimensioni o le durate dei prodotti artistici e così via. Le convenzioni regolano anche i rapporti tra artisti, pubblico e ciò che l'autore definisce “il personale di supporto” (l'insieme dei ruoli e delle attività che non sono meramente artistiche ma che, indirettamente, concorrono alla realizzazione di un prodotto artistico: tecnici audio-video, costumisti, produttori, critici, correttori di bozze, costruttori di strumenti ecc.), indicandone i diritti e i doveri e guidando il loro comportamento reciproco in un processo di costruzione collettiva delle opere d'arte.

Gli studi di Becker costituiscono un fondamentale punto di riferimento nella letteratura sociologica e, in particolare, nella sociologia dell'arte⁵. Le sue considerazioni dell'arte come prodotto di un'attività collettiva basata su elementi culturali condivisi richiamano per certi versi *Art as an Institution*, un articolo di Milton C. Albrecht (1968), pubblicato sull'*American Sociological Review* e confluito due anni dopo nel volume *The Sociology of Art and Literature: a reader* (1970). Partendo dalla definizione di “istituzione sociale” prevalente nell'ambito delle scienze sociali fino agli anni Sessanta – cioè intesa come l'insieme delle strutture principali attraverso cui le attività umane sono organizzate e che sono istituite per rispondere a bisogni umani fondamentali – Albrecht giunge alla considerazione dell'arte come una “istituzione culturale”, in cui il prodotto artistico – sia esso un oggetto materiale o un processo, un'esperienza estetica – deve essere considerato come un importante elemento di collegamento in una rete estesa di relazioni sociali e culturali.

Intesa come istituzione, l'arte presenta alcune caratteristiche specifiche che Albrecht (1968, p. 387) delinea in otto punti:

1. L'arte si sviluppa in base ad un sistema tecnico – più o meno complesso ed articolato – composto da strumenti specifici, tecniche e capacità, in parte ereditate e in parte sviluppate *ex novo*.

2. Ogni ambito artistico possiede una tradizione in cui nel corso del tempo si sono sviluppate e avvicinate diverse forme d'arte (ad esempio, in

⁵ Per una trattazione più approfondita del pensiero di Becker sui mondi dell'arte si rimanda al secondo capitolo.

musica, la canzone si è sviluppata in un momento storico preciso, differenziandosi dalle forme musicali precedenti).

3. La produzione di arte è legata a soggetti sociali specifici, gli artisti, di cui bisogna considerare anche tutti gli aspetti extra-artistici: la loro formazione, le loro carriere, le associazioni o i gruppi di lavoro, la loro creatività ecc.

4. L'arte e gli artisti sono inseriti in sistemi di inclusione/esclusione che riguardano i circuiti produttivi e distributivi dell'arte. In tali sistemi è possibile rintracciare, ad esempio, i committenti, i musei – con il loro personale e le loro attività specifiche – i distributori e gli editori, anch'essi con il loro personale, le loro forme organizzative, le norme e i valori che guidano la loro attività e così via.

5. Ci sono poi recensori e critici d'arte con le loro specifiche forme di espressione e di linguaggio e le loro associazioni professionali.

6. I pubblici, invece, possono essere distinti in quelli “dal vivo” (come nei teatri, nelle sale da concerto o nei musei) e in quelli che compongono il grande pubblico di massa che fruisce l'arte nel proprio ambiente privato attraverso i mezzi di comunicazione.

7. Ogni ambito artistico, inoltre, ha sviluppato un sistema di principi formali per la valutazione delle opere d'arte. Si può trattare di principi estetici o extra-estetici e su questi si innestano le attività di artisti, critici e pubblico.

8. Infine, l'arte si sviluppa in un sistema più ampio di valori culturali entro il quale essa assolve alcune funzioni specifiche come, ad esempio, quella di esprimere emozioni, di produrre solidarietà sociale, e così via.

Riguardo all'ultimo punto, da un lato Albrecht attribuisce all'arte la capacità di generare unione e solidarietà sociale, contribuendo a rafforzare l'ordine sociale e il senso di appartenenza; dall'altro lato, se adoperata da gruppi dissidenti, l'arte può essere strumento per l'azione collettiva e per il mutamento sociale. Entrambe le possibilità derivano sostanzialmente da un'unica funzione che l'arte assolve come istituzione sociale: quella di innalzare il livello di «consapevolezza»⁶ del contesto

⁶ Albrecht (1968, p. 390) adoperava qui il termine inglese *awareness*, traducibile appunto come “coscienza” o “consapevolezza”.

sociale in cui l'arte si esprime, costituendosi come veicolo simbolico di valori condivisi.

L'arte, dunque, sembra detenere un forte potere: essa è in grado di raccogliere le coscienze individuali in un sentimento collettivo centrato su valori condivisi. Se questi valori sono conformi ai valori dominanti nella società, allora l'arte può contribuire al mantenimento dell'equilibrio sociale e alla riproduzione della cultura dominante; viceversa, l'arte può incarnare valori diversi – in certi casi opposti – a quelli prevalenti nella società, ponendosi come strumento per la critica, per la contestazione, per l'azione e, quindi, per il mutamento. Non sembra casuale il fatto che l'articolo di Albrecht sia stato pubblicato per la prima volta nel 1968, una data storicamente importante perché legata ai primi movimenti studenteschi di contestazione su questioni politiche e sociali. È possibile ritenere che le considerazioni di Albrecht sull'arte come veicolo per la critica sociale e per il dissenso siano in parte legate all'osservazione dei fermenti giovanili che in quegli anni si stavano generando e diffondendo rapidamente in tutto il mondo.

Nei prossimi capitoli saranno trattate le correnti di pensiero che in sociologia hanno approfondito il rapporto tra arte e cultura dominante. In tal senso, una particolare attenzione, è rivolta ai teorici della scuola di Francoforte (v. par. 1.3) che hanno posto in luce il delicato ruolo dell'arte nella società capitalistico-industriale mentre, nel terzo capitolo, saranno approfonditi i contributi dei *cultural studies* sulle culture giovanili e, in particolare, sull'arte come elemento di distinzione delle sottoculture rispetto al *mainstream*. Prima di affrontare questi aspetti, sembra opportuno ripercorrere il pensiero dei padri fondatori della sociologia, in particolare di Georg Simmel e Max Weber. Come si vedrà nel prossimo paragrafo, i loro scritti non mancano di preziose riflessioni filosofiche e sociologiche sull'arte.

1.2. L'arte tra individuo e società: Georg Simmel

In Europa, prima che la sociologia si costituisse come disciplina consolidata, l'arte ha attratto l'attenzione di molti filosofi il cui pensiero tendeva alla delimitazione di una scienza della società. Non mancano riflessioni sull'arte e su alcune delle sue specifiche forme – come, ad esempio, la musica e il canto – nel pensiero di Herbert Spencer e in quello di Auguste Comte. Quest'ultimo, in particolare, ha sostenuto un parallelo tra arte e scienza, sostenendo che la scienza è ormai parte del passato, mentre l'arte è il futuro: essa ci aiuta a superare il distacco che la ragione moderna ha prodotto tra sentimento e immaginazione; inoltre, attraverso la forma specifica del canto, l'umanità si esprime e si rivela a se stessa (Comte, 1854; Muglioni, 1996). Nonostante l'arte ricorra tra le tematiche trattate da questi eminenti pensatori, tuttavia non si può ancora parlare di un pensiero sistematico e analitico, almeno fino a Simmel, un pensatore poliedrico e d'avanguardia nel pensiero tedesco a cavallo tra il XIX e il XX secolo.

Appassionato di musica, Simmel scrisse tanto sull'arte, e anche nei suoi più noti scritti sociologici sulla modernità non mancano numerose metafore tratte dalla terminologia tecnica musicale. Nel suo pensiero, la dimensione estetica della realtà occupa un posto di rilievo al punto che, come suggerisce Mele (2006, pp.11-12), «nell'attività saggistica di Simmel, che si estende in un periodo di circa vent'anni, è possibile riconoscere una vera e propria *estetica della vita moderna* che si concentra su di uno specifico “punto di indifferenza” tra arte e sfera delle interazioni sociali, mostrando la specifica forma moderna di “reciprocità” tra la sfera estetica e la sfera sociale»⁷. Attraverso la dimensione estetica – che non si limita all'opera d'arte *tout court* ma considera anche le numerose forme quotidiane di espressione estetica come, ad esempio, la moda, l'abbigliamento, le prassi formali nei contesti conviviali ecc. – secondo Simmel, è possibile rintracciare le specificità della vita moderna. Nelle forme estetiche egli rintraccia il discrimine tra il particolare e l'universale, rappresentato in special modo dallo *stile*. Come scrive Simmel (1908a, trad. it. pp. 87-88):

⁷ I corsivi e le citazioni fra virgolette sono dell'Autore.

Lo stile è sempre quella donazione di forma che, in quanto sostiene o aiuta a sostenere l'impressione dell'opera d'arte, ne nega l'essenza e il valore del tutto individuali, ovvero il significato della sua unicità; grazie allo stile, la particolarità della singola opera viene sottomessa a una legge di forma universale che vale anche per altre opere; essa viene – per così dire – sollevata dalla responsabilità assoluta di se stessa, poiché condivide con altre in tutto o in parte il modo in cui si forma e perciò rimanda a una radice comune, che comunque si trova al di là della singola opera – in opposizione alle opere che nascono interamente da se stesse, cioè dalla misteriosa, assoluta unità della personalità artistica e dalla sua unicità che non significa altro al di fuori di se stessa.

Dunque, lo stile è un principio di generalità e di universalità, esterno all'opera d'arte e che le dà forma: entro uno stesso stile, diverse opere d'arte possono essere raggruppate – Simmel direbbe “tenute insieme” (*Ibid.*) – in base ai loro elementi formali comuni, stilistici appunto. L'opera d'arte assoluta, invece, costituisce un'unità chiusa in se stessa perché non si riferisce a niente al di fuori di essa, nasce dalla forza creativa dell'artista e non esprime alcun significato che non sia la sua stessa essenza. A partire da ciò, Simmel perviene alla distinzione tra arte applicata (in tedesco *Kunstgewerbe*) e arte assoluta (*Kunst*). Mentre la prima – rappresentata dagli oggetti stilizzati – assolve a una funzione di utilità nella vita quotidiana e quindi ha uno scopo, la seconda è del tutto autonoma e, si potrebbe aggiungere, autoreferenziale, poiché non si riferisce ad altro che a se stessa.

Bisogna precisare che la distinzione simmeliana tra arte e arte applicata – così come quella tra i due principi di universalità e individualità – non presenta alcun giudizio di valore. Lo stesso Simmel (*Ibid.*) precisa che non vi è alcuna discriminazione in termini d'importanza, né alcun ordine gerarchico: esse costituiscono i due estremi di un unico asse che rappresenta le infinite forme della creatività umana. L'oggetto stilizzato, però, a differenza dell'opera d'arte, ha la capacità di infondere nel suo fruitore un senso di tranquillità e di sicurezza, sottraendolo dalle responsabilità individuali e conducendolo nella dimensione collettiva, in cui «non ci si sente più soli» (*Ivi*, p. 94), pur potendo continuare ad esprimere la propria individualità. In questi termini, seguire una moda, ad esempio, coincide con l'adeguarsi ad uno stile poiché «l'imitazione di un modello

dato appaga il bisogno di un appoggio sociale, conduce il singolo sulla via che tutti percorrono, dà un universale che fa del comportamento di ogni singolo un puro esempio. Nondimeno appaga il bisogno di diversità, la tendenza alla differenziazione, al cambiamento, al distinguersi» (Simmel, 1911, trad. it. p. 13).

L'arte e la musica in particolare compaiono spesso nelle riflessioni filosofiche e sociologiche di Simmel, anche come semplici esempi o metafore. Infatti, a proposito di distinzione sociale – un altro dei temi che l'autore tedesco affronta con cura – Simmel sottolinea il ruolo dell'arte come elemento di distinzione delle famiglie nobili e agiate, soprattutto tra il Seicento e il Settecento quando non sembrava raro che noti esponenti della musica classica del periodo componessero opere su commissione per facoltosi acquirenti: «un certo numero di concerti di Bach sono nati su commissione di un principe. Faceva parte della distinzione di una casa possedere pezzi musicali preclusi a chiunque altro» (Simmel, 1908b, trad. it. p. 555).

Proprio alla musica, Simmel dedica il suo primo lavoro: nel 1880, infatti, presenta una tesi di dottorato dal titolo *Psychologisch-ethnographische Studien über die Anfänge der Musik* (Studi psicologici ed etnografici sulle origini della musica), severamente respinta dalla commissione e tuttavia pubblicata poco tempo dopo con un titolo in parte diverso⁸. Si tratta di un testo di non facile lettura le cui riflessioni – riconducibili a numerosi ambiti disciplinari tra cui sembrano prevalere la psicologia, l'etnomusicologia e la sociologia della musica – si intersecano continuamente in un linguaggio frammentato e poco sistematico. Ciò spiega solo in parte il motivo per cui la presentazione di questo lavoro non condusse a un esito positivo in sede di dottorato: in realtà sarebbe opportuno considerare numerosi altri fattori, tra cui i paradigmi dominanti all'epoca e come questo lavoro si poneva – o contrapponeva – ad essi⁹.

Un primo aspetto che emerge in questo lavoro giovanile di Simmel è la funzione prevalentemente comunicativa attribuita alla musica: capovolgendo la

⁸ La pubblicazione avvenne nel 1881 con il titolo *Psychologische und ethnologische Studien über Musik*. Per i riferimenti bibliografici completi si veda la Bibliografia.

⁹ Una interessante trattazione di Simmel, della sua biografia e del suo pensiero sulla musica è di Massimo Del Forno (2010) che ha curato anche una traduzione italiana degli *Studi psicologici ed etnologici sulla musica* (Del Forno, 2008). Per i dettagli si rimanda alla Bibliografia.

teoria darwiniana che considerava il canto come una prima forma di espressione vocale da cui sarebbe successivamente derivato il linguaggio, Simmel sostiene che, al contrario, il canto sembra essersi generato da una specifica articolazione del linguaggio, al fine di rispondere all'esigenza umana di comunicare i propri stati emozionali.

Dunque, la musica, almeno in origine, prima ancora di assolvere a una funzione estetica, risponderebbe ad una esigenza pratica, concreta, dell'essere umano: comunicare il proprio stato d'animo. Elaborando questo concetto, si potrebbe sostenere che, anche all'origine di ogni specifico genere d'arte, sia possibile ravvisare una funzione prevalentemente espressiva e comunicativa, mentre quella estetica sembra delinarsi soltanto in un secondo momento. Basti pensare ai primi *blues* afroamericani che si potevano ascoltare nei ghetti statunitensi tra la fine dell'Ottocento e gli inizi del Novecento e che sembrano rientrare a pieno titolo in queste considerazioni. In contesti del genere, la musica ha anche un secondo effetto: quello di riunire un gruppo di individui nella condivisione delle stesse emozioni e delle stesse melodie. Anche la funzione di aggregazione e di partecipazione collettiva al momento musicale o canoro è stata ampiamente messa in luce da Simmel (1881) considerando, a titolo di esempio, lo *jodel*¹⁰ svizzero, oppure i canti e i ritmi di alcune comunità primitive come quella degli indiani Windtun, in California. In questi esempi, emerge chiaramente il momento musicale – corale o ritmico – come occasione di condivisione collettiva degli stati d'animo (Simmel, 1900).

Passando dalla dimensione pratica alla dimensione estetica, anche per la musica vale quanto detto per le opere d'arte in generale. Nello specifico, un'opera d'arte musicale si distingue per la sua unità interna, al punto che, secondo Simmel, anche la distinzione tra la composizione musicale e il testo di un'opera consisterebbe in una forzatura. Un'opera d'arte non può essere scomposta in elementi diversi perché in tal modo perderebbe la sua stessa essenza: essa un tutto organico e indivisibile.

¹⁰ Lo *jodel* è un canto tipico dei monti svizzeri. Privo di testo e di parole, si tratta di un gioco vocale tra la voce di petto il falsetto, con una combinazione di vocali e consonanti prive di un significato specifico (ad esempio, *jo-hol-di-o-u-ri-a*).

Infine, un ultimo aspetto che sembra opportuno evidenziare riguarda l'importanza che Simmel attribuisce al contesto geo-politico-culturale in cui il talento artistico si forma e si esprime. Ogni artista si distingue non solo per il suo “talento” ma soprattutto per il “carattere” specifico che ha ereditato dal proprio contesto territoriale nel corso del suo processo di crescita e di formazione:

È un errore credere che la Nazione non abbia un'influenza sullo sviluppo della musica. [...] Anche se un uomo nasce dotato di grandi talenti, sarà la vita della sua Patria che lo circonda sin dai primi giorni della sua esistenza che lo fa diventare ciò che lui rappresenta ora, perché gli imprime il suo carattere, perché da essa riceve mete e opportunità; e, pertanto, quanto più nobile è un'anima, tanto più assimilerà gli elementi idonei del bagaglio culturale che la vita nazionale le offre (Simmel, 1881, trad. it. p. 419).

Nei prossimi capitoli si vedrà come le riflessioni di Simmel sull'arte trovino conferma in numerosi studi successivi – anche se ad opera di studiosi distanti tra loro, sia storicamente che per i loro obiettivi conoscitivi e per le tradizioni di pensiero in cui si collocano – per cui concetti come quelli di “distinzione sociale”, “moda”, “appagamento nella dimensione collettiva” ricorrono nel Secondo e nel Terzo capitolo. In questo senso, nonostante il suo pensiero sia stato a lungo trascurato in sociologia e forse incompreso dagli scienziati a lui contemporanei, si condivide qui l'idea – ormai pienamente diffusa – che Simmel sia stato precursore di molti studi che hanno contrassegnato la sociologia del Novecento. Per aver delineato alcuni dei principi fondamentali su cui s'innesta il rapporto tra individuo e società, il suo pensiero resta ancora oggi un importante riferimento per la ricerca sociale.

1.2.1 La musica in Max Weber

La sociologia della musica è una disciplina relativamente recente che ancora oggi risente di una modesta diffusione nell'ambito delle scienze umane. Storicamente, i suoi albori sono rintracciabili nel pionieristico lavoro di Max Weber (1921), *I fondamenti razionali e sociologici della musica* (d'ora in avanti

Fondamenti) a partire dal quale, come testimoniato dalla moglie Marianne (Kasler, 1988), Weber avrebbe voluto sviluppare una sociologia che comprendesse tutte le arti. Colpito dalla “grande influenza” – la terribile pandemia post-bellica più conosciuta come “influenza spagnola” – non ne ebbe il tempo, e molti dei suoi scritti, compresi i *Fondamenti*, rimasero incompiuti¹¹.

Nei *Fondamenti* weberiani è possibile rintracciare alcuni dei cardini della sua più generale teoria della società. In particolare, egli spiega lo sviluppo del moderno sistema tonale occidentale come una delle conseguenze del più generale processo di razionalizzazione che ha investito la società occidentale moderna e che Weber esprime a partire da *L'etica protestante e lo spirito del capitalismo* (1905). Alla base di questo processo, Weber (1921) rintraccia un tipo di razionalità orientata allo scopo, cioè volta a rispondere ad esigenze pratiche come, ad esempio, la memorizzazione delle melodie e l'organizzazione delle voci – umane o strumentali – nei contesti corali ed orchestrali. Weber conduce uno studio diacronico per risalire ai contesti d'origine di tale razionalità musicale e la rintraccia nelle pratiche mnemoniche degli antichi canti gregoriani. Sarebbe dunque nel contesto ecclesiastico e nel rito romano della Chiesa cattolica che sembra possibile – secondo Weber (*Ibid.*) – rintracciare l'origine della notazione musicale, uno dei primi esempi di razionalità orientata allo scopo nella storia della musica occidentale:

Tra le condizioni specifiche dello sviluppo musicale occidentale rientra in primo luogo la scoperta della nostra moderna notazione musicale. [...] Una complessa opera d'arte musicale moderna [...] non la si può né produrre né tramandare né riprodurre senza il tramite della nostra notazione musicale: senza di essa non potrebbe assolutamente esistere in nessun luogo, in nessun modo, neppure come privato possesso del suo creatore (Weber, 1921, trad. it. p. 55).

Il processo di razionalizzazione ha comportato nel corso del tempo la delineazione di pratiche consolidate che hanno riguardato non soltanto la teoria

¹¹ Weber si spense nel 1920. Si deve per la maggior parte a Marianne Weber la sistematizzazione e la diffusione degli scritti del marito. I *Fondamenti razionali e sociologici della musica* sono stati pubblicati nel 1921 dal musicologo Theodor Kroyer. Secondo alcuni, a quest'ultimo si deve anche l'attribuzione del titolo con cui il lavoro di Weber sulla musica è stato tramandato (Del Grosso Destrieri, 2002).

musicale e il sistema armonico-melodico ma anche le tecniche di costruzione degli strumenti musicali. Questi erano costruiti secondo delle procedure *standard*, sia per adattarsi alle caratteristiche fisico-acustiche richieste dal sistema tonale sia per rispondere alle esigenze di un mercato musicale in espansione.

Il concetto di *standardizzazione* relativo alle produzioni in ambito musicale, come si vedrà nel secondo capitolo, è stato ripreso e sviluppato – anche se per perseguire obiettivi analitici diversi – da Theodor W. Adorno, nel cui pensiero non mancano frequenti punti di connessione con Weber. In particolare, secondo il sociologo statunitense Alan C. Turley (2001, p. 636), «both Weber and Adorno have in their analysis the reciprocal model of society influencing music and music influencing society». Inoltre, entrambi rivolgono la propria analisi soprattutto verso i macro-processi (culturali, istituzionali, organizzativi e così via) che intervengono nel rapporto tra musica e società, trascurando la dimensione individuale dell'attore sociale, e il ruolo dell'artista come soggetto attivo nelle dinamiche di produzione musicale e culturale.

Senza voler anticipare quanto verrà trattato nel prossimo capitolo riguardo alla sociologia della musica di Adorno, per comprendere quanto il livello di congiunzione tra i due teorici tedeschi sia largamente percepito in sociologia si potrebbe considerare il contributo di Peter J. Martin (1995), secondo il quale il lavoro di Adorno, notevolmente influenzato dal pensiero di Weber, si porrebbe in un dialogo costante con i suoi scritti. Anzi, con un riferimento a Jameson (1990), Martin sostiene che il pensiero di Adorno sulla musica potrebbe essere letto come la diretta continuazione del lavoro weberiano sul processo di razionalizzazione nel tardo capitalismo.

I *Fondamenti* weberiani, sebbene abbiano raccolto un gran numero di critiche – soprattutto rivolte a evidenziare un malcelato eurocentrismo che emergerebbe nella trattazione di culture musicali *altre* non nelle loro specificità ma soltanto in rapporto alla musica occidentale – costituiscono un chiaro esempio di analisi rigorosa e accurata, orientata in due direzioni: da un lato, è rivolta a scrutare a fondo il sistema musicale occidentale nelle sue caratteristiche *intra*-musicali, pervenendo persino ad una complessa analisi dei rapporti matematici tra gli

intervalli sonori; dall'altro lato, punta alla spiegazione sociologica dello sviluppo di specifici fenomeni musicali confrontando e articolando la dimensione musicale con le caratteristiche economiche, culturali, sociali, tecniche e persino climatiche dei contesti di riferimento. Un esempio relativo a quest'ultimo punto è offerto dalle originali considerazioni che Weber esprime riguardo all'avvento e allo sviluppo del pianoforte. Attribuita la sua paternità all'italiano Bartolomeo Cristofori, Weber sostiene che il pianoforte – uno strumento particolarmente adatto agli ambienti domestici – si è ampiamente diffuso soprattutto in Germania e nei paesi del nord Europa in cui il clima particolarmente rigido ha determinato il consolidarsi di una cultura della *casa* più che altrove:

Lo sviluppo del pianoforte a martelli si è perfezionato [...] in parte sul suolo italiano (con Cristofori) e in parte su quello tedesco. [Ma] la cultura italiana rimaneva [...] estranea al carattere di ambiente chiuso proprio della cultura musicale nordica. Il canto da cappella e l'opera [...] rimasero l'ideale italiano, condizionato dall'assenza di una cultura della *home* borghese (Weber, 1921, trad. it. pp. 78-79).

Tra le critiche mosse ai *Fondamenti* di Weber, come si è già anticipato, la principale obiezione è rivolta ad un atteggiamento eurocentrico che guiderebbe l'intero lavoro sulla musica. Sorce Keller (1996), ad esempio, sostiene che la netta contrapposizione tra l'Occidente e tutto il resto del mondo tradirebbe un etnocentrismo di fondo: anche nell'analisi di culture orientali come quella indiana, Weber sembra adottare un punto di vista fortemente legato alla propria cultura europea. In realtà, le analisi weberiane si presentano approfondite ed estese a culture “lontane” nel tempo e nello spazio e ciò dimostra, come ha sostenuto Monceri (1999), l'adozione di un metodo comparativo volto a indagare le differenze tra le diverse culture, senza alcuna pretesa di giungere alla legittimazione della superiorità dell'una sull'altra. Il frequente ritorno alla propria cultura è dato dall'aver scelto come oggetto d'indagine uno fenomeno territorialmente delimitato e tipico della *propria* cultura, e cioè il sistema armonico-tonale occidentale. Esso può essere compreso e spiegato sia entro il contesto territoriale in cui si sviluppa, e cioè rapportandolo con altre dinamiche –

storiche, economiche, sociali, culturali e così via – occidentali, sia mediante il confronto con gli sviluppi musicali che si sono delineati altrove. Pertanto, si può ritenere che l'osservazione delle musiche *altre* è adottata da Weber prevalentemente per *comprendere e spiegare*, adottando il metodo comparativo, le specificità musicali della *propria* cultura.

Tra quanti hanno avanzato commenti critici sul presunto eurocentrismo nei *Fondamenti* di Weber, una critica più recente che sembra interessante riportare è evidenziata in Turley (2001). Partendo dall'idea weberiana secondo la quale il processo di razionalizzazione in Occidente ha condotto a una graduale burocratizzazione e alla delineazione di istituzioni formalizzate – nella musica come in ogni altro aspetto della società moderna – secondo Turley, l'eurocentrismo da cui Weber non sembra riuscire adeguatamente a staccarsi lo avrebbe condotto a non considerare i processi – diversi ma altrettanto rilevanti – di razionalizzazione e di burocratizzazione connessi allo sviluppo delle musiche orientali:

Extremely formalized and standardized, these musics were supervised by a special bureaucracy [...] It is the Eurocentrism of Weber's analysis that is responsible for these oversights. His concentration on written notation blinds him to the bureaucratic and formalized institutions of music instruction in India, China, and Japan. The goal of explaining rationalization/capitalization excludes these countries from Weber's analysis because they did not develop according to the Western capitalist model (Turley, 2001, p. 644).

L'aver collegato in maniera troppo rigida il processo di razionalizzazione occidentale allo sviluppo del capitalismo, avrebbe reso Weber cieco di fronte all'evidenza di altri processi di razionalizzazione e di standardizzazione che in molte culture orientali si sono delineati, anche se secondo modelli diversi da quello capitalistico occidentale. Anche in questo caso, le critiche sembrano eccessive, forse mosse da un *pregiudizio* sull'ipotetico eurocentrismo di Weber. Nei *Fondamenti*, infatti, Weber sostiene che:

Ci si deve anzitutto ben guardare dal pensare la musica primitiva come un caos arbitrario senza regole. La sensibilità per qualcosa di simile, in linea di principio, alla nostra tonalità non è affatto prerogativa moderna. Essa si trova [...] in molte musiche indiane e nelle musiche orientali, ed è conosciuta in quella indiana con una sua propria parola (*ansa*). Ma il suo senso e la sua efficacia sono essenzialmente diversi (Weber, 1921, trad. it. p. 22).

Dunque, Weber non nega che presso i popoli non-occidentali sia ravvisabile un particolare tipo di organizzazione e di formalizzazione del materiale sonoro, né si può escludere la possibilità che egli possa aver considerato questi processi come il riflesso di processi culturali e sociali più ampi – così come ha fatto riguardo all'Occidente. Il fatto che Weber non abbia approfondito questi aspetti specifici delle culture orientali non significa che egli non li abbia osservati o ipotizzati. Non bisogna dimenticare, inoltre, che i *Fondamenti* costituiscono un'opera sociologica incompiuta: si può essere portati a pensare con ottimismo che, se ne avesse avuto il tempo, la sua ineccepibile cultura multidisciplinare, la straordinaria sensibilità scientifica che emerge nei suoi numerosi scritti e l'attenzione verso lo sviluppo di una metodologia d'analisi fondata sui criteri di validità e *avalutatività*, lo avrebbero certamente portato ad approfondire adeguatamente tutti questi argomenti.

In conclusione, i *Fondamenti razionali e sociologici della musica* andrebbero considerati come il primo esempio di sociologia della musica in cui, a partire dall'osservazione di un fenomeno musicale specifico, Weber tenta di rintracciarne le spiegazioni sociologiche nell'interconnessione tra numerosi altri aspetti della realtà sociale senza trascurare, infine, la dimensione storica. Si tratta, dunque, di un modello di ricerca applicata, un prezioso contributo che, come si vedrà nel prossimo paragrafo, ha inciso profondamente sugli sviluppi successivi della sociologia rivolta all'arte e alla musica, conservando un ruolo di rilievo anche nel dibattito contemporaneo.

1.3. La scuola di Francoforte e la teoria critica

La riflessione sociologica sull'arte e sulla musica che si sviluppa gradualmente dalla prima metà del Novecento è legata al pensiero di Weber sotto molteplici aspetti. In particolare, il concetto di *razionalizzazione* weberiano costituisce un elemento ricorrente nella letteratura sociologica prodotta in seno alla corrente neo-marxista della scuola di Francoforte: un gruppo di intellettuali di diverso orientamento disciplinare nelle cui produzioni emergono, tra le altre, alcune riflessioni di rilievo sul rapporto tra le forme estetiche e le specifiche condizioni strutturali ed economiche della società. In tal senso, i contributi più interessanti sono quelli di Max Horkheimer e Theodor W. Adorno, spesso citati insieme per alcuni dei loro lavori scritti a quattro mani come *Dialettica dell'illuminismo* (1947) e *Lezioni di sociologia* (1956). Gli scritti di Adorno, in particolare, appaiono indicatori di un cresciuto interesse verso le arti negli ambiti della filosofia e della sociologia del Novecento: un interesse confermato dalla pubblicazione di numerosi saggi di filosofia della musica e in lavori come *On Popular Music* (Adorno, 1941) e *Introduzione alla sociologia della musica* (Adorno, 1962), in cui l'eredità marxista emerge chiaramente in una visione della società caratterizzata da forze orientate alla legittimazione del potere e del controllo delle masse, con il conseguente processo di alienazione e di perdita dell'autonomia individuale. In quest'ottica, anche il processo di razionalizzazione moderno – che, secondo i teorici di Francoforte, affonderebbe le sue radici nel progetto *illuminista* (e autodistruttivo) volto al predominio della ragione sulla natura – è visto da una prospettiva conflittualista che pone in risalto la riduzione dell'uomo a una sola dimensione (Marcuse, 1964): quella circoscritta alle dinamiche di produzione e di consumo (Crespi, 2006).

In questo quadro concettuale, anche l'arte è assoggettata alle logiche di potere e di controllo delle forze economiche della società le quali esercitano il proprio dominio sulle coscienze individuali anche attraverso i *mass media*, la cui funzione è quella di annientare la spinta individuale conformando i singoli alla massa. A questo scopo, i mezzi di comunicazione veicolano prodotti artistici destinati alle

masse e costruiti secondo le dinamiche di ciò che Horkheimer e Adorno (1947) hanno definito *industria culturale*, fondata sui criteri di serialità e standardizzazione. Come ricorda Crespi (2006, p. 155) a proposito dell'industria culturale:

La funzione principale di tale industria è di addestrare le masse al conformismo, sottoponendo a censura ogni voce discordante. Per ottenere tale dipendenza delle masse, i mezzi di comunicazione non esitano a fare presa sulle emozioni e sui desideri primari degli individui, che appaiono tanto più alienati, quanto più i beni culturali proposti tendono a confermare l'ordine costituito: «Per riassumere in una sola frase la tendenza immanente all'ideologia della cultura di massa, bisognerebbe rappresentarla, in una parodia del detto 'Diventa ciò che sei', come raddoppiamento e giustificazione supervalidante della situazione comunque esistente, restando cassata ogni prospettiva di trascendenza e di critica» (Horkheimer – Adorno, 1956, 225).

Alla decisione di adottare l'espressione “industria culturale”, Adorno e Horkheimer giungono dopo alcune riflessioni intorno al concetto di “massa”. Come lo stesso Adorno chiarisce in un saggio del 1967, nelle prime bozze di *Dialettica dell'illuminismo*, il termine prevalentemente adottato era “cultura di massa”, sostituito poi definitivamente con “industria culturale” affinché non si generassero confusioni o ambiguità tra una cultura *rivolta* alla massa e una cultura *generata* dalla massa. Ecco come lo stesso Adorno descrive questo processo: «In our drafts we spoke of “mass culture”. We replaced that expression with “culture industry” in order to exclude from the outset the interpretation agreeable to its advocates: that it is a matter of something like a culture that arises spontaneously from the masses themselves, the contemporary form of popular art» (Adorno, 1967, trad. ingl. p. 12).

Nello stesso saggio, Adorno delinea in maniera ancor più nitida rispetto ai suoi scritti precedenti il ruolo subordinato della massa rispetto alle logiche del sistema produttivo industriale. Nonostante l'industria culturale fondi la propria essenza sui milioni di persone verso cui dirige i propri prodotti, le masse detengono comunque un ruolo secondario e passivo in questo processo. La massa è un

oggetto, un'appendice della grande macchina che è l'industria culturale (*ibidem*). La logica che guida tutto il processo produttivo e distributivo degli oggetti culturali è *in primis* la ricerca del profitto e poi l'auto-riproduzione della logica stessa e il rafforzamento del potere nelle mani di coloro che detengono il controllo: per questi motivi, l'industria culturale si serve delle masse, speculando sullo stato conscio ed inconscio delle persone, sulle loro condizioni sociali e sui loro desideri.

Per quanto riguarda gli oggetti culturali, il loro valore è privato sia del carattere estetico sia del valore d'uso ed è ridotto al valore di scambio determinato dal mercato. L'autonomia dell'arte è totalmente eliminata dall'industria culturale. In questo quadro, Adorno intravede la distruzione di uno dei più importanti ruoli della cultura: quello di generare una protesta contro il sistema di “relazioni pietrificate” sotto il quale vivono gli esseri umani. Infatti, nella misura in cui la cultura è interamente assimilata da – e integrata in – tali relazioni pietrificate, la condizione dell'essere umano si ritrova ad essere ancor più degradata. Nell'industria culturale, i prodotti culturali non sono più *anche* merci ma sono merci *fino in fondo* (*ivi*, p. 13).

In un tale scenario, un certo margine di autonomia nel processo tecnico di produzione sembra, tuttavia, essere preservato; si tratta, però, di un inganno, di un'illusione. È quanto Adorno definisce *pseudo-individualizzazione* (Adorno, 1941). Si tratterebbe di un inganno poiché l'individualità stessa, in realtà, serve a rafforzare l'ideologia e a far apparire ciò che è completamente reificato e mediato come un «santuario di immediatezza e vita»¹² (Adorno, 1967, trad. ingl. p. 14).

Il termine “industriale” – avverte Adorno (1967) – non deve comunque essere trattato alla lettera. Esso non riguarda tanto i processi tecnici di produzione dove, come si è detto, sia l'artista che le tecniche e gli strumenti di produzione possono mantenere un certo grado di individualità e autonomia, quanto la logica organizzativa e produttiva che fa da sfondo al processo creativo. Si tratta, dunque,

¹² La traduzione in italiano è mia. La frase completa di Adorno nella traduzione in inglese è la seguente: «individuality itself serves to reinforce ideology, insofar as the illusion is conjured up that the completely reified and mediate is a sanctuary from immediacy and life».

di un uso più sociologico che tecnico del termine “industriale”. Questo aspetto è ben espresso dallo stesso Adorno quando afferma che:

It is industrial more in a sociological sense, in the incorporation of industrial forms of organization even where nothing is manufactured [...] rather than in the sense of anything really and actually produced by technological rationality [...] The concept of technique in the culture industry is only in name identical with technique in works of art. In the latter, technique is concerned with the internal organization of the object itself, with its inner logic. In contrast, the technique of the culture industry is, from the beginning, one of distribution and mechanical reproduction, and therefore always remains external to its object (*ibidem*).

L'effetto finale dell'industria culturale, secondo Horkheimer e Adorno, è quello di condurre ad un anti-illuminismo in cui l'illuminismo, inteso come il progressivo dominio sulla natura ad opera della *ratio* umana, diventa inganno della massa e si trasforma in un mezzo per bloccare la coscienza individuale. Ciò impedisce agli individui di agire in modo autonomo ed indipendente, di giudicare e di decidere in modo consapevole per se stessi.

Come diretta conseguenza di questo processo l'arte, dunque, si riduce allo statuto di merce: essa è prodotta per essere fruita, consumata. Tutto ciò determina un appiattimento delle coscienze individuali e delle capacità critiche umane mentre l'arte, asservita ai grandi poteri – economici e politici – della società, perde allo stesso tempo sia il suo valore estetico sia la carica riflessiva e innovatrice rispetto all'ordine sociale consolidato. A questo punto, emerge la necessità di distinguere la “vera” arte da ciò che invece, per il teorico tedesco, è soltanto un inganno.

Senza celare un atteggiamento retto da un certo pregiudizio, Adorno (1941; 1962) sostiene che la vera arte è quella in grado di riflettere le contraddizioni della modernità; inoltre, ponendosi in maniera *critica* nei confronti del sistema sociale, si offre come mezzo per la rottura dell'ordine costituito e, quindi, per il mutamento in senso progressista. Nei numerosi scritti di Adorno sulla musica, oltre a riflessioni squisitamente estetiche sulle produzioni musicali di compositori come

Stravinskij, Schönberg, Wagner, Mahler e Berg – che era maestro di pianoforte e composizione per lo stesso Adorno – non mancano interessanti osservazioni di sociologia dell'arte in cui l'analisi di alcune specifiche forme musicali è condotta a partire dal più generale contesto economico e culturale di riferimento, seguendo il percorso già aperto da Lukács (1911; 1916) con il suo concetto di *totalità sociale*, entro il quale le forme d'arte posso trovare la loro spiegazione sociologica. Come si vedrà più in dettaglio nel prossimo capitolo, gli scritti adorniani sul jazz e sulla *popular music* sono emblematici di questo pensiero: in queste forme moderne della musica, secondo Adorno, si rifletterebero le ideologie e le forme di repressione e di potere che affliggono la società di massa dominata dal sistema capitalistico.

In conclusione, per i teorici della cosiddetta *teoria critica* della scuola di Francoforte, i *mass media* e, in genere, tutti i mezzi per la riproduzione e la distribuzione dei prodotti (anche artistici) su larga scala, hanno delle conseguenze dirimpenti sulla società, minandone la democrazia. Tuttavia, tra questi intellettuali, Walter Benjamin ha espresso una posizione più moderata rispetto a quella dei suoi colleghi. Studiando lo sviluppo delle tecniche di riproduzione delle opere d'arte, Benjamin (1936) è giunto a sostenere che, nonostante tali tecniche ledano il carattere unico e originale dell'opera d'arte (ciò che egli definisce *aura*), esse hanno comunque delle conseguenze positive: contribuiscono a diffondere la cultura dell'arte e a rendere accessibili le opere d'arte ad ampi strati della popolazione, indipendentemente dal loro status socio-economico. L'arte, quindi, diventa per tutti e, in questo modo, può fornire nuove occasioni di esperienza e nuove possibilità di azione individuale contro il sistema sociale.

Nelle sue riflessioni sull'arte e sulla musica, Adorno adotta una prospettiva macro-sociale e sistemica in cui le specifiche forme dell'agire umano detengono una posizione secondaria rispetto alle più ampie condizioni economiche, sociali e culturali della società. Si tratta forse, come ha evidenziato DeNora (2003), di un modo di fare sociologia troppo lontano dalle azioni della quotidianità e dalla figura dell'artista ma che, come si vedrà nel prossimo capitolo, riguarda un gran numero di sociologi – successivi ad Adorno e nostri contemporanei – che hanno

considerato l'arte dal punto di vista dei sistemi produttivi e degli ampi circuiti di distribuzione e di consumo, oppure come prodotto dell'azione collettiva di un gran numero di individui agenti in specifiche condizioni culturali e sociali.

A questi sociologi e ai loro contributi sarà dedicato il prossimo capitolo. Si partirà da un approfondimento delle riflessioni sulla cultura di massa e sulla *popular music* espresse da Adorno – figura centrale e importante motore per gli sviluppi successivi della sociologia della cultura – per poi ripercorrere i sentieri della sociologia dell'arte sviluppata in anni più recenti sia in Europa che nel mondo anglo-americano attraverso gli studi e le ricerche sui processi di produzione e di consumo di cultura e di arte su larga scala. L'intento, qui, non è quello di riproporre una semplice storiografia della letteratura sociologica sulla *popular culture*, ma piuttosto quello di evidenziare alcuni specifici aspetti che hanno caratterizzato l'evoluzione della sociologia dell'arte nel corso del Novecento e fino ad oggi. In particolare, l'attenzione è rivolta da un lato al processo che ha gradualmente condotto verso la critica e il distacco rispetto ai modelli francofortesi di pensiero e dall'altro all'emergere di una nuova prospettiva che, a partire dalle strutture, dalle istituzioni e dagli ampi meccanismi sociali, volge lo sguardo verso la figura dell'artista e verso la creatività artistica, che si genera nel – e si nutre del – complesso e delicato rapporto tra la dimensione umana, soggettiva, e quella delle reti, delle strutture, dei contesti, delle istituzioni e della collettività.

Capitolo 2. L'arte tra struttura sociale e creatività individuale

2.1. Popular culture e popular art

Nel capitolo precedente si è accennato agli studi adorniani sulla *popular music*, intesa come quella musica destinata agli strati più ampi della popolazione o, per meglio dire, alla *massa*. Fin qui, l'aggettivo “popular” è stato utilizzato nella lingua originale dei paesi anglofoni poiché qualsiasi tentativo di traduzione in italiano non consentirebbe di rappresentare correttamente le specifiche connotazioni che tale termine possiede in inglese. In italiano, infatti, la parola “popolare”, se associata a termini legati alla cultura o all'arte, ricondurrebbe a caratteristiche etniche e folkloriche della popolazione, come ad esempio nelle espressioni “arte popolare” oppure “musica popolare”. La *popular art* non deve essere confusa con l'arte *folk*. Quest'ultima è popolare esclusivamente nel senso che è prodotta *dal* popolo, in modo spontaneo, immediato e strettamente legato alle tradizioni culturali e alle caratteristiche etniche locali – quindi territorialmente circoscritte – di un popolo. In questo senso, ad esempio, la *tammurriata* è un genere di musica popolare – nel senso di folkloristico – napoletano. Per le sue caratteristiche, essa non ha nulla in comune con quanto è comunemente definito *popular*. Una traduzione *sic et simpliciter* dunque risulterebbe fuorviante.

Sia nel senso comune che in larga parte della letteratura sociologica da Adorno in poi, il concetto di *popular culture* è stato utilizzato in contrapposizione a quello di *high culture* che sta ad indicare la cultura alta e seria. I due concetti derivano dal tedesco e in particolare da *Kultur* e *Massenkultur*, traducibili come “cultura” e

“cultura di massa”. Il concetto di *popular*, dunque, riconduce direttamente a quello di *massa* e la cultura *popular* riguarda ciò che è prodotto e riprodotto per la massa e quindi rivolto al consumo da parte di un vastissimo numero di individui. Abraham Kaplan, nella seconda metà degli anni Sessanta, definì la *popular art* come ciò che non è possibile trovare né nelle gallerie di quadri né sui calendari ma su cartoline e tabelloni nel periodo natalizio; così come non è possibile trovarla né nella musica seria né nel jazz, ma nelle produzioni di Tin Pan Alley (Kaplan, 1966, p. 352). Un'altra precisazione largamente proposta nella letteratura dedicata alla cultura *popular* concerne la distinzione tra la *popular art* e la *pop art*. Benché “pop” derivi da una contrazione di “popular”, non si tratta di sinonimi. In riferimento al campo della musica, Sibilla ricostruisce la genesi e le caratteristiche sociali ed estetiche della musica pop, giungendo ad affermare che: «È attraverso la nascita e lo sviluppo intermediale dei generi musicali successivi al rock'n'roll che certe caratteristiche della popular music sono “esplose”: le forme di produzione industriale, il rapporto con i media, il ruolo pubblico dei musicisti/interpreti [...] In altre parole, il pop è popular music, la popular music non è necessariamente musica pop» (Sibilla, 2003, pp. 30-31). E poi precisa: «È vero che ogni tipo di musica contemporanea, anche quella classica, viene oggi prodotta secondo modelli industriali e diffusa attraverso i mezzi di comunicazione. Ma solo la canzone pop viene scritta, prodotta e rielaborata per una diffusione intermediale» (*ibidem*).

L'arte pop, dunque, incarna le logiche produttive e distributive della cultura *popular* e le esprime secondo le proprie caratteristiche formali ed espressive che, come per altri movimenti artistici (ad es. la *junk art* o “arte spazzatura”), affondano le proprie radici nel *dadaismo* di inizio Novecento e nella sua concezione provocatoria e desacralizzante dell'arte. L'arte pop «presuppone» l'arte *popular* (Kaplan, 1966, p. 351) e le sue caratteristiche fondate sulla cultura di massa. Si ritorna dunque ad uno dei termini-chiave del pensiero critico. Se, come ricorda Gans (1999, p. 5), il termine “massa” è «an old European sociological and political term to describe the poor and uneducated classes, and [...] the term is often used pejoratively», la connotazione peggiorativa sembra chiaramente

riconducibile all'ambito del criticismo francofortese ed in particolare al già citato Adorno il cui pensiero, con una specifica attenzione alla *popular music*, sarà di seguito analizzato più in dettaglio.

2.1.1 La popular music in Theodor W. Adorno

Adorno può essere considerato il primo ad aver tentato di definire il campo della *popular music* (Sparti, 2005), anche se le sue riflessioni in tal senso risentono del forte elitarismo che connota il suo pensiero in generale – e che ha alimentato la maggior parte delle critiche a lui rivolte – e dell'atmosfera neomarxista e gramsciana francofortese di cui è tra i più noti esponenti. Le sue considerazioni sulla *popular music*, racchiuse nel saggio *On Popular Music* (1941), risalente al lungo periodo del suo esilio in America, anticipano quanto sarà poi formalizzato nel lavoro scritto a quattro mani con Max Horkheimer *Dialettica dell'illuminismo* (1947), in particolar modo nel concetto di “industria culturale”. Come si è detto, con tale concetto gli Autori intendono descrivere i modi di produzione, secondo la logica capitalistica, di oggetti culturali destinati alla massa, inducendo gli individui a un tipo di consumo passivo e inconsapevole. In questa particolare visione si collocano non solo le riflessioni adorniane sulla *popular music*, ma anche aspre critiche ad un tipo di musica che, in realtà, fino ad oggi è considerato antitetico al consumo di massa e anzi rivolto ad un consumo elitario e fondato su specifiche competenze tecniche. Si tratta del *jazz*.

Il *jazz* è considerato da Adorno come un genere musicale che, per alcuni suoi caratteri specifici (ad esempio, il ritmo sincopato e – secondo Adorno – la sua particolare predisposizione all'intrattenimento nelle sale da ballo), sarebbe in grado di riprodurre e legittimare il potere totalitario del nazifascismo, poiché contribuirebbe a produrre una massa acritica e inerte. Sparti (2005, p. 53) sottolinea questo aspetto centrale affermando che, per Adorno, il *jazz* «aggrega e sincronizza una folla solitaria di individui atomizzati [...] li sincronizza al ritmo di marcia, creando quella base di massa spoliticizzata e culturalmente inerte di cui i fascismi hanno bisogno. La standardizzazione del *jazz* e del suo consumo sarebbe,

dunque, l'elemento comune fra jazz e totalitarismo». Tra le maggiori critiche che in seguito saranno rivolte al pensiero di Adorno, molte riguardano proprio questa visione “distorta” o prevenuta rispetto al jazz. Sembra, infatti, che il filosofo tedesco abbia omesso completamente dalle sue riflessioni sul jazz sia le dinamiche della sua genesi – rintracciabili nelle espressioni spontanee degli afroamericani, nell'atmosfera del forte razzismo che imperava negli Stati Uniti nei primi anni del Novecento – sia i diversi sviluppi che lo hanno riguardato negli aspetti sia formali che sociali nel corso del Novecento. Il jazz a cui Adorno si riferisce sembra essere essenzialmente quello della *Swing Era*, l'epoca delle grandi orchestre creole il cui impiego a scopo di intrattenimento nelle sale da ballo era, in effetti, molto diffuso.

Alla *popular music* Adorno dedica molte pagine, sia nel saggio specifico *On Popular Music* (1941) che in *Introduzione alla sociologia della musica* (1962). In questi scritti, la *popular music* è analizzata a partire dalla più evidente delle sue caratteristiche: lo stretto legame con i mezzi di comunicazione di massa, cioè con quel sistema che, rivolgendosi al più ampio target possibile di consumatori, rende appunto *popular* ciò che veicola mediante i suoi circuiti. Si tratta di un genere musicale che, per Adorno, incarna ed esprime le logiche dell'industria culturale: le melodie delle canzoni sono semplici e composte su schemi armonici e ritmici *standard* per renderle “familiari” all'ascoltatore medio e quindi, di fatto, producendo una gran mole di canzoni per molti versi simili tra loro. Il processo di composizione dei brani musicali *popular*, nelle riflessioni di Adorno, somiglia più ad un assemblaggio di pezzi indipendenti e intercambiabili, piuttosto che a un processo organico e unitario mentre l'immediata “riconoscibilità” delle melodie diventa uno degli obiettivi primari dell'industria musicale. Questo punto è efficacemente chiarito da Santoro (2006, pp. 30-31) nell'affermare che:

Le implicazioni che Adorno ricava da questa analisi sono diverse e di squisito valore sociologico. Innanzitutto, riconoscendo, l'ascoltatore comprende che la sua esperienza apparentemente individuale di una canzone è invece una esperienza *collettiva*, una consapevolezza che lo porterebbe secondo Adorno ad identificarsi con le stesse agenzie ed istituzioni da cui dipende questa esperienza. In secondo luogo, riconoscendola, una

canzone viene oggettivata, trasformata in qualcosa di appropriabile. Il riconoscimento produce dunque reificazione: il piacere del possesso è trasferito all'oggetto (alla canzone), che risulta così arricchita di qualità e di valori che in realtà non gli sono proprie.

Il concetto di *standardizzazione* ricorre molte volte negli scritti adorniani ed è adoperato proprio per descrivere i processi produttivi secondo logiche *standard* di oggetti culturali in grado di suscitare un senso di familiarità nell'ascolto di "qualcosa di già sentito" e, perciò, capace anche di generare anche delle risposte altrettanto "standardizzate" nella massa degli ascoltatori che, in tal modo, agiscono in maniera più prevedibile e più facilmente controllabile. Ma lo *standard* non deve essere confuso con lo *stile*. Come acutamente sostiene Kaplan (1966), lo stile racchiude le opere di una particolare cultura, di un periodo, una scuola o di un singolo artista. Le forme artistiche standardizzate dell'arte *popular* non sono accomunate da uno stesso stile, esse sono piuttosto *stereotipate*. I prodotti *popular* sono creati secondo i criteri *standard* fissati dalle logiche dell'industria culturale, dagli editori, dai discografici piuttosto che dall'autore o dall'artista. In tal modo, «popular art is never a discovery [but] only a reaffirmation» (Kaplan, 1966, p. 354). Usando una metafora che ben rappresenta gli effetti della cultura *popular* secondo Adorno, Kaplan afferma che l'atmosfera conosciuta e familiare ci fa sentire al sicuro, rassicura il bisogno infantile di protezione: la *popular art* si comporta con il suo pubblico come un genitore che lancia dolcemente il suo bambino in aria per poi prenderlo rapidamente di nuovo tra le sue braccia (*ivi*, p. 355).

La familiarità e l'elevata riconoscibilità che accomuna tutte le canzoni *popular*, sarebbero nascoste da un apparente valore di unicità, di originalità, dovuto ad elementi che Adorno (1962) definisce "pseudo-individualizzanti". Tali elementi offrirebbero l'illusione della libertà espressiva e della spontaneità (nei processi produttivi) e di libera scelta dei beni in un mercato aperto (nelle dinamiche di consumo), ma si tratterebbe di un inganno. L'illusione dell'immediatezza maschera in realtà il totale annichilimento dell'autonomia e la musica assume la funzione esclusiva di «collante sociale» (Adorno, 1941, p. 39). Tra gli esempi più tipici, Adorno riporta quello della tecnica dell'improvvisazione nel jazz. A dispetto

del termine – che rimanda a un momento di musica composta in maniera estemporanea e con assoluta libertà espressiva – in realtà l'improvvisazione si fonda su regole e schemi, sia armonici che ritmici, molto rigidi e *standard* anch'essi (si pensi ai *pattern* usati nello studio dell'improvvisazione nel jazz). Ciò determinerebbe, di fatto, una forte limitazione della libertà compositiva ed espressiva dei musicisti.

Gli *standard* nella *popular music* – così come i *pattern* nel jazz – implicano il fatto che la composizione di un brano musicale somiglia più ad un assemblaggio di parti separate e indipendenti tra loro. Esse sono considerate intercambiabili: possono essere sostituite senza che il significato essenziale venga modificato o alterato. In questo senso, secondo Adorno, la musica è “predigerita” e non richiede alcuno sforzo di comprensione da parte dell'ascoltatore. In ciò che è, invece, considerata “musica seria”, non è possibile scindere i dettagli e le singole parti dalla totalità del brano musicale: essi si definiscono reciprocamente, rendendo ogni brano musicale assolutamente unico rispetto ad altre composizioni, così come unitario e organico al suo interno.

Come si è già anticipato, il pensiero di Adorno ha suscitato ampie – e in molti casi aspre – critiche in quanto appare rigido e fortemente influenzato dal pensiero marxista che si riflette, sul piano gnoseologico, nella tendenza a ricondurre interi fenomeni alle dinamiche di potere e di conflitto tra le forze sociali. In questo modo, il suo pensiero non sembra in grado di scorgere le specificità espressive e formali dei fenomeni artistici su cui si sofferma. Nelle pagine che seguono si tenterà di proporre, per linee essenziali e senza alcuna pretesa di esaustività, l'evoluzione che ha condotto, da un lato, alla critica e al superamento della teoria critica adorniana nel campo della sociologia dell'arte e, dall'altro, a nuovi modi di osservare e studiare i fenomeni artistici.

2.1.2 Critica e superamento del pensiero adorniano

La teoria di Theodor W. Adorno ha attraversato un periodo di rapida diffusione in Europa e in Italia, soprattutto tra gli anni Sessanta e Settanta. L'aver gettato le

basi di una nuova disciplina che si occupasse delle dinamiche sociali legate alla musica e l'aver trattato la musica "leggera" come oggetto di consumo e quindi come merce, ha favorito l'immediata circolazione delle sue teorie, in particolar modo negli ambiti della sinistra intellettuale. Tuttavia, come ricorda Santoro (2000; 2010, p. 35, nota 29), il suo pensiero è stato altrettanto rapidamente superato a causa di un «esplicito etnocentrismo e snobismo, nonché per la [...] incapacità di catturare buona parte della storia successiva delle musiche popolari». Leggere Adorno oggi, osservando e vivendo la realtà odierna, vuol dire percepire immediatamente tutti quegli aspetti che rendono la sua teoria troppo rigida, obsoleta e inadeguata a spiegare le dinamiche relazionali – complesse e mutevoli – alla base dei processi di produzione e di consumo di cultura. Tuttavia, i contributi del teorico tedesco alla sociologia dell'arte e della musica conservano ancora un forte spessore – tanto da continuare a parlarne e discuterne – e rappresentano ancora una base solida per lo studio del ruolo dell'industria nella produzione culturale (nel settore della musica, così come nel cinema o nell'editoria), a patto che le sue riflessioni siano, però, adeguatamente storicizzate. A proposito di Adorno, in uno dei suoi più citati contributi allo studio della *popular music*, Middleton (1990, trad. it. 2009, p. 60) afferma che «chiunque creda che sia importante studiare la popular music deve far proprio il pensiero di Adorno per poterlo poi superare». E proprio Middleton, tra le pagine di *Studying Popular Music* (1990) sottopone il pensiero adorniano ad una rigorosa e sistematica critica.

Egli mette in luce, prima di tutto, il fatto che Adorno giunge ad articolare una teoria – che in quanto tale risponde al principio di generalità – a partire dall'osservazione di un fenomeno limitato nel tempo e nello spazio: i meccanismi produttivi descritti da Adorno, in quel particolare momento storico sono reali, ma non rappresentano *tutta* la realtà. Il sistema economico e produttivo, benché osservato dalla prospettiva conflittualista, si fonda su relazioni dinamiche tra le classi sociali e queste ultime non possono essere ricondotte esclusivamente alla dicotomia "dominanti/dominati".

[...] l'importanza delle tensioni legate alle classi sociali – scrive Middleton (*ivi*, pp. 63-64)

– sia quelle all'interno dell'alleanza dominante sia quelle fra essa e le masse, è sottovalutata. Ciò che sfugge è che parallelamente all'aumento di controllo centralizzato si è manifestato persistentemente anche il dissenso; il dominio – sociale, economico e ideologico – è stato mantenuto solo attraverso la *lotta*. [...] Se non si è consapevoli di questo meccanismo diventa molto difficile spiegare alcuni fenomeni come, per esempio, la nascita di case discografiche “indipendenti” negli anni quaranta e cinquanta, e ancora negli anni settanta.

In ogni settore, così come in ogni sua sotto-dimensione, la continua tensione tra grandi e piccoli gruppi e tra forze sociali antagoniste è fonte di dinamismo vitale per l'intero sistema. Questo è quanto emerge, ad esempio, dagli studi condotti da Antoine Hennion (1981; 1983) sull'industria discografica francese che mostra quanto sia importante, nel sistema economico, la continua tensione tra le grandi case produttrici multinazionali e le piccole etichette indipendenti che svolgono la funzione di laboratori di creatività e di innovazione, fornendo vitalità e dinamicità al mercato e mostrandosi, dunque, necessarie per l'attività dei monopoli stessi.

Entrando nello specifico delle forme musicali analizzate da Adorno, in particolare il *jazz* e la *popular music*, sembra opportuno sottolineare il fatto che riguardo al *jazz* il teorico tedesco dimostra di aver totalmente escluso dalle sue considerazioni tutto il processo di genesi, che affonda le sue radici nelle espressioni spontanee degli afroamericani, così come non ha osservato la lunga e complessa evoluzione che ha portato alla nascita di stili tutt'altro che *popular*. Espressioni come il *bebop*, il *freejazz* o l'*hardbop* sono tutt'ora considerati forme élitarie del *jazz*, rivolti ad un pubblico di nicchia, consapevole ed esperto. Lo stesso discorso vale per il rock e per il pop, all'interno dei quali è possibile rintracciare un gran numero di artisti e di gruppi musicali considerabili, da un lato, come *popular* per la loro enorme risonanza su un pubblico di massa e, allo stesso tempo, d'avanguardia per la ricercatezza musicale e l'autenticità, sia sul piano tecnico-espressivo che semantico. Se per Adorno una musica è autentica quando preferisce isolarsi piuttosto che adeguarsi alle logiche di mercato, le produzioni di Frank Zappa o quelle dei Queen e, forse, tutta la storia del rock, non troverebbero posto nelle categorie adorniane.

Alcuni aspetti critici riguardano, poi, l'analisi strutturale che Adorno compie nelle forme musicali popolari. Un concetto che risiede nelle fondamenta del suo pensiero è, come si è detto, quello di standardizzazione, che cela l'intento di rendere familiari i brani *popular* attraverso l'uso costante della ripetizione: una strategia compositiva e distributiva – ravvisabile, ad esempio, nel *refrain* di una canzone o nel *plugging* attraverso le radio (Adorno, 1941) – adottata allo scopo di rendere i brani rapidamente riconoscibili, incrementandone, così, la ricezione e il consumo. A proposito del concetto di ripetizione nelle teorie di Adorno, una delle critiche è rintracciabile in Jameson (1981) il quale afferma che la ripetizione non andrebbe considerata come un aspetto negativo della musica di massa ma come una caratteristica intrinseca alle dinamiche di produzione culturale nel capitalismo contemporaneo. Inoltre, come ampiamente posto in luce da Middleton (1983), le funzioni della ripetizione nella *popular music* possono essere connesse a numerosi altri aspetti che prescindono dalla logica e dalle esigenze del capitalismo:

I would like to see the extent and nature of repetition in a given music as produced by and located at the point where several sets of determinations intersect: the 'political economy' of production; the 'psychic economy' of individuals (the metaphor derives from Freud); the musico-technological media of production and reproduction (oral/written/electric); and the effects of music-historical traditions (the syntactic conventions of which have a certain inertia and a certain relative autonomy, overdetermining the socially and historically specific configurations resulting from the operations of the previous factors) (Middleton, 1983, pp. 240-241).

Infine, un ultimo aspetto che sembra importante trattare concerne la tendenza adorniana a considerare, sul versante della produzione, la composizione musicale come un atto creativo individuale. Nella sociologia della musica proposta da Adorno, il processo di creazione di un'opera d'arte è affidato alla figura individuale del compositore e all'insieme delle sue abilità tecniche e delle scelte compositive. In questo senso, sembra interessante citare nuovamente Hennion, i cui studi sembrano ben rappresentare l'evoluzione teorica ed epistemologica che ha condotto al superamento del paradigma francofortese. In particolare, in un saggio del 1983 sui processi produttivi negli studi di registrazione francesi,

Hennion giunge ad evidenziare un tipo di creatività collettiva, in cui ciascun operatore della sala di registrazione detiene ruoli e mansioni specifiche e il prodotto è raggiunto mediante un processo dinamico e reciprocamente costruttivo, fondato su interazioni continue, scambi di opinione e proposte critiche al fine di pervenire, nel prodotto finale, al miglior risultato possibile. Inoltre, in tale processo collettivo non si esclude persino la partecipazione del pubblico, “introdotto” nello studio di registrazione attraverso alcune strategie specifiche che Hennion (1983, p. 189) sintetizza in un breve elenco: a) l'uso di tecniche di montaggio e missaggio con elementi tratti dalla vita quotidiana (e quindi comuni e noti al pubblico) nella canzone; b) la presenza di *testimoni* (lo stesso cantante è considerato prima di tutto un campione del suo pubblico) o *rappresentanti* del pubblico nel processo produttivo; c) il sistema delle relazioni di lavoro che, come si è detto, sono fondate sul reciproco “criticismo”, sull'ascolto soggettivo e sull'anticipazione collettiva.

Soprattutto in quest'ultimo punto appare chiaro il fatto che il gruppo di lavoro si presenta come un «collettivo creativo» che cerca di ricreare all'interno dello studio di registrazione le dinamiche di ascolto che potrebbero articolarsi nella massa con la diffusione del prodotto musicale. Ciò fa del processo produttivo un lavoro complesso e collettivo.

Come dimostra questo esempio e come si vedrà più in dettaglio (v. *infra* par. 2.3) , l'idea dell'artista come “genio creativo” che opera in piena solitudine scompare gradualmente nella sociologia dell'arte tra gli anni Settanta e Ottanta. *Art Worlds* (1982) di Howard S. Becker rappresenta forse la testimonianza più emblematica di questo passaggio e l'acquisizione in sociologia di concetti come “capitale sociale” (Bourdieu, 1979) e “rete” suggellano il mutamento nell'ambito della sociologia verso nuovi modi di intendere i ruoli e i rapporti tra gli attori sociali nei processi creativi e fruitivi.

2.2. I campi culturali tra distinzione e classificazione

I processi di produzione e di acquisizione degli oggetti d'arte dipendono da un gran numero di fattori di natura sociale e, pertanto, non possono essere ridotti ad un discorso esclusivamente fondato sulle relazioni economiche tra i soggetti. Pierre Bourdieu approfondisce questo aspetto nei suoi numerosi contributi di alto spessore sociologico fra i quali la delineaazione del concetto di “capitale” e delle diverse forme in cui esso si definisce. Il linguaggio adottato da Bourdieu – non facile per chi si avvicina per la prima volta ai suoi scritti – sembra richiamare la teoria marxista in maniera esplicita e diretta (l'uso di concetti come “classe”, “struttura” e lo stesso concetto di “capitale” richiamano inevitabilmente alla memoria il pensiero di Marx). In realtà, una lettura più attenta dei suoi studi e delle sue ricerche permette di rintracciare nella teoria di Bourdieu una rielaborazione di questi concetti formulata alla luce di numerose influenze teoriche riconducibili, tra gli altri, a Weber, Durkheim, Mauss, Husserl e Wittgenstein. In particolare, nell'opera di Bourdieu è possibile ravvisare il tentativo di superare alcune delle più consolidate dicotomie nella teoria sociologica come, ad esempio, oggettivismo/soggettivismo oppure determinismo/libero arbitrio. In questa direzione si pone l'innovazione concettuale operata dal sociologo francese attraverso l'adozione e la definizione di concetti sociologici come *habitus*, *capitale* e *campo*. A questo punto, sembra opportuno chiarire il significato di questi concetti per comprendere alcuni aspetti generali a fondamento del pensiero di Bourdieu, prima di entrare nel dettaglio del suo contributo alla sociologia dell'arte.

Per Bourdieu (1986) il capitale è inteso come «lavoro accumulato» che può avere una forma materializzata e oggettivata oppure può essere «incorporato» dagli individui, fornendo loro «energia sociale». Il capitale contiene una *vis insita*, cioè una forza inscritta nelle strutture soggettive e oggettive, che consente il mutamento e una *lex insita* definita come «il principio sottostante le regolarità immanenti del mondo sociale». La realtà sociale è intesa, quindi, come la struttura della distribuzione dei diversi tipi e sottotipi di capitale in un dato momento temporale e fornisce il quadro entro il quale si collocano le pratiche e i processi. Il capitale, che tende a riprodursi e può essere accumulato, è dunque inteso come

una forza, una energia, una risorsa che l'individuo può investire nel corso della propria vita. A seconda dei campi in cui si colloca, il capitale può assumere tre forme fondamentali: il capitale economico, immediatamente convertibile in denaro; il capitale culturale che, in certe condizioni, può essere convertito in capitale economico; il capitale sociale, fatto di legami sociali o di «connessioni» (*ibidem*), che come il capitale culturale può essere convertito anch'esso in capitale economico.

Il capitale culturale, a sua volta, può esistere in tre forme: *incorporata* nella mente e nel corpo (come le conoscenze e i saperi); *oggettivata* e quindi materiale (libri, strumenti, quadri ecc.); *istituzionalizzata*, come ad esempio attraverso i titoli di studio.

Il capitale sociale è, invece, un sistema di relazioni che l'individuo può spendere per il raggiungimento dei propri scopi e per migliorare la propria posizione sociale (Bourdieu 1982). Bourdieu (1986) delinea anche una misura del capitale sociale, affermando che il volume di capitale sociale posseduto da un individuo in un dato momento dipende dalla dimensione della rete di connessioni che il soggetto può mobilitare e dal volume di capitale (economico, culturale e simbolico¹) posseduto da ciascuno degli individui a cui egli è connesso.

Come ricorda DiMaggio (1979), in Bourdieu è possibile ravvisare un tentativo di coniugare le teorie di Marx con quelle di Durkheim rispetto alla questione dell'ordine sociale. In particolare, Bourdieu (1977) individua alla base delle differenze di classe una lotta specificamente simbolica per imporre «la definizione del mondo sociale più in conformità con i propri interessi». Si tratta, dunque, di una lotta ideologica fondata su ciò che Bourdieu definisce come una «violenza simbolica» che consiste – adoperando l'espressione del sociologo francese – nell'imposizione di strumenti arbitrari di conoscenza ed espressione:

¹ Bourdieu (1986) definisce *capitale simbolico* qualsiasi forma di capitale acquisita simbolicamente, ad esempio attraverso processi di riconoscimento o misconoscimento e presuppone l'intervento dell'*habitus*, cioè dell'insieme delle capacità cognitive socialmente costituite. L'*habitus* è una struttura di «disposizioni durevoli» (*ibidem*) *strutturata* perché delineata dal percorso storico del soggetto e dai processi di socializzazione ed interazione e, allo stesso tempo, *strutturante* poiché delimita il *campo* delle possibilità di azione individuali e collettive (Crespi, 2006).

Symbolic violence [is] the power to impose (and even indeed to inculcate) instruments of knowledge and expression of social reality (taxonomies), which are arbitrary (but unrecognized as such) (Bourdieu, 1977, p. 115).

In questo contesto, il concetto di “campo” consente di definire i contorni “spaziali” in cui tali processi si inscrivono. La società, secondo Bourdieu (1979; 1992) si costituisce di campi relativamente autonomi da condizionamenti esterni le cui dinamiche interne si fondano – come afferma Santoro (2000, p. 197, nota 11) - «sull'opposizione tra un polo eteronomo che rappresenta il potere (e il capitale) “economico” e un polo autonomo che rappresenta il capitale specifico di quel campo (artistico, o scientifico o altra specie di capitale culturale)». Il grado di autonomia del campo – intesa prevalentemente come autonomia rispetto ai campi dominanti dell'economia e della politica – costituisce la spinta per la resistenza nei confronti della violenza simbolica esercitata dalle classi dominanti e per lo sviluppo dei processi creativi e innovativi al suo interno.

A partire dunque dai fondamenti della teoria sociale di Bourdieu, il campo della produzione artistica può essere inteso come uno spazio di relazioni tra attori e gruppi che occupano posizioni diverse e si rapportano ai processi produttivi a partire da – e nell'intento di affermare – il proprio punto di vista, proiettati verso il perseguimento dei propri interessi. Tali dinamiche sfociano in percorsi di distinzione e di classificazione culturale in cui gioca un ruolo fondamentale ciò che Bourdieu (1971), adottando un vocabolario che rimanda alla sociologia di Durkheim, definisce *consacrazione*, riferendosi ai processi di legittimazione culturale e di canonizzazione. La consacrazione culturale, secondo Bourdieu consente di valorizzare alcune opere e alcuni individui, collocandoli in una posizione di prestigio e differenziandoli rispetto ad altri individui e ad altre opere. Ciò avviene attraverso l'operato di «agenzie di consacrazione» (1971, p. 49) più o meno istituzionalizzate come, ad esempio, accademie, istituti, editori, imprese teatrali oppure circoli letterari e riviste culturali o d'arte. Tali soggetti, applicando un sistema di consacrazioni e sanzioni (attraverso critiche, recensioni, premi e così via), intervengono attivamente nei processi di legittimazione e di canonizzazione dell'arte. Inoltre, come sottolinea Santoro (2010, p. 13), legittimando ad esempio

alcune opere d'arte all'interno di uno specifico campo di produzione culturale, tali organizzazioni «promuovono contemporaneamente la legittimità dell'intero campo di produzione culturale in questione». In tal senso, la consacrazione culturale attuata da tali agenzie che sono al contempo «legittimate e legittimanti» (Bourdieu 1971; 1979) è ambita non solo tra le forze di uno stesso campo, ma anche tra campi diversi per la lotta verso il riconoscimento.

Secondo questa prospettiva, l'attribuzione di valore (nel campo dell'arte si può parlare, ad esempio, di valore artistico o estetico di un'opera d'arte) comporta di conseguenza un processo di distinzione e di classificazione in cui vengono tracciati confini simbolici e sociali tra i prodotti culturali; la stessa logica può riguardare individui, gruppi, stili, espressioni e così via. Il termine “distinzione” intitola quello che è forse il più diffuso prodotto editoriale di Bourdieu, *La distinzione. Critica sociale del gusto* (1979). Attraverso una ricerca sociologica sugli stili di vita e sui consumi culturali condotta in Francia tra il 1963 e il 1968, Bourdieu indaga il rapporto tra le scelte di consumo fondate sul giudizio estetico (ciò che il sociologo francese definisce “gusto”) e l'appartenenza di classe. I risultati a cui perviene mostrano che il gusto non è semplicemente una espressione della propria classe sociale, ma appare come un vero e proprio strumento per classificare e distinguere se stessi e gli altri. Le scelte di gusto dipendono strettamente dall'*habitus* (strutturato a partire dalle proprie origini sociali, dall'istruzione ricevuta, dal proprio percorso formativo ed esperienziale) e dal capitale culturale, e contribuiscono a riprodurre le differenze di classe. Perciò, gli individui delle classi dominanti possiedono un *habitus* e un capitale culturale tali da consentire loro di distinguersi semplicemente «essendo se stessi» (Santoro 2001, p. XVIII) e le loro scelte di consumo artistico rinsaldano – in loro stessi e negli altri – la percezione della propria distinzione rispetto alle classi inferiori. Il gusto estetico, dunque, interviene nella riproduzione delle disuguaglianze sociali «nel duplice senso che la familiarità con l'arte – scrive Anna Lisa Tota (2002, p.83) – costituirebbe un criterio di accesso alle classi alte [...] e che tale familiarità, in quanto caratteristica condivisa dai membri di quella classe, cementerebbe la solidarietà sociale all'interno del gruppo, divenendo un criterio

intersoggettivo di appartenenza e riconoscimento».

La teoria del capitale culturale di Bourdieu ha un suo equivalente negli studi del sociologo americano Paul DiMaggio che ha analizzato i processi di classificazione dei generi artistici in rapporto alla struttura sociale e alle differenze di status e, infine, in relazione ai modelli di produzione e consumo di prodotti artistici. DiMaggio (1987) considera il *genere* come un insieme di opere d'arte classificate e distinte in base ad elementi – riguardanti sia la forma che il contenuto – socialmente percepiti come simili fra loro. In particolare, i generi sono considerati

dei principi organizzativi socialmente costruiti che attribuiscono alle opere d'arte un significato che va oltre il loro contenuto tematico e, a loro volta, rispondono alle domande di informazione e appartenenza culturale generate a livello strutturale (DiMaggio, 1987, trad. it. p. 214)².

Dunque, come per Bourdieu, anche secondo DiMaggio i meccanismi di classificazione sono il riflesso dei processi di edificazione dei confini di status tra gli attori sociali. Negli scritti del sociologo americano, anche il concetto di “gusto” è mutuato dalla sociologia di Bourdieu seppure con qualche non irrilevante differenza. Infatti, se per Bourdieu – come si è detto – il gusto indica un'attribuzione di valore, un giudizio o una preferenza espressa attraverso i consumi individuali, in DiMaggio (1987) si sottolinea l'aspetto interazionale sottostante alle scelte di consumo. A differenza dei beni materiali, infatti, i prodotti culturali sono intangibili e questa loro peculiarità li rende un potente mezzo di scambio interazionale attraverso la *conversazione*. Le scelte di consumo e il gusto artistico, ad esempio, possono costituire un argomento di conversazione tra persone che non si conoscono tra loro aprendole, così, all'interazione e fornendo loro una base per la reciproca conoscenza e per l'amicizia. In tal senso, il

² Rispetto al modello americano proposto da DiMaggio sui processi di classificazione dei generi, in Italia è possibile rintracciare una prospettiva diversa, orientata alla messa in evidenza degli aspetti normativi legati ai generi musicali. È il caso, ad esempio, di Fabbri (1981; 1996) che ha definito il genere come «un insieme di fatti musicali (reali o possibili) il cui corso è generato da un insieme definito di norme socialmente accettate». Per una critica a questo approccio, si veda Santoro (2000, pp. 193-194).

gusto, oltre ad essere un mezzo per l'identificazione e per l'appartenenza sociale e culturale ad un gruppo, è anche uno strumento per la costruzione di relazioni sociali che, a loro volta, costituiscono una risorsa per la mobilità sociale e, quindi, per il raggiungimento di uno status più elevato. I gusti culturali ed artistici intervengono notevolmente nella costruzione dei confini di status tra i gruppi sociali e questo processo, unitamente al processo di classificazione dei generi artistici, costituisce ciò che DiMaggio definisce i “sistemi di classificazione artistica” (ACS) di una società. Questi variano in funzione della struttura sociale, dei rapporti di status socioeconomico tra i gruppi, dell'organizzazione del sistema educativo e della struttura interna ai sistemi stessi.

Da quanto si è detto sin qui, sembra possibile concludere che nella sociologia di Bourdieu e DiMaggio gli elementi simbolici e culturali sono continuamente rapportati alle condizioni strutturali della società in cui essi si delineano. Come si vedrà nel prossimo paragrafo, nella stessa direzione vanno gli studi di quanti si identificano come esponenti della prospettiva della produzione culturale.

2.3. La produzione culturale e i mondi dell'arte

La prospettiva della produzione culturale, delineata a partire dagli studi di Peterson (1994; 2004), nasce da una rielaborazione della teoria di Bourdieu (1979; 1992) dei campi culturali e dei contributi di Becker (1982) sull'arte come prodotto di un lavoro collettivo all'interno di mondi strutturati in norme e convenzioni sociali. Tale prospettiva si concentra sui modi in cui «gli elementi simbolici della cultura sono influenzati dai sistemi in cui essi sono creati, distribuiti, valutati, pensati e preservati» (Peterson-Anand, 2004, p. 311), mettendo in risalto il ruolo che le organizzazioni produttive hanno nella costruzione sociale della cultura. È il caso, ad esempio, dello studio di Peterson (1997) sulla musica country che mostra come un genere musicale specifico possa essere creato o «fabbricato» dall'industria musicale.

Rispetto al ruolo delle industrie culturali nella definizione delle realtà creative

e produttive della società, la prospettiva della produzione culturale rappresenta un superamento della teoria critica di Adorno. L'intento, infatti, è quello di analizzare – a partire da una base di ricerca empirica – le industrie e i circuiti produttivi e il loro impatto sulla cultura senza giudizi di valore né distorsioni ideologico-politiche, ma considerando cultura e struttura sociale come elementi interconnessi e dinamici all'interno di un contesto in continuo mutamento.

La prospettiva avanzata da Peterson è anche definita come *genetica* perché, come ricorda Crespi (2006), la cultura è intesa come un *codice* che, come il codice genetico in biologia (Peterson 1976), consente la riproduzione degli apparati e delle strutture sociali. Le istituzioni che svolgono un ruolo fondamentale nei processi di produzione della cultura sono prevalentemente la famiglia, la scuola, i *mass media* e il mercato dei beni di consumo culturale. Inoltre, un ruolo centrale è tenuto dai sistemi di ricompense, sui quali si è soffermata in particolare Diana Crane (1972; 1976) attraverso l'analisi, ad esempio, degli «*invisible colleges*» in cui si creano i prodotti della conoscenza scientifica. Più in generale, l'analisi di Crane (1976) mostra come, nei campi dell'arte, della scienza e della religione, i sistemi di ricompense hanno un significativo ruolo nel condizionare le carriere occupazionali le quali, a loro volta, esercitano la loro influenza sul sistema di produzione di simboli culturali. La produzione culturale, secondo Crane (1976; 1992), può verificarsi all'interno di reti a maglia stretta, cioè di *network* in cui la circolazione di nuove idee favorisce la nascita di nuovi stili culturali. Oltre alle reti, la Crane (1992) delinea anche il ruolo di altri soggetti organizzativi che possono intervenire nei processi di produzione e disseminazione della cultura. Si tratta delle imprese *profit* (cioè orientate al profitto) e organizzazioni *non profit* prevalentemente orientate alla conservazione delle tradizionali forme di cultura piuttosto che alla sperimentazione e alla creazione di nuovi prodotti.

Questi esempi mostrano una caratteristica che accomuna i teorici della prospettiva della produzione culturale: la tendenza ad osservare i fenomeni culturali dalla prospettiva dei rapporti tra i soggetti produttivi (siano essi individuali o collettivi) e le forme di cultura, nell'intento di rintracciare i meccanismi che ne consentono il mutamento. In tal senso, per quanto concerne in

campo della produzione simbolica, Peterson e Anand (2004) delineano un modello a sei facce, costituito cioè da: tecnologia, leggi e regolamentazione, struttura industriale, struttura organizzativa, carriera occupazionale e mercato. Si tratta di sei dimensioni lungo le quali è possibile articolare il percorso analitico per la comprensione di qualsiasi fenomeno culturale e del suo cambiamento nel tempo. Secondo gli autori del modello, tali dimensioni sarebbero strettamente correlate, al punto che un cambiamento o un'innovazione in una di esse innescerebbe un processo di destabilizzazione e di riorganizzazione di tutto il sistema produttivo. Inoltre, a seconda della loro configurazione, i campi culturali tendono verso uno dei tre stati seguenti: a) uno stato stabile di oligopolio, statico e non competitivo; b) uno stato competitivo e turbolento, fucina di innovazione culturale; c) una condizione di competitività gestita dal controllo oligopolistico, che favorirebbe la diversificazione dei prodotti ma senza innovazione (Peterson-Anand, 2004, p. 318).

Nonostante nella prospettiva della produzione culturale si indaga prevalentemente il sistema produttivo e i modi in cui esso influisce sulla cultura, non è esclusa tuttavia l'osservazione di altri aspetti che possono incidere notevolmente sui processi di produzione simbolica. In tal senso, si veda ad esempio lo studio sulla creatività individuale di DeNora (1995).

La prospettiva della produzione culturale, come si è anticipato all'inizio del paragrafo, affonda le sue radici nella sociologia di Bourdieu e di Becker. Tantissimi, infatti, sono i riferimenti a questi autori ed in particolare a Becker (1982) e alla sua concezione dell'arte come prodotto del lavoro di numerosi attori sociali, senza il cui apporto l'artista non potrebbe creare le proprie opere. A partire dalla teoria di Becker si sono sviluppati gli studi sui sistemi di carriera e sulle cosiddette "culture di produzione" (Fine, 1992; Du Gay, 1997) costituite dalle reti di relazioni produttive sviluppate dagli attori creativi.

In *I mondi dell'arte* (1982), al centro dell'attenzione di Becker non c'è l'opera d'arte né l'artista ma l'insieme di persone, risorse e convenzioni che rendono possibile la produzione artistica. Un mondo dell'arte è definito da Becker (1982, p. 14) come:

la rete di individui la cui collaborazione, organizzata grazie alla condivisione di metodi convenzionali di fare le cose, produce quel genere di opere artistiche che dà il nome al mondo dell'arte stesso.

Un mondo dell'arte è dunque uno spazio sociale fondato sulla cooperazione di individui e delimitato dal sistema di convenzioni che organizza il mondo stesso e gli individui che ne fanno parte. Inteso come spazio, il termine “mondo” richiama per certi versi alla memoria il concetto di “campo” di Bourdieu, sebbene con significative differenze. Marco Santoro (2010) sintetizza queste differenze nella diversa concettualizzazione dello spazio sociale della produzione artistica operata dai due autori. In particolare, mentre Becker evidenzia le connessioni interazionali e interpersonali dello spazio artistico, Bourdieu si sofferma invece sulla dimensione istituzionale e «quanto più un mondo è istituzionalizzato – conclude a tal proposito Santoro (2010, p. 96, nota 5) – tanto più le interazioni che in esso avvengono seguono regole e modelli di ruolo, e tanto più è quindi strutturato, anche in termini di posizioni di potere».

2.4. La sociologia dell'arte nel dibattito contemporaneo

Come emerge chiaramente da quanto riportato nei precedenti paragrafi, l'arte ha occupato un posto rilevante nei percorsi di conoscenza scientifica della realtà sociale, sin dagli albori del pensiero sociologico. Tuttavia, come è stato messo in luce da Vera Zolberg (1990), per molto tempo i sociologi hanno trascurato le questioni inerenti l'arte e l'estetica e il loro ruolo nei processi sociali e, pressappoco fino agli anni Settanta, la maggior parte degli scienziati che si sono occupati di arte erano considerati come intellettuali, nel senso più ampio del termine, non propriamente come sociologi. Una più chiara definizione della sociologia dell'arte come disciplina della scienza sociale, può essere fatta risalire alle due più diffuse pubblicazioni di cui si è parlato in questo capitolo: *La distinction* (1979) di Pierre Bourdieu e *Art Worlds* (1982) di Howard S. Becker. Si

tratta di due pietre miliari per la sociologia orientata allo studio delle arti e che, come sottolinea de la Fuente (2007), unitamente al graduale delinarsi di una comunità di sociologi specializzati in questo campo, hanno aperto la strada al consolidamento della disciplina in Europa e in America.

Negli ultimi anni sembra gradualmente delinarsi una “nuova sociologia dell'arte” (de la Fuente, 2007), caratterizzata da una maggiore apertura verso altre discipline, come la storia dell'arte (Tanner, 2003), e fondata specialmente su un'idea di arte non intesa come prodotto ma come processo sociale (DeNora, 2003). Inoltre, in un percorso di simmeliana memoria, sembra diffondersi una nuova considerazione della dimensione estetica, applicata alle pratiche della vita quotidiana. Contribuendo a uno sviluppo in questa direzione, a tal proposito Willis (2005) sostiene in maniera critica che la sociologia dell'arte contribuisce a riprodurre l'idea fallace secondo la quale “estetica” e “arte” sono sostanzialmente sinonimi. In particolare, «in denying a living content to aesthetics, sociology fails to locate “aesthetics” [...] as a characteristic of *ordinary* and *everyday* social contexts» (Ivi, p. 74).

Nel suo recente lavoro *After Adorno: Rethinking Music Sociology*, Tia DeNora (2003) propone una interessante riflessione su ciò che dovrebbe essere l'oggetto di una sociologia rivolta all'arte, e lo fa partendo da una constatazione puramente terminologica, apparentemente banale. Infatti, un punto centrale del suo pensiero concerne l'idea secondo la quale parlare di sociologia *della* musica (o *dell'arte*), contribuirebbe a considerare erroneamente “musica” e “società” come entità separate. In effetti, questo sembra essere stato realmente lo sviluppo della disciplina, e se ne trova conferma negli studi in cui l'arte è analizzata come “prodotto”, cioè come oggetto dotato di una sua propria essenza e separato dagli individui e dalle dinamiche creative. Dunque, al posto di “sociology of music”, la DeNora propone di adottare l'espressione “music sociology”³, per indicare

³ In inglese, la nuova espressione linguistica sembra rappresentare bene l'abbattimento delle distanze concettuali tra i due termini *sociology* e *music* e quindi il cambiamento di prospettiva che la DeNora intende sostenere. Non si può dire lo stesso per le possibili traduzioni in italiano: infatti, sia *sociology of music* che *music sociology* sarebbero tradotte con la stessa espressione: “sociologia della musica”. Per rispettare le differenze semantiche e concettuali sembra opportuno conservare le espressioni originali in inglese.

l'urgenza di ricondurre la musica alla dimensione sociale delle azioni e dei processi. Come emerge dal titolo del suo libro, DeNora (2003) parte da Adorno per giungere al superamento della sua visione dell'arte come “prodotto” generato e forgiato dai meccanismi industriali e dai processi sistemici. Quella di Adorno è un'eredità di pensiero che persiste in molti lavori contemporanei che guardano all'arte da una prospettiva macro-sociale e sistemica⁴ e che la DeNora intende superare in favore di una sociologia della musica priva di categorie *a priori* e in cui musica e società sono intese come dimensioni in un rapporto di “co-produzione” e reciprocamente “in azione”⁵:

Latour's notion of co-production offers lessons for both the new musicology and for music sociology. For the former, the lesson is that, on its own, the analysis of the discursive properties of texts is not enough. It leaves in shadow the actual workings of 'society'... For music sociology, the lesson is that... [m]usic is not simply 'shaped' by 'social forces' – such a view is not only sociologicistic, it also misses music's active properties and thus diminishes the potential of music sociology by ignoring the question of music's discursive and material powers (DeNora, 2003, p. 39).

Nella sociologia rivolta alle arti, il concetto di co-produzione di un'opera d'arte risale, come si è detto, alle teorie dei “mondi dell'arte” di Becker (1982), in cui l'opera d'arte è considerata come il risultato del lavoro collettivo di numerosi attori, i cui interventi nel processo creativo sono spesso indiretti e inconsapevoli, ma determinanti riguardo al prodotto artistico. In una sua pubblicazione più recente, Becker giunge ad una interessante nuova elaborazione delle teorie contenute in *Art Worlds*. In *Art from Start to Finish* (Becker, Faulkner, Kirshenblatt-Gimblett, 2006) si sviluppa la già consolidata idea beckeriana della necessità di considerare le dinamiche legate al lavoro – inteso sia come l'insieme dei processi tecnici, il “sporcarsi le mani”, sia come l'insieme delle condizioni legate alla professione e alla carriera – come un aspetto importante nella creazione di un'opera d'arte. Un elemento di novità emerge, invece, nell'idea – condivisa tra i

⁴ Per un approfondimento di queste teorie si veda il secondo capitolo.

⁵ I riferimenti sono ai concetti di “co-produzione” e di “scienza in azione” espressi da Latour (1987).

coautori del volume – dell'opera d'arte intesa essa stessa come uno degli attori coinvolti nel proprio processo creativo: in questo senso, l'opera d'arte è esplicitamente definita, secondo le categorie di Latour (1987), come un *attante*: una relazione ibrida tra l'umano e il non-umano, tra il corpo e la materia, in grado di agire socialmente. Infine, un ultimo aspetto che sembra interessante evidenziare in questo studio riguarda il concetto di “finitezza” di un'opera d'arte (*Ivi*, p. 7). Quand'è che un'opera d'arte può essere ritenuta “finita”? La storia della musica e quella delle arti figurative sono piene di opere incompiute che, tuttavia, mostrano un carattere suggestivo e un valore estetico pari a quello delle opere complete. Chi decide quando un'opera è completa oppure no? In realtà, anche questi concetti sono socialmente costruiti: la sinfonia n. 8 in Si minore di Schubert probabilmente non sarebbe stata denominata *Incompiuta* se non fosse esistito un sistema di convenzioni sociali (Becker, 1982) in grado di stabilire i caratteri di un'opera *effettivamente* completa. Questi ultimi elementi di riflessione saranno oggetto di approfondimento nel quarto capitolo di questo lavoro, con particolare riferimento allo sviluppo delle tecnologie digitali e dei *social network*, il cui ruolo nelle configurazioni relazionali tra soggetto e mezzo, tra corpo e tecnica, ha aperto nuovi ambiti di riflessione rispetto ai processi di creazione, trasmissione e acquisizione degli oggetti culturali, così come riguardo alla nozione di “compiutezza” di un'opera d'arte.

I mezzi di comunicazione e il loro sviluppo nelle società capitalistiche – come si è detto, ad esempio, per Adorno e per i teorici di Francoforte – hanno alimentato l'attenzione e la curiosità scientifica di un consistente settore della sociologia occidentale verso le dinamiche di potere e di controllo tra i gruppi sociali. Il lavoro condotto in seno alla tradizione dei *cultural studies* britannici è stato nutrito da interessi di questo tipo sin dalle sue origini, rintracciabili negli studi di accademici di rilievo come Richard Hoggart (1957), Raymond Williams (1958; 1961), Stuart Hall e Tony Jefferson (1976), Dick Hebdige (1979) e molti altri. La teoria delle sottoculture, con uno specifico riferimento alle culture giovanili e, infine, gli studi sulle culture urbane, con un particolare affondo sulla sottocultura del *writing*, costituiranno l'oggetto del prossimo capitolo.

Capitolo 3. Culture giovanili

3.1. La teoria delle sottoculture

Il Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS), fondato a Birmingham da Richard Hoggart nel 1964, rappresenta la principale istituzione di riferimento intorno alla quale si sono sviluppati i *cultural studies* britannici. Presso il Centre, tra gli anni Sessanta e Settanta si sviluppa una gran mole di studi caratterizzati da una esplicita ripresa delle categorie concettuali del marxismo, riguardo alle relazioni di potere tra capitalismo e cultura proletaria, così come della filosofia di Althusser e del pensiero di Gramsci. Da quest'ultimo, gli studiosi di Birmingham riprendono, in particolare, il concetto di “egemonia” e le nozioni di “congiuntura” e “articolazione”, esprimendo un approccio di studio fortemente pervaso da una sentita vocazione politica. Tuttavia, nei cultural studies non si tratta di “fare politica” né di assumere una posizione di partito, ma di contribuire alla comprensione dei rapporti di potere affinché la politica possa mettere in atto il cambiamento. Dunque, a partire da un unico *leitmotiv* di base, e cioè l'interesse conoscitivo verso le forme in cui si estrinseca il rapporto tra cultura e potere, l'obiettivo principale degli studi culturali è quello di esplorare le congiunture (storiche, politiche o, più in generale, sociali) di cui essi stessi fanno parte e, come direbbe Stuart Hall, «smascherare» (Mellino, 2007, p. 311) le forme del rapporto tra cultura e potere, e fornire, così, al mondo politico gli strumenti cognitivi per attivare il cambiamento in senso progressista. Ecco come Stuart Hall definisce il ruolo dei cultural studies in senso politico:

I Cultural Studies devono avere una vocazione politica, ma non una posizione politica in sé. Non possono creare un'agenda politica, possono contribuire a formare soggetti pronti per il cambiamento politico o aiutare loro a comprendere meglio la situazione politica che vogliono cambiare. Gramsci avrebbe detto: finché non avrete capito realmente la situazione che volete cambiare non ci disturbate! I Cultural Studies possono aiutare a comprendere le congiunture di cui fanno parte, aiutarci a chiarire come e perché nascano, in cosa consistano, quali siano le loro dinamiche e come si possa lavorare per cambiarle. È questa la politica dei Cultural Studies, senza la quale è difficile parlare di qualcosa come di Cultural Studies (*ivi*, pp. 320-321).

I cultural studies non sono propriamente una disciplina: si tratta di un filone di studio che manifesta la propria natura ibrida sorta dall'articolazione di nozioni tratte da campi diversi (filosofia, sociologia, etnografia, semiotica, media studies ecc.) e nutrita dalla conoscenza di teorie e autori diversi: da Marx a Gramsci, da Althusser a Foucault e Derrida. Inoltre, molti degli studi culturali britannici attingono alla tradizione statunitense della scuola di Chicago dove, a partire dal lavoro di Robert Park, si sviluppa il concetto di sottocultura, soprattutto in riferimento ai gruppi marginali e devianti nei contesti urbani¹. Si tratta dunque di un approccio interdisciplinare o, per dirla con una espressione di Hall, *transdisciplinare*, poiché gli elementi tratti da ogni disciplina sussistono nei cultural studies come «un'ombra, che attraversa il loro campo restandovi ma impregnandosi d'altro» (*ivi*, p. 315).

Uno degli elementi centrali che accomuna i cultural studies britannici degli anni Settanta è nel concetto di “resistenza” che dà il titolo ad uno dei più noti testi collettanei del Centre, “Resistance Through Rituals” (Hall-Jefferson, 1976). Da questo testo emerge chiaramente l'idea di fondo secondo la quale le subculture dei giovani della *working class* possono essere definite *in primis* come delle forme collettive di resistenza nei confronti della cultura dominante e delle sue forme egemoniche di potere. Lo studio delle sottoculture, nelle prime ricerche degli studiosi di Birmingham, sembra fortemente connotato da una visione dei rapporti sociali limitata alla stretta dicotomia “sottocultura *versus* cultura dominante”. Tale

¹ Dei cultural studies americani e dell'insieme di connessioni e differenze con quelli britannici si parlerà più in avanti in questo capitolo.

dicotomia è, inoltre, rafforzata dalla impostazione classista marxiana che connota la maggior parte delle ricerche del Centre e che assume una prospettiva di analisi centrata sulle disuguaglianze e sulle differenze di classe. In questa visione, gli stili di vita, le scelte di consumo, le attività del tempo libero e i gusti musicali sono interpretati come espressioni simboliche con cui i giovani della classe lavoratrice manifestano la propria «risposta culturale» (*ibidem*) alle classi dominanti. Dunque, l'analisi delle sottoculture si configura come il luogo privilegiato per l'analisi delle più ampie differenze di classe. Inoltre, le pratiche sottoculturali si basano su rituali sociali che hanno la funzione di consolidare l'identità collettiva e la percezione della sottocultura come gruppo piuttosto che come semplice aggregazione di individui.

Subculture, di Dick Hebdige (1979), incarna pienamente la posizione analitica dei cultural studies britannici. Il suo potrebbe essere inteso come un lavoro semiotico, in cui le sottoculture sono trattate come “testi” da cui trarre gli elementi simbolici e i loro rapporti di significazione. In particolare, dalle sue considerazioni su alcune sottoculture specifiche come i *mod*, i *punk* o gli *skinhead*, emerge un profilo delle sottoculture in quanto contrapposte a una cultura dominante. Nello specifico, una sottocultura si contraddistingue per un esplicito rifiuto dello *status quo* sociale e si pone nei confronti del *mainstream* come un “rumore” (*noise*), cioè una interferenza rispetto all'ordine culturale prevalente. La tendenza a infrangere le norme e le convenzioni sociali si esprime a partire dalla dimensione estetica: le sottoculture mostrano uno stile vistoso fatto di abiti in alcuni casi eccentrici, in altri grezzi e aggressivi, così come di pettinature e simboli che esprimono un forte intento sovversivo. L'identità sottoculturale è costruita attraverso un *cut'n'mix*, un *bricolage* di stili ed elementi – tratti in parte dalla cultura dominante – al fine di definire la propria autonomia culturale e identitaria (Hebdige, 1979).

La prima generazione dei teorici di Birmingham si caratterizza dunque per l'adozione di schemi concettuali piuttosto rigidi in cui le analisi sono condotte attraverso un confronto continuo tra due culture (quella dominante, capitalistica e borghese, e quella sottoculturale, proletaria e sovversiva) assunte come nettamente

separate, cioè come due entità discrete e opposte. Contro questa impostazione, negli anni Novanta, si è articolata la critica da parte della nuova generazione dei cultural studies, definita come “teoria post-sottoculturale”. L'evoluzione in ambito teorico riflette i mutamenti occorsi nella società postmoderna nella quale si delinea un nuovo scenario socio-economico connotato dal processo di globalizzazione e dal post-fordismo in cui l'asse di sviluppo economico si sposta progressivamente dalla dimensione della produzione alle dinamiche di consumo e di acquisizione dei prodotti culturali. Tra gli anni Ottanta e Novanta, si delinea una società in cui i processi di *brandizzazione* del mercato trasformano i prodotti in simboli e immagini che, supportate dallo sviluppo tecnologico e mediatico, circolano rapidamente su scala globale e si diffondono trasversalmente tra gli strati della popolazione, aprendoli all'ibridazione e al contagio culturale. La diffusione e lo sviluppo di MTV rappresenta forse l'esempio più nitido del processo in cui tali mutamenti nelle sfere dell'economia e della cultura si riversano nel modo giovanile. A tal proposito, la giornalista Naomi Klein (2001, p. 160), adottando una terminologia tipicamente postmoderna, afferma che MTV «ha prodotto una *tribù globale* di *nomadi* adolescenti aperti allo scambio culturale»².

In questo nuovo scenario sociale, la tradizionale nozione di sottocultura, con i suoi contorni netti e definiti, si mostra ormai inadeguata a rappresentare il nuovo volto delle sottoculture postmoderne. Emerge, così, la necessità in ambito sociologico di una riformulazione teoretica e concettuale. Come descrive chiaramente Magaudda (2009), gli studi post-sottoculturali si caratterizzano per il netto abbandono del pensiero marxista tradizionale, in favore dell'adozione dei più recenti approcci postmoderni rappresentati dai lavori di autori come Baudrillard (1976; 1981), Jameson (1991) e Maffesoli (1988), che guidano gli studi culturali lungo nuove direzioni:

Dunque, in continuità con la teoria sociale postmoderna nelle loro interpretazioni delle culture giovanili questi studi post-sottoculturali hanno privilegiato la libertà individuale rispetto alle determinazioni della struttura sociale, l'edonismo rispetto alla dimensione

² I corsivi sono miei

oppositiva collettiva, la fluidità delle identità rispetto alla tenacia delle disuguaglianze sociali (Magaudda, 2009, p. 303).

Nelle teorie postmoderne, i confini culturali e sociali tra subculture e cultura dominante (o *mainstream*) diventano più sfumati e gli studi tra gli anni Ottanta e Novanta rivelano un quadro sociale più complesso e dinamico in cui emerge una pluralità di stili di vita e di culture in reciproca interdipendenza (Chaney, 2001), facilitata da una maggiore pervasività dei media nelle pratiche culturali. Canevacci (1999, p. 11) parla a tal proposito di «culture sterminate. O meglio eXterminate», cioè senza termini, senza confini. In questo periodo si collocano gli studi di Sarah Thornton³ (1995) a Londra e di Andy Bennett (1999) in Australia dalle cui ricerche emerge la compresenza nelle sottoculture di espressioni culturali multiformi, in parte in aperta opposizione rispetto al *mainstream* e in parte fortemente aderenti ai modelli culturali dominanti. I *post-subcultural studies* mostrano anche una più marcata vicinanza alla tradizione degli studi culturali americani, soprattutto per quanto riguarda l'adozione dell'approccio etnografico come metodo di studio e per una nuova considerazione delle interazioni all'interno delle sottoculture (un aspetto accantonato dai primi esponenti del Centre di Birmingham in favore della dimensione testuale e simbolica). La nuova prospettiva è segnata anche dalla riformulazione concettuale e terminologica delle categorie classiche del Centre britannico: nuovi vocaboli come *neo-tribù* (Bennett, 1999), *postsubculturalist* (Muggleton, 2000), *life style* e *scene* (Bennett-Peterson, 2004) sono proposti e adottati per indicare le sottoculture giovanili postmoderne (Santoro, 2008; Magaudda, 2009). Inoltre, anche il concetto di “stile” si trasforma rispetto alla tradizione classica britannica: infatti, se per Hebdige (1979), come si è detto, lo stile è inteso come un mezzo per manifestare la propria autonomia oppositiva o sovversiva nei confronti della cultura dominante, nella visione postmoderna lo stile esprime perlopiù gli usi creativi della moda e dei media da parte dei giovani e la tendenza alla contaminazione di simboli e di significati.

³ Sul contributo di Sarah Thornton allo studio delle sottoculture *dance* in rapporto al *mainstream* e alla formulazione del concetto di capitale sottoculturale, si parlerà più approfonditamente nel prossimo paragrafo.

Anche quest'ultimo è un aspetto che sembra riflettere i grandi mutamenti della postmodernità in cui anche le più piccole entità geo-culturali, grazie allo sviluppo delle tecnologie comunicative e del villaggio globale (McLuhan, 1968), si aprono al mondo e, allo stesso tempo, il mondo intero si offre come accessibile da ognuno dei suoi luoghi. Emerge in questo contesto il concetto di *glocalizzazione* (Robertson, 1992): la dimensione globale e quella locale si intersecano e si fondono negli stili di vita e nelle pratiche quotidiane della gioventù contemporanea, delineando uno scenario ibrido e cosmopolita, connotato da processi di ri-territorializzazione (o ri-locazione), cioè di appropriazione creativa di prodotti, simboli e risorse culturali acquisiti da culture diverse o lontane. Kahn e Kellner (2008, p. III), sottolineano questo processo nel loro lavoro di definizione di “cultura giovanile globale”:

[...] the thoroughly mediated aspects of today's youth culture [...] able to provide youth the world over with instant access to a wide diversity of cultural styles and artifacts, has led recent theorists to question the applicability of the concept of “subculture” in a global context. Proposing “Post-subcultural Studies” that emphasize the complexity, multiplicity, diversity, and syncretistic aspects of youth cultures, as they localize global media influences and globalize local lifestyles, postmodern cultural theories are attempting to account for the ways in which global youth negotiate individualism amidst market-based tribalism and strive for political agency within a world of media spectacles.

Dopo la svolta post-sottoculturale, in anni più recenti si è assistito ad una nuova evoluzione nei cultural studies che si esplica in una graduale ripresa di alcuni elementi dell'impostazione classica della scuola di Birmingham. Si tratterebbe di una sorta di “neo-classicismo” (Magaudda, 2009) fondato su una nuova considerazione della struttura sociale e delle sue relazioni con le culture giovanili – argomenti ritenuti «ancora validi» (Shildrick-MacDonald, 2006, p. 127) – nella realtà postmoderna. Inoltre, un secondo aspetto su cui si sviluppa la prospettiva neoclassica riguarda il recupero del ruolo delle sottoculture intese come «forme di espressione collettiva politicamente orientata, sia esplicitamente sia in forma implicita» (Magaudda, 2009, p. 311). A tal proposito, Jeffrey Paris e Michael Ault (2004, pp. 404-405) affermano che:

The [post-subcultural] loss of the conceptual framework of “discrete” and “identifiable” subcultures does not mean that certain general categories aren't still readily available, so long as we approach them with care. Punk remains the prototypical subculture, with an influential anti-capitalist, do-it-yourself (DIY) ethos that has enabled it to spread throughout the globe, influenced at every step by local cultures, music, and political needs. [...] scholars may view subcultures not just as symbolic actors engaged in signifying behaviors to remove themselves temporarily from the dominant culture, but also

as agents of political change [...] With the ever-expanding neoliberal institutions and free-market processes dominant in today's world, subcultures will continue to provide a vital political critique and alternative political vision not often heard in mainstream society.

La maggiore critica posta alle teorie post-sottoculturali riguarda, dunque, la scarsa considerazione data alle sottoculture in quanto agenti attivi nel panorama politico e sociale, e la prevalenza ad osservarle – in maniera poco esaustiva – sotto la luce delle scelte di consumo e a considerarle prevalentemente come culture del gusto. Tuttavia, l'approccio postmodernista allo studio delle sottoculture sembra aver mostrato la capacità di superare la rigida dicotomia classica fondata sulla contrapposizione netta tra subculture e mainstream, in favore di un'analisi delle culture giovanili intese come spazi sociali in cui si manifesta una pluralità di culture connotate da dinamiche di classificazione e di distinzione gerarchica. In questa prospettiva che, come si vedrà, sotto molti aspetti adotta esplicitamente la teoria di Bourdieu, si collocano gli studi di Sarah Thornton (1995) sulle *club cultures*. Tali studi saranno adoperati nel prossimo paragrafo come una guida per l'approfondimento del *mainstream*, sia come costrutto teorico sia come agente sociale, e per la comprensione del quadro analitico in cui emerge il nuovo concetto di capitale sottoculturale.

3.1.1 Mainstream, capitale sottoculturale e culture del gusto

In *Club Cultures* (1995), Sarah Thornton propone uno studio etnografico delle culture *dance* londinesi degli anni Novanta. Il lavoro fornisce un quadro abbastanza chiaro della complessità con cui si esprimono le sottoculture giovanili che l'autrice definisce come *culture del gusto*, con un esplicito riferimento alla sociologia di Pierre Bourdieu. Il testo della Thornton contiene anche una critica chiara e precisa rispetto all'approccio classico della scuola di Birmingham troppo rigidamente basato sulle condizioni di classe e sulla natura oppositiva rispetto al *mainstream* dominante che, per i teorici di Birmingham, coincide sostanzialmente con la cultura borghese. Questa impostazione, secondo Thornton, non ha consentito alla scuola britannica di rivolgere la propria attenzione alle dinamiche interne alle sottoculture nel loro rapporto con la cultura dominante. Riferendosi quasi esclusivamente ai contributi di Becker (1963) sulle culture “devianti” nell'ambito della tradizione americana (che l'autrice adotta tra i suoi modelli di riferimento), Thornton (1995, trad. it. p. 18) asserisce che «pochi studiosi hanno studiato sul campo i sistemi di distinzione sociale e culturale che dividono e demarcano la cultura contemporanea, in modo particolare la cultura giovanile». La studiosa canadese rintraccia nella maggior parte delle analisi su queste tematiche l'assenza di «un esame generale del modo in cui le culture giovanili sono internamente stratificate, o alle maniere in cui i giovani ricercano e accumulano beni culturali ed esperienze per un uso strategico all'interno del loro mondo sociale» (*ibidem*). In tal senso, il suo studio sulle culture dei *club* e dei *rave* sembra porsi nell'intento di superare i limiti della teoria classica delle sottoculture, a partire da una nuova considerazione delle culture giovanili, le cui espressioni non sono intese necessariamente come forme di “resistenza” e di opposizione a un potere dominante ma come contesti o “luoghi” la cui configurazione scaturisce dalle microdinamiche interne di potere e di distinzione gerarchica tra i gruppi sociali.

Nell'ottica post-sottoculturale, dunque, con l'abbandono delle categorie marxiane, sia le sottoculture sia il *mainstream* mostrano una natura complessa e configurazioni mutevoli dei loro confini concettuali. In realtà, non sembra possibile delineare una definizione chiara e univoca di cosa sia effettivamente il

mainstream e dai numerosi studi condotti nell'ambito dei *cultural studies* emergono modi diversi – talvolta tanto distanti da apparire contraddittori – di considerarlo. Thornton mette chiaramente in luce questo problema operando una classificazione dei diversi modi di intendere il *mainstream* negli studi condotti fino agli anni Novanta. Ciò che emerge è un quadro poco chiaro. Infatti, se per Hebdige (1979) e per i teorici di Birmingham il *mainstream* coincide perlopiù con la cultura dominante della classe media (borghese), in molti studi dei primi anni Ottanta esso si identifica invece come cultura di massa fondata sull'ideologia commerciale (Frith, 1981; McRobbie, 1984). Nella tradizione dei *cultural studies* americani⁴, Lawrence Grossberg (1997) invece considera il rapporto sottocultura/*mainstream* come fatto di confini fluidi, non chiaramente distinguibili in cui, anzi, la sottocultura è il “margine” del *mainstream* stesso e con quest'ultimo “ri-articola continuamente” il suo rapporto:

Invece di definire un *mainstream* omogeneo, lo vedo come un *pastiche* sociale, una distribuzione strutturata di pratiche, codici ed effetti, che si ri-articola continuamente, incorporando pezzi che stanno ai margini e disseminando nei margini frammenti di sé. La distinzione tra *mainstream* e margini è quindi, quasi letteralmente, una questione di spazio sociale [...] Il *mainstream* non è un'unità, ma una serie di differenze. È una collezione di stili culturali sovrapposti, definiti da set di pratiche produttive e di consumo, reso variegato sia dalle varie alleanze locali che lo mettono in relazione con luoghi e audience concreti, sia dalle diverse parti in competizione per ottenere attenzione pubblica (Grossberg, 1997, trad. it. p. 46).

Alla base di questi approcci c'è dunque la concezione di una pluralità di pratiche e di scelte differenti dalla cui articolazione dinamica scaturisce il quadro culturale e sociale complessivo. Si tratta dunque di concepire la cultura nella sua accezione antropologica come «sistema di significati condivisi» (Geertz, 1973, p. 5) che pervadono ogni aspetto dell'attività umana ma che si esplicano in azioni e pratiche diverse e «in una varietà di modi che non sono riducibili l'uno all'altro» (Middleton, 1990, trad. it. p. 238).

⁴ Il contributo della tradizione americana allo studio delle sottoculture sarà approfondito nel paragrafo 3.3.

Le sottoculture giovanili delineate da Thornton⁵ sono micro-configurazioni culturali fondate su pratiche di distinzione e sul gusto: «Il gusto musicale, in particolare per i giovani, è spesso visto come la cifra della propria distinzione. I giovani, perciò, abbracciano spesso le “culture impopolari” perché esse offrono modalità di distinzione che ciò che piace a tutti non riesce a garantire»⁶ (*ivi*, p. 212). Nelle subculture giovanili, l'elemento di congiunzione tra le espressioni del gusto – che si esplica ad esempio nelle scelte di consumo ma anche nelle azioni quotidiane – e le manifestazioni della distinzione e quindi della propria diversità – gerarchicamente intesa in termini di migliore *versus* peggiore, accettabile *versus* inaccettabile ecc. – è ravvisabile in ciò che Thornton (1995) definisce *capitale sottoculturale*. L'espressione è esplicitamente tradotta dal concetto di capitale culturale teorizzato da Bourdieu (1979; 1986) e indica l'insieme di valori, oggetti culturali – materiali e immateriali – e simboli che contraddistinguono gli individui che si riconoscono in una determinata sottocultura:

Proprio come i libri e i quadri esibiscono il capitale culturale nella casa dei genitori, il capitale sottoculturale è oggettivato nella forma dei tagli di capelli alla moda e nelle collezioni ben assortite di dischi [...] Come il capitale culturale è impersonificato dalle buone maniere e dalla conversazione civile, il capitale sottoculturale viene incorporato nella forma dell'essere “a conoscenza”, ricorrendo (senza strafare) allo slang in uso e adottando un look tipo “nato per mettere in scena l'ultimo stile dance” (Thornton, 1995, trad. it. p. 23).

L'espressione di un look alternativo, alla moda o “hip” è dunque allo stesso tempo la manifestazione di una scelta dettata dal gusto, da ciò che piace a se stessi e al proprio gruppo di riferimento e, allo stesso tempo, è una linea di demarcazione tra sé e gli altri, tra il proprio microcosmo sottoculturale e tutto ciò

⁵ Thornton analizza esclusivamente delle sottoculture musicali in cui, cioè, gli individui sono accomunati prevalentemente dalla condivisione di specifiche scelte di ascolto musicale (in questo caso la *dance music*). A tal proposito, è nota la sua affermazione secondo la quale «le sottoculture giovanili sono tendenzialmente delle sottoculture musicali» (Thornton 1995, trad. it. p. 31), per sottolineare la presenza rilevante della musica nella vita quotidiana della maggior parte dei giovani.

⁶ L'autrice adoperava il termine “popolare” per indicare in modo particolare ciò che è largamente «“approvato”, “preferito” e “amato”» (*ibidem*). Al contrario, dunque, il termine “impopolare” indicherebbe ciò che è comunemente escluso o rifiutato.

che ne è lasciato fuori. Il capitale sottoculturale agisce come generatore di distinzione, e quest'ultima deve essere intesa in termini gerarchici, come attestazione della propria distanza rispetto alle culture ritenute, ad esempio, banali o “trash”. Allo stesso tempo, questa forma di capitale fornisce i «mezzi con cui i giovani negoziano e accumulano una posizione all'interno dei loro mondi sociali» (ivi, p. 212) legittimando, quindi, le posizioni ineguali e le distanze culturali.

In queste dinamiche i media e le tecnologie rivestono un ruolo fondamentale. L'importanza dei mezzi di comunicazione nella configurazione delle strutture e delle pratiche sottoculturali rappresenta un elemento comune agli studi post-sottoculturali nonché il principale termine di distanza del lavoro di Thornton rispetto alla nozione di capitale culturale articolata da Bourdieu. Lo sviluppo tecnologico, la pervasività dei mezzi di comunicazione nelle prassi quotidiane e l'elevata esposizione mediatica delle giovani generazioni fa sì che i media siano il principale mezzo per la circolazione del sapere e dei valori culturali e sottoculturali.

I media possono contribuire alla legittimazione o alla delegittimazione di un certo stile, di un certo genere musicale o di uno stile di vita intervenendo, così, in maniera attiva nei processi di “canonizzazione” (Tota, 2002) della cultura e quindi nelle dinamiche di gerarchizzazione e di distinzione sottoculturali. Di questo si tratterà nel prossimo paragrafo.

3.2. I media tra dominio culturale e linguaggi alternativi

Il processo di globalizzazione e la diffusione dei *media* nelle vite quotidiane ha determinato un assetto sociale globale fortemente dinamico, contrassegnato da un'elevata e rapida circolazione di valori, pratiche, immagini e simboli a livello transnazionale. La post-modernità è il luogo in cui flussi dinamici pervadono l'esistenza umana. È la «modernità liquida» teorizzata da Bauman (2000) in cui la solidità delle strutture istituzionali cede il posto alla configurazione di legami sociali dai confini sfumati e sensibili al mutamento. I media (i tradizionali media

di massa e ancora di più i nuovi mezzi di comunicazione fondati su tecnologia digitale) accelerano e intensificano la disseminazione di elementi simbolici, di immagini e idee tra le culture, indipendentemente dalle loro distanze geografiche ed etniche, favorendo la contaminazione, lo scambio, l'appropriazione o «ri-locazione» (Robertson, 1992) di frammenti culturali di diversa provenienza. Questo processo si riversa sul piano locale e sottoculturale determinando dinamiche di continua ridefinizione delle identità e delle appartenenze nei gruppi sociali e nuove forme di *agency* individuale e collettivo.

Non sembra possibile trattare le culture giovanili senza considerare la presenza costante dei media nelle prassi quotidiane dei giovani. In tal senso, si consideri ancora una volta il lavoro di Sarah Thornton (1995, trad. it. p. 25) la quale afferma che «i media non rappresentano soltanto un altro bene simbolico o un segno di distinzione [...] ma sono una rete cruciale per la definizione e la distribuzione del sapere culturale». E non solo: il confronto con – e l'acquisizione di – nuovi principi culturali si presenta come motore propulsore per l'azione. Come scrive Appadurai (1996, trad. it. p. 21):

Ci sono prove sempre più evidenti che l'uso dei mass media nel mondo produce spesso resistenza, ironia, selettività e, in generale, *azione* [...] Magliette, cartelloni pubblicitari, graffiti, ma anche la musica rap, la *street dance* e le baraccopoli indicano tutti che le immagini dei media sono rapidamente assimilate entro repertori locali fatti di ironia, rabbia, umorismo e resistenza⁷.

Le immagini e i simboli veicolati dai media operano sugli individui e sulla loro “immaginazione” e quest'ultima è il preludio alla costruzione dell'identità e all'azione. Appadurai distingue chiaramente il concetto di immaginazione da altri concetti – simili dal punto di vista linguistico ma totalmente diversi nel significato sostanziale – come, ad esempio, “fantasia”. A differenza di quest'ultima, infatti, l'immaginazione non produce desideri effimeri e illusori, ma aspirazioni concrete, fondate su delle possibilità reali e, perciò, in grado di trasformarsi in progetti e quindi in *agency*:

⁷ I corsivi sono dell'Autore.

La fantasia può portare all'indifferenza (perché la sua logica è così spesso autoreferenziale), ma l'immaginazione, soprattutto quando è collettiva, può diventare l'impulso per l'azione. È l'immaginazione nelle sue forme collettive, che crea le idee di vicinato e di nazione, di economie morali e di regole ingiuste, di salari più elevati e di prospettive lavorative all'estero. L'immaginazione è oggi una palestra per l'azione, e non solo per la fuga (*ivi*, p. 22).

L'immaginazione delineata da Appadurai, più che una facoltà mentale individuale, è una proprietà delle collettività e i mezzi di comunicazione contribuiscono a rendere viva l'immaginazione di interi gruppi sociali perché rendono possibile la costruzione di ciò che Appadurai ha definito «comunità di sentimento», in cui l'immaginazione si sviluppa in senso collettivo e per il perseguimento di obiettivi collettivi. Nonostante le elaborazioni teoretiche di Appadurai siano strettamente legate alle dinamiche interetniche e ai flussi migratori, sembrano essere tuttavia valide anche in riferimento alle sottoculture giovanili. La fruizione collettiva e la condivisione di musiche, stili e mode può determinare nei gruppi dei giovani dei «sodalizi» come quelli descritti dall'antropologo indiano, cioè delle «comunità per sé, in grado di muoversi dall'immaginazione condivisa all'azione collettiva» (*ivi*, p. 23). Ne deriva che i media hanno un ruolo fondamentale nella costituzione e nel rafforzamento delle culture alternative, cioè di quella pluralità di culture spesso classificate come “periferiche” o “marginali” (Grossberg, 2002).

L'uso di una terminologia che adopera vocaboli come “periferia” (o “margini”) e “centro” per indicare la distanza relazionale tra le culture in un determinato contesto sociale, è indicatore di un approccio analitico che pone gli elementi del confronto su un piano orizzontale per poi tracciare una sorta di “topografia” dei rapporti culturali e sociali. Siamo, dunque, notevolmente lontani dal modello dei teorici di Birmingham per i quali, invece, la cultura dominante e le sottoculture erano collocate nella scala gerarchica del dominio e del potere. In questa nuova prospettiva, le relazioni sono osservate entro uno spazio sociale multidimensionale e dinamico. Prendendo spunto dal concetto di spazio sociale di Bourdieu (1979), Lawrence Grossberg (2002, p. 26) introduce il concetto di

“geografia vissuta” (o “geografia di pratiche”) per indicare l'insieme delle *mappe* entro le quali si articolano le pratiche quotidiane. Tali mappe sono principalmente fornite dai media:

A mio avviso si potrebbe descrivere una forma d'azione dei media come la costruzione di una mobilità strutturata o di una geografia di pratiche, abilitate e abilitanti, proibite e invalidanti. Più chiaramente, i media operano come creatori di mappe. Una geografia vissuta descrive i modi in cui le persone attraversano la superficie della vita quotidiana, e come esse sono legate a particolari luoghi, attraverso determinate tipologie di pratiche e relazioni che costruiscono luoghi e stabilità. Una geografia vissuta è una mappa di investimenti e appartenenze, di identificazioni e distanze, di identità e differenze, di luoghi e di vettori che li connettono (spazi).

Sebbene una mappa non possa determinare le azioni degli individui, essa «definisce comunque le linee che strutturano e restringono le possibilità delle persone in ogni momento». Sembra un punto importante questo sottolineato dallo studioso americano perché attribuisce ai media la capacità di fissare i confini entro i quali possono articolarsi le scelte e le azioni umane e con esse i processi di costruzione identitaria. Come ricorda Thompson (1995, trad. it. p. 67), infatti, la ricezione e l'appropriazione dei contenuti simbolici e dei messaggi veicolati dai media è accompagnata anche da «processi di autoformazione e autocomprensione». Nei termini adoperati dall'Autore:

Aggrappandoci ai messaggi e incorporandoli abitualmente nella nostra vita, ci impegniamo implicitamente nella costruzione di un senso di noi stessi, di chi siamo e quale posto occupiamo nello spazio e nel tempo. [...] *Per mezzo dei* messaggi e dei contenuti di significato forniti (tra le altre cose) dai prodotti dei media, plasmiamo attivamente la nostra identità⁸ (*ibidem*).

Il processo di acquisizione dei significati, spiega Thompson, avviene sempre

⁸ Il corsivo è dell'Autore e ci consente di ricordare che i *media* non sono soltanto i mezzi di comunicazione di massa e i *new media* digitali. In generale, infatti, è un *medium* qualsiasi veicolo di informazione, attraverso il quale si svolgono i processi di mediazione simbolica. In tal senso, dunque, se la TV veicola immagini, queste ultime, a loro volta, trasmettono significati. Un testo scritto, un'immagine, un suono, oppure il corpo (se pensiamo alla danza) o il muro di un quartiere (se invece pensiamo ai graffiti) sono tutti esempi di *media*.

attraverso un procedimento ermeneutico, cioè mediante un atto di interpretazione dei contenuti semantici e di attribuzione di senso, secondo gli strumenti culturali e cognitivi di cui si dispone. La ricezione e l'interpretazione dei materiali simbolici sono fenomeni localizzati, cioè si articolano in luoghi e momenti specifici. Dunque, come Grossberg anche Thompson esprime la necessità di contestualizzare nel tempo e nello spazio le attività umane poiché:

La globalizzazione della comunicazione non ha cancellato il carattere locale dell'appropriazione, ma se mai ha creato un nuovo genere di asse simbolico proprio del mondo moderno – ciò che definirò l'asse della diffusione globale e dell'appropriazione locale. Quanto più la globalizzazione della comunicazione si fa intensa ed estesa, tanto più aumenta l'importanza di tale asse. Il suo crescente rilievo sta a dimostrare che, mentre la circolazione delle informazioni e delle comunicazioni è diventata globale, quello di appropriazione resta un processo intrinsecamente legato al contesto ed ermeneutico (*ivi*, p. 246).

Gli aspetti fin ora trattati sono tipici di ciò che Diana Crane, nel libro *The Production of Culture* (1992) definisce “paradigma della cultura mediale”. Si tratta di un modello analitico che prende le distanze sia dal marxismo (per il quale i media veicolano i simboli della cultura dominante verso una massa acritica e passiva) che dal funzionalismo (che attribuiva ai media un ruolo sostanzialmente neutrale, cioè privo di un significativo potere di impatto sui processi comunicativi e sui soggetti in interazione). Nel nuovo paradigma, «l'impatto dei media è concepito come il prodotto di interazione tra i media e i loro pubblici» (Crane, 1992, trad. it. p. 34). Il processo comunicativo è, dunque, sempre un processo di negoziazione e di interpretazione di significati (Fiske, 1989) che, nell'ambito dei gruppi marginali, può avvenire anche in maniera oppositiva rispetto ai valori dominanti. Come suggerisce Crane (1992), infatti, in tali gruppi l'interpretazione di un messaggio veicolato dai media può avvenire attraverso una lettura sovversiva, cioè tralasciando gli elementi rappresentativi della cultura dominante – volti a costruire un *frame* per le culture marginali – e soffermandosi invece sulle sue caratteristiche secondarie che rafforzano i propri valori “devianti”.

Esiste, dunque, un'interazione costante tra la cultura dominante (o *popular*) e le

sottoculture ed in molti studi è emerso che spesso la cultura dominante si nutre delle sottoculture acquisendone determinati elementi tipici ma annullandone l'insita carica di resistenza e di sovversione. In uno studio condotto alla fine degli anni Novanta, Gelder e Thornton (1997) descrivono un percorso circolare e dialettico tra le pratiche di resistenza simbolica e i valori dominanti. Tale percorso si esplica in alcuni precisi *step* riassunti e schematizzati da Peterson e Anand (2004, p. 325) in sei momenti consecutivi:

2. Le industrie culturali tentano di attrarre i potenziali acquirenti immettendo sul mercato prodotti sempre nuovi e attivando un'intesa attività di promozione e pubblicizzazione.

3. Gli individui scelgono tra i prodotti in offerta. La maggior parte segue la moda, ma alcuni scelgono di ricombinare i prodotti disponibili in modelli diversi rispetto a quelli proposti dalla cultura dominante.

4. Stigmatizzati come “diversi”, questi individui consolidano il loro proprio gusto, distinguendosi dalla massa attraverso le proprie scelte di consumo e ponendosi in una condizione di resistenza nei confronti dell'autorità (gli Autori rintracciano in gruppi specifici come i *beat*, gli *hippie*, i *mod*, i *punk* e nell'*hip hop*, alcuni esempi di gruppi resistenti).

5. Le Autorità ignorano lo stile resistente solo fino a quando esso non è considerato dannoso perché contro le leggi, contro le norme sociali o offensivo. In casi estremi, la reazione pubblica sfocia in un vero e proprio “panico morale”.

6. La reazione da parte delle Autorità e la notorietà fornita dall'attenzione posta dai media alle sottoculture “devianti” attraggono un gran numero di giovani scontenti o socialmente disagiati che iniziano, così, ad emulare lo stile resistente senza però alcun impegno politico né azioni considerate “dannose”.

7. A questo punto l'industria acquisisce e diffonde gli elementi della cultura resistente ma li spoglia di qualsiasi forza simbolica. In questo senso, la rivolta è convertita in semplice stile e in una nuova moda. Da qui riparte di nuovo il ciclo.

Da quanto fino a qui si è detto, appare chiaro il fatto che ogni tentativo di analizzare un segmento specifico della società risulta vano se non si considera l'intero sistema di interdipendenze con i numerosi contesti (territoriali, economici,

produttivi, comunicativi ecc.) in cui esso si colloca nella società. Tuttavia, un obiettivo del genere in una ricerca sul campo potrebbe risultare arduo e altamente dispendioso: non si può indagare tutto e una ricerca ha dei limiti per quanto riguarda il tempo e i fondi a disposizione. È necessario perciò operare una selezione e scegliere i contesti da approfondire in base ai propri obiettivi d'analisi. Un buon punto di inizio è definire il contesto territoriale.

La scelta di indagare i processi di creatività artistica giovanile ha condotto la presente ricerca ad approfondire i numerosi intrecci tra le culture dei giovani – con le loro pratiche culturali e con i loro immaginari – e la città. Riguardo a questi rapporti, come si vedrà nel prossimo paragrafo, gli spunti di riflessione sono tanti e non possono che confermare l'interesse sempre crescente della sociologia verso le molteplici dimensioni dell'espressività e della costruzione dell'identità giovanile nei contesti urbani.

3.3. Le culture urbane

Il rapporto tra giovani e città è connotato da dinamiche di aggregazione ed espressione individuale, di socializzazione e spinte creative, delineando un quadro sociale e culturale che si apre alla multiculturalità e alla contaminazione di suoni e immagini, di elementi della tradizione e dell'avanguardia tecnologica e artistica. In una società sempre più differenziata e complessa, l'individuo è parte di molte cerchie sociali ponendosi, così, in contatto con orientamenti e valori differenti; ma in ognuna di queste cerchie l'individuo è coinvolto solo in parte e questo gli consente un ampio spazio di libertà e l'opportunità di sviluppare più facilmente la propria creatività ed autonomia.

In accordo con Carmen Leccardi (2005, p. 57) possiamo ritenere che le nuove generazioni si caratterizzano per «la capacità di accettare la frammentazione e l'incertezza dell'ambiente come dato non eliminabile, da trasformare in risorsa grazie a un esercizio costante di consapevolezza e riflessività». Inoltre, i giovani artisti, in virtù della particolare sensibilità nel cogliere i mutamenti fornita dalla

carica innovativa dell'arte, nello scenario contemporaneo possono – meglio di altri – avvertire lo “spirito” della società che cambia ed esprimerla attraverso le pratiche e i prodotti artistici. Richard Sennett in *La coscienza dell'occhio* (1991), oppone l'incertezza alla concretezza. Quest'ultima rimanda a qualcosa di solido, fermo, sicuro e afferrabile, «la *terra firma*, il mondo come marmo» (Sennett, 1991, trad. it. p. 227). Ciò che è incerto, invece, sembra appartenere all'astrazione, alla fragilità, all'effimero. «Ma la capacità di sostenere il peso dell'incertezza – assicura Sennett (*ibidem*) – è parte integrante sia dell'indagine scientifica che della creatività artistica».

Nel contesto urbano, la dialettica tra il concreto e l'incerto, tra il consolidato e il nuovo, così come nella pratica musicale tra la melodia impressa su uno spartito e l'improvvisazione estemporanea, costituisce un significativo stimolo al mutamento e, allo stesso tempo, un carattere essenziale della “complessità culturale”. Nel teorizzare il concetto di complessità culturale, Ulf Hannerz (1992, trad. it. p. 225) ha asserito che:

è nella città che troviamo, nella forma più concentrata entro uno spazio limitato, [...] la più grande varietà di subculture, l'apparato culturale più articolato, una gamma di modalità, contrastanti eppure interconnesse, di gestire il significato».

Seguendo tali considerazioni, dunque, alla base della complessità culturale che connota i contesti urbani sembra possibile intravedere anche modi diversi di gestire il significato di ciò che si è acquisito dalla tradizione e dall'esperienza: lo si può considerare come un punto d'approdo, alimentando la “cultura della concretezza”, oppure adoperarlo come trampolino per immergersi nell'incerto, investendo il proprio capitale – inteso nell'accezione e nelle diverse declinazioni date da Bourdieu (1979; 1986) – in un percorso innovativo.

Inoltre, lo spazio pubblico si mostra allo stesso tempo come spazio di rappresentazione (attraverso i monumenti, le piazze e così via) e come spazio di socialità. Sulla scia di Hannah Arendt (1958, trad. it. p. 39), possiamo considerare la dimensione pubblica come il «mondo che è comune a tutti e distinto dallo spazio che ognuno vi occupa privatamente [e che] mette in relazione e separa gli

uomini nello stesso tempo». Tuttavia, se la città moderna sembrava conservare ancora dei confini abbastanza rigidi tra spazio pubblico e spazio privato, la città contemporanea, soprattutto se considerata come ambito di produzione ed espressione di cultura e di arte, sembra aver vissuto un progressivo indebolimento dei confini spaziali. La duplice definizione anticamente attribuita alla città – *civitas*, come insieme di persone (i cittadini) e *urbs*, come struttura di costruzioni e strade – nella realtà contemporanea, e attraverso le forme di espressione culturale dei giovani, implode in un'unica dimensione. Un muro di cinta può diventare un *display*, un'interfaccia per veicolare significati da parte di un *writer*; allo stesso modo, una piazza può trasformarsi in un palcoscenico per un artista di strada. La città diventa teatro di cultura e la cultura il nuovo luogo da abitare.

Alla mescolanza *intra*-locale tra spazi privati e spazi pubblici si aggiunge la contaminazione *inter*-culturale ed *inter*-etnica dovuta alla compresenza di culture diverse. Dal confronto con l'“*altro* culturale” emergono spinte dinamiche verso il mutamento e l'innovazione. Come ricorda Vicari Haddock (2004, p. 148),

è nelle città, in quanto ambienti eterogenei e densi di interazioni, che avviene il confronto tra orientamenti diversi e si genera una spinta dinamica che porta le forme culturali a trasformarsi e a evolvere verso nuove sintesi. Queste possono concretizzarsi nella fioritura di una nuova corrente artistica, nello sviluppo di un movimento politico, nell'invenzione di nuovi prodotti o servizi, nel definirsi di una moda o di uno stile di vita.

E inoltre:

[...] l'ambiente urbano, [...] da un lato, nutre i produttori di cultura con gli stimoli che derivano dalla compresenza nella città di molteplici comunità artistiche e intellettuali in interazione tra di loro [...]. Dall'altro, la città organizza la produzione, la commercializzazione e la fruizione dei prodotti culturali e artistici da parte dei consumatori attraverso le molteplici istituzioni che vi operano: dai teatri ai musei, dalle case editrici alle università, dagli organi di stampa alle televisioni e alla produzione multimediale (*ivi*, p. 147).

Iain Chambers vede lo spazio urbano come uno spazio in cui culture diverse si incontrano, si mescolano, si confondono. Per Chambers (2001), non si tratta di

«una addizione *alla*, o di una sottrazione *dalla* cultura esistente, si tratta invece di combinazioni che creano quello che si potrebbe chiamare un *terzo spazio*, uno spazio in cui ambedue le culture di “origine”, [...] sono interpellate e modificate, [...] portate altrove per realizzare un nuova configurazione culturale» (*ibidem*). La città, dunque, può essere intesa e vissuta come luogo di creatività, di innovazione, di “costruzione” civile, sociale e culturale. Come afferma Bauman in *Vita liquida* (2005, trad. it. p. 80), «È proprio nei luoghi pubblici che il futuro della vita urbana [...] si decide esattamente ora. [Ma] le considerazioni di cui sopra valgono per quei luoghi pubblici che riconoscano il calore della diversità dal punto di vista della creatività e dell’arricchimento di vita, incoraggiando al tempo stesso le differenze a impegnarsi in un dialogo dotato di significato».

Riprendendo le teorie di Becker, Diana Crane (1992) delinea il concetto di “mondo culturale” per indicare lo spazio delle culture in un contesto urbano. Come i “mondi dell'arte”, le culture urbane si compongono di reti di cooperazione tra soggetti creativi (ad esempio gli artisti), personale di supporto (tutti gli altri soggetti che in una qualche misura contribuiscono al lavoro dei creatori), *gatekeepers* (ad esempio i critici che esprimono un giudizio e valutano i prodotti culturali), piccole organizzazioni (che la sociologa distingue in “reti”, “imprese profit” e “organizzazioni non profit”) e pubblici. Tutti questi soggetti operano all'interno di un sistema di convenzioni e di conoscenze condivise.

La complessità culturale e la circolazione di idee e significati diversi entro lo stesso ambiente urbano, può innescare meccanismi che conducono alla sperimentazione di nuovi stili o a ciò che è comunemente definito “avanguardia”. Il concetto di avanguardia non è sempre adoperato in maniera chiara e Crane ne fornisce una definizione, declinando il concetto al plurale:

Molti autori usano il termine per riferirsi quasi a ogni movimento artistico, mentre altri lo applicano solo ad alcuni tipi di movimenti, generalmente quelli che sono in opposizione ai valori sociali dominanti o alle convenzioni artistiche costituite. [...] Le avanguardie differiscono nei modi in cui esse sfidano le convenzioni artistiche stabilite e le istituzioni artistiche e sociali, e anche nell'intensità in cui lo fanno (Crane, 1992, trad. it. p. 157).

Le avanguardie, dunque, possono essere considerate come delle “agitazioni artistiche”⁹, delle tendenze oppostive nei confronti di un ordine culturale (ma anche sociale o politico) costituito proponendo nuovi stili e nuovi assetti simbolici e semantici. Tuttavia, come ogni forma di espressione artistica, anche le avanguardie hanno bisogno di essere riconosciute come tali e, perciò, necessitano del consenso da parte dei membri del loro mondo culturale. In altri termini «il contesto sociale in cui lo stile appare è cruciale per la sua percezione come un'avanguardia» (*ivi*, p. 158). Ciò vale anche per una specifica forma espressiva tipicamente urbana perché sorta proprio dallo spazio urbano: il *writing*. Le sottoculture del *writing* (o *graffiti*) mostrano apparentemente una certa indifferenza riguardo al bisogno di riconoscimento culturale. Esse sembrano non essere mosse da alcun intento comunicativo né da alcun desiderio di legittimazione, bensì dal solo bisogno di essere e di poter continuare ad esprimersi. Tuttavia, Crane definisce il mondo culturale dei graffiti come solidamente fondato sulla struttura a rete dei suoi membri e fortemente organizzato al suo interno. Infatti, riportando uno studio di Lachmann (1988) sulle attività dei *graffiti makers* di New York alla fine degli anni Settanta, Crane asserisce che:

Questi giovani pittori di colore svilupparono un sistema di apprendistato in cui i nuovi potevano apprendere le varie tecniche di pittura murale, e un sistema di *gatekeeping* in cui i pari valutavano reciprocamente il loro lavoro nei *writers' corners*, collocati nelle stazioni nodali del sistema della metropolitana di New York. Gli «angoli degli scrittori» servivano a mettere in comunicazione muralisti provenienti da quartieri diversi di una comunità o di un network di dimensioni cittadine. Era in questi ambienti che venivano attribuiti il prestigio e il riconoscimento¹⁰.

Tra le culture urbane, il *writing* sembra senza dubbio quella che più marcatamente mostra il proprio legame con l'ambiente urbano, in quanto forma di

⁹ Il termine “agitazione” è qui adoperato nel suo significato più diffuso all'interno del linguaggio comune, come di un'azione che irrompe in una situazione calma e ordinata, determinando l'alterazione o il sovvertimento degli elementi che la compongono.

¹⁰ I corsivi sono dell'Autrice.

espressioni le cui radici sono profondamente ancorate negli scenari metropolitani moderni. Per questo motivo, nell'ambito della ricerca sul campo che sarà presentata nella seconda parte di questo lavoro, una specifica attenzione è stata posta al *writing* e alle forme con cui i giovani napoletani vi si dedicano nel contesto metropolitano partenopeo. Pertanto, sembra opportuno chiudere questo capitolo dedicato alle sottoculture giovanili con un approfondimento di questa particolare forma subculturale che è il *writing*, dal punto di vista teorico e con qualche riferimento ad altre ricerche condotte in Italia su questo argomento.

3.3.1 I graffiti

Il *writing* può essere definito sostanzialmente come una tecnica pittorica attraverso la quale si disegnano “firme” e immagini su strutture del tessuto urbano, il più delle volte – ma non esclusivamente – mediante l'uso di vernici spray. Quest'attività, fortemente diffusa tra giovani e adolescenti, è molto spesso associata a fenomeni di vandalismo poiché, in molti casi, i *writers* operano in modo illegale e su superfici pubbliche senza alcuna concessione. Il graffitismo si compone essenzialmente di due attività distinte: la tecnica dello scrivere, in modi sempre diversi, il proprio nome d'arte (*tags*) e la pratica di disegnare immagini colorate e fantasiose (*masterpieces*), molto spesso ispirate alla tecnica del fumetto.

In quanto pratica che sconfinava frequentemente – e consapevolmente – nell'illegalità, i tentativi di spiegare la natura del graffitismo e le sue dinamiche, tendono spesso a identificarlo come espressione del disagio sociale o della marginalità urbana e culturale. In realtà, sebbene il *writing* abbia avuto origine nelle aree periferiche delle metropoli americane ad opera di giovani esponenti di minoranze etniche, nere e ispaniche in particolare (Austin, 2001), come spiegano Brighenti e Reghellin (2007, p. 369), autori di una ricerca sul *writing* nell'Italia nord-orientale, «il *writing*, nella sua diaspora mondiale, si è da tempo trasferito e inserito in contesti socioeconomici estremamente dissimili da quelli originari: i *writer* italiani degli ultimi due decenni non appartengono a minoranze etniche deprivate e senza prospettive». Il graffitismo, per i giovani attuali assume, dunque,

sempre di più i connotati di una scelta dettata dalla passione per il disegno e dall'attrazione per lo stile di vita e l'insieme di valori (il “capitale sottoculturale”) che accomunano i membri di tale sottocultura. La classe sociale e l'etnicità non sono più fattori caratterizzanti questi gruppi.

Come sottolinea Ilse Scheepers (2004) dunque, l'unico elemento strutturale unificante per gli adepti di questa particolare disciplina resta inevitabilmente lo spazio urbano:

So if graffiti writers can be from any social class, and are not more heavily represented in one race or another, what is the unifying factor that draws this subculture together? It is a factor which has been neglected in the majority of studies in graffiti, and indeed, is only finding currency within historical and sociological practices fairly recently. It is the forgotten factor of space.

La studiosa australiana sostiene che il rapporto tra i graffiti e lo spazio sia sostanzialmente di reciproca influenza: i graffiti incidono sulla riconfigurazione dello spazio urbano e quest'ultimo influenza la collocazione dei “pezzi” dei *writers*. La metropoli offre i suoi muri come moderne tele pittoriche e mostrandosi come luogo di ispirazione e, nello stesso tempo, di frustrazione per i writer. Questi ultimi, a loro volta, sostengono di contribuire a “costruire”, migliorare e rendere più vivibile la città e le sue strutture (Scheepers, 2004). In effetti, negli ultimi anni sembra essere cresciuto l'interesse da parte delle istituzioni pubbliche e private locali nei confronti della pratica dei graffiti soprattutto come strumento per la riqualificazione delle aree urbane degradate. In tal senso, aumentano nelle città i “muri legali”, cioè le strutture urbane concesse all'attività dei writer e, in certi casi, anche i “treni legali”, come nel progetto napoletano “Circumwriting” che nel 2004 ha visto l'azienda ferroviaria locale Circumvesuviana lavorare al fianco dei writer, storici “bombardatori” notturni dei treni. Questi aspetti appaiono molto interessanti per la sociologia perché conducono alla riflessione sulle dinamiche di legalizzazione e di riconoscibilità sociale di un'attività storicamente e comunemente considerata come deviante o situata ai margini della società. Soprattutto, questi mutamenti riguardo al ruolo “riqualificante” dei writer rispetto

alla città consentono di interrogarsi sui mutamenti interni alla sottocultura stessa. Cosa accade nella cultura del *writing* e nelle identità dei writer stessi quando la propria attività, quasi sempre notturna per evitare di essere arrestati dalle forze dell'ordine, da illegale si trasforma in socialmente riconosciuta, sancita dalla richiesta di graffiti su commissione e da una nuova visione del writer, investito di un ruolo importante come quello di contribuire a rendere più vivibile un quartiere della sua città? Le risposte non sembrano facili perché si tratta di un passaggio da due poli opposti come illegale *versus* legale, atto vandalico *versus* arte.

L'obiettivo di un writer è solitamente quello di acquisire notorietà nell'ambito della sua cultura mostrando le sue abilità agli altri writer e sfidandoli a produrre “lettere” o “pezzi” sempre più impegnativi e in poco tempo. Si tratta di un'attività spontanea fondata sull'idea di prevalere l'uno sull'altro, sfoderando le proprie capacità creative, cromatiche e prospettiche, ma senza alcun progetto né alcun intento comunicativo. L'obiettivo è diventare i migliori. Ciò non toglie che la cultura dei graffiti è pervasa al suo interno da un alto senso di rispetto reciproco e da un forte spirito collaborativo. Infatti, un aspetto sociologicamente molto interessante del *writing* consiste nella formazione di ciò che, nel linguaggio tipico del mondo dei graffiti, è detto *crew*. Una *crew* è un gruppo, una comunità di writer che si riconoscono intorno a stili e tecniche simili. Il più delle volte si tratta di piccoli gruppi di individui, provenienti spesso dallo stesso quartiere e uniti anche da un solido rapporto amicale, che tendono a operare insieme, lavorando collettivamente alla creazione dello stesso “pezzo”. Talvolta le *crew* possono costituirsi anche travalicando i confini urbani, tra individui operanti in città, regioni e, talvolta, nazioni diverse che si incontrano periodicamente nello stesso luogo in ciò che essi chiamano *jam*, cioè in sessioni di lavoro. In questo discorso, assumono un forte rilievo la rete Internet e lo sviluppo dei *social network*, attraverso i quali i writer possono confrontarsi con i pari e trasferire le immagini dei propri *piece* dal muro urbano al “mare” del Web. Inoltre, i piccoli e sconosciuti writer di quartiere possono creare contatti con altri writer più esperti e famosi, incrementando il proprio capitale sociale e le possibilità di confronto, di crescita tecnica, e di lavoro. Le tecnologie digitali e il web favoriscono la

costituzione di gruppi di lavoro tra individui molto distanti tra loro e creano un sapere distribuito che si trasforma in una creatività diffusa e connotata dallo scambio e dall'interazione.

Il prossimo capitolo intende approfondire i contributi più significativi nell'ambito dello studio delle culture urbane, a partire dalla città che, nella visione postmoderna, ha suscitato grande interesse in sociologia, soprattutto per quel che concerne l'incontro e la convivenza di culture differenti nelle moderne metropoli. A partire dalle riflessioni sull'attuale complessità culturale urbana e sul *métissage*, si tratterà la creatività come risorsa “con-testuale” per approfondire, infine, l'evoluzione delle tecnologie digitali, della rete Internet e dello sviluppo dei *social network*, nonché le nuove configurazioni che tali tecnologie hanno determinato nelle sfere del sapere, della cultura e dell'arte nel contesto *glocale*.

Capitolo 4. Contaminazioni e creatività nella città globale

4.1. La complessità culturale urbana

La lunga e articolata tradizione dei cultural studies ha consentito, rispetto al passato, una rinnovata attenzione al rapporto tra sapere e società, tra i sistemi di potere e le pratiche culturali e ai loro intrecci con la dimensione politica ed economica. Sebbene l'approccio dei cultural studies appaia suscettibile di critica proprio per l'eccessiva enfasi sulle dinamiche di potere e per la riduzione della complessità sociale alle sole differenze di classe, in accordo con Fluck (2002) è possibile attribuire agli studi culturali britannici e americani il merito di aver indicato due importanti direzioni per la ricerca scientifica del Novecento: infatti, i cultural studies promuovono, anzitutto, una rottura delle tradizionali barriere che dividevano la cultura cosiddetta "alta" dalla cultura popolare o di massa, convogliando principalmente su quest'ultima l'attenzione scientifica; inoltre, emerge una particolare attenzione ai fatti estetici non intesi in maniera astratta o isolata ma considerati come fatti sociali immersi nelle pratiche della vita quotidiana. In tal senso, il contesto acquista la specifica valenza di elemento nodale e l'arte assume la configurazione di *contested field* cioè, come afferma Patella (2005, p. 67), «un campo conteso di percezioni, esperienze, *life styles*, giudizi, valori, che articolano pratiche culturali, ricerche di significato, processi di identificazione individuale e collettiva su uno sfondo fortemente dinamico in cui risuonano i conflitti politici e sociali del nostro tempo».

L'attenzione al contesto nell'ambito dei cultural studies appare forse in maniera più definita e marcata nella tradizione americana dove la metropoli rappresenta il

contesto prioritario per lo studio delle minoranze e delle devianze. Il contesto – sia che si tratti di una città, di un quartiere, di una scuola o di un reparto in un ambiente di lavoro – è spesso trattato come uno sfondo, cioè come un panorama generico esterno al focus di indagine e dato per scontato. In ciò, Grossberg (1989) individua il primo dei principali limiti di una sociologia eccessivamente circoscritta all'oggetto di indagine e quindi poco attenta alle più ampie dinamiche in cui il focus di studio si costituisce nel – e *con* il – contesto:

il compito del critico culturale è (ri)costruire, attraverso il proprio lavoro intellettuale, il contesto che sta studiando e il modo di collocarsi in esso. Cioè, il “locale”, come il “concreto” di Marx, è il punto di arrivo, e non il punto di partenza della ricerca (Grossberg, 1989, trad. it. p. 70).

Inoltre, anche il contesto del proprio oggetto di ricerca dovrebbe essere trattato come parte di un ulteriore contesto più ampio in cui si articolano le dinamiche che incidono al livello locale. Sarebbe, dunque, preferibile – spiega Grossberg (*ibidem*) – considerare il contesto come un sistema di forze che si estende “verticalmente” in più gradi di astrazione. Ognuno dei diversi livelli contestuali presenta delle caratteristiche che incidono sulla realtà specifica che si intende analizzare e proprio attraverso quest'ultima si esplicano, manifestandosi allo sguardo analitico del ricercatore. Per questi motivi, sembra indispensabile partire dalle forze dinamiche globali che interessano le culture nel momento storico attuale, per poi scendere attraverso i diversi gradi di astrazione e giungere allo specifico contesto urbano e sociale e, da qui, al particolare ambito culturale – l'oggetto dell'interesse dello studioso – in cui è possibile rintracciare le risultanti delle molteplici articolazioni contestuali.

Il concetto di *glocalizzazione* coniato da Robertson (1992) racchiude l'idea che la globalizzazione, intesa nel suo senso più ampio, incorpora in sé i localismi determinando la compenetrazione di due processi solitamente opposti: l'omogeneizzazione e l'eterogeneizzazione. Da un lato, i tratti culturali locali sono assorbiti dalle tendenze globalizzanti, dall'altro lato queste ultime si traducono a livello locale attraverso processi di ri-locazione differenti da luogo a luogo. Le

due tendenze apparentemente contrapposte appaiono, così, simultanee, complementari e interdipendenti (Hermans-Kempen, 1998). In questo quadro multidimensionale si colloca il concetto di “complessità culturale” proposto da Ulf Hannerz (1992) il quale, in modo non molto dissimile da Berger e Luckmann (1966), opera una distinzione tra tre fondamentali dimensioni della cultura, fortemente interrelate, dalla cui articolazione è possibile comprendere quanto la cultura sia suscettibile delle dinamiche globali. La prima dimensione è rappresentata dalle idee e dai modi di pensare e include concetti, valori, operazioni cognitive e mentali in genere; una seconda dimensione è costituita dalle forme di esternalizzazione, cioè dai modi in cui le idee e i modi di pensare sono oggettivati e resi accessibili; infine, la distribuzione sociale è il processo in cui le idee e i modi di pensare, nelle loro forme oggettivate, sono trasmessi e diffusi nella società andando a costituire nuove idee e nuovi modi di pensare interiorizzati. La tecnologia e i media, come si vedrà più in dettaglio nei prossimi paragrafi, contribuiscono alla continua articolazione delle tre dimensioni suddette e, quindi, all'accrescimento della complessità culturale. Il loro ruolo si esplica soprattutto nella seconda e nella terza delle dimensioni, cioè nei processi di oggettivazione e di distribuzione (e conseguente interiorizzazione) degli oggetti e delle pratiche culturali.

Tra culture diverse si creano, dunque, delle nuove “zone di contatto” (Appadurai, 1990) in cui il “locale” si traduce in “translocale” comportando una sempre maggiore deterritorializzazione della cultura. Tali zone di contatto – i cui confini non sono abbattuti ma caratterizzati da una forte permeabilità – costituirebbero ciò che Chambers (2001) ha definito “terzo spazio” (v. par. 3.3), un luogo astratto in cui dalla commistione reciproca di culture diverse a contatto si determinano nuove forme culturali. Il discorso sulle culture diverse, e sulle commistioni che si innescherebbero dal loro incontro, introduce anche la questione delle identità in reciproco contatto e delle loro trasformazioni in ciò che Malinowski (1940) – riguardo all'articolazione tra una cultura europea e una cultura africana – definisce, mediante un latinismo, *tertium quid*, cioè il risultato della situazione di totale contatto costituito da pratiche, valori, istituzioni e norme

né interamente europee né meramente africane, ma una nuova configurazione inedita e distinta dalle culture da cui ha avuto origine. Dunque, in un'era in cui i movimenti migratori e la circolazione globale dei saperi e delle pratiche mediate da Internet incrementano il grado di complessità culturale a livello locale definendo scenari e configurazioni culturali sempre nuove, lo studio delle culture in contesti specifici non può essere sviluppata secondo i criteri dell'assimilazionismo o del multiculturalismo che trattano le culture in reciproco contatto come unità discrete e separate, ma secondo un apparato concettuale che si fonda sul criterio di *interculturalità*. Come sostiene Licari (2010, p. 5), ogni nuovo prodotto interculturale «sarà un prodotto semplicemente altro, un'altra cultura, che, tuttavia, sarà più ricca e più complessa dei suoi precursori. Avremo individui che parlano più lingue, che hanno contatti con diversi paesi, che sentono di avere diverse identità e di appartenere a diverse culture».

Le dinamiche così delineate appaiono più evidenti a livello locale e soprattutto nella città moderna, luogo di scambio e crocevia di culture in continuo mutamento e mai definitivo¹, dove la vita quotidiana e i rapporti sociali si delineano secondo forme dinamiche dell'esperire, inteso nell'accezione simmeliana di *Erlebnis* (Simmel, 1903), di esperienza vissuta, frammentaria e mutevole. Le intuizioni di Simmel e di Benjamin sembrano accentuarsi nella città postmoderna che, secondo Harvey (1989, p. 83) si configura come «un sistema anarchico ed arcaico di segni e simboli», una città in cui l'eterogeneità culturale e il mutamento rappresentano una condizione permanente, un tratto inequivocabile della “città-bricolage” (Amendola, 1997) in cui il *bricoleur* lèvistraussiano è la città stessa che incorpora, fonde e amalgama i tratti delle culture che la attraversano, alimentando un continuo *melting pot* di valori, stili, simboli e pratiche quotidiane.

¹ Il riferimento qui è al concetto di “non definitività” che, insieme al concetto di “porosità”, è espresso da Benjamin (1924) in riferimento a Napoli e alle moderne metropoli in generale.

4.1.1 La cultura e l'arte dal melting pot al métissage

La realtà urbana contemporanea sembra permeata di quella “porosità” descritta da Benjamin (1924) in cui il contagio e l'ibridazione di esperienze e di culture differenti si traducono in una apparente disintegrazione dei confini entro i quali le culture si mostrano nei loro tratti distintivi e peculiari. Tuttavia, uno sguardo più preciso alla realtà concreta delle città attuali rivela, nello specifico ambito urbano come a livello nazionale, uno scenario misto di omogeneità e differenze, in cui la commistione culturale e i fenomeni di particolarismo coesistono all'interno delle stesse mura. La difesa delle identità delle minoranze etniche, la tutela della propria “alterità” e la rivendicazione dei diritti da parte di specifiche categorie sociali distinte in base all'età, alla condizione economica, alle preferenze sessuali mostrano la tendenza a preservare e ad alimentare le differenze. Come sostiene Crespi (2006, p. 199), ciò sarebbe dovuto all'accresciuto senso di incertezza che la modernizzazione e le tendenze globalizzanti avrebbero determinato a livello nazionale e locale:

Il rinnovato interesse per la difesa della propria particolare identità culturale sembra possa essere ricondotto [...] al fatto, da un lato, che, essendosi affievolite, a causa del fenomeno della globalizzazione, le appartenenze di tipo nazionale o comunitario [...], gli attori sociali sono portati a cercare forme di identità più immediate, connesse direttamente alle loro origini locali o etniche, o ai gruppi e alle categorie che sentono come più affini. Come hanno mostrato alcune ricerche, sono spesso le persone più motivate a entrare a far parte delle dinamiche proprie dei livelli più avanzati della modernizzazione, che ricorrono a identificazioni tradizionali, più rassicuranti in un mondo frammentato e privo di orientamenti certi.

Come si è detto, l'ibridazione comporta la comparsa di nuove configurazioni culturali e nuove forme di sviluppo delle identità culturali. Nella modernità tutte le tradizionali dicotomie sono superate: passato *versus* presente, globale *versus* locale, cultura d'élite *versus* cultura di massa. Tuttavia, questi processi non escludono la formazioni di nuove differenze e di nuove egemonie. Riguardo all'arte Tota (2002), citando Canclini (1989), sostiene che l'ibridazione non

andrebbe considerata, in modo semplicistico, come un processo di livellamento delle differenze in grado di produrre uguaglianza ed omogeneità. Al contrario, si tratterebbe di:

non più mera poetica delle molteplici scritture e dei numerosi codici dell'arte, bensì rinnovata forma politica dell'esclusione. Se da una parte essa [l'ibridazione] rappresenta effettivamente la rottura innovativa dei margini, la ridefinizione continua di ogni forma di “symbolic and cultural boundaries” (Lamont-Fournier, 1992), dall'altra costituisce anche la nuova forma, poetica ed estetica ad un tempo, attraverso cui articolare i contenuti ideologici delle classi dominanti (Tota, 2002, p. 92).

Prescindendo dai discorsi impostati sui rapporti di dominio, potere o egemonia, sembra possibile concludere, in accordo con Bottazzi (1994), che la globalizzazione e, quindi, la diffusione del modello occidentale di società a livello mondiale, abbia universalizzato anche l'idea del diritto di ciascuno alla propria particolarità. In questo scenario, in tempi relativamente recenti, si è sviluppato il dibattito sul “multiculturalismo” che ha posto l'accento sulla compresenza di culture diverse in uno stesso luogo, alimentando la ricerca dei principi per la convivenza fondata sull'uguaglianza e sul reciproco riconoscimento².

Il concetto di multiculturalismo, particolarmente diffuso negli ambienti dei *cultural studies*, partendo dal riconoscimento delle differenze si pone a superamento del modello del *melting pot* culturale che negli anni Cinquanta proponeva l'idea della fusione di culture diverse in un'unica cultura comune (Crespi, 2006). Tuttavia, soprattutto per quanto riguarda l'arte e la sua carica “comunicativa” – intesa nel senso originario del termine che, nelle sue radici etimologiche, indica il “mettere in comune” – sembra spesso adottato un modello di analisi fondato sul concetto di *métissage* culturale. Al concetto di “meticcio”, studiosi come Gruzinski (1999; 2008) e Laplantine e Nouss (1997; 2001) hanno dedicato numerose pagine. Gli studi sul *métissage* sono sorti nell'intento di mettere in discussione l'idea della differenza fra le culture intese come separate e

² Come evidenziato da Crespi (2006), non è un caso che tale dibattito abbia trovato un fertile luogo di sviluppo soprattutto negli Stati Uniti d'America, in cui l'elevato grado di eterogeneità culturale ed etnica entro i suoi confini ha richiamato l'attenzione della scienza e della politica intorno alle questioni della convivenza pacifica e del reciproco riconoscimento delle alterità.

discontinue promuovendo, invece, il principio dell'indistinzione e, quindi, del “meticcio culturale”.

L'arte, in particolare, si presenta come un naturale laboratorio del meticcio culturale. Come afferma Contini (2009, p. 2), si tratta di «uno spazio in cui i *metissages* si realizzano in modo esemplare, fornendoci la possibilità di assistere al loro formarsi e al loro nascere; uno spazio, quindi, in cui tali processi diventano osservabili nelle loro molteplici sfaccettature, sfuggendo a una caratterizzazione riduttiva e/o prettamente negativa per mostrarci anche il loro potenziale di fecondità, originalità, creatività». A differenza degli studi sul multiculturalismo, il modello del *métissage* propone l'idea di una società *interculturale* in cui i rapporti tra le culture e i gruppi sono fondati sulla contaminazione e sullo scambio reciproco. Secondo questo modello, non si potrebbe parlare di forme culturali “pure”, poiché ogni cultura è “plurale” in sé, cioè a sua volta frutto di incontri tra culture diverse nella storia. Da questo punto di vista, il principio del *métissage* sembra ricondurre la cultura e l'arte al concetto già formulato da Malinowski di *tertium quid* e alla formulazione del “terzo spazio” di Chambers (1985). Quest'ultimo, in particolare, rintraccia nella città, con i suoi “ritmi urbani”, il luogo in cui la commistione culturale è materia fertile per l'innovazione e la creatività.

Nel prossimo paragrafo si approfondirà il tema della creatività, nelle diverse accezioni in cui il termine è trattato nella letteratura scientifica, con una specifica attenzione ai più recenti contributi sociologici che hanno analizzato la creatività come risorsa innovativa che lega l'azione individuale alle dinamiche contestuali in un rapporto di reciproca dipendenza.

4.2. La creatività come risorsa 'con-testuale'

Prima di interrogarsi sulla creatività è necessario anzitutto definire i contorni semantici in cui il termine è adoperato. In ambito sociologico, su un piano più astratto, il concetto di creatività può essere definito come una risorsa sia individuale sia collettiva che, a partire dall'attività degli attori sociali (individui o gruppi di individui) in un dato territorio, conduce all'introduzione nella società di nuovi oggetti culturali (prodotti, strumenti, comportamenti, valori ecc.) destinati alla collettività. Da questo punto vista, la creatività appare come una qualità umana che si esplica mediante un processo e si rapprende compiutamente in una nuova forma culturale. Il suo potenziale è dinamico perché comporta una transizione, un passaggio a un nuovo ordine (Melucci, 1994). È evidente, dunque, la stretta correlazione alle coordinate spazio-temporali in cui la creatività si manifesta. La creatività è inevitabilmente legata al luogo e si nutre dell'*humus* storico e sociale contingente. Inoltre, in quanto capacità umana, può esprimersi in ogni settore del vivere collettivo e racchiude in sé la possibilità di intervenire nel momentaneo equilibrio sociale introducendovi il germe del mutamento.

Nella sua accezione romantica, prevalente nel pensiero moderno fino al XX secolo, la creatività era indissolubilmente connessa all'arte e alle doti non comuni del genio o dell'inventore. Dunque, i contorni ontologici e semantici dell'attività creativa erano definiti prevalentemente in base alle categorie psicoanalitiche della follia, dell'estro, dell'alienazione mentale (Kris-Kurz, 1934). Nella post-modernità, invece, il potenziale creativo è assunto come specifica qualità umana, insita in ogni individuo e in grado di poter essere coltivata, nutrita e sviluppata sia nella dimensione individuale (rientrano in quest'ambito le prassi pedagogiche ed educative volte a incoraggiare la creatività nel percorso di crescita dei bambini e degli adolescenti) sia nel più ampio contesto sociale di riferimento (è il caso, ad esempio, delle politiche culturali che trattano la creatività come risorsa di sviluppo locale e nazionale o delle recenti riflessioni in ambito accademico intorno al tema

delle città creative³).

Uno dei modi di definire la creatività, seguendo l'approccio cognitivista, consiste nel considerarla come una specifica capacità di *problem solving*. In quest'ottica, essa si svincola del tutto dalla concezione romantica del genio con le sue doti straordinarie per acquisire, invece, i tratti del *know how*, cioè della capacità operativa e di un agire – si potrebbe asserire weberianamente – razionale e strategico nonché orientato a uno scopo preciso: la soluzione a un problema. Secondo questa specifica accezione, la creatività è intesa in senso procedurale, cioè come un processo costruito lungo passaggi intermedi. Su questo punto sembra particolarmente utile il contributo di Melucci (1994, p. 18) che afferma:

La soluzione di problemi non implica processi di pensiero straordinari e non rinvia a meccanismi inconsci profondi, ma deriva dalla capacità di creare una connessione tra una serie di passi intermedi che si basano sulle conoscenze e informazioni disponibili. Essa richiede abilità di tipo operativo che riguardano come il problema viene costruito, come i passaggi successivi vengono legati gli uni agli altri, come si raccolgono le informazioni.

Si tratta di una concezione della creatività particolarmente diffusa nei contesti organizzativi e aziendali, dove la capacità di *problem solving* è considerata una componente fondamentale delle attitudini manageriali e della gestione d'impresa e che, secondo Simon (1986) si fonda su tre condizioni generali: l'essere preparati e pronti a cogliere le opportunità del momento; essere esperti e competenti nel proprio settore; e rischiare, perché è nel rischio che si compie il potenziale dinamico e strategico della creatività. Tuttavia, come osserva Maitland (1976, p. 401): «not all creativity can be reduced to creative problem solving. Perhaps most artistic creativity involves both creative problem solving and creative performance. However, I wish to argue that fundamentally creativity in the arts is creative performance».

Trattando il campo dell'arte, Maitland pone l'accento sulla dimensione espressiva e comunicativa della creatività piuttosto che sui tratti utilitaristici del *problem solving*. Indubbiamente, anche un artista, nel corso della propria attività,

³ Su tali riflessioni e sull'interesse sempre crescente intorno alla creatività come risorsa strategica per lo sviluppo urbano, si veda il sottoparagrafo 4.2.1.

si trova a dover fronteggiare molti problemi pratici cui trovare rapidamente risposta per potersi garantire, ad esempio, le opportunità di lavoro oppure le *location* per l'esposizione delle opere d'arte o per la messa in scena di uno spettacolo. Ma la creatività di un artista non si esaurisce in questi passaggi: risolti i problemi logistici e burocratici, la creatività artistica si esprime pienamente in ciò che Maitland chiama *performance*, sia che si tratti di una esecuzione dal vivo o dell'esposizione di un'opera d'arte. Con il termine *performance* si specifica la natura dinamica e processuale dell'arte, poiché l'“arte” non è riducibile al prodotto dell'attività artistica ma è, invece, «a way of doing things» (*ivi*, p. 402), un “modo di fare le cose”. In tal senso, anche l'opera d'arte andrebbe considerata come il prodotto finale del processo artistico, un oggetto che incorpora nella sua forma lo specifico “modo di fare”, cioè la *performance* creativa sviluppata dall'artista. In quest'ottica, l'opera d'arte non è l'unico elemento da valutare e interpretare per rintracciare la qualità artistica e i tratti creativi del suo autore: è necessario risalire al processo creativo che dall'ispirazione conduce a un'idea e poi a un progetto e, per finire, al prodotto che è soltanto l'ultimo anello di una lunga e complessa catena. Più che soffermarsi sull'oggetto d'arte nella sua dimensione estetica oppure tentare di rintracciare un messaggio comunicativo più o meno esplicito – laddove sia previsto dall'artista – lo studio della creatività imporrebbe di compiere un passo ulteriore verso il processo di creazione, in cui individuare l'intero sistema composto di idee, progetti, difficoltà, rinunce, modifiche ecc. Un intero mondo fatto di azioni, reti sociali, atteggiamenti, valori e comportamenti che restano invisibili, nascosti nel “backstage” ma che formano, insieme alla “scena”, cioè a ciò che effettivamente vediamo, l'opera nella sua completezza. Parafrasando McLuhan (1964), si potrebbe dire “l'opera d'arte è il messaggio”, o forse è la sua bottiglia, l'oggetto esteriore dentro il quale si dispiega il contenuto della creatività.

Nel definire la creatività, Santagata (2004, p. 6) ne sottolinea il carattere pubblico. La sua natura immateriale e intangibile «implica che occorre osservarla in un supporto materiale, il quale la contiene e la rivela. Può trattarsi semplicemente di un pezzo di carta su cui fermare idee, disegni e forme; può trattarsi di un oggetto più complesso che presenta una funzione creativa». Ma ciò

che sembra più rilevante è il fatto che mentre il supporto materiale – un'opera d'arte o qualsiasi altro prodotto della creatività umana – può essere un bene privato, può essere venduto, acquistato, ceduto o convertito in moneta, «la creatività per se e la creatività incorporata in un oggetto sono beni pubblici, caratterizzati da non rivalità nel consumo e bassi costi di esclusione» (*ibidem*).

Infine, è possibile pensare al rapporto tra creatività e contesto nei termini con cui Bourdieu (1979) adoperava il concetto di “campo”, ponendo in risalto la natura interna conflittuale e competitiva tra le diverse forze che vi si dispiegano. Il campo dell'arte si compone di simboli, convenzioni, istituzioni, organizzazioni, idee e strutture: si tratta dello «spazio con cui si costruisce la funzione sociale dell'artista» (*ivi*, p.7).

Melucci (1994) introduce tre dimensioni lungo le quali è possibile considerare il contesto in rapporto alla creatività. Una prima dimensione riguarda i “percorsi di accesso” e di formazione alla professione creativa. In tal senso, per quanto riguarda l'arte soprattutto in Italia, sembra opportuno evidenziare che le strutture per l'educazione e la formazione artistica mostrano una tendenza prevalentemente conservatrice, scarsamente incline a creare le condizioni per la riproduzione e la disseminazione del sapere – e del “saper fare” – creativo. Una seconda dimensione è costituita dalle “condizioni organizzative” e quindi dall'insieme di risorse, strutture e vincoli che alimentano o limitano l'attività creativa. Per finire, un'ultima dimensione è costituita dallo spazio di “validazione”, in cui si collocano i criteri, i valori condivisi e i processi che consentono il riconoscimento o al misconoscimento dei prodotti e delle attività creative. Le dimensioni delineate da Melucci consentono di limitare l'intero spazio sociale in aree di analisi entro cui esaminare tutte le componenti che giocano un ruolo determinante nello sviluppo della creatività. Se applicate alla città, tali dimensioni rivelano gli ambiti in cui la creatività si sviluppa come risorsa collettiva, in grado di favorire lo sviluppo del territorio urbano. È quanto concerne la recente definizione di “città creativa”.

4.2.1 La città creativa

Negli ultimi vent'anni, il concetto di “creative city” si è notevolmente diffuso nel dibattito accademico, attirando l'attenzione di sociologi, economisti, urbanisti e *policy makers* che, pur partendo da punti di vista diversi e sviluppando percorsi e approcci differenti, condividono generalmente l'idea positiva e progressista insita nel concetto stesso. Con il termine “città creativa”, infatti, ci si riferisce agli ambienti urbani connotati da un elevato tasso di creatività diffusa, intesa come risorsa strategica per lo sviluppo locale e per la competizione urbana sul piano nazionale e internazionale. Tra i diversi approcci di studio che si soffermano sulle città creative, Niessen (2007) individua due correnti principali: una, prevalentemente di taglio economista, concentrata sullo sviluppo delle industrie creative, l'altra focalizzata invece sulle strategie di *policy making* per pianificare le azioni di sviluppo urbano.

Tra i contributi che, negli ultimi anni, hanno avuto un'eco maggiore nel dibattito internazionale sembra inevitabile menzionare l'economista americano Richard Florida (2002; 2005). A lui si deve la definizione di “classe creativa” inteso come il capitale umano professionale che produce in ambiti collegati alla creatività l'intero capitale sociale ad esso connesso. Rientrano in questi campi gli artisti, gli architetti, gli imprenditori discografici e teatrali, critici e così via, ma anche giornalisti, ricercatori e professionisti: in generale, si tratta di tutte quelle figure professionali che operano nel settore della creatività e dell'insieme di ciò che Becker (1982) definirebbe “il personale di supporto” al lavoro creativo. Secondo l'approccio di Florida (2002) le *creative cities*, fornendo le strutture e gli strumenti per lo sviluppo del lavoro creativo, attraggono la classe creativa che, in tal modo, produrrebbe creatività e sviluppo economico alimentando un circolo virtuoso e un tipo di creatività diffusa e auto-riproduttore. Inoltre, le condizioni fondamentali per lo sviluppo creativo delle città andrebbero rintracciate nelle note 3 T: Talento, Tecnologia e Tolleranza (Florida, 2005). Il primo elemento, il talento, è considerato come una sorta di “densità” della popolazione creativa sul totale della forza lavoro e della popolazione di un territorio urbano. Con gli altri

due elementi, invece, si fa riferimento al grado di “apertura” della città allo sviluppo tecnologico e alla convivenza con le minoranze in genere (siano esse etniche, sessuali e così via).

Secondo l'approccio più diffuso, dunque, per poter intraprendere e percorrere la strada della competitività, le città dovrebbero implementare la creazione di infrastrutture urbane, attraendo così la classe creativa e il loro potenziale produttivo entro i confini urbani. Tuttavia, come sottolinea Grandi (2010, p. 1042), in questo modo le città «rischiano di subire processi di *gentrificazione*, causati da scelte di rigenerazione urbana incentrate su politiche di investimento immobiliare che modificano radicalmente il contesto sociale del territorio sia in relazione al passaggio dai vecchi ai nuovi residenti sia alla scomparsa di edifici culturalmente rilevanti per l'identità del territorio»⁴. La *gentrificazione* è, infatti, un processo che può conseguire alle politiche di riqualificazione dei quartieri degradati del centro urbano e comporterebbe l'insediamento di inquilini della classe media (in inglese *gentry*, appunto) in sostituzione degli abitanti originari delle classi inferiori, destinati alle zone più periferiche, aumentando «i rischi sociali derivati da processi di ghettizzazione urbana» (*ibidem*).

In un suo volume più recente, Florida (2008) propone un superamento del modello strutturale delle 3 T, dando un taglio più psicologico alle sue teorie. Le nuove condizioni proposte dall'economista americano, infatti, ruotano intorno a concetti come “coscienziosità” (*conscientiousness*) e “piacevolezza” (*agreeableness*), fondamentali per lo sviluppo di una “personalità urbana” in grado di attrarre la classe creativa.

Non sembra possibile approfondire qui i discorsi sulle città creative sia perché ciò richiederebbe uno spazio adeguato per esplorare i molteplici aspetti su cui si sono soffermate le teorie socioeconomiche più significative e le numerose critiche che da più parti si sono sollevate nel relativo dibattito, ma soprattutto perché inoltrarsi negli aspetti legati all'organizzazione infrastrutturale urbana e alle strategie economiche e politiche della città non rappresenta uno dei principali interessi della presente ricerca, il cui *focus* è invece posto sui processi culturali e

⁴ Il corsivo è dell'Autore.

artistici in un contesto locale. Tuttavia, si è scelto di proporre qualche accenno di tali teorie per sottolineare la crescente attenzione nel panorama intellettuale verso le tematiche della creatività intesa come risorsa strategica per il perseguimento del benessere non solo individuale ma anche collettivo. In tal senso, emerge anche in queste righe il ruolo rilevante delle tecnologie nelle dinamiche culturali e creative, in particolare nella continua ridefinizione dei rapporti sociali che si configurano come spazi fluidi fondati sulla logica della rete, sulle connessioni e sui “contatti” reciproci di interscambio comunicativo e simbolico. Come si vedrà nelle prossime pagine, il capitale sociale supportato dalle nuove tecnologie di massa e dalla rete Internet hanno prodotto significativi mutamenti nei campi artistici e nei rapporti di produzione e di disseminazione del sapere creativo, riconfigurando anche il valore ontologico e la carica semantica dell'opera d'arte nel contesto *glocale*.

4.3. Arte e new media

L'evoluzione tecnologica e i più recenti sviluppi della comunicazione in Rete hanno prodotto significativi mutamenti nei processi di produzione e di fruizione degli oggetti culturali e, più in generale, nel rapporto tra la sfera individuale e privata e la dimensione collettiva e partecipativa. Con la cultura della convergenza (Jenkins, 2006), si configura un nuovo spazio in cui i media di massa e i media digitali confluiscono in un processo di “ri-mediazione” (Bolter-Grusin, 1999) di interfacce comunicative e di contenuti propri tanto degli *old* quanto dei *new media*. Si tratta anche di una cultura co-prodotta sia attraverso scambi comunicativi orizzontali e simmetrici in cui l'interazione con l'altro avviene su un piano di parità (*peer to peer*), sia mediante processi di distribuzione verticale dei contenuti culturali che da un centro si irradiano verso una moltitudine di utenti.

Si delinea uno scenario comunicativo complesso che cambia e si trasforma al mutare della tecnologia stessa, ridefinendo i contesti, le forme e i contenuti semantici delle interazioni tra gli individui. Le *community on line* favoriscono nuove forme di coinvolgimento della dimensione emotiva e cognitiva. Dallo

scambio delle informazioni e dei dati si è passati alla condivisione delle esperienze di vita nei *social network*. Inoltre, gli spazi di interazione in Rete offrono l'opportunità di creare nuovi luoghi di collaborazione e di condivisione dei saperi individuali (Lévy, 1994). Dunque, se la prima generazione di computer forniva la possibilità di veicolare informazioni e dati, consentendo l'accumulazione e la conservazione della conoscenza, i nuovi scenari delineati dallo sviluppo Rete consentono un passo ulteriore a vantaggio dell'individuo come attore culturale: esse offrono sempre più ampi spazi di interazione e di partecipazione, producendo nuove forme di creatività e di condivisione. Un ulteriore elemento di riflessione riguarda anche le nuove forme di socialità mediate dalla Rete che, pur non sostituendo del tutto le tradizionali pratiche di socializzazione, sembrano rafforzare costantemente il proprio ruolo complementare ad esse (Crespi, 2006).

Nel quadro più generale dei processi culturali, una specifica attenzione è qui rivolta alle nuove forme di creatività artistica favorite dallo sviluppo della cultura partecipativa *online* e caratterizzate dalla diffusione del *user-generated content*. I confini tradizionali tra le categorie “produttore”, “fruitore” e “prodotto” appaiono progressivamente dissolti, favorendo la nascita di attori e di oggetti culturali dalle caratteristiche inedite. Ogni individuo posto davanti al suo computer è un soggetto “glocale” (Robertson, 1992), un *world wide self*, un “io” immerso nel mondo, le cui azioni si intersecano e si confondono con quelle di migliaia di altri individui che hanno accesso alle stesse risorse – potenzialmente infinite – e agli stessi contenuti.

L'evoluzione tecnologica dei mezzi di comunicazione comporta dei mutamenti nelle forme di azione e di interazione sociale e il sorgere di nuovi tipi di comportamento individuale e collettivo trasformando, al tempo stesso, la struttura spaziale e temporale all'interno della quale si collocano i processi sociali e culturali. I *new media*, l'evoluzione digitale e i processi di convergenza e multimedialità, hanno modificato le forme di consumo culturale ed hanno notevolmente ampliato le possibilità di produzione e distribuzione della cultura, ponendosi come elementi attivi nei rapporti tra i soggetti sociali e tra questi ultimi

e i prodotti culturali. Come afferma Joseph Sassoon (2000, pp. 136-137),

l'etichetta “new media” copre [...] altri processi, in grado di riflettersi in problemi e trasformazioni di portata ancor più sconcertante, che gli studiosi stanno sforzandosi con qualche affanno di inquadrare e valutare: la creazione di nuovi divari culturali, cognitivi, economici, sociali tra differenti componenti sociali di ogni nazione e tra le diverse nazioni; la ridefinizione del concetto di “comunità”, che per la prima volta nella storia tende a perdere ogni radicamento localistico per affermarsi in ambienti del tutto artificiali; le spinte al livellamento orizzontale dei ruoli e delle funzioni, cui si aggiungono possibilità inedite di partecipazione democratica e civile; le aperture all'iniziativa mediale degli individui, oggi assai meno svantaggiati dagli oneri (prima proibitivi) necessari per attivare processi comunicativi su larga scala; le trasformazioni profonde sperimentate da intere industrie che tendono a trasmigrare on line – come ad esempio quella musicale – con notevoli vantaggi per i consumatori [...]; la radicale ridefinizione dei vincoli di tempo e di spazio, portati a soglie bassissime e intrinsecamente modificati; nonché, a livello più generale, l'erosione progressiva del reale ad opera dell'universo dei segni e dei mondi virtuali.

L'evoluzione tecnologica e i mutamenti avvenuti sul piano comunicativo e su quello dei rapporti sociali in generale in seguito allo sviluppo della tecnica digitale hanno inciso notevolmente anche nelle dinamiche creative e nei mondi dell'arte, comportando la definizione di nuovi scenari inediti in cui si riflettono le caratteristiche ibride e liquide della postmodernità. Un concetto, quest'ultimo, che come si vedrà nelle prossime pagine, in realtà si rivela ancora una volta inadeguato nell'indicare la complessità della realtà scandita dal ritmo veloce e mutevole della Rete.

4.3.1 I processi creativi nel 'villaggio globale'

Con le trasformazioni introdotte dai *new media*, nuovi interrogativi investono le scienze sociali ed emerge la necessità di ridefinire e di ricondurre ad un livello più astratto molti dei concetti già consolidati in ambito sociologico, affinché possano essere applicati ad una più ampia varietà di fenomeni (Geser, 2002). Il passaggio dai vecchi ai nuovi media è segnato dalla messa a punto della tecnica di digitalizzazione che, come ricorda Lev Manovich (2001, trad. it. p. 47), consiste nella «conversione dei dati continui in una rappresentazione numerica» in modo tale da consentire la conservazione, la manipolazione e la trasmissione dei contenuti culturali con gli stessi mezzi tecnologici e con le stesse procedure di programmazione. Tradotti in un unico linguaggio – quello binario, costituito da una successione di 0 e 1 – gli oggetti culturali, originariamente basati su codici diversi (testi, immagini, suoni, video ecc.), possono essere “letti” ed elaborati da un unico strumento, il computer. Al di là degli aspetti tecnici, la digitalizzazione rappresenta un nuovo linguaggio che conduce ad una inedita dimensione comunicativa e implica la comparsa di nuovi soggetti nella comunicazione: «Un intero nuovo contesto emergerà dalla nuova realtà digitale; nuovi attori, nuovi modelli economici e, verosimilmente, un insieme di piccole imprese, fornitrici di informazione e intrattenimento» (Negroponte, 1995, cit. in Bettetini *et al.*, 2001, p. 81). Il mutamento, dunque, non è soltanto nelle modalità di elaborazione e di gestione dell'informazione ma, come afferma De Carli (1997, p. 117), «è la natura stessa dell'informazione che muta».

Una delle più interessanti conseguenze di questo processo riguarda la possibilità che le nuove tecnologie informatiche offrono a qualsiasi soggetto che possieda gli strumenti tecnici adeguati – e le competenze che essi richiedono – di intervenire nella costruzione e nella manipolazione degli oggetti culturali digitali. Su questo aspetto, Lévy (1994) opera una distinzione tra tecniche somatiche, mediatiche e digitali. Le tecniche somatiche (come il linguaggio verbale, il linguaggio del corpo nella danza o la musica espressa attraverso uno strumento dal vivo) richiedono una compresenza fisica ed un coinvolgimento dei corpi nel

momento comunicativo. La comunicazione di un messaggio attraverso le tecniche somatiche consente per lo più una risposta o un *feedback* da parte del soggetto ricevente, ma quest'ultimo non può intervenire sul messaggio comunicato perché esso è svanito durante il processo comunicativo stesso (*verba volant...*). Le tecniche mediatiche come la stampa, la televisione o la radio, definite da Lévy tecniche “molari”, fissano e riproducono i messaggi, assicurando loro una presenza duratura nel tempo e una diffusione nello spazio anche in assenza dei soggetti emittenti (...*scripta manent*). Tuttavia, come afferma Lévy (1994, trad. it. p. 61), «sebbene retroagiscano fortemente sulla produzione dei messaggi, i media classici non sono, a un primo approccio, tecniche di generazione dei segni. Si accontentano di fissare, riprodurre e trasportare un messaggio prodotto dal corpo». L'informatica, definita dal filosofo francese una tecnica “molecolare”, invece, non si limita a riprodurre e diffondere i messaggi: essa «permette soprattutto di generarli, di modificarli a piacimento [...] La tecnica digitale consente la costruzione di messaggi, la loro modificazione e la loro interazione» (*ivi*, p. 62).

Il concetto-chiave intorno al quale ruotano le riflessioni qui proposte è, dunque, quello di interattività, intesa non solo come la caratteristica di un sistema che favorisce l'interazione tra i soggetti sociali in un contesto comunicativo, ma soprattutto come la possibilità che è data ad ogni soggetto di interagire con – ed intervenire su – i contenuti stessi della comunicazione (Savonardo, 2010). Scrivere, dipingere o trasformare le immagini, produrre rappresentazioni grafiche, leggere *e-book*, comporre musica, consultare dizionari o programmare giochi sono solo alcune delle (potenzialmente) infinite possibilità che il computer ed Internet consentono ad ogni individuo disposto ad immergersi nella dimensione di interattività – o interoperabilità (Buffardi, 2006) – fornita dal web e dalla logica dell'ipertesto. L'ipertestualità cioè la «capacità materiale [...] di accedere a tutti i campi delle espressioni culturali, selezionandole e ricombinandole» (*ivi*, p. 43) è, come ricorda Castells (2001, pp. 190-191), una facoltà insita nelle menti umane: l'ipertesto «non esiste fuori, ma dentro di noi». Le nuove tecnologie, dunque, consentono di exteriorizzare e amplificare le potenzialità umane, convogliandole in uno spazio di condivisione tra i soggetti nella Rete. In questo nuovo spazio,

Lévy (1994) rintraccia una forma di sapere fondato sulla cooperazione e sulla condivisione delle conoscenze e delle competenze individuali. Si tratta dell'“intelligenza collettiva”, definita dall'autore come «un'intelligenza distribuita ovunque, continuamente valorizzata, coordinata in tempo reale, che porta a una mobilitazione effettiva delle competenze» (Lévy, 1994, trad. it. p. 34); o, in altri termini, dell' “intelligenza connettiva”, così definita da de Kerckhove (1997) per sottolinearne la natura basata sull'interazione e sulla connessione tra i soggetti nella Rete.

Queste considerazioni riguardano strettamente la natura fluida, aperta alla trasformazione e malleabile (*soft*) del sapere e degli oggetti culturali digitali, nonché il ruolo degli attori sociali nei processi di produzione culturale, una “produzione partecipata” attraverso l'intervento attivo sui prodotti culturali digitali e la collaborazione tra gli individui. Ogni utente, in Internet, può attivare le proprie competenze e la propria creatività contribuendo direttamente alla trasformazione, all'innovazione e allo sviluppo della *user-generated culture*.

Nell'ambiente interattivo e cooperato del *cyberspazio* descritto da Lévy (1994; 1997), è possibile ipotizzare che la creatività possa essere considerata una facoltà collettiva, che trascende la dimensione individuale: «L'*intercreatività* vuol dire fare insieme cose o risolvere insieme problemi» (Berners-Lee, 1999, trad. it. p. 148). In questo senso, l'apporto di ogni singolo individuo, consisterebbe in una “aggiunta di valore” per creare qualcosa di nuovo o di diverso all'interno di un agire collaborativo che non si riduce al semplice scambio di informazioni o di dati.

Se gli oggetti culturali digitali si caratterizzano per il fatto di essere accessibili e aperti a integrazioni e modifiche da parte degli utenti, lo studio dei prodotti culturali elaborati con le nuove tecnologie e diffusi attraverso la Rete appare complesso per una serie di aspetti che aprono ad alcune riflessioni di carattere generale. Anzitutto, per la loro natura manipolabile, fluida, “liquida” (Sibilla, 2008), i prodotti culturali digitali sono inseriti in un processo dinamico, un flusso che li rende potenzialmente in continua trasformazione. Ciò comporta la ridefinizione dei tradizionali concetti di “forma” e “contenuto”. Inoltre, nella *user-*

generated culture, ogni prodotto digitale (come, ad esempio, una composizione musicale liberamente diffusa *online*), si presta facilmente all'intervento attivo degli *user* della Rete nel personalizzare, modificare, rielaborare per poi diffondere il prodotto in una nuova versione, rendendo complessa la distinzione tra gli elementi che la compongono e tra i diversi autori che hanno contribuito al nuovo prodotto.

Questi aspetti emergono soprattutto in alcune tecniche di arte digitale come il *mash-up*, il *remix*, il *video-remix* in cui elementi diversi tratti da opere diverse sono miscelati e rielaborati al fine di ottenere un prodotto inedito. Il concetto stesso di opera d'arte, che in Simmel (1908a) indicava un oggetto culturale «per sé», dotato di una propria unicità e compiutezza e rispetto al quale l'artista e il pubblico avevano ruoli separati e ben distinti (l'uno autore/mittente, l'altro fruitore/ricevente), nell'era digitale perde il suo tradizionale valore ontologico. Per citare ancora una volta Lévy (1994, trad. it. pp. 129-130),

ora l'ambiente tecno-culturale emergente innesca lo sviluppo di nuove forme di arte, che ignorano la separazione tra emissione e ricezione, composizione e interpretazione. Non si tratta altro che di un *possibile* aperto dalla mutazione in corso, un possibile che potrebbe benissimo non realizzarsi mai o realizzarsi solo molto parzialmente [...] l'arte dell'implicazione non costituisce più nessuna opera, nemmeno aperta o indefinita: fa emergere processi, vuole aprire uno sbocco a vite autonome, immette nella crescita e nell'abitazione di un mondo. Ci inserisce in un ciclo creativo, in un ambiente vivente di cui siamo sempre già coautori. *Work in progress?* Sposta l'accento dal *work* al *progress*.

Le tecnologie digitali, dunque, facilitano i processi di manipolazione e di creazione “progressiva” dei prodotti culturali le cui fonti sono sempre meno identificabili. Nel campo della musica digitale, questi aspetti sono ben espressi dal “*musaic*”, nato dalla contrazione di *music* (musica) e *mosaic* (mosaico). Josephine Bosma (2000), descrive il *musaic* come «un arazzo, un mosaico o un oceano di slogan e campioni classificati e ordinati in base al gusto individuale»⁵. Si tratta dello spazio sonoro liminale tra la composizione e l'ascolto di un brano musicale,

⁵ Traduzione mia.

lo spazio in cui l'ascoltatore può diventare musicista⁶. Da questo punto di vista, i media digitali sembrano favorire una creatività che si esprime attraverso il *bricolage*, mediante il quale l'innovazione emergerebbe da una inedita articolazione degli elementi già disponibili, dalla dialettica costante tra tradizione e innovazione.

4.3.2 L'infinita dell'arte e la comparsa del 'multividuo'

I nuovi scenari delineati dal *cyberspazio* hanno comportato la definitiva scomparsa dell'autore come unico soggetto creatore e, allo stesso tempo, dell'opera d'arte come prodotto finito e unitario.

In breve – spiega Fadini (2005, p. 596) con un diretto riferimento a Lévy – si dà la possibilità concreta che un cervello collettivo, dei collettivi intelligenti, in virtù dei nuovi mezzi di comunicazione, possano dare “corpo” [...] come immaginante multiplo, a processi di invenzione continua (di lingue, segni, figure...). È in quest'ottica che si può sostenere, come fanno critici acuti, che l'opera d'arte si sta radicalmente trasformando, così come probabilmente sta metamorfosando la stessa figura dell'autore.

Ciò che emerge è, dunque, una «dimensione dell'arte reticolare» e un panorama di «partecipazione generalizzata» (*ibidem*). L'arte perde i suoi riferimenti solidi e strutturali per assumere i caratteri fluidi dell'evento, del processo, di una *performance* costantemente in divenire. Attraverso i *new media*, qualsiasi prodotto culturale può essere modificato, trasformato in qualcosa di nuovo, perdendo la propria unicità originale e acquisendo delle forme nuove, ognuna nella sua unicità, in una sorta di riproduzione continua della singolarità. Il classico dilemma tra “aura” e “riproducibilità” dell'opera d'arte proposto da Benjamin (1936) sembra definitivamente superato. Come osserva acutamente Massimo Canevacci in un recente saggio scritto per una rivista brasiliana e intitolato *Aria de pixel*:

⁶ Josephine Bosma introduce anche il termine *musicianer* nato dalla fusione di *musician* (musicista) e *listener* (ascoltatore).

riprodutibilità auratica digitale (2010), se la pop art di Andy Warhol ha trasformato la serialità e la riproducibilità della produzione di massa in arte *popular*, l'opera d'arte nell'era digitale contiene in sé i caratteri di un nuovo tipo di riproducibilità che l'autore definisce, appunto, “riproducibilità auratica digitale”:

[...] anziché opposizione dialettica e classista tra aura e riproducibilità, le articolazioni digitali mescolano queste due prospettive che – da dicotomiche – si dissolvono nell'aria di pixel e diventano sincretiche, polifoniche [...]. Emerge una *comunicazione auratica riproducibile*, che il digitale scioglie oltre il dualismo delle tecnologie (e filosofie) analogiche. Ogni tratto immesso nel web – musicale, letterario, artistico o social network – può rimanere nella sua forza espressiva “auratica” e/o essere disponibile a infinite “riproducibilità” decentrate. Anziché arte collettiva, sono *artisti connettivi* che si affermano⁷ (Canevacci, 2010, p. 172).

Nello stesso saggio, Canevacci offre diversi e interessanti spunti di riflessione e proposte di ri-concettualizzazione riguardo alcune nozioni classiche come “massa” e “individuo” o il più recente “post-modernità” che, se potevano ancora conservare una relativa validità nell'era analogica, con le conseguenze della digitalizzazione appaiono del tutto inadatte. In particolare, essendo sfumata la distinzione tra il soggetto creativo e una moltitudine di soggetti fruitori, i concetti stesso di “massa” e “individuo” non sembrano più adeguati per le nuove configurazioni definite dalla Rete. La comunicazione digitale e l'interattività ad essa connessa ha, infatti, notevolmente esteso le possibilità di coniugare esperienza e azione, ricezione e intervento, indebolendo così il concetto classico di “massa”, connotata da inerzia e passività, in favore di una moltitudine di soggetti attivi, per la cui rappresentazione concettuale Canevacci (2010) introduce il neologismo “multividuo” (*ibidem*).

I mass-media, secondo l'autore, cedono il posto ai “post-media digitali” il cui nuovo soggetto di riferimento, il *multividuo* è espressione «di una soggettività che non ha più un'identità stabile, fissa, compatta basata su un unico lavoro, un solo territorio, una famiglia eterna; bensì fluide identità mutanti fatte di “ii”» (*ibidem*).

⁷ Le enfasi in corsivo e tra virgolette sono tutte dell'Autore.

Nel campo del digitale si riflettono le stesse tematiche che contraddistinguono l'epoca in corso e le fluide dinamiche delle attuali metropoli permeate di contaminazioni, interattività, immersioni e una sempre più intensa esperienza delle immagini (Boccia Artieri, 2006): una “*transurbanità*”, in cui il prefisso serve a sottolineare il continuo “transitare” che «significa attraversare, incrociare e assemblare spazi, zone, *selves*, identità» (Canevacci, 2010, p. 174).

A partire dal prossimo capitolo l'attenzione è rivolta allo studio empirico della creatività e della produzione artistica giovanile nel contesto urbano napoletano. Prima di entrare nel merito della ricerca sul campo, uno sguardo panoramico iniziale su Napoli consente di delineare il quadro complessivo entro il quale l'attività dei giovani artisti esaminati si inserisce. L'intento è quello di ricostruire lo scenario culturale di riferimento considerando, da un lato, la tradizione e il percorso segnato dai predecessori e, dall'altro, i fermenti alimentati dai ritmi veloci della contemporaneità.

PARTE SECONDA - LA RICERCA

Capitolo 5. L'indagine sul campo

5.1. Il contesto della ricerca: Napoli

Nel corso della sua storia, la città di Napoli assume da sempre un ruolo rilevante come centro culturale ed artistico per le numerose popolazioni che si sono succedute lungo il suo territorio. Le antiche porte della città racchiudono il ricco nucleo artistico del centro storico – ritenuto il più vasto d'Europa – che, dal 1995, l'UNESCO ha incluso tra i siti del patrimonio mondiale dell'umanità. Sul suo territorio, le numerose chiese (se ne stimano circa 500) custodiscono preziosi capolavori di scultura e pittura mentre gli edifici del centro storico testimoniano un'ampia varietà stilistica dal paleocristiano al barocco. L'Accademia di Belle Arti, il Conservatorio di Musica “San Pietro a Majella”, i numerosi musei e i teatri antichi svolgono il delicato ruolo di conservazione e di riproduzione delle tradizioni artistiche e, allo stesso tempo, numerose sono le testimonianze di Napoli come laboratorio di arte contemporanea. Basti pensare alle installazioni periodiche in Piazza Plebiscito ad opera di artisti di fama internazionale come Mimmo Paladino, Rebecca Horn e Richard Serra, oppure al progetto “Metrò dell'arte” che ha coinvolto artisti di respiro internazionale come Mario Merz e Joseph Kosuth nel progetto di trasformazione dei luoghi della metropolitana in spazi espositivi. Inoltre eventi artistici periodici come la “Biennale dei giovani artisti dell'Europa e del Mediterraneo” (2005) e l'atteso Forum Universale delle Culture che si terrà nel 2013, rendono la città di Napoli centro di attrazione delle energie creative provenienti da tutto il mondo.

La città è anche luogo di sperimentazione artistica e Napoli offre numerosi

esempi di innovazione a partire dall'acquisizione di stili e linguaggi confluiti nel territorio partenopeo da luoghi distanti nel tempo e nello spazio. In tal senso, la produzione musicale di artisti come Antonio Onorato, Marco Zurzolo e Maria Pia De Vito – solo per citare qualche esempio tra i tanti possibili – si inserisce in ciò che può essere definito come un *etnojazz* tipicamente napoletano, in cui la melodia napoletana e mediterranea si fonde con i ritmi afroamericani, con le scale *blues* e i *patterns* interiorizzati dall'esperienza del jazz d'oltreoceano.

Riprendendo la metafora di “città porosa” con cui Benjamin¹ definiva i tratti della metropoli moderna in seguito alla sua esperienza della complessità urbana partenopea, il filosofo Massimo Cacciari (1992, pp.162-164) la descrive come:

una grande spugna distesa sul mare, che non affronta i suoi problemi attraverso macro-progetti, sulla base di una *ratio* logocentrica, che non riduce il complesso delle tensioni, dei conflitti, che non tende ad annullarli, bensì ad assimilarli, e quasi a nutrirsiene.

In questo scenario, ciò che emerge è una città in cui non esiste un confine nitido tra sacro e profano, tra antico e nuovo, tra etnico e globale. Il centro della città non è molto esteso se confrontato con l'ampia periferia circostante. Ciò rende difficile anche la distinzione tra sviluppo e degrado. Napoli si nutre delle tensioni e dei conflitti che la rendono una città mutevole e continuamente “in transito” al suo interno ma sempre uguale per chi la osserva dall'esterno. In tal senso, come afferma Savonardo (2003, p. 49):

A Napoli sei costantemente conscio di non vivere semplicemente un'esperienza urbana, ma di vivere la vita urbana come un problema, come un interrogativo, come una provocazione. Costruendo e assicurando se stessa per mezzo della parola, la città stessa è continuamente spiazzata fra lamenti sul passato e fantasie sul futuro, mentre il presente passa inosservato, abbandonato. Napoli è ineluttabilmente trasformata da monumento autoreferenziale ad intersezione, momento d'incontro, luogo di transito, in una rete più estesa.

¹ Per un dettaglio sul concetto di “porosità” di Benjamin riguardo alla città di Napoli si veda il par. 6.2.

Emerge il tratto peculiare di una città priva di definizione, in cui proprio l'assenza di contorni netti tra le dimensioni della vita al suo interno, consente a ciascuno di «scavarsi una propria nicchia e di aprirsi una strada di accesso all'esperienza urbana [poiché] la città nuova offre tutto a tutti, spazi e, soprattutto, identità che, disponibili in gran numero [...] eccedono qualsiasi domanda» (Amendola, 1997, pp. 66-67). In tal senso, Napoli è insieme la città del possibile e del non certo.

A partire dagli anni Novanta, il fermento artistico napoletano si è espresso attraverso i lavori cinematografici di Mario Martone, Pappi Corsicato e Antonio Capuano a cui si aggiunge il più giovane Paolo Sorrentino. Nella musica, risalta una produzione intensa che testimonia l'intento di un riscatto politico e sociale dalla corruzione e dal malaffare rappresentato da “Tangentopoli”, in ciò che è stato definito un nuovo “rinascimento napoletano” con le espressioni di band come gli Almamegretta, i 24Grana e i 99Posse, che incarnano, nello stile e nella musica, la spinta al multiculturalismo e a cui si rifanno le band più giovani come gli 'A67 di Scampia (oggetto di questa indagine, v. par. 5.3) e i Co'Sang di Marianella, intervistati qualche anno fa dallo scrittore Roberto Saviano, anche quest'ultima espressione napoletana di un'arte “impegnata”, concreta e che anela al riscatto morale della Napoli attiva e propositiva. Si tratta della testimonianza di quelle avanguardie che, nella definizione di Crane (1992, trad. it. p. 157), «sfidano le convenzioni artistiche stabilite e le istituzioni artistiche e sociali». Propongono nuovi stili e invocano il mutamento culturale, politico e sociale.

Napoli è ricca soprattutto di un fermento culturale spontaneo, proveniente dal basso, dal cuore dei quartieri partenopei, dall'esperienza diretta della sua complessità culturale e sociale. Verso tali pulsioni si rivolgono anche alcune significative attività promosse dalle istituzioni culturali e dagli enti pubblici sul territorio nell'intento di fornire maggiori occasioni di visibilità e di partecipazione culturale ai giovani talenti e alle associazioni locali del settore. In tal senso, dal 2007 ad oggi si annoverano numerose iniziative – promosse dall'Assessorato alle Politiche Sociali e Giovanili e dal Servizio Giovani del Comune di Napoli – che coprono settori differenti dell'arte e della cultura tra i quali: il progetto “Arte e

Suoni dal mondo”, promosso dalla Regione Campania e dal Comune di Napoli per l'allestimento di laboratori musicali, teatrali e ludici; i festival musicali “Freak Out” e “Giovani Suoni” e quelli dedicati al cinema e alle arti sceniche e visuali come “O Curt” e “Nerodiscena”; “Youthink”, un evento che raccoglie seminari, concerti e spettacoli attraverso le reti tra le realtà associative e i circuiti produttivi della cultura sul territorio.

Quanto detto sin ora testimonia la grande vivacità culturale con cui Napoli emerge tra le metropoli europee. Uno degli interessi di questa ricerca è quello di indagare lo scenario culturale napoletano dal punto di vista dei giovani talenti, per comprendere quale tipo di rapporto i giovani artisti instaurano con il contesto urbano e come tale rapporto si riflette sui percorsi artistici e sui processi creativi dell'arte. L'esplicitazione degli obiettivi dell'indagine e del percorso conoscitivo sul campo saranno oggetto dei prossimi paragrafi.

5.2. Obiettivi e metodologia

Lo studio sul campo si concentra sui processi di produzione artistica giovanile a Napoli, nell'intento di indagare il rapporto tra le nuove generazioni di artisti napoletani e il contesto sociale e territoriale entro il quale essi operano, con una particolare attenzione alla dialettica tra la “spinta” espressiva individuale e le dimensioni culturale, professionale ed organizzativa. La pratica artistica contribuisce ai processi di costruzione della realtà e, al contempo, come qualsiasi altra pratica sociale, essa non può prescindere dalle dinamiche di contesto – sia spaziale sia temporale – che la definiscono.

Le moderne società si configurano come società dell'incertezza (Bauman, 1999) e del rischio (Beck, 1992), in cui vengono a mancare i punti di riferimento tradizionali mentre sembra aprirsi un maggiore spazio di azione e di scelta individuali tra i diversi percorsi possibili; come diretta conseguenza di tali processi, si determina anche un più elevato carico di responsabilità a livello

soggettivo. L'insicurezza rispetto al proprio futuro e le numerose forme di precarietà che coinvolgono i diversi ambiti del lavoro nella società contemporanea conducono soprattutto i giovani del nuovo millennio ad interrogarsi di continuo sulle proprie scelte formative e professionali, nell'intento di rintracciare la strada “meno insicura” e spesso accantonando le proprie attitudini ed ambizioni. In questo contesto, l'arte appare come un campo di produzione e di lavoro particolarmente penalizzato, soprattutto nello specifico riferimento all'universo e alla creatività giovanile. Negli ultimi anni in Italia, infatti, frequenti manifestazioni di disagio nella società civile sono state sollevate da parte di artisti, tecnici e istituzioni culturali, lamentando uno scarso riconoscimento professionale, una insufficiente attenzione al loro lavoro da parte del mondo politico-istituzionale, una industria culturale² troppo debole.

Il presente lavoro di ricerca nasce da queste riflessioni iniziali e costituisce una sezione d'indagine specifica nell'ambito degli studi sulla condizione giovanile a Napoli condotta dall'Osservatorio Territoriale sui Giovani (OTG) tra il 2009 e il 2011. Si tratta di una ricerca sui processi di produzione e di consumo di cultura tra i giovani napoletani, in cui una specifica sezione è dedicata ai processi creativi.

Nello specifico, lo studio sul campo si sofferma sui processi creativi dei giovani artisti napoletani, in particolare dei professionisti, cioè di coloro che hanno intrapreso la carriera artistica come attività professionale principale o come scelta di vita.

L'indagine, di tipo esplorativo e descrittivo, muove a partire dagli studi di Melucci (1994) sulla creatività. In particolare, si è fatto riferimento alla distinzione tra i tre livelli di indagine che sono, rispettivamente, il soggetto, il contesto e il livello delle pratiche e dei discorsi (v. sottopar. 5.1.1). Da qui, le domande conoscitive ruotano intorno ai rapporti concatenati tra le tre dimensioni suddette. Qual è il rapporto che i giovani artisti a Napoli instaurano con il contesto di riferimento? Come incide tale rapporto sulle pratiche e sui discorsi dell'arte?

² Il concetto di industria culturale è qui usato nell'accezione di Hirsch (1972, p. 642) e di Becker (1982) come quel sistema «che comprende tutte le organizzazioni impegnate nel processo che serve a filtrare nuovi prodotti e idee quando dal personale “creativo” del sottosistema tecnico sono trasmessi ai livelli di organizzazione direttivi, nelle istituzioni e nella società».

Quali sono i discorsi prevalenti e come si inseriscono nel contesto circostante?

Inoltre, per l'analisi del rapporto che gli artisti instaurano con l'ambiente circostante, si sono considerate le tre dimensioni lungo le quali Melucci (1994) considera il contesto in rapporto alla creatività e, cioè, nello specifico: i percorsi di accesso alla professione creativa; le condizioni organizzative; i criteri e i processi di validazione delle attività creative (v. par. 4.2).

Prima di dare avvio alla progettazione e alla organizzazione del lavoro sul campo, un'accurata disamina della letteratura sociologica esistente riguardo all'oggetto della ricerca ed alle relative dimensioni considerate ha consentito di delineare il *frame* teorico-metodologico entro il quale è stato strutturato il percorso d'indagine. Dunque, un primo ambito di riflessione e di approfondimento riguarda il rapporto tra arte e società e il ruolo del ricercatore sociale nel rintracciare e connettere le strutture e le dinamiche di mutamento in contesti specifici.

L'arte è qui intesa come dimensione espressiva della cultura (Peterson, 1979; Peterson-Anand, 2004) e, con particolare riferimento agli studi di Melucci (1994) sulla creatività in Italia, come “serbatoio” di creatività, nonché luogo di incontro tra la spinta espressiva individuale dell'artista, la rete delle sue relazioni sociali e professionali e le strutture organizzative e istituzionali che delineano i confini dei campi artistici (Bourdieu, 1979; Becker, 1982; Crane, 1992). La sociologia dell'arte si è progressivamente distaccata dalla prospettiva autoriale che considera l'opera d'arte come prodotto esclusivo dell'artista che l'ha generata (Tota, 1999), per aprirsi allo studio delle dinamiche sociali e relazionali che incidono nei processi di produzione artistica. L'attività creativa è dunque considerata come strettamente interconnessa con la struttura delle reti e con i contesti in cui l'artista è *embedded*. Si intende indagare, quindi, la dialettica tra il contesto culturale – inteso come struttura di valori, norme, risorse e vincoli – e le forme di *agency* culturale dei giovani che si esprimono prevalentemente in termini di produzione artistica e di creatività. Infine, a partire dagli studi sull'impatto dei nuovi mezzi di comunicazione di massa e di Internet nelle pratiche sociali, una specifica attenzione è stata rivolta all'azione esercitata dal mezzo tecnologico (de

Kerckhove, 1991; 1997) nei processi creativi e nelle forme di condivisione e di co-produzione (Lévy, 1994; 1997) dell'arte attraverso la Rete che, favorendo la circolazione dei flussi culturali a livello mondiale in un continuo scambio tra la dimensione locale e quella globale (Robertson, 1992), contribuisce ai processi di contaminazione e di ibridazione culturale (Thompson, 1995).

L'indagine si concentra, dunque, sulla produzione artistica giovanile a Napoli, con particolare attenzione ai processi creativi, espressivi e comunicativi che sono, a loro volta, il riflesso di altri fenomeni fortemente legati al contesto territoriale: la contaminazione culturale, il disagio giovanile, le dinamiche di produzione e di consumo di prodotti e servizi culturali, la creatività dei giovani, l'istruzione e la cultura, le nuove modalità di comunicazione e di socializzazione attraverso le tecnologie digitali e Internet.

La ricerca, di carattere esplorativo e descrittivo, è condotta adoperando una metodologia qualitativa fondata sull'uso dell'intervista qualitativa (semi-strutturata e in profondità) condotte personalmente (*face to face*) con 15 giovani artisti napoletani al fine di indagare i processi creativi e produttivi dell'arte a partire dagli artisti stessi, dai loro intenti espressivi e comunicativi, adottando la condizione giovanile come punto di osservazione della realtà artistica. La fase delle interviste agli artisti è stata preceduta da un'analisi del quadro produttivo generale in cui l'arte si colloca sul territorio urbano, con una specifica attenzione ai circuiti di produzione e divulgazione artistica attraverso il lavoro di istituzioni, associazioni, enti culturali e nuclei produttivi privati operanti sul territorio partenopeo. Tale operazione preliminare ha consentito, anzitutto, di delineare un primo quadro descrittivo dello sviluppo artistico "visibile" a Napoli, rintracciando luoghi e contesti in cui l'arte napoletana è presentata al pubblico e supportata attraverso manifestazioni, premi e rassegne culturali, convegni ecc. Inoltre, il ricorso a testimoni privilegiati, operatori culturali ed esperti nel settore della produzione artistica a Napoli, ha permesso di accedere più facilmente alla scelta e al reclutamento dei soggetti creativi da intervistare.

La scelta dei soggetti da intervistare è stata effettuata secondo alcuni specifici criteri, in riferimento agli obiettivi e alla *mission* più generale adottata dalle

indagini condotte dall'OTG. Pertanto, dovendo indagare i fenomeni di creatività e di produzione artistica dei giovani a Napoli, sono stati inclusi nell'indagine solo gli artisti di età compresa tra i 15 e i 34 anni, residenti a Napoli o in comuni limitrofi e operanti prevalentemente nel territorio metropolitano. Inoltre, si è limitata l'attenzione agli artisti professionisti, escludendo in tal modo tutti coloro che si dedicano all'arte per hobby o come attività secondaria. Questa scelta, come si vedrà in dettaglio nell'ultimo capitolo, è stata dettata dall'idea secondo la quale i giovani che si dedicano all'arte come attività principale e come fonte di guadagno sono, con elevata probabilità, direttamente coinvolti nei circuiti produttivi radicati sul territorio. In tal senso, essi sono al contempo sia attori culturali che testimoni privilegiati dei fermenti artistici locali, e perciò sono in grado di fornire utili informazioni (dal proprio punto di vista) sulle più ampie dinamiche che si articolano intorno ai processi produttivi e distributivi della cultura e dell'arte sul territorio. Allo stesso tempo, sono stati inclusi nell'indagine solo artisti non ancora inseriti in modo organico in un circuito produttivo extra-locale. Infatti, essendo circoscritta al panorama artistico napoletano, la ricerca si è concentrata esclusivamente su soggetti che non siano proiettati in modo particolarmente rilevante in una dimensione produttiva nazionale o internazionale. In sintesi, l'attore sociale preso in esame è il giovane tra i 15 e i 34 anni d'età che ha fatto dell'arte la propria scelta di vita e che opera (ancora o prevalentemente) nel territorio partenopeo.

L'arte è un campo di produzione e di comunicazione culturale ampio e complesso. Per una sua efficace esplorazione mediante l'intervista qualitativa, sono stati presi in esame alcuni specifici “campi” artistici che, seppure non rappresentino esaustivamente tutte le possibili espressioni che l'arte può assumere, riconducono a forme diverse in base ad alcune specifiche peculiarità legate ai codici comunicativi adoperati, ai linguaggi o ai luoghi performativi e alla diversa combinazione di questi elementi. In tal senso, le macro-aree artistiche di riferimento comprendono:

8. arti auditive;
9. arti grafico-visive;

10. arti fondate sulla parola e sul testo;
11. arti fondate sul linguaggio del corpo.

Nell'ambito di tali macro-categorie, le specifiche forme d'arte rinvenute nella ricerca sono sintetizzabili in alcune categorie *micro*: musica, cinema, *writing* (o graffitismo), danza, teatro e letteratura. Ognuno di questi linguaggi si distingue per l'uso di codici espressivi e comunicativi diversi (il suono per la musica, l'immagine per il cinema e il *writing*, il corpo per la danza e così via), nonché per i contesti e i supporti performativi (teatri, piazze, muri urbani e così via).

Sembra opportuno qui precisare che, nel corso della ricerca, l'uso delle micro-categorie artistiche per distinguere i soggetti intervistati e i loro prodotti artistici non si è rivelata efficace poiché molti degli giovani artisti contattati presentavano una ampia ed eterogenea competenza artistica professionale³, tale da rendere difficile una loro rigida collocazione in categorie artistiche. Pertanto, nelle fasi di elaborazione e analisi delle interviste si è scelto di considerare i diversi casi a partire dal loro ruolo autoriale nei processi produttivi: ad esempio, un regista che è anche drammaturgo e interprete di spettacoli teatrali è stato indicato come “autore e regista teatrale”.

L'elevata eterogeneità che connota il mondo produttivo artistico, da un lato, ha condotto all'esigenza di costruire una traccia d'intervista che fosse unitaria per poter indagare l'arte a prescindere dalle sue specifiche espressioni e per consentire una interpretazione dei dati anche in un'ottica comparativa tra i diversi artisti; al contempo, però, si è ritenuto necessario “adattare” l'intervista ad ognuna delle forme artistiche prese in esame, aderendo alle singole specificità e consentendo, in tal modo, di comprendere a fondo le rispettive peculiarità.

³ Alcuni ad esempio, sono registi teatrali e, al contempo, scrivono le loro sceneggiature e, in alcuni casi, producono spettacoli in cui sono anche interpreti e musicisti.

5.2.1 *L'intervista qualitativa*

Le interviste qualitative sono state condotte in due distinte fasi. Un primo *set* di interviste semi-strutturate somministrate ai 15 soggetti della ricerca ha avuto come obiettivo primario quello di indagare, in generale, il percorso biografico e formativo dei giovani artisti, il rapporto che essi instaurano con il contesto urbano e sociale di appartenenza, nonché il sistema di reti relazionali e quindi, complessivamente, il capitale culturale e il capitale sociale investiti nei processi produttivi. Al termine della prima fase, la lettura comparativa delle interviste ha consentito di rilevare alcune specifiche dimensioni legate ai processi creativi a partire dalle quali è stata predisposta la seconda fase di interviste.

Le interviste semi-strutturate – della durata di circa un'ora e mezza ciascuna – sono state condotte in presenza (*face to face*), secondo una traccia di domande-input volte a esplorare – più a fondo possibile – una serie di dimensioni legate ai fenomeni di produzione artistica e di creatività giovanile nel contesto urbano. Seguendo l'approccio analitico di Melucci (1994), tali dimensioni si articolano intorno a tre principali livelli d'indagine: a) il livello “soggettivo”, che include l'estrazione sociale (intesa prevalentemente come situazione economica e lavorativa del soggetto e della famiglia di origine), il *background* formativo ed esperienziale, il sistema di relazioni in cui il soggetto è inserito e che determina il suo capitale sociale, le motivazioni all'agire e le aspettative; b) il livello dei “contesti”, in cui le azioni e le esperienze creative si generano e si manifestano e che include il rapporto che l'artista instaura con la città, con le istituzioni e le associazioni culturali e, infine, con i circuiti produttivi locali; c) il livello delle “pratiche” e dei “discorsi”, che riguarda più specificamente i processi produttivi e performativi, i luoghi e i pubblici di riferimento, nonché i contenuti, i messaggi e le forme espressive adottate dai soggetti creativi. A partire dai tre livelli suddetti, è stata realizzata una traccia d'intervista lungo le dimensioni seguenti (si riportano di seguito le dimensioni specifiche con i relativi obiettivi conoscitivi):

1) Contesto familiare e *background* culturale e artistico. Il percorso biografico e formativo dell'artista, il relativo contesto sociale ed economico familiare per

comprenderne il ruolo nelle scelte di vita individuali.

2) Capitale sociale e reti di relazione. La mappa delle reti interpersonali e il capitale sociale intesi come risorse relazionali che il soggetto adopera per lo sviluppo della sua attività artistica (Bourdieu, 1980; Becker, 1982).

3) Territorio. Il rapporto dell'artista con il territorio urbano in cui opera e l'insieme di risorse e vincoli della città riguardo alla creatività e allo sviluppo artistico.

4) Industria culturale. L'intento principale è quello di individuare l'esistenza e il ruolo di un'industria culturale locale che favorisca l'emergere dei linguaggi artistici e la loro diffusione anche al di fuori dei confini urbani.

5) Giovani e cultura. Si intende indagare il rapporto tra i giovani, l'arte e la cultura più in generale nella visione che ne ha il soggetto in quanto giovane ed artista al contempo.

6) Contesti e messaggi artistici. Rintracciare sia luoghi fisici sia i contesti sociali in cui l'artista si esprime nonché gli intenti comunicativi della sua produzione.

7) Codici e linguaggi. Indagare i linguaggi adoperati dall'artista e il livello di commistione/integrazione di tecniche, dialetti, lingue e stili diversi o di diversa provenienza.

8) Tradizione e innovazione. Indagare il livello di articolazione di elementi tradizionali e innovativi nei processi creativi, il rapporto dell'artista con le nuove tecnologie e l'uso specifico dei *new media* e di Internet nelle fasi di creazione e di produzione artistica.

9) Creatività. Rilevare le modalità in cui emerge la creatività artistica, indagando i contesti, gli stimoli e i momenti che generano un'ispirazione per l'artista; ricostruire i processi tecnici mediante i quali gli stimoli creativi assumono una forma generando elementi di novità in un prodotto o in una *performance*.

10) Attese ed aspirazioni. Le aspettative del soggetto e il livello di progettualità – sia per quanto riguarda la vita artistica, sia per quella personale – anche in funzione delle opportunità e degli ostacoli provenienti dal territorio.

Le interviste – registrate con strumenti digitali e sistematicamente trascritte – sono state sottoposte ad una analisi interpretativa che, mediante un processo ermeneutico comparativo tra le diverse interviste rispetto alle dimensioni trattate, ha consentito di rintracciare alcuni *pattern* di opinioni, atteggiamenti e azioni, simili tra i diversi artisti. Come si vedrà più in dettaglio nell'ultimo capitolo, uno degli aspetti più interessanti emersi in questa prima fase di analisi riguarda, in particolare il rapporto con il contesto territoriale – cioè con la città di Napoli – e con i circuiti produttivi: dalle prime analisi delle interviste, infatti, sono emersi due profili produttivi che, per semplificare, sono stati definiti artisti *global* e artisti *glocal*. Una fase intermedia dell'indagine è stata, dunque, dedicata alla ricostruzione dei profili emersi in base a caratteristiche comuni tra i soggetti e anche le successive fasi dell'indagine sono state allestite e implementate tenendo in considerazione la polarizzazione dei soggetti intorno ai due orientamenti produttivi rilevati. Dunque, la ricerca è proseguita con una seconda serie di interviste mirate ad indagare la dimensione dei processi creativi, dei discorsi e delle pratiche. Questa seconda fase mirata ai processi creativi, unitamente alla terza ed ultima sui prodotti artistici, è stata predisposta al fine di compiere una procedura di verifica ma soprattutto di approfondimento di alcune delle dimensioni più interessanti per gli obiettivi di ricerca. In particolare, il primo set di interviste – nell'insieme delle dimensioni che hanno costituito la sua traccia – ha permesso di esplorare il rapporto tra i tre livelli considerati (in breve, il soggetto, il contesto e i discorsi) e di rispondere alla prima delle domande alla base dell'indagine (qual è il rapporto che i giovani instaurano con il contesto di riferimento?). Nonostante la traccia comprendesse domande volte ad indagare anche le dimensioni delle pratiche e dei discorsi, la grande quantità di dimensioni esplorate ha comportato l'esigenza di predisporre una seconda fase di interviste in profondità mirate al processo di creazione di un'opera d'arte.

In particolare, queste ultime sono state condotte *face to face* con 5 artisti dei 15 intervistati iniziali ed articolate come interviste in profondità volte a ricostruire l'intero processo creativo – dall'ispirazione (o comunque dall'idea iniziale) alla

realizzazione effettiva del prodotto completo – di 5 prodotti specifici (uno per ogni artista) scelti in accordo con i loro rispettivi autori e sottoposti, nella terza e ultima fase dell'indagine, a un'analisi qualitativa mediante l'uso di una griglia interpretativa⁴. La scelta dei soggetti per la seconda fase di intervista è stata effettuata in base ai seguenti criteri: è stato dato maggiore risalto agli artisti più attivi nei processi creativi e produttivi che in quelli performativi (ad esempio, tra due o più professionisti in campo teatrale è stato preferito chi lavora maggiormente come drammaturgo e regista piuttosto che come attore); si è cercato di garantire un'equa copertura dei diversi linguaggi oggetto dell'indagine; sono stati preferiti, inoltre, i soggetti creativi più prolifici negli ultimi tre anni; infine, compatibilmente con i tempi della ricerca e considerata l'elevata mobilità degli artisti anche al di fuori del territorio campano (si pensi, ad esempio, ai periodi di lavoro in *tournee*) si è dovuto in parte limitare la scelta alla effettiva reperibilità degli intervistati e alla loro disponibilità per un nuovo incontro.

Per quanto concerne la selezione dei 5 lavori artistici, essa è stata fondamentalmente affidata ai loro rispettivi autori: si è chiesto agli intervistati di indicare, tra i diversi saggi della loro produzione, quello che rappresenta maggiormente lo spirito creativo e i tratti stilistici del proprio lavoro e che, naturalmente, sia stato già presentato al pubblico. Un'esigenza, quest'ultima, che nasce da una specifica attenzione della ricerca alla carica comunicativa – oltre che sociale e culturale – dell'arte, piuttosto che alla sua dimensione puramente estetica. Indubbiamente, ogni prodotto creativo possiede in sé una valenza comunicativa. Un'opera d'arte mai presentata al pubblico (o ancora chiusa in un cassetto in attesa di esserlo) avrebbe aperto nuovi interrogativi sulla scelta o meno dell'artista di non veicolarla o sui condizionamenti sociali che potrebbero aver contribuito alla sua mancata diffusione. Tutti interrogativi interessanti, ma che avrebbero esulato dai principali obiettivi conoscitivi di questa indagine. Inoltre, la selezione è stata condotta considerando anche il grado di diffusione lungo i circuiti distributivi locali e nazionali.

⁴ Per i dettagli metodologici dell'analisi qualitativa dei prodotti artistici, si veda il sottoparagrafo 5.1.2

Le interviste sono state condotte a partire da uno stimolo iniziale: “Vorrei che mi parlassi liberamente di [titolo dell'opera]. Raccontami di quando hai avuto l'idea iniziale”. Ogni intervistato ha avuto ampia libertà di narrazione senza interruzioni significative, tranne alcuni interventi necessari per ricondurre l'intervista lungo gli aspetti prioritari per l'indagine. Oltre al percorso lineare della creazione del prodotto, si è tentato di esplorare in particolare: il ruolo delle reti di supporto nei processi creativi, le modalità adottate per l'accesso ai sistemi di validazione del prodotto, il ruolo delle tecnologie e dei media sia in fase di produzione che di distribuzione.

Le interviste in profondità hanno consentito di esplorare i processi creativi e di distinguere gli aspetti che caratterizzano la dimensione *global* dagli elementi che connotano un prodotto prevalentemente come *glocal*. Tuttavia, si è scelto di compiere una terza fase di studio per verificare quanto è emerso dalle interviste attraverso l'analisi del prodotto artistico, nelle sue peculiarità tecniche ed espressive. La ricerca si è sviluppata, dunque, anche attraverso l'analisi qualitativa delle opere e una lettura comparativa tra i contenuti delle interviste ai soggetti presi in esame e i risultati dei diversi *step*.

5.2.2 L'analisi dei prodotti artistici

Nella terza e ultima fase è stata condotta un'analisi delle 5 opere artistiche in esame mediante l'ausilio di una griglia interpretativa volta da un lato a “decostruire” il prodotto nei suoi elementi essenziali, soprattutto tecnici ed espressivi. Dall'altro lato, data l'eterogeneità dei prodotti artistici nei linguaggi e nei supporti comunicativi, è stato necessario rintracciare alcuni criteri più ampi entro i quali analizzare comparativamente i diversi oggetti d'arte.

In tal senso, si sono distinte alcune dimensioni specifiche in base alle quali ogni prodotto è stato “interrogato”:

- dimensione poetica: riguarda il processo produttivo (si connette direttamente a quanto narrato dagli intervistati nella seconda fase della ricerca);

- dimensione teleologica: riguarda gli intenti (soprattutto quello espressivo e quello comunicativo dell'artista);
- dimensione narrativa: fondata sui percorsi narrativi, sui linguaggi e sui contenuti sia del messaggio esplicito sia di eventuali messaggi impliciti;
- aderenza storico/sociale: riguarda la “collocazione” delle opere nel momento congiunturale in cui sono state diffuse (ci si chiede, quindi, se le opere rappresentano – per il tema trattato, per le modalità di creazione e di diffusione ecc. – il momento attuale;
- dimensione formale, espressiva e della *performance*: riguarda i tratti dell'opera che esprimono il modo in cui l'idea ha preso forma e come il tutto è tramesso nel momento della performance;
- orientamento *global/glocal*: l'intento è quello di rintracciare nelle opere i tratti che esprimono un forte localismo e quelli che, invece, “collocano” il prodotto in una dimensione globale.

Di seguito si riporta una presentazione dei 15 soggetti dell'indagine.

5.2.3 Breve profilo degli intervistati

In ordine alfabetico:

Giovanni Block, 26 anni. Nato e cresciuto a Napoli, Giovanni si è laureato in composizione al Conservatorio di musica “S. Pietro a Majella” di Napoli per poi intraprendere la carriera di cantautore. Cantante, flautista e compositore, ha vinto numerosi festival e premi legati alla canzone d'autore. Tra i più rilevanti, il premio Siae/Tenco come migliore autore emergente nel 2007. Ha di recente inciso e distribuito il suo primo disco, “Un posto ideale” (2011) con la produzione di Ettore Caretta, già produttore di artisti affermati sulla scena internazionale come Sergio Cammariere e Vinicio Capossela.

Carmin Borriano, 32 anni, nato a Napoli, vive a Pozzuoli. Laureato in chitarra al Conservatorio “S. Pietro a Majella” e Laureato in scenografia all'Accademia

delle Belle Arti di Napoli. Ha iniziato a recitare all'età di 11 anni interpretando “Peppiniello” nella commedia teatrale “Misericordia e Nobiltà” diretta da Carlo Giuffré. Lavora con artisti della tradizione del teatro napoletano come Luca De Filippo e Lina Sastri, ed è stato tra i protagonisti della prima edizione del lavoro teatrale “Scugnizzi” (2002), diretto da Claudio Mattone e Gino Landi. Il suo primo lavoro di drammaturgia “Antica Babilonia” ha vinto il Premio Vigata del 2007. Nel 2010 mette in scena *IntercityPlus*, oggetto dell'indagine (v. cap. 6).

Francesco Campanile, 28 anni. Nato e cresciuto a Napoli, ha frequentato l'Università Popolare dello Spettacolo. Ha iniziato a fare teatro a 17 anni. Attualmente scrive e produce testi teatrali. Alcuni esempi sono rappresentati da “Shoa-L'odore di un ricordo”(2010), e “Edith Piaf” uno spettacolo in musica che ripropone la vita e l'attività della cantante francese.

Angelo e Giuseppe Capasso⁵, rispettivamente 33 e 34 anni. La loro formazione è in scenografia presso l'Accademia delle Belle Arti. Svolgono da cinque anni l'attività di registi. Hanno fondato insieme l'APC Independent Production con cui producono lavori cinematografici propri e di altri artisti. Si occupano prevalentemente di cortometraggi. I loro ultimi lavori “Terrible Truth” (2009) e “108.1FMRadio” (2011) hanno ottenuto buone recensioni e numerosi premi in ambito internazionale (v. cap. 6).

Luca “Zeus” Caputo, 31 anni. Writer. Diploma tecnico-industriale.

Filippo Filetti. Regista, ha diretto la fiction TV “Sezione anti crimine” in onda sulla TV locale NapoliTV ed è autore di corti cinematografici con buon successo di critica.

Daniela Fiorentino, 32 anni. Laureata in Scienze Politiche alla LUISS di Roma e laureanda in arte e spettacolo presso la Facoltà di lingue di Salerno. Lavora prevalentemente come attrice di TV, cinema e teatro. È tra gli interpreti del film “Passione” (2010) di John Turturro.

Nicolangelo Gelormini, 32 anni. Laureato in architettura e diplomato al Centro sperimentale di cinematografia di Milano. Ha iniziato a lavorare nel cinema

⁵ Ai fini dell'indagine le due interviste sono state trattate insieme poiché i due fratelli hanno svolto lo stesso percorso formativo e lavorano insieme agli stessi progetti firmati da entrambi.

presso la produzione Teatri Uniti di Napoli come assistente del regista Paolo Sorrentino. Tra i suoi lavori più significativi, il cortometraggio “My Madre” nel film collettivo “Napoli 24” - diretto tra gli altri da Paolo Sorrentino - e “Reset”, presentato al Lincoln Center di New York e vincitore di numerosi premi.

Alessandro Macario, 30 anni. Nato e cresciuto a Napoli. Diplomato in Tercicoreo lirico presso la scuola del Teatro San Carlo di Napoli. Ha intrapreso lo studio della danza classica all'età di 5 anni. Ha lavorato presso il Teatro alla Scala di Milano, il Teatro dell'Opera di Roma. Attualmente è primo ballerino al Teatro San Carlo di Napoli.

Ciro Marino, 26 anni. Nato e cresciuto nella periferia napoletana ha esordito in letteratura come scrittore per poi avviare il progetto di una casa editrice, “Ad Est dell'Equatore” che gestisce insieme al fratello.

Daniele Sanzone, 31 anni. Cresciuto nel quartiere napoletano di Scampia. Laureando in filosofia. È autore di canzoni e cantante, suona con il suo gruppo musicale 'A67, una rock band che si auto-definisce “crossover-rock”. Gli 'A67 esordiscono con il disco “A camorra song'io” (Polosud 2005) che, accolto da ottime critiche ha ricevuto alcuni riconoscimenti rilevanti come il “Premio Siae per Demo” (2004). Nel 2008 producono il secondo disco “Suburb” (prodotto da Polosud per Edel Italia) un concept-album dedicato alle periferie del mondo (v. cap. 6). L'ultimo lavoro discografico “Naples Power” (2012) racchiude in un solo prodotto tutti i nomi che hanno caratterizzato il fermento musicale napoletano dagli anni Settanta ad oggi (Edoardo Bennato, James Senese, Teresa De Sio e così via, fino ai 99 Posse e i Planet Funk). Il CD è unito a un libro che racchiude, invece, i contributi dei principali nomi della letteratura napoletana (da Roberto Saviano a Valeria Parrella e Peppe Lanzetta).

Erminia Sticchi, 34 anni. Diplomata in danza. Ha iniziato a studiare all'età di 9 anni e si è specializzata a Londra presso la London Contemporary Dance School. Rientrata in Italia ha fondato la compagnia di danza Skaramacay con cui ha prodotto spettacoli di danza-teatro come “Santa Scampia” (2007) e “Kalifoo Ground”(2009), presentato a Napoli e ad Amman (in Giordania) e oggetto d'indagine per questa ricerca (v. cap.6).

Daniele “Zako” Passero, 30 anni. Laureato in conservazione dei beni culturali e writer. Presidente dell'Associazione Onlus Bereshit, impegnata nello sviluppo delle politiche sociali e delle attività culturali.

Salvio Slork, 30 anni. Writer. Diplomato in Elettronica e telecomunicazioni.

Massimiliano Virgilio, 32 anni. Laureato in filosofia. Considerato dalla stampa uno dei più promettenti scrittori napoletani. Autore di “Più male che altro” (ed. Rizzoli, 2008) e “Porno ogni giorno. Viaggio nei corpi di Napoli” (ed. Laterza, 2009).

Capitolo 6. Risultati della ricerca

6.1. Giovani artisti e network creativi

Nel precedente capitolo, in particolare nei paragrafi dedicati agli obiettivi conoscitivi e agli assunti epistemologici, si è chiarita l'origine del presente lavoro di ricerca che nasce come una delle sezioni specifiche della seconda indagine OTG sui processi e sulle pratiche di produzione e di consumo culturali tra i giovani napoletani, condotta dai ricercatori dell'Osservatorio Territoriale sui Giovani a Napoli tra il 2009 e il 2011. Nell'indagine qui presentata, le dinamiche creative dell'arte riguardano esclusivamente la pratica artistica a livello professionale. Sebbene siano stati fedelmente rispettati tutti i criteri metodologici adottati dall'Osservatorio, la scelta di concentrarsi su artisti professionisti ha, di fatto, ristretto il *range* d'età degli artisti intervistati rispetto a quello definito dall'impianto generale della ricerca OTG (15-34 anni): i soggetti intervistati, infatti, si collocano in un intervallo d'età compreso tra i 26 e i 34 anni. Per comprendere questo aspetto, sembra opportuno riportare alcune considerazioni. Sebbene non sia impossibile, appare piuttosto raro che un giovane possa intraprendere la carriera di artista di professione in età adolescenziale e ciò accade prevalentemente per due ordini di motivi: il primo riguarda la formazione scolare, il secondo concerne la formazione artistica stessa. Osservando il percorso dei giovani contattati per la ricerca, sebbene il primo approccio al mondo dell'arte avvenga spesso in fase preadolescenziale o adolescenziale – il più delle volte spinti dai genitori o comunque dai propri familiari – nella fase di crescita fino ai 18-20 anni i giovani restano prevalentemente legati al percorso scolastico. La pratica

artistica, in questa fase, rappresenta soltanto un'attività secondaria, svolta parallelamente alla scuola media inferiore e superiore, mentre l'interesse principale dei giovanissimi è rivolto alla conclusione del percorso di studio e di formazione, almeno fino alla maturità scolastica. Anche per quanto concerne il percorso artistico, in questa fase di crescita il giovane attraversa una lunga fase di formazione, frequentando scuole di musica, di teatro o di danza e accumulando anno dopo anno le necessarie competenze di base. Soltanto intorno ai 18-20 anni, raggiunta una certa maturità e una più netta consapevolezza di sé e delle proprie capacità, il giovane artista intraprende la scelta di dedicarsi all'arte come attività primaria e, dopo ancora qualche anno, in seguito alle prime esperienze di lavoro, acquista la piena consapevolezza della propria attività come una professione a tutti gli effetti¹. Ed è proprio a questi artisti – giovani, ma con un bagaglio di esperienze professionali abbastanza solido e consapevoli del proprio ruolo nel panorama produttivo locale – che questa ricerca ha rivolto la sua attenzione.

Osservando quanto è emerso dalle interviste, per quanto concerne la loro derivazione territoriale, i soggetti presi in esame rientrano sostanzialmente in due gruppi: quelli che sono cresciuti e che al momento della ricerca risiedono entro le mura urbane della città di Napoli – e che rappresentano la maggior parte dei casi osservati – e quelli che provengono dalle periferie urbane o da comuni limitrofi. Volgendo lo sguardo al contesto familiare di origine, dalle interviste è emerso che i giovani artisti residenti in città provengono spesso da famiglie abbastanza agiate in cui i genitori svolgono – o hanno svolto – lavori dirigenziali, di insegnamento, di impiego nel settore pubblico o bancario. In questi casi, è possibile rintracciare nel percorso formativo dei soggetti intervistati un graduale apprendimento delle nozioni e delle pratiche artistiche lungo un arco temporale che ha inizio sin dalla loro infanzia e che li accompagna per tutto il processo di crescita. Si tratta di un lungo periodo formativo in cui i giovani, parallelamente alla scuola dell'obbligo e spinti dai loro genitori – grazie ad una buona disponibilità economica familiare – compiono anche studi artistici specializzanti. Gli intervistati residenti nella

¹ Le dinamiche che portano i giovani ad una scelta in questa direzione e i meccanismi psico-sociali che accompagnano questo passaggio saranno più approfonditamente trattati nel prossimo paragrafo.

periferia urbana e nei comuni adiacenti a quello napoletano, invece, mostrano un percorso di formazione artistica diverso. Cresciuti in contesti familiari in cui i genitori spesso sono inoccupati oppure lavorano come artigiani o artisti a loro volta, i giovani della periferia approcciano all'arte in piena adolescenza, il più delle volte in modo spontaneo ed autodidattico.

In alcuni casi, il lavoro del genitore-artigiano apre la strada alla scelta artistica del figlio:

Nella nostra famiglia ci sono artigiani da generazioni. Mio padre era ebanista [...] mio nonno era ebanista, il mio bisnonno era ebanista [...]. Veniamo sicuramente da una famiglia di artigiani che hanno avuto una certa manualità con i materiali e che probabilmente ci è stata tramandata (I.1, regista).

La casa editrice nasce [...] perché mio padre era tipografo; anzi, era fotoincisore, che era [...] la fase precedente alla tipografia. Perciò facevo parte dell'ambiente, tra virgolette, e decidemmo poco dopo di mettere su la casa editrice, io e mio fratello (I.6, scrittore/editore).

La presenza di artisti, seppure ad un livello amatoriale, nel proprio nucleo familiare di origine si rivela, il più delle volte, un forte motore di stimolo per l'accesso al mondo dell'arte da parte dei più giovani, e questo aspetto è testimoniato dalla quasi totalità dei giovani intervistati. Le reti di supporto parentale si rivelano significative nella scelta di intraprendere un percorso di formazione artistica. Il più delle volte, la passione per la musica, per la pittura, per il teatro e così via, è trasmessa dai genitori in maniera spontanea, durante il processo di educazione e di crescita dei loro figli. Molto spesso è la figura materna a svolgere un ruolo determinante. Dopo aver rintracciato nei propri figli una naturale predisposizione all'arte, sono spesso proprio le mamme a indirizzarli verso scuole specializzate di danza o di musica perché essi possano acquisire le necessarie competenze. Nelle prime fasi di crescita, dunque, i ragazzi si dedicano all'attività artistica frequentando parallelamente la scuola dell'obbligo. Tuttavia, è interessante notare un significativo calo nel supporto familiare al giovane artista nel momento in cui egli esprime la volontà di dedicarsi totalmente alla propria

arte, intraprendendo dunque un percorso artistico professionale. In tal caso, le reti di supporto cambiano nella loro configurazione (v. Grafico 1): i genitori e i familiari spesso esprimono forti perplessità all'idea che il figlio possa lavorare e sostenersi vivendo d'arte, mentre i giovani – determinati nelle loro scelte – individuano il supporto necessario in nuove figure, soprattutto nell'ambito della sfera affettiva e amicale. In tal senso sembra emblematica la frase seguente:

Il passaggio dalla D. laureata con 110 e lode e futura diplomatica alla D. artista – che era la mia vera essenza, il mio vero io – è stato uno shock. Per me forse non tanto, perché avevo già le idee chiare. Ho perseguito un sogno che era centrato in me, però intorno a me, lì ho avuto un crollo nel sostegno. [I miei familiari] non mi hanno mai ostacolata, però non mi hanno supportata psicologicamente, come desideravo. [...] Il mio fidanzato è stato ed è uno dei primi sostenitori in assoluto. È uno di quelli che ha guardato oltre, oltre la realtà dei fatti che vivevo, insomma. Quindi mi ha sempre esortata a fare provini, mi ha anche esortata molto a spostarmi in giro per l'Italia o per il mondo (I.9, cantante/attrice).



Grafico 1: Mutamenti nelle reti di supporto all'attività artistica.

Si delinea, dunque, un paradosso. La famiglia costituisce inizialmente il nucleo principale di educazione all'arte. I genitori investono gran parte delle loro risorse economiche perché i loro figli possano acquisire le capacità e le competenze necessarie per suonare uno strumento, cantare, danzare o recitare. L'ambiente domestico rappresenta spesso il primo “laboratorio” di creatività artistica per i giovani. Alla base di tanto interesse per l'arte nelle fasi di educazione e di

formazione dei giovani sembra esserci la convinzione che la conoscenza e la pratica artistica siano un valore aggiunto alla formazione identitaria e culturale delle nuove generazioni. Tuttavia, l'inversione di marcia manifestata dai genitori di fronte alla scelta professionale dei loro figli sarebbe imputabile – a detta dei giovani stessi – ad una sfiducia generalizzata nei confronti dell'arte intesa come lavoro e quindi come ambito di realizzazione professionale e personale.

Il gruppo di lavoro – la band con cui si suona, la compagnia di teatro o di danza per cui si lavora ecc. – è, per gli artisti napoletani, il contesto sociale principale di riferimento e di “affidamento” per la circolazione delle proprie idee e per la condivisione delle proprie esigenze espressive. Il gruppo, da un lato, rappresenta una “seconda famiglia” (con esso si condividono idee, progetti, aspirazioni, successi e fallimenti); dall'altro lato, esso si configura come una comunità di pratica (Wenger, 1998), fondato sulla circolazione dei saperi e delle competenze artistiche, e in cui il singolo artista esprime un forte senso di appartenenza e lavora per la crescita artistica e professionale di tutto il gruppo:

Non siamo una compagnia di danza e basta, noi siamo proprio una famiglia: un problema di uno è un problema di tutti e quindi siamo molto uniti (I.3, coreografa).

Tra le diverse forme d'arte considerate nella ricerca, il senso di appartenenza ad una comunità di pratica appare molto più forte in uno specifico ambito di espressione: quello del graffitismo. Nella sottocultura del *writing* si adopera il termine specifico di *crew*, che indica il proprio gruppo di appartenenza, strettamente fondato sulla condivisione di idee, di valori e norme di comportamento che contribuiscono a rinsaldare i rapporti tra i loro membri e a convogliare i singoli intenti comunicativi ed espressivi verso un'unica direzione condivisa:

La *crew* crea un gruppo di lavoro, condivide lo stesso scopo: prima di tutto l'amicizia e quindi lo stare bene, condividere delle esperienze al di là dei graffiti; poi i graffiti, il che significa mettere graficamente su un muro quel rapporto con le persone. [...] La *crew* in tre parole: è prima di tutto il gruppo con cui condividi le giornate; secondo, è il gruppo in cui condividi il disegno, le gioie e i dolori; terzo,

è fondamentalmente un'appartenenza condivisa con altre persone e, quindi, una famiglia (I.12, writer).

La condivisione e lo scambio di valori, idee e prassi sembra essere fondamentale non soltanto per gli artisti che operano all'interno di un gruppo definito, ma anche per quelli che lavorano individualmente. A tal proposito, però, sembra possibile operare una distinzione. Se nelle comunità artistiche e nei network di pratica, lo scambio delle competenze e degli intenti comunicativi ed espressivi è anzitutto interno al gruppo stesso – per poi porsi a varcarne i confini in un secondo momento – la circolazione e la condivisione delle idee creative degli artisti individuali, invece, si spinge maggiormente verso il pubblico, l'*audience*, cioè verso i potenziali fruitori dei propri prodotti d'arte. Ad ogni modo, l'esigenza di coinvolgere soggetti esterni – che si tratti di altri artisti o di rappresentanti di un potenziale pubblico – nei processi creativi e produttivi si ravvisa, più o meno, in tutti i giovani intervistati:

Ogni qualvolta scriviamo una sceneggiatura, prima di organizzarci per le riprese la sottoponiamo ad una lettura generale, sia da parte di persone competenti del settore che individuiamo tra amici e conoscenti, ma anche tra persone alle quali piace il cinema ma che non lo studiano, e che poi sono gli spettatori finali, per cui [...] il loro commento, il loro parere sulla sceneggiatura probabilmente è quello più prezioso (I.1, regista).

L'apertura dei giovani artisti allo scambio creativo rivela, da un lato, la netta convinzione che la costruzione di *network* di cooperazione sia molto utile per la delineazione delle idee, dei progetti artistici e per la creazione di nuovi prodotti d'arte; dall'altro lato, è possibile rintracciare nella maggior parte delle interviste condotte la ferma volontà di fronteggiare e superare la competizione tra gli artisti, spesso imputata ad una mentalità piuttosto diffusa nel territorio partenopeo, dove le difficoltà ad emergere sono percepite come maggiori rispetto ad altre città italiane:

A Napoli è come se ognuno avesse paura che qualcun altro gli possa rubare una fetta di successo. È come se il successo fosse una torta dove ognuno si mangia la sua fetta e se mi mangio due fette ne ho tolta una a te, mentre in realtà non è così. [...] si può

riassumere con “dove c'è fame c'è guerra”, no? Quindi [...] non essendoci grandi possibilità, ci si fa guerra tra di noi, una guerra tra poveri e questo, purtroppo, non ha aiutato a crescere insieme (I.8, musicista).

La difficoltà ad emergere come artisti a Napoli rappresenta un tema caldo e complesso e strettamente legato al rapporto che i giovani instaurano con il contesto territoriale, politico, economico e culturale della città. Se Sennett (1991, trad. it. p. 227) attribuisce agli artisti «la capacità di sostenere il peso dell'incertezza», uno degli obiettivi di questa ricerca è indagare i modi con cui i giovani artisti affrontano l'incertezza proveniente dal contesto urbano e sociale, trasformandola in risorsa (Leccardi, 2005) attraverso la propria creatività.

6.2. La città nell'immaginario degli artisti

La città di Napoli, con la sua conformazione geologica che si estende tra la collina e il mare e con la struttura urbana in cui convivono le architetture secolari del centro storico e i moderni grattacieli del centro direzionale, i palazzi signorili dei quartieri “alti” e le case dismesse delle aree periferiche, è la città duale per antonomasia. Una città porosa² come il tufo, la pietra di cui sono costituite le sue mura. Una città sempre in divenire e che da secoli assorbe e fonde gli umori e i tratti culturali delle numerose popolazioni che nella storia si sono susseguite sul suo territorio e di quelle che oggi la raggiungono e la abitano, quale crocevia di etnie e culture provenienti dall'oriente e dall'occidente.

I giovani artisti napoletani manifestano un rapporto ambivalente con la propria città. Da un lato, Napoli, con le sue contraddizioni, sembra essere la prima fonte di ispirazione e di creatività artistica:

² La definizione di Napoli come “città porosa” risale a Walter Benjamin che il 19 agosto del 1925, in seguito ad un suo viaggio nella città partenopea, pubblicò sul “Frankfurter Zeitung” le sue impressioni: «Porosa come questa pietra è la sua architettura. Struttura e vita interferiscono continuamente in cortili, arcate e scale. Dappertutto si conserva lo spazio vitale capace di ospitare nuove, impreviste costellazioni. Il definitivo, il caratterizzato vengono rifiutati». Una città dove nessuna forma, sociale o architettonica è “pensata per sempre” (Benjamin W., 1924, trad. it. p. 98 ss.; cfr. De Seta, 2007).

È tutto sulla dualità, Napoli. [...] Però la cosa bella di Napoli è anche questo, purtroppo: il brutto nel bello. Quando si contrappone la bellezza al degrado è una roba che crea fascino (I.6., scrittore/editore).

Ti offre delle ispirazioni questa città. [...] perché siamo circondati da una umanità varia e anche già molto predisposta alla rappresentazione. Cioè l'agire umano a Napoli è già più teatrale rispetto a tante altre città e già più cinematografico rispetto a tante altre città. Gli eventi che accadono in questa città sono profondamente conflittuali e al limite della fantasia, a volte. [...] e questa è una fonte (I.2, regista).

Si tratta di una città per la quale pressoché tutti gli artisti intervistati dichiarano di nutrire un sentimento di amore misto a odio, di attaccamento viscerale e di ostilità. D'altro canto, però, si ravvisa un profondo senso di sfiducia dovuto soprattutto ad un mancato riconoscimento, sia professionale che sociale, del ruolo che gli artisti svolgono nel quadro di sviluppo economico e culturale napoletano. Emerge l'esigenza e la volontà di superare lo stereotipo dell'artista come “genio creativo”, capace di produrre un'opera d'arte “per sé” (Simmel, 1902), fruibile e valutabile esclusivamente sul piano estetico, in favore invece di una nuova funzione dell'attività creativa intesa nel suo risvolto pratico. L'arte che si offre come strumento per intervenire concretamente e attivamente nei processi di rinnovamento, di mutamento, di sviluppo. Non soltanto una “*ars gratia artis*” (arte per l'arte), ma la riscoperta del significato originario che la parola latina *ars* racchiude in sé: la fusione di scienza e tecnica, di saperi e competenze nel manipolare la conoscenza e la materia al fine di produrre il nuovo, l'inedito, contribuendo, così, alla crescita del patrimonio culturale, allo sviluppo economico e al miglioramento delle condizioni sociali.

Ciò sarebbe possibile a partire da un riconoscimento professionale dell'artista che, acquisite le adeguate conoscenze e competenze – attraverso un percorso di studio e di formazione – sceglie di intraprendere la strada dell'arte come professione. Questo aspetto appare tra i più delicati tra quelli emersi dalle conversazioni con gli artisti:

A Napoli io, a un certo punto, mi sono un po' demoralizzata, perché io ho fatto un

percorso di studi molto profondo e lungo. Ho fatto dei sacrifici enormi e poi, quando mi sono affacciata [...] sul mondo lavorativo napoletano, mi sono accorta che per gente come me c'era veramente il nulla. Quindi io mi sono ritrovata a dover accettare contratti di lavoro veramente ignobili, del tipo che mi pagavano ventimila lire a sera per fare il varietà, il caffè chantant e cose del genere. E quindi tu, quando fai un percorso di studi così lungo e profondo, è dura. Perché poi ti scontri con la realtà e dici “che l'ho fatto a fare?” (I.3, coreografa).

L'essere giovani, poi, non è percepito come una condizione di vantaggio per la carriera professionale. Al contrario, la maggior parte degli intervistati auspica una attenzione maggiore al mondo giovanile da parte delle istituzioni e delle organizzazioni che si occupano di cultura sul territorio. Queste considerazioni sono spesso alimentate da riflessioni che riguardano la condizione giovanile su un piano nazionale e scaturiscono, spesso, da un naturale confronto che i giovani artisti napoletani operano tra la realtà italiana (di cui quella napoletana rappresenta solo una parte) e le altre realtà europee e mondiali di cui hanno avuto – direttamente o indirettamente – esperienza:

[Bisogna] incentivare molto i giovani. Ecco, ad esempio in America l'età media [degli artisti] è molto bassa, cioè si dà molta speranza, molta fiducia a un progetto presentato da un autore di vent'anni. E non si fa differenza d'età (I.9, cantante/attrice).

Sul piano nazionale, osservando con gli occhi dei giovani artisti napoletani le risorse e le opportunità offerte dalle principali capitali culturali italiane, Napoli sembra presentare molte difficoltà riconducibili ad alcune cause specifiche. Tra queste, una delle più citate dagli intervistati riguarda una scarsa circolazione delle informazioni tra gli enti culturali (istituzioni, associazioni culturali ecc.) e gli artisti stessi, ovvero tra chi pianifica, organizza e gestisce le attività culturali sul territorio e chi possiede il *know how* per concretizzarle. Mancherebbero, dunque, delle strutture di reti comunicative che possano favorire la diffusione ad ampio raggio delle informazioni su progetti, concorsi, rassegne, manifestazioni, provini o selezioni. A fronte di ciò, si delinea la creazione spontanea di reti informali fondate sul passaparola e, inoltre, all'interno dei vari ambiti artistici si osserva la

creazione di nuclei di comunicazione chiusi, rispetto ai quali chi è posto all'esterno ha più difficoltà di accedere alle informazioni e alle opportunità, e quindi ha meno possibilità di lavorare. Questo tema emerge con forza laddove, per descriverlo, gli intervistati adoperano termini come “setta” o “giro”:

Qui ci sono le sette, quelle che io chiamo “le sette”. Cioè, se sei in determinati giri – che sono comunque estremamente piccoli, chiusi e ristretti – allora vieni anche a sapere delle cose, altrimenti non lo vieni a sapere. [...] Non c'è passaggio di informazioni, assolutamente no. Lo vieni a sapere perché [...] magari l'amico ti dice “sai, io domani devo fare il provino per...”, ma l'hai saputo per caso. [...] Questo è un grande ostacolo (I.11, drammaturgo/attore).

All'assenza di strutture comunicative ampie si unisce anche la debolezza dei circuiti produttivi locali. Napoli appare costellata di piccole realtà produttive, per lo più fondate sulla spinta imprenditoriale di soggetti individuali che finanziano progetti musicali o cinematografici: piccole etichette discografiche e musei che offrono sale di videoproiezione ne sono un esempio. Si tratta di realtà numerose ma deboli, che raramente appaiono in grado di veicolare i prodotti napoletani oltre i confini urbani o regionali. La maggior parte degli artisti, infatti, dichiara di doversi adoperare in prima persona per finanziare i propri progetti e per attivare reti per la distribuzione dei propri prodotti. Se queste difficoltà da un lato portano gli artisti a considerare la possibilità di lasciare Napoli per cercare altrove – in Italia o all'estero – migliori condizioni di lavoro, dall'altra parte, spesso è proprio in queste difficoltà che gli intervistati rintracciano uno stimolo per la creatività. Emerge, qui, un altro volto della creatività: quello dell'adoperarsi per trovare le migliori soluzioni ai problemi strutturali, le giuste spinte per superare gli ostacoli e la volontà di restare a Napoli, realizzando i propri obiettivi per se stessi e per la propria città. Nelle interviste, infatti, l'arte è più volte descritta come una efficace arma di riscatto contro gli stereotipi che danneggiano l'immagine di Napoli e dei napoletani agli occhi dell'Italia e del mondo:

Quando vado fuori e sento parlar male di Napoli a me da fastidio [...] Possibile che

siamo conosciuti fuori per la spazzatura, per gli omicidi, per gli scippi... insomma, sempre per le solite cose? A me da fastidio, da molto fastidio. [...] Io cerco, con i fatti, di dimostrare [...] di essere una buona persona [e] di guadagnarli fuori, dovunque vado, la stima (I.4, ballerino).

La decisione di non lasciare Napoli e di insistere lungo il percorso dell'arte come professione, per molti artisti è da un lato supportata dalla volontà di non alimentare una “fuga dei talenti” napoletani, e dall'altro può contare su una specifica qualità attribuita ai napoletani: la solidarietà. La maggior parte dei soggetti intervistati dichiara di riuscire spesso a fronteggiare la scarsità delle risorse materiali (finanziamenti, supporti organizzativi e logistici ecc.) grazie alla solidarietà di privati e associazioni che offrono il loro sostegno ai giovani talenti fornendo, ad esempio, sale per le prove e per gli spettacoli, o *location* per la realizzazione di prodotti cinematografici:

Vivendo a Napoli hai a che fare con persone in linea di massima disponibili, per cui, in un modo o nell'altro, riesci sempre a risolvere i tuoi problemi. Sai, è un po' la caratteristica del napoletano, no? Magari lavorando al nord, davanti al primo intoppo non trovi persone [...] che ti prestano la casa come *location*. A Napoli c'è uno spirito diverso (I.1, regista).

Infine, sembra possibile rintracciare nei giovani artisti una forte spinta interiore al superamento delle difficoltà materiali a partire dalla ricerca e dall'instaurazione di dialogo e cooperazione con le istituzioni, spesso ritenute distaccate o lontane rispetto ai problemi della cultura e dell'arte sul territorio partenopeo. In realtà, per quanto concerne il rapporto con le istituzioni, tra i giovani intervistati è possibile delineare due tendenze generali: da un lato, troviamo i giovani artisti che trovano difficoltà a rapportarsi con le istituzioni e con le amministrazioni locali, e imputano la responsabilità di ciò sia alla lentezza burocratica che ad un'agenda politica troppo assorbita da *issues* legate all'economia e all'ambiente e quindi “distratta” rispetto ai temi dell'arte e della cultura sul territorio. Sul versante opposto, invece, si situano gli artisti che, nell'intento di adoperarsi in prima persona per lo sviluppo dell'espressione artistica come “socialmente utile” sul

territorio locale, ricercano volontariamente la collaborazione con le istituzioni locali. Un esempio molto interessante è rappresentato dalle parole di un *writer* napoletano che intravede nel dialogo cooperativo con le amministrazioni locali la via per il riconoscimento sociale e professionale del graffitismo:

Non mi aspetto che la gente mi venga a ringraziare e non lo faccio assolutamente per loro, ma perché questo “lavoro”, questo modo di esprimere, questa esigenza personale possa essere riconosciuta. [...] per me è fondamentale. [...] Quindi da dieci anni a questa parte ho iniziato un percorso con le istituzioni. [Era] il 1999, una delle prime jam³ fatte a Napoli e probabilmente una delle più grandi del sud Italia. C'era un luogo ed era un luogo vuoto e [questa iniziativa] è servita a riempire quel luogo. [...] Quello fu il primo tentativo di riqualificazione di un'area attraverso lo strumento del colore (I.12, writer).

Il ruolo svolto dalle istituzioni e dalle amministrazioni locali è largamente considerato fondamentale per lo sviluppo non solo dell'attività espressiva ed artistica dei singoli individui creativi ma anche delle reti e delle strutture per la produzione e per la divulgazione dell'arte *made in Napoli* oltre i confini locali.

6.2.1 I circuiti della produzione

L'indagine ha rilevato una forte vivacità culturale ed artistica ma, allo stesso tempo, una struttura di reti e di circuiti di produzione non abbastanza solida per supportare tale effervescenza. Da questo punto di vista, la condizione in cui versa la città partenopea è spesso considerata come il riflesso di dinamiche nazionali – e, sotto alcuni aspetti, globali – che si riversano sul piano locale, amplificandosi in

³ Nel linguaggio del graffitismo, una “jam” è un evento organizzato di incontro tra *writers* e *graffiti artists* allo scopo di condividere un momento espressivo comune, per confrontarsi nelle proprie abilità oppure per lavorare insieme ad un obiettivo comune. Il termine deriva dallo slang americano ed è utilizzato anche in musica, soprattutto nel jazz dove si parla di “jam sessions” per indicare momenti di incontro tra i musicisti per suonare insieme in maniera estemporanea, scegliendo al momento i brani su cui improvvisare e confrontarsi nelle proprie abilità tecniche ed espressive in veri e propri “duelli” musicali. Sembra possibile ravvisare lo stesso “spirito” di fondo in due pratiche artistiche differenti accomunate soltanto dalla medesima origine transatlantica.

contesti urbani altamente ricettivi come Napoli. Da un lato, i giovani intervistati attribuiscono forti responsabilità alle politiche nazionali e alle riforme finanziarie laddove non valorizzano il ruolo dell'arte, della cultura e della scienza come risorse per la collettività. Dall'altro lato, emerge una sorta di *mainstream*, diffuso a livello globale, che penalizza l'arte fondata su un percorso di studio e di impegno per l'acquisizione graduale delle competenze artistiche proponendo, invece, il sogno del successo facile e della notorietà raggiungibile senza sacrifici. È questo il caso dei *talent show*, ampiamente diffusi dai principali mezzi di comunicazione di massa e considerati spesso come un'arma a doppio taglio: offrono modelli fuorvianti, illudendo i ragazzi di poter diventare ricchi e famosi senza aver studiato abbastanza e, allo stesso tempo, svalutano il lavoro di chi investe gran parte del proprio tempo libero per “imparare” a fare arte con dedizione e cura. Inoltre, i media di massa – ed in particolare la TV – dedicano scarsa attenzione all'arte, veicolando attraverso le programmazioni e i palinsesti solo alcune forme artistiche e, di queste, solo alcuni generi specifici: quelli che possono accrescere l'*audience* dei loro programmi e, di riflesso, gli introiti aziendali.

Il fine commerciale, dunque, appare antitetico all'arte e al suo sviluppo e questo aspetto emerge chiaramente dalle interviste. Nell'opinione dei giovani intervistati, infatti, la ricerca del profitto economico non può convivere con la libertà di espressione che, invece, presuppone indipendenza. D'altro canto, però, adeguate condizioni economiche sono ritenute fondamentali per lo sviluppo e per la trasmissione delle competenze artistiche nel tempo. Qui si sottolinea ancora una volta l'importanza di raggiungere un pieno riconoscimento dell'artista come soggetto produttivo, anche attraverso l'elaborazione e l'implementazione di impianti normativi e di regolamentazioni efficienti che definiscano i parametri della sua professione. Al contrario, la maggior parte degli intervistati dichiara che per poter far fronte ai costi che l'attività artistica comporta è necessario adoperarsi in lavori secondari – spesso si tratta di lavori manuali (come artigiani, operai, tecnici ecc.), raramente di attività intellettuali di rilievo (ad esempio come insegnanti). L'attività artistica, da sola, solo in rari casi riesce a garantire l'auto-sussistenza e questo, per molti giovani, comporta l'abbandono della pratica

artistica in favore di occupazioni e di guadagni “più sicuri” per il proprio percorso di auto-realizzazione:

Conosco tante persone che lavorano su progetti [...] che fanno cortometraggi, lavori di grafica [...] Poi, dopo qualche anno, vengono abbandonati perché devono cambiare lavoro. Perché, finché sei molto giovane, lo fai con la passione, ma quando poi devi affrontare una realtà diversa e hai bisogno che questa tua arte diventi un lavoro, non trovi sbocchi e abbandoni. E questo [vale] per la musica, per il cinema, per l'arte in generale. Conosco molte persone che, purtroppo, per esigenze economiche hanno abbandonato quella che era la loro *méta*, la loro aspirazione, la loro voglia di proporsi (I.1, regista).

Emerge, dunque, l'esigenza di un riscatto della cultura e dell'arte e la spinta maggiore è fornita proprio dai giovani artisti, molti dei quali sottolineano la necessità di dare spazio ai circuiti *indie*⁴ napoletani, alle reti *underground*, ai fermenti auto-prodotti ed alternativi che, riprendendo la metafora proposta da un giovane intervistato, sono “come fuoco sotto la cenere”:

C'è fermento culturale in questa città, ma è come se ci fosse quella cenere che sotto arde e che non vede l'ora di esplodere in un fuoco. Però, per ora è cenere, e quindi si fa proprio fatica a... a generare cultura (I.6, scrittore/editore).

Se dal lato della produzione è necessario valorizzare il lavoro creativo degli artisti, sul versante della fruizione sembra inevitabile intervenire affinché l'interesse per la cultura e per l'arte si mantenga vivo tra le nuove generazioni. Agli occhi degli intervistati, i giovani attuali appaiono in gran parte lontani e distaccati rispetto alla cultura: leggono poco e in modo distratto, ascoltano prevalentemente musica commerciale, ignorano i gruppi musicali o le compagnie di teatro e di danza del loro territorio. Sono assorbiti dalla TV, dalle *chat* e dai *social network*, sono attratti al cinema prevalentemente dai cine-panettoni. Per questi motivi, il lavoro dei giovani artisti è spesso rivolto proprio ai loro coetanei, nell'intento di dimostrare loro che l'arte può essere al contempo occasione di

⁴ Il termine “indie” deriva dall'inglese “independent” ed indica i circuiti indipendenti, alternativi, solitamente di artisti emergenti o rappresentativi di una cultura *underground*, il cui lavoro è autoprodotta o supportato da etichette o case di produzione minori rispetto alle *major* e ai grandi circuiti produttivi nel mercato discografico.

divertimento e motivo di riflessione, può trasmettere emozioni stimolando il pensiero critico. Come si vedrà più in dettaglio negli ultimi paragrafi dedicati ai processi creativi, alle pratiche e ai discorsi dell'arte (v. par. 6.4), nelle attività dei giovani intervistati, indipendentemente dal tipo di espressione adottata, è possibile ravvisare alcune significative similitudini. Una di queste riguarda proprio l'intento comune di parlare ai giovani, di narrare ai giovani il mondo dei giovani stessi, incentivando l'educazione all'arte e una “cultura della cultura” che appare sbiadita. L'artista propone se stesso e il proprio lavoro per questa missione.

Tuttavia, in linea generale, sembra insita nell'arte la tendenza ad estendersi verso un pubblico più ampio ed eterogeneo possibile, confermandosi come linguaggio simbolico universale. La capacità di un'opera d'arte di diffondersi e di penetrare in luoghi, contesti e pubblici diversi può dipendere fondamentalmente da due aspetti: la struttura su più livelli di significazione di un prodotto e la prospettiva universale/territoriale dell'autore. L'abilità dell'artista di costruire il proprio prodotto su più livelli di interpretazione consente la fruizione e l'acquisizione di uno stesso oggetto artistico da parte di individui dalle caratteristiche sociali e culturali molto diverse. In tal modo, ogni spettatore potrà “leggere” l'opera d'arte secondo il proprio livello di istruzione e le proprie abilità interpretative, scegliendo di fermarsi a un livello semantico più superficiale oppure di approfondire la lettura interpretativa dell'opera d'arte e raggiungere livelli di significato più specifici in base al proprio bagaglio culturale e cognitivo⁵. Inoltre, il grado di disseminazione di un'opera d'arte nel tempo e nello spazio può dipendere fortemente dalla prospettiva – universale e globale oppure territorialmente centrata – dell'autore. Tale prospettiva incide sia sulle dinamiche di costruzione delle reti sociali e dei mondi produttivi dell'artista che sui processi creativi e si riflette negli intenti comunicativi e nelle strutture tecniche ed espressive delle opere d'arte. Come si vedrà nel prossimo paragrafo, dalla ricerca sugli artisti napoletani sono emersi due principali orientamenti produttivi che ci consentono di “collocare” ogni artista e ogni prodotto d'arte su un diverso piano di

⁵ Quest'aspetto chiama in causa le tecniche espressive e le modalità narrative e semantiche di costruzione di un prodotto artistico e sarà approfondito con maggiore attenzione nel paragrafo dedicato alle pratiche creative e ai discorsi artistici (v. par. 6.4).

affermazione artistica.

6.3. Modelli di orientamento produttivo

I 15 giovani artisti intervistati mostrano percorsi di vita e di formazione artistica differenti, ognuno nella propria singolarità e unicità. Tuttavia, sin dal primo set di interviste è stato possibile rintracciare alcuni modelli di orientamento artistico strettamente legati alle biografie, ai percorsi di formazione culturale e artistica, alle percezioni individuali della città come contesto di sviluppo della creatività artistica, alle motivazioni personali e professionali e agli intenti espressivi e comunicativi. Lungo queste dimensioni è stato possibile rilevare alcuni atteggiamenti e comportamenti simili tra gli artisti indagati che hanno consentito di pervenire ad una categorizzazione. In particolare, i diversi orientamenti produttivi rilevati sembrano collocabili su un asse immaginario ai cui estremi è possibile distinguere, da un lato, gli artisti *global* e, dall'altro, gli artisti *glocal*⁶. La maggior parte degli artisti intervistati si colloca sostanzialmente ai due estremi, mentre lungo l'asse sembrano trovare posto alcuni orientamenti specifici che, tuttavia, afferiscono a un numero di soggetti non abbastanza rilevante da suscitare attenzione e approfondimento ai fini della ricerca. Per le loro specificità, dunque, quasi tutti i soggetti indagati sembrano polarizzarsi nelle due categorie alle estremità dell'asse. Per comprendere i criteri alla base delle categorie adottate e per valutare l'utilità di tale tipologia per gli scopi dell'indagine, a questo punto sembra opportuno chiarire alcuni aspetti. Nel presente lavoro, l'uso dei termini *global* e *glocal* non si riferiscono esclusivamente a una dimensione geografica o economica: l'attenzione si concentra non tanto sulla quantità di vendite o sul raggio di distribuzione di un prodotto artistico, né sui macro-processi di diffusione e di consumo che attengono ai circuiti produttivi e alle filiere distributive nazionali e internazionali dell'arte. La ricerca si propone di indagare gli aspetti

⁶ La stessa operazione può essere valida anche per una categorizzazione dei prodotti artistici. Fin qui si preferisce considerare l'orientamento produttivo degli artisti. Nell'ultimo paragrafo si vedrà in quali modi le caratteristiche *global* e *glocal* si riflettono nei loro prodotti.

qualitativi della produzione artistica e di rintracciare nei prodotti d'arte e nei processi creativi gli elementi specifici che consentono di distinguere un'arte orientata verso una dimensione “globale”, cioè tendenzialmente priva di esplicite connotazioni territoriali e potenzialmente fruibile da un pubblico generalizzato, da un tipo di arte che nasce con – e si esprime attraverso – un fortissimo radicamento geo-territoriale e culturale rinvenibile in alcuni elementi come, ad esempio, nei linguaggi artistici adottati oppure nelle tematiche trattate e nelle strutture narrative e simboliche dei prodotti d'arte. Si noti il fatto che in questo schema nessun uso è fatto della categoria *local*. L'assenza di una categoria *ad hoc* per indicare un tipo d'arte strettamente locale, cioè fortemente connotata di elementi localistici e destinata ad un uso territorialmente circoscritto, deriva dalla convinzione che il termine “locale” non sembra ormai poter rappresentare adeguatamente la complessità contemporanea favorita dallo sviluppo della comunicazione globale e dalla velocità dei flussi migratori e comunicativi che incidono su ogni aspetto della vita quotidiana. Nonostante alcune forme espressive – come ad esempio il *folk* – possano essere considerate espressioni fortemente radicate in uno specifico contesto territoriale e culturale, il progressivo abbattimento dei confini che connota la nuova modernità in tutti i campi del vivere sociale ne ha impoverito il tradizionale ruolo di riproduzione e consolidamento dell'identità locale, trasformandole prevalentemente in colorite rappresentazioni di costume. I tratti localistici, dunque, vanno rintracciati e considerati nell'ambito degli ampi processi di globalizzazione e di ri-locazione descritti da Robertson (1992) e trattati altrove in questo lavoro (v. parr. 3.1, 3.2 e 4.3). Si tratta di processi in cui il tradizionale concetto di “locale” cede il posto a una nuova forma di “località”, frutto della riarticolazione dei processi globali in contesti territoriali specifici. A partire da queste considerazioni, dunque, si è preferito adottare il termine “glocale” per indicare il risultato di una riconfigurazione del “luogo” in una realtà sempre più contraddistinta da una struttura dinamica fatta di connessioni veloci, scambi multiculturali e continue ibridazioni.

Le due categorie prese in esame, comunque, non sono utilizzate come dicotomiche o antitetiche l'una rispetto all'altra, né rigidamente separate: uno

stesso artista può esprimere una prospettiva sia *global* che *glocal* in lavori artistici diversi, così come uno stesso prodotto d'arte può contenere elementi che lo connotano sia localmente che globalmente.

Dunque, l'uso di tali categorie è inevitabilmente il frutto di una “forzatura” concettuale; si tratta di un espediente euristico adottato al fine di ottenere dei termini di confronto tra i soggetti della ricerca e tra le loro produzioni per rintracciarne, attraverso dei processi comparativi, le principali divergenze e similitudini. Nei sottoparagrafi seguenti si riportano le caratteristiche più significative che consentono di evidenziare gli orientamenti *global* e *glocal* dei giovani artisti napoletani.

6.3.1. *Gli artisti global*

In quanto professionisti, tutti gli intervistati mostrano l'intento di estendere il raggio di diffusione dei propri prodotti nel mercato nazionale e internazionale dei beni artistici per incrementare le occasioni di lavoro e le fonti di guadagno legate alla propria attività. Nonostante questo tratto comune a tutti, gli artisti che mostrano un orientamento prevalentemente *global* gestiscono le risorse a loro disposizione in modo da facilitare l'auto-affermazione professionale in ampi circuiti prevalentemente extra-locali. Il percorso di crescita e la formazione culturale ed artistica di questi giovani è connotata dall'adozione di modelli di riferimento dal significativo peso artistico in ambito internazionale come, ad esempio, Quentin Tarantino o Alfred Hitchcock per il cinema, oppure la canzone d'autore italiana o le grandi voci del jazz d'oltreoceano per la musica e così via:

[...] tutto è nato con Hitchcock, quando ero molto piccolo, che è probabilmente anche la forma più chiara di cinema in cui tu puoi incappare. Perché erano dei prodotti assolutamente popolari, assolutamente commerciali che nascondevano però una grandissima arte e una grandissima preparazione tecnica e, come dire, grandissime virtù anche di racconto, che affondava poi a sua volta le radici nell'espressionismo tedesco. [...] Ero piccolo, mi appassionò lui e... Hitchcock è uno che utilizzava il cinema nella sua

forma più pura perché tutto era raccontato veramente quasi esclusivamente attraverso le immagini e il movimento di macchina. Per cui se ti affascina quello, come dire, è una folgorazione anche più forte perché ti arriva esattamente lo strumento primo del cinema. E a me quello mi affascinò e, come dire, io lo vivo ancora come spettatore. E poi, ti bruciano le mani e ti viene la voglia di continuare per quel percorso, molto più umilmente (I.2., regista).

Per questo giovane artista, il cinema di Hitchcock rappresenta il connubio ideale tra la preparazione tecnica, la creatività e l'abilità narrativa da un lato, e la "popolarità" e la "commerciabilità" – ovvero la capacità di un prodotto cinematografico di penetrare con facilità un pubblico vasto ed eterogeneo. L'intento di questi giovani è, dunque, quello di ripercorrere la scia dei "maestri", dei modelli di riferimento, in un percorso orientato all'acquisizione delle abilità tecniche ed espressive che possano suscitare l'attenzione di chi, nel "mondo artistico" del cinema, ha gli strumenti e il potere per valutare e selezionare gli artisti e le opere d'arte che rispondono ai canoni comunemente condivisi. Infatti, alla domanda "quali messaggi affidi solitamente alla tua produzione?", lo stesso intervistato dichiara di essere ancora in una fase "dimostrativa" delle proprie abilità:

Allora, tu stai parlando con una persona che si trova anche a dover fare, come dire.. ha dovuto fare anche un certo tipo di lavoro dimostrativo per farsi conoscere innanzitutto nelle modalità di racconto. Non voglio dire che ho lasciato da parte il messaggio eccetera eccetera, però mi sono concentrato sulla forma, per farmi conoscere (I.2, regista).

Per un artista orientato a una produzione di tipo globale, "farsi conoscere", farsi notare, dimostrare di avere delle competenze per ritagliarsi un proprio spazio nel mondo dell'arte acquista la stessa urgenza della necessità istintiva di narrare e di esprimersi con la propria arte. In questa categoria di artisti i tratti che testimoniano la propria origine napoletana non sono espliciti. La loro identità partenopea, il fatto di essere nati e cresciuti a Napoli, l'aver convissuto e l'essersi nutriti delle tradizioni vernacolari della propria città non è per niente palese. Anche durante le interviste, il loro modo di esprimersi è in un italiano pressoché

privo di accenti e solo in rarissimi casi, qualche particolare modo di dire tipicamente dialettale è adoperato per dare un tratto di colore alla conversazione ma senza lasciar trasparire alcuna connotazione idiomatica sia verbale che gestuale.

Nelle produzioni degli artisti *global*, Napoli c'è, inevitabilmente. Ma bisogna scavare più in profondità per rintracciarne la presenza. E gli intervistati stessi non solo ne sono consapevoli ma mostrano la volontà di trasmettere il proprio essere napoletano in maniera naturale, non esplicita né marcata, lasciando che emerga da sola la propria essenza più profonda, la propria “verità”:

In questi tredici brani che sentirai c'è sicuramente un disagio di fondo. C'è Napoli, c'è tanta Napoli, però non la vedi. È un continuo gioco di interni e esterni. È un continuo gioco di interni e esterni anche dal punto di vista dell'anima, e c'è solo verità (I.5, musicista).

Per quanto concerne i percorsi di vita, nella maggior parte dei casi, una discreta disponibilità economica familiare ha consentito a questi giovani artisti di frequentare accademie, conservatori e scuole di alta formazione artistica – in alcuni casi anche fuori dai confini della Campania – acquisendo competenze riconosciute e spendibili in ampi circuiti culturali. Per alcuni aspetti questi artisti, più degli altri, sembrano richiamare gli “artisti integrati” concettualizzati da Becker (1982): essi adottano ed interiorizzano le convenzioni e le regole che il sistema culturale propone loro, adeguandosi agli iter e alle prassi che il contesto richiede per svolgere al meglio la propria “carriera” artistica e puntare, così, alla maggiore visibilità possibile. Questi giovani inseguono le opportunità di lavoro e di affermazione professionale proponendosi sul mercato artistico attraverso la partecipazione alle principali rassegne nel proprio settore, ai festival nazionali ed internazionali, sottoponendo i loro lavori alle giurie, ai critici, ai giornalisti, cioè a tutti quei soggetti dotati del potere di valutazione, di recensione e di critica dell'opera d'arte, oppure affidandosi ai produttori dotati di capitale finanziario da investire e di una significativa esperienza nella collocazione dei prodotti artistici sul mercato.

Nonostante i limiti imposti dalle prassi, dalle regole e dalle convenzioni del mondo dell'arte, i giovani *global* cercano, tuttavia, di preservare il più possibile la propria libertà espressiva e comunicativa: un obiettivo non facile che rappresenta ancora oggi una sorta di “sopravvivenza” tayloriana dell'atavico compromesso tra la necessità dell'arte di preservare la propria libertà espressiva e il sistema sociale con cui tale libertà si scontra. Anche per quanto riguarda il capitale sociale e le reti di relazione, questi giovani artisti si mostrano particolarmente attenti alla ricerca, alla cura e al mantenimento di contatti professionali con individui e gruppi che detengono un ruolo significativo nel quadro della produzione e della distribuzione su scala nazionale ed internazionale.

6.3.2. *Gli artisti glocal*

A differenza della categoria *global*, con il termine *glocal* ci si riferisce qui ai giovani artisti nelle cui produzioni un profondo radicamento sul territorio locale è più esplicito e marcato e si esprime in modi diversi nelle forme e nei contenuti dell'attività artistica. Quest'ultima, inoltre, è caratterizzata da un elevato livello di collaborazione con le realtà istituzionali ed associative locali e da un forte impegno politico, sociale e culturale sul territorio urbano che si riflette chiaramente anche nell'attività artistica e nei contenuti dei prodotti d'arte. Molti di questi giovani concretizzano il proprio impegno sociale lavorando a stretto contatto con alcune delle innumerevoli associazioni operanti sul territorio nella difesa dei diritti umani e per la disseminazione della cultura e del sapere critico:

Mi fa molto piacere avvicinarmi alle attività di volontariato. [...] mi sono avvicinata a tutte le associazioni di volontariato che si occupano di immigrati [...] tutte le associazioni contro la violenza sulle donne della Campania che subito mi chiedono... mi vogliono anche aiutare per realizzare questo progetto, perché ci credono molto in questo discorso. Io sono in stretto contatto con queste realtà (I.3., coreografa).

Offrono le proprie abilità artistiche e comunicative al servizio delle minoranze etniche e sociali, così come molto spesso collaborano alla realizzazione di progetti

didattici, soprattutto negli istituti ad alta dispersione scolastica delle periferie napoletane: l'attività artistica dei giovani *glocal* mostra una attenzione più diretta, anche se non esclusiva, verso le nuove generazioni. Il loro intento esplicito è quello di contribuire alla formazione delle future risorse umane e intellettuali della città, nell'ottica del mutamento in positivo e dell'impegno concreto per la formazione di una coscienza civica solida e attiva, e per la costruzione di una città vivibile e più sicura per i suoi cittadini.

Noi siamo spessissimo nelle scuole a presentare i nostri libri, [...] in generale in tutto l'interland napoletano e campano ed è impressionante vedere i ragazzi oggi tutti identici, tutti uguali, che pensano tutti la stessa cosa. Nessuno ha mai letto un libro ed è impressionante, tranne rarissimi casi [...] Il libro è visto come qualcosa di vecchio, di inutile. Al massimo si sfoglia qualcosa in metropolitana per perdere il tempo [...] Quando vai nei licei è un po' più semplice, nel senso che quantomeno i ragazzi alle tue sollecitazioni rispondono in maniera abbastanza coerente, oppure non c'è questa estraneità alla lettura così forte. Quando vai negli alberghieri, negli istituti tecnici eccetera eccetera, lì è come se stessi parlando arabo. Non ti seguono proprio, fanno fatica. [...] Quando vai con i romanzi, proprio zero! È come se non parlassi. Quando vai con libri [...] che parlano di camorra [...] di immigrazione, quando gli poni di fronte un problema, un tema specifico, lì rispondono in maniera anche incredibilmente forte. Ed è bello. Lì proprio ti rendi conto che, ecco, quello che ti dicevo prima, no? La letteratura come medicazione. Là è una soddisfazione vedere i ragazzi che hanno letto il libro, lo hanno capito e hanno poi generato un output da soli, è stupendo! Ti rendi conto davvero di aver fatto qualcosa di utile, ed è una soddisfazione (I.6, scrittore/editore).

L'idea dell'arte come “medicazione”, come soluzione efficace contro il “malessere”, sia esso individuale che sociale, è molto ricorrente nei contenuti espliciti delle interviste ma anche, in via indiretta, nella loro produzione più significativa e, come si vedrà nell'ultimo paragrafo, riaffiora spontaneamente dall'analisi qualitativa dei prodotti artistici. La fiducia nel “potere guaritore” dell'arte sembra essere più solida ed esplicita nei giovani artisti che, nella fase di crescita e di formazione individuale, hanno avuto (o hanno tuttora) esperienza diretta delle realtà sociali più difficili e conflittuali della città. Per questi giovani,

l'arte può essere uno dei più efficaci strumenti per un nuovo “risorgimento napoletano”, un riscatto dal disagio e dagli stereotipi costruiti intorno alle reali questioni sociali e culturali che minano l'immagine di Napoli ma allo stesso tempo fortificano il senso di appartenenza alla città e l'impegno civile e sociale degli artisti *glocal*. Nella maggior parte dei casi, infatti, si tratta di giovani cresciuti nel centro storico della città da cui hanno attinto e interiorizzato la cultura locale nel cuore della città, oppure provengono dalle aree periferiche dove, nel proprio percorso di crescita, hanno esperito in maniera diretta le criticità e i fermenti sociali e culturali delle periferie.

Come per i *global*, l'impegno ad ampliare il raggio di diffusione della propria attività artistica, nell'intento di acquisire un ampio riconoscimento anche al di fuori del territorio locale, costituisce un elemento comune anche ai *glocal* ma, rispetto agli artisti “globali”, i *glocal* conservano e utilizzano in modo esplicito molti elementi espressivi tipici della cultura napoletana come, ad esempio, l'uso del dialetto napoletano nei testi delle canzoni o delle scritture teatrali, rivelando un intento di preservazione e di riproduzione dell'identità locale seppure attraverso forme espressive nuove, fondate sulla commistione di linguaggi e sulla sperimentazione artistica.

La connotazione geo-culturale dei prodotti artistici è il più delle volte dovuta al fatto che il momento ispirativo e l'idea originaria che dà vita al processo creativo si sviluppano a partire dall'osservazione diretta della realtà quotidiana, dell'aria che si respira tra i vicoli della città, degli eventi che segnano – nel bene o nel male – la cronaca dei suoi quartieri e che sono rielaborati e narrati secondo le proprie forme artistiche. I prodotti dei *glocal* sono, dunque, il frutto di una configurazione biplanare, in cui la compresenza di realtà e arte, di vita e racconto, di scena e rappresentazione connota la loro arte di un realismo più nitido e lampante. Molto spesso i *glocal* scelgono di narrare frammenti della realtà sociale, e quasi sempre si tratta di disagio nelle diverse forme che investono la quotidianità urbana partenopea: la criminalità organizzata, il degrado delle aree periferiche, la convivenza multietnica, la mancanza del lavoro e i conseguenti processi migratori verso il nord dell'Italia sono alcune delle questioni sociali che infervorano il

lavoro di questi giovani artisti.

Il loro intento non è soltanto espressivo: nella maggior parte dei casi, questi artisti sono animati dal desiderio di informare e di incidere sulle coscienze collettive per aumentare il livello di consapevolezza, per fornire un apporto alla conoscenza e all'informazione, per alimentare una coscienza civica attiva e reattiva nei confronti delle più delicate questioni comuni. Dunque, il principale destinatario dell'arte *glocal* partenopea non è il consumatore, né l'esperto d'arte ma è il cittadino, *in primis* il cittadino napoletano, verso il quale l'arte acquista una carica rivelatrice della realtà mentre l'artista si percepisce come autoinvestito di una missione: quella di proporre un tipo di arte che possa assolvere la funzione di “guaritore sociale”. Si tratta di un'arte “socialmente utile”, in cui l'aspetto estetico e quello comunicativo sono subordinati all'urgenza sociale del momento.

Gli artisti *glocali* tendono ad alimentare una rete di relazioni ampia e complessa che, da un lato, mostra una significativa apertura ai circuiti produttivi e distributivi extra-locali ma, dall'altro, appare fortemente centrata sul territorio locale, dove si avvalgono della collaborazione di altri artisti e di produttori napoletani, cooperando attivamente con le istituzioni e con gli enti per lo sviluppo delle attività culturali sul territorio.

6.4. Processi creativi, pratiche artistiche e discorsi

Nell'ambito della Scuola di Francoforte, si è attribuita all'opera d'arte il dovere di rappresentare la realtà in modo critico, attraverso l'occhio sensibile dell'artista. Nelle riflessioni di Adorno (1949; 1962), l'artista ha il compito di cogliere lo spirito del tempo e la complessità della realtà sociale e dei suoi mutamenti, trasformandoli attraverso l'abilità tecnica in un'opera d'arte. Consapevoli di questo compito, gli artisti intervistati esprimono chiaramente l'intento di accendere un faro sulla realtà che li circonda e definiscono spesso la creatività come un processo di rielaborazione della realtà osservata, attraverso gli strumenti tramandati dalla tradizione artistica e dal vissuto storico-sociale del territorio in

cui vivono e agiscono. L'agire creativo è radicato in un percorso complesso in cui l'innovazione si interseca con la tradizione. Quest'ultima, spesso definita dai giovani napoletani come “il DNA di un popolo”, cioè come l'insieme degli elementi culturali interiorizzati nel corso della storia sociale di un paese, rappresenta la base di partenza verso la sperimentazione e l'innovazione. Per accedere a quest'ultima, è necessaria una profonda conoscenza di ciò che è dato: saperi, conoscenze, valori, materiali, strumenti di produzione e di comunicazione vengono adoperati e rielaborati dall'artista per creare prodotti originali e inediti, per narrare la realtà in nuovi modi. In questo processo, la figura più interessante è ancora una volta quella del giovane che acquisisce e interiorizza gli elementi del passato e al contempo incarna la spinta verso il futuro. In tal senso, i giovani sono il *target* preferito degli artisti napoletani. Una attenzione particolare è posta ai giovani delle periferie urbane che vivono il disagio sociale come condizione costante. Ad essi è rivolta un'ampia produzione di musica e spettacoli che possa da un lato informare i giovani sulla realtà che vivono, documentandola, mentre dall'altro lato si tenta di fornire loro gli strumenti concettuali ed espressivi per fronteggiare l'accettazione passiva e rassegnata del disagio e intervenire attivamente nei processi di mutamento sociale. Ad esempio, nelle produzioni artistiche dei giovani osservati, il *rap* in dialetto napoletano si offre come uno dei più efficaci strumenti espressivi per “urlare” il disagio rivolgendosi direttamente ai ragazzi dei quartieri periferici. In questo senso, tra i soggetti intervistati, è emblematico il lavoro artistico di Daniele Sanzone la cui espressione, come si vedrà nelle prossime pagine, ruota fortemente intorno alle delicate questioni della periferia napoletana.

I prossimi sottoparagrafi sono dedicati ai 5 prodotti artistici su cui la ricerca si è soffermata nella terza fase dell'indagine. In quest'ultimo percorso si è tentato di rintracciare le connessioni fondamentali tra gli aspetti legati alla struttura interna dei prodotti e le dinamiche sociali che, mediante il rapporto che l'artista articola con il suo ambiente circostante, si riflettono nei processi creativi. I prodotti artistici in questione sono dunque: il lavoro discografico “Suburb” (2008) di Daniele Sanzone (con gli 'A67), lo spettacolo di danza/teatro “Kalifoo Ground”

(2009) di Erminia Sticchi (con la compagnia Skaramacay), il lavoro teatrale “IntercityPlus” (2001) di Carmine Borrino, il cortometraggio “108.1FM Radio” (2011) di Angelo e Peppe Capasso e, infine, alcuni saggi dell'attività espressiva del writer Luca “Zeus” Caputo.

6.4.1. *Suburb (2008) – Daniele Sanzone ('A67)*

“Suburb” (2008) è un *concept album*, espressione dell'attività del giovane artista Daniele Sanzone e del suo gruppo musicale A'67. A partire dal loro nome, è possibile subito rintracciare alcuni elementi rilevanti per lo studio dell'attività creativa del gruppo musicale. “A67”⁷ è, infatti, l'appellativo dialettale con cui si indica un'area periferica napoletana coincidente il quartiere di Scampia, una delle zone in cui si registra un significativo livello di degrado urbano. Scampia è anche il quartiere di origine di Daniele Sanzone, cantante e paroliere nella maggior parte delle canzoni interpretate del gruppo 'A67. Il nome scelto per rappresentare la band sembra avere, in questo caso, la funzione di rappresentare esplicitamente la derivazione e l'appartenenza territoriale, sociale e culturale dei suoi membri.

Suburb rappresenta il primo lavoro discografico completo e maturo degli 'A67 e racchiude già nel titolo il progetto di fondo della band che consiste in un intento di rivalutazione del concetto astratto di “periferia” a partire dal superamento della contrapposizione centro/periferia e attraverso un lavoro di conoscenza approfondita delle aree periferiche urbane sia negli aspetti che ne testimoniano il disagio sociale e i conflitti culturali, sia in quelli che ne mettono in luce le risorse creative e innovative. Nell'idea sottostante alla realizzazione di Suburb, quello di “periferia” è inteso anche come concetto astratto, come negazione di un punto di vista:

Ogni periferia è periferia di qualcosa e centro di qualcos'altro. Ma [si tratta anche] di

⁷ Traducibile letteralmente come “la sessantasette”, è una forma contratta dell'espressione dialettale “a cient'sissantasette” (“la centosessantasette”). Deriva dalla legge n. 167 per l'edilizia popolare che ha portato all'edificazione dell'agglomerato suburbano, fortemente degradato e luogo di traffici e di faide fra bande della camorra.

una marginalità interna ed è quello che forse a noi ha sempre interessato, agli 'A67, cioè raccontare la periferia mentale nella quale si è relegati. Chi vive, chi abita queste zone e questi luoghi [...] c'è proprio un muro mentale che ti divide dall'esterno, perché sei chiuso nelle quattro mura della tua mente che ti impediscono proprio di entrare in contatto col mondo (Daniele Sanzone, 'A67).

Il riferimento dell'intervistato è alla mentalità chiusa che connota alcune periferie napoletane come Scampia, fondata su codici comportamentali rigidi che hanno un effetto deleterio soprattutto sulle nuove generazioni, un effetto di reclusione fisica e mentale entro le mura del proprio quartiere che può scaturire in comportamenti devianti. Questa attenzione alla *forma mentis* che alimenta sia la micro- che la macro-criminalità sembra chiara sin dal primo lavoro discografico degli 'A67, “A camorra song'io” (2005). Infatti, sia dalle interviste che da una rassegna della biografia artistica del gruppo è emerso che nel disco d'esordio prevale un approccio fondato sulla denuncia esplicita della mentalità che risiede a monte dei comportamenti criminali e che legittima la violenza e l'abuso di potere. In *Suburb* (2008), invece, oltre all'esigenza di denuncia, emerge l'intento di mettere in luce le energie positive delle periferie. Tale obiettivo è indicato, ad esempio, dalla scelta di unire nello stesso disco forze artistiche rappresentative anche di altre aree periferiche del mondo – tra queste, il *rapper* brasiliano Calixto, cresciuto nelle *favelas* di San Paolo – oppure dall'incisione della canzone “Felice”, in omaggio all'artista Felice Pignataro, promotore di numerose attività culturali volte al recupero della partecipazione attiva e allo sviluppo delle risorse creative nel quartiere di Scampia.

È possibile ritenere che nell'evoluzione che ha condotto alla delineazione del loro secondo progetto discografico abbiano svolto un ruolo rilevante le esperienze personali e professionali che l'intervistato e il suo gruppo hanno vissuto negli anni immediatamente precedenti. Tra queste, sembra particolarmente rilevante menzionare due eventi in particolare: il progetto educativo che gli 'A67 hanno condotto nel 2007 e la partecipazione, nello stesso anno, a un festival musicale in Brasile. Nel primo caso, si tratta di un percorso di educazione alla legalità in alcune scuole delle zone più a rischio di Napoli. In tale esperienza, l'intervistato è

entrato in contatto diretto con le percezioni e le prospettive di giovani e giovanissimi rispetto ai temi della legalità e dell'impegno civico e sociale e, di riflesso, con le loro energie propositive per il cambiamento. La partecipazione alla Feira de Fortaleza, invece, è stata – oltre che un evento musicale – una occasione di confronto con la dura realtà delle *favelas* brasiliane. È possibile ritenere che, nel progetto degli 'A67, queste esperienze possono aver alimentato la necessità di narrare “le” periferie del mondo, accomunate fundamentalmente dalla stessa condizione di emarginazione e di abbandono, ma anche come laboratori per il mutamento e per lo sviluppo.

Inoltre, emerge l'intento di diffondere un messaggio chiaro contro l'uso in chiave dispregiativa del concetto di periferia adoperato e veicolato soprattutto dai media. In tal senso, nell'intervista Daniele Sanzone sottolinea proprio questo aspetto quando afferma: «Non siamo il peggio del peggio così come ci descrivono i media». Suburb esprime, dunque, un'esigenza di riscatto che nasca dalle forze creative della città e della sua periferia ma anche di reazione nei confronti dei preconcetti e degli stereotipi veicolati dai media di massa rispetto alla condizione delle periferie. In ciò è possibile rintracciare ciò che Appadurai (1996, trad. it. p. 21) definisce l'«azione» dei mezzi di comunicazione di massa rispetto alla capacità di incidere sulle coscienze collettive e di intervenire nei processi culturali locali generando «ironia, rabbia, umorismo e resistenza».

La necessità di non arrendersi è un messaggio che traspare ripetutamente nel corso dei dieci brani che compongono Suburb. Tra questi, un esempio specifico è costituito dal brano di apertura dell'album, “Chi me sape” (“Chi mi conosce”) di cui si riporta di seguito il testo completo:

Ma cca chi ce sape fa / 'o ssape da che parte s'hadda sta / 'o ssape primm' quann' chiove /
e quann' jesse 'o sole / e quali so' 'e pparole / 'a dicere quann' uno more / Cca nun ce sta
niente 'a fa / 'o sole 'nfoca sino a t'appiccià / s'arrobba 'e suonni' e 'a raggione / 'a raggia 'e
chi nun vola / e nun ce sta nisciuno / ca ce penza e ca ce crede ancora.

Rit. Chi me sape 'o ssaje / chi me sape 'o ssaje / chi me sape 'o ssaje / io nun m'arrenn'
maje.

Ma cca chi ce sape fa / 'o ssape da che parte s'hadda sta / 'o ssape primm' quann' chiove /

e quann' jesse 'o sole / e quali so' 'e pparole / 'a dicere quann' uno more / Manco 'e bucie ca viest' / pigli' senza maje dà 'o riest' / e 'a coscienza è sulo 'na parola / 'n opzion' ca te trov' / e ca te juoc' ogni juorn' / a seconda dell'occasione.

Rit. Chi me sape 'o ssaje / chi me sape 'o ssaje / chi me sape 'o ssaje / io nun m'arrenn' maje⁸ (Chi me sape, Suburb, 2008).

Tutta la produzione degli 'A67 è prevalentemente in dialetto: il dialetto napoletano anzitutto fornisce ai brani della produzione degli 'A67 quella musicalità e quella ritmica che da secoli unisce la lingua partenopea all'arte in tutte le sue forme verbali; ma soprattutto, nell'inflessione molto marcata del cantante, il dialetto è necessario proprio perché esprime l'identità territoriale di Daniele e del suo gruppo, il fatto di essere un ragazzo della periferia che parla del suo quartiere rivolgendosi innanzitutto al suo quartiere, a chi detiene gli strumenti linguistici e concettuali per comprendere il significato esplicito dei suoi testi. Inoltre, il dialetto napoletano si presta bene all'uso declamato nel *rap*, come già chiaramente dimostrato nella ingente produzione musicale napoletana degli anni Novanta di espressioni giovanili come i 99 Posse e gli Almamegretta, che univano l'uso declamato del napoletano alle sonorità africane. In Suburb, la connotazione territoriale è marcata anche dalla presenza di sonorità che richiamano direttamente la tradizione musicale partenopea⁹, soprattutto nell'uso di modulazioni, cadenze e fraseggi affidati a strumenti melodici come, ad esempio, il sax.

Infine, una specificità di Suburb è la compresenza di numerosi “ospiti” chiamati a collaborare con un proprio intervento nelle varie tracce che compongono il CD. Si tratta di artisti in parte già noti sulla scena partenopea e in

⁸ Traduzione in italiano: Ma qui chi ci sa fare / lo sa da che parte si deve stare / lo sa prima quando piove / e quando esce il sole / e quali sono le parole / da dire quando uno muore / Ma qui non c'è nulla da fare / il sole infuoca sino a bruciarti / ruba i sogni e la ragione / la rabbia di chi non vola / e non c'è nessuno / che ci pensa e che ci crede ancora. Rit. Chi mi conosce lo sai / chi mi conosce lo sai / chi mi conosce lo sai / io non m'arrendo mai.

Ma qui chi ci sa fare / lo sa da che parte si deve stare / lo sa prima quando piove / e quando esce il sole / e quali sono le parole / da dire quando uno muore / Nemmeno le bugie che vesti / prendi senza mai dare il resto / e la coscienza è solo una parola / un'opzione che ti ritrovi / e che ti giochi ogni giorno / a seconda dell'occasione / Rit.

⁹ Sembra opportuno ricordare che i ritmi, le melodie e i timbri che connotano la tradizione musicale napoletana affondano a loro volta le radici nella musica araba e nelle numerose forme ibride scaturite dalla contaminazione delle sonorità lasciate dai numerosi popoli che hanno attraversato e occupato il territorio partenopeo nel corso della sua lunga storia.

parte provenienti da altre periferie del mondo, ognuno dei quali fornisce il proprio contributo, con il proprio stile, al prodotto finale. Così, il canto “a fronna 'e limone” di Marcello Colasurdo¹⁰ nel brano “TammorraAntiCamorra”, si alterna con la voce dell'autore del lavoro letterario “Gomorra”, Roberto Saviano, e con le espressioni musicali e vocali di numerosi artisti napoletani e stranieri: Francesco Di Bella dei 24 Grana e 'O Zulù (Luca Persico, voce dei 99 Posse), entrambi napoletani e poi Calixto (Brasile), Avial (India), Dupain (Marsiglia) e Kara Güneş (Istanbul). L'idea di fondo è quella di confermare Napoli come centro catalizzatore, come crocevia di culture quale è sempre stata nella sua storia. Soprattutto, emerge l'esigenza di narrare l'idea che il problema di una periferia è in realtà il problema di ogni periferia del mondo, e che quindi tocca da vicino ogni città, ogni cultura, e può essere superato a partire da un'unione di intenti fondata sulla convivenza multiculturale. In questo si rintraccia la connotazione *glocale* nel progetto artistico degli 'A67: l'espressione nitida ed esplicita della propria identità territoriale rielaborata attraverso un approccio multiculturale, fondato su un continuo dialogo con le “alterità” in base a tematiche, umori e sensazioni comuni. Un progetto in cui le diverse culture del mondo sono considerate come espressioni diverse di uno stesso volto.

Una particolarità che mette in risalto il ruolo delle nuove tecnologie nel favorire una «intelligenza collettiva» (Lévy 1994, trad. it p. 34) che si esplica attraverso una «mobilitazione effettiva delle competenze», anche oltre i confini nazionali, è data dal fatto che gli artisti stranieri hanno collaborato alla realizzazione del CD “a distanza”. Attraverso la rete Internet, una specifica parte del processo creativo, cioè l'effettiva incisione dei brani musicali si è svolta tra Napoli, Marsiglia, India e Brasile. Ogni artista ha ricevuto via e-mail le tracce di base già registrate negli studi di registrazione napoletani su cui “aggiungere” il proprio contributo. Si tratta di una modalità molto diffusa che fa riflettere sulle conseguenze che può avere sull'importanza dell'interazione diretta tra i musicisti

¹⁰ Marcello Colasurdo è considerato una delle voci più caratteristiche di Napoli. La sua musica rientra nella tradizione delle “tammurriate” (balli e canti con l'uso di un particolare strumento a cornice, la “tammorra”) e dei canti “a fronn' 'e limone” che, come spiega Roberto De Simone (1979): «è una particolare forma di canto campano, eseguito a distesa e senza accompagnamento strumentale», e si esprime in particolari vocalizzi e virtuosismi canori.

nelle fasi creative di uno stesso prodotto. Del resto, dallo sviluppo delle tecniche di registrazione multitraccia (dagli anni Cinquanta), si è progressivamente dissolta l'interazione tra i musicisti durante le registrazioni in sala.

La dialettica tra il pensiero globalizzante espresso in Suburb – che coinvolge le periferie del mondo in un'unica condizione aggregante – e la forte connotazione territoriale determinata dall'uso di un dialetto molto marcato e difficilmente comprensibile da un ascoltatore non napoletano, si esplica in parte anche in alcuni accorgimenti adottati nell'ottica della massima distribuzione del prodotto su CD. *In primis* la scelta di un'etichetta discografica indipendente di lunga esperienza come la tedesca Edel¹¹. Trattandosi di una indipendente, cioè di un'etichetta che opera al di fuori delle logiche industriali e commerciali delle grandi case di produzione multinazionali, il marchio Edel nel caso in specie, fornisce un valore aggiunto al prodotto discografico degli 'A67: una *indie* è solitamente considerata più attenta alle avanguardie e alla qualità dei prodotti piuttosto che alla loro commerciabilità, fornendo agli artisti un maggior spazio di creatività e di libertà espressiva. Allo stesso tempo, mostrandosi come forza altamente competitiva sul piano della distribuzione della musica a livello internazionale, la Edel – quotata in borsa dal 1998 – offre ad un talento emergente un'ampia possibilità di visibilità e di guadagno. Tuttavia, nel *network* di produzione del CD ha operato anche una delle poche realtà discografiche locali, l'etichetta indipendente Polosud di Napoli. Infine, la risposta ad una esigenza strettamente legata alla ricerca della massima diffusione possibile, oltre i confini locali, di una espressione di tipo dialettale è fornita dalla scelta di corredare il *booklet* del CD di Suburb con tutti i testi¹² tradotti sia in italiano che in inglese.

I concetti di fondo che guidano, come dei *leitmotiv*, tutto il progetto degli 'A67, e il *concept* di Suburb in modo specifico, sono quelli di interazione creativa, contaminazione culturale ed espressiva, abbattimento delle distanze geo-culturali. Gli 'A67 si definiscono un gruppo musicale *crossover*. Il termine, in lingua

¹¹ La Edel nasce nel 1986 in Germania. La sede principale è ad Amburgo ma la presenza di numerose filiali in Europa (Italia, Francia, Gran Bretagna, Svizzera, Austria e nei Paesi del nord Europa come la Danimarca, la Svezia e la Finlandia), e una solida rete di distribuzione digitale della musica la rende particolarmente competitiva con le principali *major* internazionali.

¹² In totale i testi in Suburb sono 10, di cui 8 completamente in lingua napoletana.

inglese, richiama direttamente i concetti di “incrocio” e “contaminazione”; ma nella musica ha anche un'accezione particolare: esso è spesso usato per indicare prodotti musicali che sono la sintesi di ibridazioni tra generi diversi che rispondono a pubblici molto diversi tra loro, come ad esempio la musica classica con il pop o il rock. Il tentativo di incrociare generi musicali molto diversi e che rispondono a pubblici diversi, anche in termini di gusto, richiede dunque un fondamentale sforzo di traduzione, inteso nella sua accezione etimologica cioè come “portare attraverso”, condurre un contenuto fuori dalla sua sfera semantica originaria in nuovi spazi di interpretazione ed appropriazione.

Gli 'A67 sono *crossover* tecnicamente perché fondono in un unico linguaggio il *rock*, l'*hip hop* ed altre espressioni globali come il *raggae*, adoperando il dialetto napoletano e le sonorità popolari partenopee come linguaggi-mediatori del processo di traduzione culturale. Sono *crossover* anche concettualmente, poiché nello spirito di fondo che anima il loro lavoro si rintraccia l'intento di alimentare la dialettica tra l'identità locale – quella scaturita dall'esperienza e dalla condizione culturale e sociale in un contesto delimitato e specifico – e quella globale, senza impoverirle nel processo di contaminazione ma, anzi, determinando quel “terzo spazio” (Chambers, 1985) in cui si esprime l'identità contaminata, ibrida, *glocale*, proiettata verso il mondo ma contemporaneamente legata alla terra e rappresentata in modo visivo e immediato anche dalla foto scelta per la copertina e per il CD di Suburb (v. Foto 1 e Foto 2).



Foto 1. Copertina album Suburb ('A67, 2008). Foto di Mario Spada. Grafica di Luca Pignataro. Fonte digitale: www.a67.it



Foto 2. Cover del disco. Suburb ('A67, 2008). Foto di Mario Spada. Grafica di Luca Pignataro. Fonte digitale: www.lupign.it

Nella fase di analisi qualitativa dei prodotti artistici sono emerse molte similitudini tra gli 'A67 e la compagnia di danza e di spettacolo Skaramacay. Come si vedrà di seguito, gli elementi di congiunzione tra queste due realtà del panorama artistico napoletano sono rinvenibili in diversi aspetti.

6.4.2. Kalifoo Ground (2009) – Erminia Sticchi (Skaramacay)

La compagnia Skaramacay, diretta da Erminia Sticchi, lavora nella realizzazione di prodotti artistici che, a partire dall'uso sinestetico dei diversi linguaggi dell'arte (danza, teatro, musica, videoart, scrittura, fotografia) esprimono l'intento di veicolare una rappresentazione “documentata” delle tematiche sociali più spinose come l'emarginazione sociale, i processi di immigrazione, la violenza sulle donne. La tendenza a dare rilievo all'informazione documentata nei contenuti artistici conduce ad un nuovo modo di intendere l'arte e, nello specifico di Skaramacay, la danza. Si tratta di ciò che Erminia Sticchi definisce “docudanza”:

Io faccio docudanza. Ho coniato questo termine perché mi piace proprio che la mia danza documenti, racconti [...] Ho pensato di unire l'armonia del corpo per eccellenza, quindi l'estetica del danzatore, adattarla a uno scenario di disagio sociale, per poter raccontare il problema sociale attraverso la bellezza del corpo (Erminia Sticchi, Skaramacay).

I lavori proposti dalla compagnia Skaramacay si fondano su un'urgenza specifica: quella di raccontare e diffondere la realtà attuale napoletana, traducendo l'arte in uno strumento per la divulgazione del sapere informato e riflessivo e per lo sviluppo di una coscienza critica. Un primo esempio è rappresentato dal calendario autofinanziato (v. Foto 3-6) che la Skaramacay ha prodotto per il 2011 in cui l'estetica del corpo e l'impatto visivo della danza sono adoperati per divulgare – attraverso l'immediatezza dell'immagine fotografica – alcune informazioni unite a spunti di riflessione su delicate tematiche sociali, tra le più discusse soprattutto in questi ultimi anni in Italia. Nella foto elaborata per rappresentare il tema della violenza, i corpi delle ballerine sono disposte come carni in una macelleria, al fine di rappresentare il corpo umano come “carne da macello” sotto i colpi della violenza.

Nonostante l'elevata carica metaforica e simbolica dell'immagine, il concetto di violenza che essa veicola, tuttavia, non è del tutto astratto. Esso è tradotto in alcune forme concrete di violenza attraverso parole-chiave scritte sulla carne delle

giovani ballerine: “donna” e “mala sanità” sono quelle più evidenti ad una prima occhiata. Un breve aforisma di J. W. Goethe, infine, sintetizza l'intero pensiero che la foto racchiude con la frase: «Chi è nell'errore compensa nella violenza ciò che gli manca in verità e forza». Molto simili nel loro *concept* di base sono le altre foto, seppure con qualche differenza. Nella Foto 6, che rappresenta il delicato problema degli incidenti mortali sul luogo lavoro, al posto di un aforisma tratto dal pensiero di personaggi illustri compare, invece, la citazione del pensiero di un uomo comune, un operaio metalmeccanico impegnato nella tutela della sicurezza sul lavoro: «Le chiamano morti bianche per farle sembrare candide, immacolate, innocenti. Come se avvenissero senza sangue (Marco Bazzoni-Operaio metalmeccanico)». Inoltre, compare un dato statistico dell'OSHA, l'Agenzia europea per la sicurezza e la salute sul lavoro: «Morti bianche: in Europa una ogni tre minuti. Oltre 150mila morti all'anno (Osha)». Dunque, a monte della scelta di tali didascalie, sembra trovare conferma l'esigenza di colpire ma anche di suscitare riflessione, di stimolare l'informazione e la documentazione su tematiche di natura sociale.

Il valore artistico, nel calendario e nella maggior parte delle produzioni di Skaramacay, non si limita esclusivamente all'idea, al processo creativo e alla qualità degli elementi che compongono l'oggetto d'arte come, ad esempio, l'abilità tecnica dello scatto fotografico o delle linee del corpo delle ballerine. Esso si rafforza con ulteriori elementi, oltre l'intento espressivo e quello comunicativo: *in primis*, emerge l'intenzione di lanciare degli stimoli educativi e conoscitivi, attraverso la diffusione di informazioni su dati ed avvenimenti reali e offrendo allo spettatore occasioni di riflessione.



Foto 3 e 4. Fonte: www.skaramacay.com



Foto 5 e 6. Fonte: www.skaramacay.com



Sembra trattarsi, dunque, di un'arte concreta e pratica che, a differenza dell'arte tradizionalmente intesa non si limita a trasferire la realtà nella sfera immaginifica dell'arte e del pensiero, ma opera anche nella direzione esattamente contraria: traduce l'arte, con i suoi mondi e i suoi codici, nel dominio della realtà concreta. Ciò connota gran parte della produzione di Skaramacay e sembra rintracciabile anche nella rappresentazione teatrale “Kalifoo Ground” (2009) che fa riferimento ad un aspetto specifico e significativo della realtà partenopea, all'indomani di un evento drammatico: la strage di un gruppo di immigrati ad opera di alcuni sicari della malavita, il 18 settembre 2008 a Castel Volturno (CE). L'omicidio di sei persone di colore sollevò una rivolta da parte della vasta comunità di immigrati africani del territorio casertano, in difesa dei propri diritti.

La cronaca di questo evento ha costituito per l'intervistata il momento ispirativo iniziale per l'avvio del processo di elaborazione dello spettacolo. Quest'ultimo richiama direttamente una serie di tematiche sociali – l'immigrazione, la devianza, il lavoro nero, l'emarginazione e così via – articolate insieme in un progetto che sembra assumere la funzione di una “missione” per l'intervistata: informare, documentare e diffondere conoscenza sulla base di “fatti reali”. Confrontando questi aspetti con la struttura delle reti di supporto dell'intervistata, sembra possibile ritenere che esistano delle connessioni significative tra le scelte artistiche della giovane coreografa e il suo *network* di relazioni. In particolare, dalla intervista in profondità è emerso un ruolo rilevante svolto dal fratello il quale, lavorando come giornalista, costituisce una importante risorsa sia per l'accesso al materiale informativo e documentario utile per la preparazione dello spettacolo sia per le sue competenze nella scrittura giornalistica, come si evince dalle parole dell'intervistata:

nella mia sfera familiare, grande importanza ha avuto mio fratello che è un giornalista, che mi ha regalato quella capacità di sintesi che noi teatranti non abbiamo [...] lui mi ha fatto subito capire che cosa è importante per la comunicazione. E questo è un mio valore aggiunto. Ecco perché ti dico che io faccio docudanza (*Ibidem*).

In un altro passaggio dell'intervista, in merito ai processi di scrittura dei testi

teatrali l'intervista:

Cerco sempre di essere, come ti dicevo, molto sintetica. Ho anche l'appoggio, l'aiuto e il benessere di mio fratello che guarda un po' dopo tutti i miei testi perché, è chiaro, ognuno ha il proprio mestiere. Mi piace che ci sia anche un taglio giornalistico nei miei testi. [...] e quindi lui mi da una mano [...] mi aiuta molto (*Ibidem*).

Il debutto dello spettacolo “Kalifoo Ground” è avvenuto a un anno esatto dalla strage, nel giorno della commemorazione delle vittime, il 18 settembre 2009. La scelta della data è stata fortemente voluta dall'artista e ciò ha fornito allo spettacolo un valore ulteriore dal punto di vista della sua funzione sociale: napoletani e africani si sono ritrovati insieme a commemorare un evento drammatico che ha minato entrambe le culture, da un lato intensificando gli episodi di razzismo contro la comunità di immigrati e, dall'altro lato, ponendo in risalto, per l'ennesima volta nella cronaca italiana, la criminalità organizzata napoletana e il suo potere, non solo nel gestire i traffici criminali ma anche nel disporre delle vite umane secondo i propri interessi. Da questo punto di vista, lo spettacolo della Skaramacay ha svolto anche una funzione di collante sociale e interculturale.

Entrando più nel dettaglio, Kalifoo Ground¹³ si presenta come uno spettacolo fondato sulla rappresentazione sinestetica della tematica sociale dell'immigrazione. Il linguaggio principale è quello della danza ma ugualmente significativo è il ruolo svolto anche dalle altre forme espressive: la musica, la recitazione, il canto, la *videoart*. Adoperati tutti insieme, questi diversi linguaggi contribuiscono alla costituzione di un prodotto artistico completo in termini di profondità nei processi di fruizione e di acquisizione. Il prodotto sembra in grado di veicolare i suoi contenuti saturando al massimo i canali percettivi e sensoriali dello spettatore rendendo, così, la visione dello spettacolo un'esperienza profonda e fortemente coinvolgente, anche a prescindere dalla carica commemorativa e solidale di fondo.

Lo spettacolo si estende lungo un percorso narrativo suddiviso in quattro

¹³ Il titolo è un diretto riferimento alle piazze in cui avviene la compravendita della manodopera di immigrati per i campi di lavoro.

capitoli, ognuno con un proprio titolo: “Lo sbarco”, “C.I.E. Centro Identificazione ed Espulsione”, “La scelta”, “La strage”. Il racconto è ricco di riferimenti concreti alla realtà di Castel Volturno: l'impiego di immagini e interviste tratte da documentari e inchieste giornalistiche realizzate in seguito alla strage e, soprattutto, l'uso di frammenti di alcune intercettazioni ambientali predisposte dagli organi di polizia nei confronti di alcuni esponenti della criminalità organizzata, rendono la narrazione un insolito esempio di “docu-art”, cioè di un'arte che si costituisce sull'alternarsi del piano reale e dello spazio rappresentativo. Allo stesso tempo, alcuni accorgimenti tecnici ed espressivi consentono allo spettacolo di svincolarsi dallo specifico evento reale rappresentato – la strage di Castel Volturno – e di mostrarsi come un racconto astratto e universale, cioè in grado di rappresentare l'immigrazione come concetto assoluto e generalizzato, e quindi indipendente dagli eventi storici reali. Un esempio di questo aspetto è rinvenibile nella scelta di alternare immagini attuali di immigrati africani nel sud dell'Italia con le immagini storiche degli immigrati italiani in America nei primi decenni del Novecento. Tale espediente consente allo spettatore di riconoscersi nell'avvenimento, di sentirlo proprio, attraverso il ricorso alla «memoria collettiva» (Halbwachs, 1950) di un evento storico come l'emigrazione italiana in America per evidenziare la condivisione della stessa drammatica esperienza tra italiani e africani e, quindi, per intensificare i sentimenti di uguaglianza e di fratellanza.

Un aspetto particolarmente interessante in *Kalifoo Ground* è il continuo salto di prospettiva nel racconto narrato. Attraverso i personaggi sulla scena, le ballerine e le immagini vengono alternatamente proposti pressoché tutti i punti di vista: quelli dell'immigrato di colore e dell'italiano sono prevalenti. Quest'ultimo è rappresentato sulla scena dal “padrone bianco”, una figura che sintetizza al massimo gli stereotipi più diffusi sugli immigrati che, anche se espressi in buona fede, senza alcun intento malvagio o criminale, contribuiscono però ad alimentare il mercato nero della manodopera immigrata e lo sfruttamento di intere comunità. Ecco come l'autrice spiega questo aspetto:

Non pensi di stare facendo un torto a quella persona, in maniera ingenua [...] davvero,

spesso non è fatto neanche con cattiveria. Tu pensi “io gli do anche una mano a questi ragazzi, gli do venti euro, gli do da mangiare e un bicchiere d'acqua, chi sta meglio di loro!”. [...] il novanta per cento di noi ragiona in questa maniera. Ingenua, chiaramente, senza voler far male a nessuno. Però in realtà è lì, è a monte che nasce il problema. Allora c'è bisogno che queste persone abbiano la consapevolezza [...] Ci tenevo che chi veniva a vedere il mio spettacolo capisse “cavolo, ma allora anche io sono un padrone bianco!” (*Ibidem*).

Non mancano poi le altre prospettive come quella delle famiglie che in Africa attendono il ritorno in patria dei propri cari. E poi, il punto di vista di chi agisce nella criminalità: lo spacciatore e il killer assoldato dalla camorra per compiere la strage. Spesso le diverse prospettive sono proposte insieme, sovrapposte nella stessa scena, in modo da aumentare, attraverso il contrasto, l'impatto sul pubblico. Un esempio è dato da un momento musicale in cui un gruppo di musicisti del Burkina Faso si esibisce nei ritmi e nei costumi tradizionali, con gli strumenti a percussione tipici della loro terra. Si tratta di un momento di libera espressione della cultura africana, contrastata sulla scena da un gruppo di ballerine che, attraverso la mimica, ripropongono i gesti meccanici nei campi di lavoro. Due modi diversi e contrapposti di rappresentare l'individuo africano: l'auto-rappresentazione *versus* l'immagine stereotipata dell'“altro culturale”.

Nonostante la realtà partenopea sia spesso – esplicitamente o inconsapevolmente – un oggetto della narrazione attraverso l'arte, l'obiettivo di un prodotto artistico resta comunque quello di puntare verso un pubblico ampio e generalizzato, affinché l'azione comunicativa ed espressiva possa estendersi nel maggior raggio possibile. Non sembra trattarsi di un intento meramente commerciale, bensì di rispondere all'esigenza di comunicazione e di divulgazione della propria arte e dei messaggi insiti in essa. In tal senso, appare chiaro che la concezione dell'arte emersa dall'indagine ha una piena connotazione sociale.

Ancora una volta si sottolinea il distacco degli artisti rispetto all'*art pur l'art*, all'arte fine a se stessa, per incentivare l'arte come veicolo di informazione, come occasione di riflessione critica e come strumento di azione concreta e di partecipazione alla vita sociale del proprio territorio.

6.4.3. *IntercityPlus (2011) – Carmine Borrino*

Tra le espressioni artistiche indagate, soltanto la danza classica si distingue per una maggiore attenzione alla conservazione e alla trasmissione *tout court* della tradizione e del passato, mentre nelle altre attività artistiche è forte l'intento di intervenire nei processi di mutamento e di innovazione, puntando sul potere di “guaritore sociale” attribuito all'arte e quindi su una sua ampia diffusione. A tal fine, appare necessario un impianto comunicativo che possa attrarre il pubblico, a prescindere dall'età, dall'estrazione sociale o dal tipo di formazione culturale. Il metodo più utilizzato per questo scopo è quello fondato su una traduzione dell'arte da un livello di massima astrazione (che richiederebbe conoscenze specifiche per la sua comprensione) verso un livello più concreto e accessibile. In altre parole, si tratterebbe di una semplificazione dell'espressione artistica per favorire la fruizione e la comprensione del messaggio. Secondo il parere del giovane autore teatrale Carmine Borrino, l'arte e la cultura dovrebbero essere tali da consentirne l'accesso ad un pubblico vasto e culturalmente eterogeneo:

Io uso sempre un aggettivo riguardo a un'opera: commerciabile. Non perché la dobbiamo svendere o deve costare poco, ma perché deve avere una certa fruizione, una certa capacità di comprensione per tutti. [...] Il mio è un teatro pop. Pop, cioè di comprensione. L'ha'da veré 'a signora che tene 'a terza media. L'ha'da capì per il suo livello che ha¹⁴ (Carmine Borrino).

Anche in questo caso, come per Kalifoo Ground della Skaramacay, uno degli

¹⁴ L'ultima frase tradotta dal dialetto è: “Deve poterlo vedere una signora che possiede la terza media. Deve poterlo capire per il livello scolastico che ha”. Tra tutti gli artisti ascoltati nel periodo della ricerca, Carmine è di certo quello che ha adoperato il dialetto con maggiore frequenza, sia nelle conversazioni informali sia durante le interviste. Il suo linguaggio spontaneo si connota per una rapida e continua alternanza tra l'italiano grammaticalmente corretto e abbastanza ricercato nel suo vocabolario, il dialetto molto marcato negli accenti che rivela la sua origine puteolana e infine, un dialetto italianizzato molto frequente, imputabile alla sua lunga esperienza come attore nel teatro napoletano tradizionale di Carlo Giuffrè e di Luca De Filippo.

aspetti più espliciti del processo creativo di un prodotto d'arte riguarda una specifica attenzione alla sua massima fruibilità. In questi casi l'intento primario non sembra quello di raggiungere l'uditorio più vasto possibile, ma soprattutto quello di coprire un'*audience* più eterogenea possibile, in termini di età e di estrazione culturale e sociale. È in questi termini che il giovane artista adopera la parola “pop”.

Non sembra un caso il fatto che questa particolare attenzione all'eterogeneità dell'*audience* riguardi in modo particolare due prodotti artistici di teatro. A differenza di altre forme d'arte, come ad esempio la musica o il cinema, il teatro e la danza sono arti strettamente legate alla *performance* dal vivo in un luogo concreto specifico che è il teatro. Ciò non significa che anche la musica e il cinema non necessitino di concerti *live* e di strutture specifiche come le sale di proiezione per la loro diffusione. Però, come già evidenziato da Benjamin nel 1936, la possibilità di riprodurre in migliaia o milioni di copie un prodotto artistico su un supporto materiale – oggi, ad esempio, un CD o un DVD digitali – senza che questo impoverisca la qualità tecnica dell'opera d'arte, fornisce inevitabilmente al prodotto il potere di raggiungere rapidamente una grande quantità di fruitori, rispetto al pubblico che una compagnia teatrale o di danza riesce a raggiungere durante una tournée. Senza considerare, poi, l'enorme divario esistente, in termini di costi economici, tra la riproduzione digitale di un prodotto e l'allestimento di una singola serata di spettacolo che richiede una cospicua quantità di capitale economico e un certo numero di operatori, di tecnici, di strumenti e macchine per sistemare la scenografia e l'eventuale impianto audio/video. Dunque, sembra possibile ritenere che, accanto all'urgenza narrativa e comunicativa dell'artista – che conduce istintivamente alla ricerca di un ampio pubblico in termini quantitativi – gli artisti di teatro, di fronte al limite imposto dalla effettiva “irriproducibilità tecnica” della loro arte, puntino ad un maggior ampliamento qualitativo dell'*audience*, investendo in un tipo di comunicazione trasversale e comune a pubblici diversi.

IntercityPlus del giovane Carmine Borrino è uno spettacolo teatrale che ha come filo conduttore il tema sociale dell'emigrazione dal Sud al Nord dell'Italia,

come conseguenza dell'elevato tasso di disoccupazione meridionale. Una questione, quella dell'emigrazione, che ha ispirato numerosi lavori artistici in tutta Italia, sia in relazione all'emigrazione italiana in America, sia riguardo all'emigrazione interna: un tema sempre attuale. Lo spettacolo nasce, dunque, anche in questo caso da una questione sociale, molto sentita a Napoli. Si narra il viaggio in treno (in un Intercity Plus, appunto) di un giovane napoletano che lascia Napoli per un lavoro a Treviso. Lo spettacolo è carico di elementi simbolici: il viaggio in treno come viaggio metaforico verso l'auto-realizzazione professionale, personale e sociale. Soprattutto è ricca di simboli la struttura narrativa adottata che utilizza la *Via Crucis* di Cristo come rappresentazione del percorso migratorio. Una scelta resa esplicita nel sottotitolo “La Via Crucis di un povero Cristo”¹⁵ e nelle note di regia elaborate da Borrino:

Un viaggio dall'exasperazione. Una fuga verso una vita migliore. Un percorso lungo 14 stazioni, come quelle percorse da Cristo nella Via Crucis, che diventano 14 stazioni di un Intercity che da Napoli arriva a Treviso. Sette ore di viaggio lungo il quale si consuma la disperazione di un povero cristo meridionale. La disperazione che diventa morte e, ovviamente, resurrezione (Carmine Borrino, note di regia di *IntercityPlus*).

Così dalla metafora religiosa, *IntercityPlus* trae alcuni elementi fortemente simbolici. La passione di Cristo è tradotta nello sforzo psicofisico richiesto al giovane protagonista napoletano dal lungo viaggio che lo allontana dagli affetti e lo conduce verso la “resurrezione” individuale e sociale rappresentata dalla conquista di un posto di lavoro. La croce indica metaforicamente il peso che il giovane “porta sulle sue spalle” nell'essere napoletano, disoccupato e costretto a lasciare la sua terra e i suoi cari. I nomi scelti per i personaggi sono quelli delle sacre scritture e, allo stesso tempo, rappresentano i nomi di persona tra i più diffusi nel meridione d'Italia: il protagonista del viaggio è Salvatore; la madre Maria e la fidanzata Maddalena sono il suo sostegno costante e il cugino Giovanni, che lo attende alla destinazione del viaggio, è la sua guida verso la

¹⁵ “Povero cristo” è un'espressione italiana – molto diffusa anche nel linguaggio comune napoletano – che sta ad indicare un “pover'uomo”, cioè un individuo in difficoltà o a cui la sorte è in qualche modo avversa.

rinascita. Un ulteriore momento dall'elevato valore simbolico, tratto dall'immaginario sacro, è rappresentato dalla lavanda dei piedi che Salvatore fa ai suoi cari, simbolo della sua devozione per loro e quasi a voler rimediare al torto compiuto nell'aver “abbandonato” la propria terra e le proprie radici.

Il vissuto personale, l'insieme di esperienze, di passioni e di sensazioni incide inevitabilmente sulla produzione di un artista. Dalle interviste emerge un dato che sembra essenziale per comprendere la carica simbolica sacra di *IntercityPlus*: il periodo di “gestazione” dell'idea drammaturgica è stato preceduto da avvenimento che ha segnato profondamente quel momento: la fine di una relazione sentimentale. Un evento da non sottovalutare, soprattutto perché, durante l'intervista è stato menzionato più volte, mentre durante la narrazione, la parola “Soffrivo” era caricata di notevole enfasi.

Tuttavia, nonostante l'elevato peso semantico fornito dalla metafora religiosa, lo spettacolo si connota per una scrittura veloce e moderna, che riflette pienamente il linguaggio quotidiano dei napoletani. *IntercityPlus* è interamente in dialetto napoletano ed è articolato in forma di melologo in cui, cioè, la recitazione è accompagnata da un pianoforte suonato dal vivo e i momenti declamati si alternano a frammenti canori che consistono in una riproposizione di alcune melodie note della canzone classica napoletana come *Munasterio 'e Santa Chiara*, *'O sole mio* e la sceneggiata *Lacreme napoletane*: tutte originariamente pensate e realizzate intorno al tema dell'emigrazione.

Inoltre, moltissimi sono i riferimenti alla politica italiana e, in particolare, all'anti-meridionalismo associato al partito politico della Lega Nord. Così, accanto alla denuncia sociale dell'emigrazione come costrizione – una «scelta-non scelta», secondo l'autore – emerge anche un chiaro messaggio politico in difesa dell'uguaglianza delle specificità territoriali italiane. Un messaggio che, anche in questo caso, produce un effetto commemorativo se si pensa alla messa in scena dello spettacolo tra l'ottobre 2010 e tutto il 2011, in concomitanza con il 150° anniversario dell'Unità d'Italia.

Un elemento che, in *IntercityPlus*, sembra particolarmente interessante è rappresentato dall'uso tecnico di una intersecazione dei piani spaziali e temporali

nell'azione sulla scena. Nella trama della narrazione il protagonista è descritto come solo nel suo viaggio in treno. Egli ha lasciato a Napoli la madre e la fidanzata, mentre il cugino Giovanni lo attende a Treviso. Di fatto, però, i quattro personaggi sono rappresentati in compresenza sulla scena e in reciproca interazione: l'intero spettacolo si svolge come un continuo dialogo a quattro. A tal proposito, l'autore spiega l'origine e lo scopo della specifica tecnica di scrittura adottata nelle sue produzioni:

C'è uno sfalsamento spazio-temporale. [...] La mia scrittura è proprio su questo. È una scrittura che viene dalle nuove comunicazioni. [...] Potrebbe essere una telefonata collettiva, uno scambio di SMS, un ricordo, un qualcosa che avviene in tempi lontani e in spazi diversi ma che si concretizza nello stesso spazio e nello stesso tempo, e quindi in teatro. [...] Per esempio, l'altra volta mi so' trovato a fare una conversazione Skype a tre persone. Meravigliosa! Eravamo lì, ma distanti [...] ed è, se ci pensi, un dialogo concreto perché avviene. Ma è qualcosa che sta avvenendo tra due punti lontani.. può anche non esistere quello che stiamo dicendo. [...] Nel dialogo tra gli attori c'è il passato, c'è il presente, c'è il futuro. Tutto in quel dialogo. C'è il punto di vista di Salvatore [...] ma ci sono quattro punti di vista, là. Cinque, con quello dello spettatore. Sei, con quello dell'autore (Carmine Borrino).

Tecniche simili sono da tempo diffuse nel cinema e in letteratura, si pensi alle figure retoriche dell'*analessi* e della *prolessi* che consentono di interrompere la narrazione per introdurre eventi accaduti nel passato o episodi non ancora verificatisi. La struttura di *IntercityPlus*, tuttavia, mostra una elaborazione complessa: il vissuto storico dei personaggi e il loro immediato futuro non sono proposti a partire da una interruzione del presente – cioè attraverso un salto temporale, un *feedback* o un *flashforward*. Al contrario, essi si costruiscono gradualmente dai dialoghi, durante l'azione dei personaggi nel corso del viaggio, in un presente fatto di compresenze virtuali. La possibilità di poter dialogare in “conferenza”, cioè in una conversazione in tempo reale tra più utenti, offerta da Skype e da altri programmi di messaggistica istantanea in Rete, si trasferisce nell'arte teatrale. Le conseguenze percettive, cognitive e interazionali dell'innovazione tecnologica coinvolgono una delle più antiche forme d'arte. Ciò

che ne consegue è una realtà multi-prospettica in cui, cioè, l'evento – reale o narrato – è arricchito dalla messa in risalto dei punti di vista di tutti i soggetti coinvolti nella *performance*, ivi compreso quello dello spettatore. Uno specifico intento rintracciabile nella produzione di Borrino è, infatti, proprio quello di coinvolgere lo spettatore, tanto da renderlo un partecipante attivo dell'azione sulla scena. A tal proposito, *IntercityPlus* si chiude con una breve riproposizione della sceneggiata classica napoletana, fortemente voluta dall'autore poiché, spiega Borrino:

la sceneggiata [...] è proprio una rottura della quarta parete, dove c'è un'interazione diretta tra gli attori, i personaggi e il pubblico. Cioè ci sono dei monologhi dove lui si rivolge al pubblico in maniera diretta, concreta. [...] [Nella sceneggiata] il pubblico può permettersi di alzarsi e dire “Accir'!”¹⁶. E questa cosa dovrebbe riaccadere, e quindi un pubblico che si fa veramente partecipe del teatro, dell'interazione. Magari! Magari! (Carmino Borrino).

Il coinvolgimento cognitivo ed emotivo dello spettatore è un obiettivo insito nell'arte stessa, affinché essa possa conservare il suo ruolo espressivo e comunicativo, ma anche perché possa essere – come direbbe Borrino – “pop”, cioè divulgabile. A tal fine, ogni artista adopera strategie differenti, a seconda del genere artistico, del *medium* e degli strumenti a disposizione. Da questo punto di vista, nell'attività artistica del soggetto, l'uso dei *new media* conferma la sua rilevanza come mezzo per il mantenimento delle relazioni e dei *network* di collaborazione. Il *social network* Facebook, ad esempio, oltre a confermarsi come un'importante “vetrina” attraverso cui è possibile proporsi al pubblico, esprime la propria utilità soprattutto per incrementare le proprie reti di collaborazione e le occasioni di lavoro, attraverso maggiori possibilità di contatto con produttori, registi e con gli stessi fan, che vengono attratti in un processo di vera e propria “fidelizzazione”, alla quale contribuiscono alcuni strumenti specifici di Facebook come la creazione di eventi in calendario. Inoltre, i *social network* consentono all'artista di recepire i commenti provenienti dalla propria *audience*, effettiva o

¹⁶ “Ammazzalo!”. Si immagini una scena particolarmente drammatica, in cui il conflitto tra due dei protagonisti giunge al suo apice, così come è molto frequente nell'ambito della sceneggiata.

potenziale, sfruttando in tal modo occasioni di confronto e di perfezionamento della propria attività. La più importante risorsa è rappresentata, infatti, proprio dalla possibilità di dialogare direttamente con i fruitori dei loro prodotti, sottoponendo al loro giudizio i propri progetti artistici e acquisendo i loro *feedback*, i commenti, le impressioni e le valutazioni, ritenute fondamentali per perfezionare i prodotti e rispondere, così, nel modo migliore alle esigenze del pubblico.

Come si vedrà anche per il prossimo prodotto artistico considerato, un espediente utile per tenere costante l'attenzione e il coinvolgimento del pubblico è guidarlo attraverso continui cambi di prospettiva tra i personaggi. Si tratta di una strategia tecnica che, però, riflette non solo la necessità di attrarre emotivamente lo spettatore ma anche quella di stimolare in lui la riflessione critica attraverso la possibilità di immedesimarsi in uno o più punti di vista diversi dal proprio.

6.4.4. 108.1 FM Radio (2011) – APC Production

L'APC Production è una etichetta di produzione indipendente costituita da Angelo e Giuseppe Capasso, due giovani registi originari dell'*interland* napoletano. Si tratta di una delle numerose realtà che costituiscono il panorama altamente frammentato della produzione cinematografica a Napoli. Come è più volte emerso nell'ambito delle interviste semi-strutturate, nell'immaginario dei giovani intervistati, il territorio partenopeo appare debole per quanto riguarda la presenza di una industria cinematografica solida e in grado di coltivare i fermenti creativi nella produzione audiovisiva. In tal senso, però, l'assenza di un sistema catalizzatore di energie può favorire lo slancio imprenditoriale degli artisti stessi per lo sviluppo di progetti realizzati autonomamente, anche se con estrema difficoltà laddove siano privi dei necessari capitali finanziari. L'APC Independent Production è figlia di questa realtà e mostra una rapida crescita dalla sua nascita (nel 2008) ad oggi.

“108.1 FM Radio” (2011) è il terzo cortometraggio firmato dai due giovani fratelli. Anche in questo caso, come per i prodotti artistici già trattati, l'idea di

fondo che ha condotto alla sua realizzazione deriva dall'intento di trattare in forma artistica un preciso fenomeno sociale e culturale. Emerge, però, una differenza rilevante. Per gli altri prodotti considerati, l'ispirazione era fornita dall'osservazione di un evento specifico territorialmente circoscritto (la strage di Castel Volturno per *Kalifoo Ground*) oppure dall'esperienza di un disagio sociale diffuso e comune a molti (il degrado della periferie per *Suburb* o l'emigrazione interna nel caso di *IntercityPlus*) ma, in ogni caso, sempre fortemente contestualizzato e riferito alla propria realtà territoriale. Nel caso di “108.1 FM Radio” (d'ora in avanti 108.1), invece, non si tratta di un tema sociale osservato a livello locale ma di un fenomeno globale, strettamente legato all'evoluzione dei media di massa e ai loro effetti sulle dinamiche psico-cognitive umane. Il film inizia con la più nota delle citazioni di Marshall McLuhan (1964), “Il medium è il messaggio” ed ecco come gli autori descrivono l'idea di fondo:

L'idea fondamentale è nata un annetto fa [...] guardando quelli che erano gli ultimi casi di cronaca nera che ci proponeva la televisione. Stiamo parlando del caso del delitto di Avetrana¹⁷. [...] Quello che ci interessava in particolar modo era il modo con il quale i mass media veicolano i messaggi. Più che altro il modo con il quale lo spettatore, il fruitore li recepisce. [...] Lo spettatore tende a credere tutto quello che gli propone la televisione, anche se il giorno precedente gli aveva proposto una soluzione opposta o comunque diversa. In linea di massima questa intuizione fu già tempo fa di Orson Welles. Stiamo parlando del suo programma radiofonico con la notizia della Guerra dei Mondì. [...] ci fece acquistare la consapevolezza della potenza dei mezzi di comunicazione di massa e della fragilità [...] dello spettatore, dell'audience. [...] E quindi noi abbiamo trovato questo messaggio decisamente attuale ai giorni nostri, no? Per cui abbiamo deciso di riproporlo (Giuseppe Capasso, APC Production).

Dunque, l'ispirazione per la realizzazione cinematografica di 108.1 giunge a partire da un'esperienza mediatica in veste di fruitori, e da un conseguente processo di auto-riflessione innescato dal proprio capitale culturale (la formazione presso l'Accademia delle Belle Arti e un certo tipo di letture riguardo ai media

¹⁷ Il delitto di Avetrana indica l'omicidio di una giovane ragazza avvenuto nel 2010 nella cittadina pugliese di Avetrana, in provincia di Taranto. Il caso è noto per essere diventato uno degli eventi di cronaca nera più spettacolarizzati nella storia della televisione.

hanno consentito loro di adoperare una chiave di lettura e di avviare un processo di interpretazione dell'esperienza mediatica). Paradossalmente, il lavoro dei fratelli Capasso si esprime esso stesso attraverso un medium di massa, il cinema, e i due registi ne sono consapevoli, anzi manifestano l'intento di voler sensibilizzare anche i loro spettatori riguardo agli effetti dei media sull'uomo e sulle sue modalità di esperire la realtà. Il loro intento è attuato mediante la costruzione di una trama in cui il mezzo di comunicazione di massa – nel caso specifico la radio – è il “protagonista invisibile” della storia narrata. A questo punto sembra opportuno riassumere brevemente il soggetto del film.

La trama si svolge tra due soli personaggi: un guidatore notturno e un autostoppista. La terza figura, che guida la storia e determina l'azione proviene dall'autoradio ed è il programma radiofonico di 108.1 FM che, attraverso la voce dello speaker, Roland, interviene nel percorso dei due personaggi segnando il loro destino. L'annuncio radiofonico di un pericoloso criminale in fuga e la raccomandazione dello speaker alla massima cautela accresce la tensione tra i due sconosciuti fino a determinare l'omicidio dell'uno ad opera dell'altro. Solo dopo l'azione, si scopre che l'annuncio radiofonico era nient'altro che l'argomento di un quiz a premi e che, quindi, i due malcapitati erano stati vittime del panico scatenato da un equivoco.

Nel linguaggio tradizionale del cinema, la *suspense* è spesso innescata nel pubblico attraverso un semplice espediente: infatti, basta fornire allo spettatore un'informazione in più rispetto ai personaggi del film, riguardo a un'azione che sta per accadere (o che potrebbe accadere). Ad esempio, il fatto di rendere lo spettatore informato della presenza di una bomba nell'auto guidata dal personaggio ignaro di tutto, accresce la tensione e la suspense perché lo spettatore, che occupa una posizione esterna all'azione, sa in anticipo cosa potrebbe accadere. Nel caso di 108.1, invece, lo spettatore è chiamato a condividere la tensione che si crea tra i due personaggi del film, essendo egli stesso vittima (come i due protagonisti) del “falso annuncio” proveniente dalla radio. Con questo espediente, al termine del film, lo spettatore potrà sentirsi indotto a riflettere anche sul “proprio” errore aprendo la strada, così, al messaggio di fondo voluto dagli autori

e posto ad un secondo livello di lettura del film, più profondo, al quale lo spettatore può accedere se sceglie di non soffermarsi alla trama ma di proseguire nell'interpretazione autoriflessiva del film.

Da quanto descritto sin ora, emergono alcuni aspetti che sembra utile qui evidenziare. Anzitutto, 108.1 sembra un prodotto cinematografico che ricalca il tradizionale genere *thriller* in maniera molto fedele, cioè rispettando tutti gli elementi di base che connotano un *thriller*, come la *suspense* e l'azione che si risolve in un omicidio. Tuttavia, lo scopo del film non si limita alla capacità di suscitare il brivido nello spettatore ma di indurlo ad una riflessione, attraverso la costruzione di un prodotto in diversi livelli di lettura. In ciò sembra possibile rintracciare, complessivamente, l'ambizione dei giovani registi a coinvolgere il pubblico più vasto possibile sia dal punto di vista quantitativo che qualitativo. In particolare:

12. la totale assenza di un pur minimo elemento esplicito che possa connotare territorialmente il film appare come indicatore di un orientamento *global*, espresso dai giovani registi anche attraverso la scelta di aderire ad un genere cinematografico piuttosto canonizzato come il *thriller*: un prodotto cinematografico che segue canoni diffusi e condivisi sia dall'*audience* che da ciò che Becker (1982) definisce “personale di supporto” (tra questi, soprattutto i critici e tutti coloro che esercitano un potere di intervento nei processi di inclusione o di esclusione di un prodotto artistico rispetto al relativo “mondo dell'arte”) ha più possibilità di diffondersi e inserirsi nel relativo mercato;

13. la scelta di strutturare il prodotto su più piani di interpretazione comporta la possibilità di aderire a un pubblico vasto anche dal punto di vista della sua eterogeneità culturale. Infatti, lo spettatore esperto, assiduo consumatore di prodotti cinematografici o comunque dotato del bagaglio culturale e degli strumenti concettuali adeguati, potrà scegliere di non soffermarsi alla semplice narrazione, personalizzando la fruizione del film secondo le proprie strutture culturali. In tal senso, la citazione di McLuhan che compare scritta all'inizio del film sembra avere proprio il ruolo di indicare sin dall'inizio la presenza nel film di un doppio livello di analisi: resterà al pubblico la scelta di esplorarlo oppure no.

Infine, sembra importante sottolineare anche il fatto che il film è dotato di sottotitoli in inglese, in francese e in spagnolo, il che lo rende potenzialmente in grado di essere proposto e distribuito su scala globale mostrando, in tal senso, la volontà di affermarsi oltre i confini urbani e nazionali.

In conclusione, la produzione dei fratelli Capasso e l'attività della loro APC Production sembra collocarsi nel quadro dei giovani napoletani che, insoddisfatti dalla mancanza a Napoli di un tessuto produttivo solido e organico riguardo al loro proprio mondo artistico che è il cinema, elaborano la propria attività creativa in modo a-territoriale – cioè slegandola il più possibile da ogni connessione con la cultura e con il territorio di origine – e aderendo a modelli di riferimento solidi provenienti da tradizioni e culture lontane, come il cinema di Hollywood.

6.4.5. Wild boys Graffiti (2010) – Luca “Zeus” Caputo

Tra le dimensioni indagate nel corso della ricerca, una specifica attenzione è stata posta ai luoghi e ai contesti performativi. Si è già trattato in questo capitolo (v. sottopar. 6.2.1) della necessità espressa dai giovani intervistati di incrementare sul territorio – sia nel centro urbano che nelle zone periferiche – la presenza di strutture adeguate per incentivare la produzione e la divulgazione dell'arte giovanile e facilitare gli iter di organizzazione logistica delle performance artistiche. Accanto alla richiesta di ottenere luoghi adibiti alla divulgazione dei prodotti artistici sul territorio, i giovani artisti napoletani esprimono l'esigenza di cercare il contatto diretto con il pubblico all'interno degli spazi urbani, negli edifici pubblici, nelle piazze, utilizzando la strada, i quartieri e i muri per veicolare i loro messaggi. In altre parole, vivendo e condividendo la realtà paesaggistica ed architettonica della realtà.

Da questo punto di vista, la subcultura artistica del *writing* incarna questa volontà. A fondamento dell'ideologia dei graffiti c'è proprio la rivalutazione della strada come luogo di aggregazione e di condivisione delle attività espressive (Dal Lago-Molinari, 2001). Sul piano comunicativo, però, appare necessario operare una distinzione importante tra la sottocultura dei graffiti e le altre forme di

espressione qui considerate. Innanzitutto i *writers* non si definiscono artisti: i loro “pezzi” (così sono detti i prodotti dei *writers*, siano essi immagini o scritte) hanno prevalentemente un ruolo espressivo. Ogni graffito contiene la firma di chi lo ha dipinto e la sua presenza su un muro serve a siglare l'esistenza e l'abilità espressiva e cromatica del suo *writer*. A differenza delle opere d'arte che possono oggettivarsi rispetto ai loro creatori e veicolare ad un pubblico indifferenziato i messaggi che sono stati loro affidati, i prodotti del *writing* restano saldamente legati ai loro creatori e non hanno alcun ruolo comunicativo verso il pubblico. Con le lettere, le immagini e i colori, il principale intento di un *writer* è dire: “Io ci sono, questa è la mia città e questa è la mia firma”. Tuttavia, il soggetto in esame, Luca “Zeus” Caputo è un *writer* di professione che dichiara di lavorare molto su commissione:

quando devi fare delle commissioni che sono dei lavori veri e propri [...] devi cercare di trasformare quello che il cliente vuole in immagini, quindi è un po' più complesso. In quel caso sono pagato molto di più, però molte volte preferisco essere pagato di meno e avere la libertà, poi, di fare quello che voglio (*Id.*).

Nonostante preferisca lavorare in libertà, di fatto il lavoro su commissione lo avvicina a un artista professionista chiamato a presentare una sua installazione in una piazza o un quartiere. Il confine tra arte, lavoro e mercato è molto sottile.

Writer vuol dire “scrittore” e, in effetti, il *writer* si contraddistingue per il fatto di dipingere prevalentemente le lettere dell'alfabeto. Solitamente, a partire dalle lettere rispetto alle quali il *writer* si sente più abile deriva anche il suo pseudonimo cioè il nome con il quale egli è riconosciuto nell'ambito della comunità dei graffiti. La pratica del *tagging* consiste proprio nella continua riproduzione del proprio “nome”. Talvolta, inoltre, raggiunto un maggiore livello di maturità o un certo grado di soddisfazione nel percorso di crescita tecnica, il *writer* può decidere di “estendere” il suo nome, aggiungendo una o più lettere in cui si è scelto di sperimentarsi. È questo il caso di Luca “Zeus” Caputo che, durante un'intervista afferma:

All'inizio avevo un altro nome. Molte volte i nomi ti vengono affibbiati dagli

altri. Sì, come un soprannome. Tu non lo scegli, sono gli altri che lo scelgono per te. Poi l'ho cambiato perché quando ho iniziato a farlo più seriamente volevo trovare delle lettere che mi piaceva disegnare. Ho scelto delle lettere, le ho messe insieme ed è uscito un nome. [...] I writers amano scrivere tutti i tipi di lettere e molte volte è anche un po' stancante scrivere il proprio nome per tanto tempo, quindi si cercano delle soluzioni diverse, stimoli diversi. [...] [Ora] mi piace scrivere più lettere, perché quattro lettere per me non è proprio perfetto, è troppo statico. Poi due lettere molto simili che sarebbero la zeta e la esse, due lettere capovolte... cioè magari ti trovi a chiudere l'inizio e la fine del pezzo allo stesso modo ed è una cosa che non mi piace. Quindi volevo più movimento [...] e ho messo due lettere che mi piacevano (Zeus, Wild Boys).

L'evoluzione di crescita e di perfezionamento tecnico si riflette, dunque, non soltanto nella sperimentazione di nuove forme e di nuove combinazioni cromatiche, ma persino in una estensione della propria *tag* e quindi, curiosamente, del proprio “nome”. Osservando le foto riportate nelle prossime pagine (v. Foto 7 e 8), è possibile osservare alcuni esempi del processo evolutivo nelle competenze tecniche che contraddistinguono il lavoro di Zeus.



Foto 7. “Zeuser” dipinto con forme in parte ispide, composte da linee rette con frecce o punte, e in

parte tondeggianti. I giochi di luce sui tratti principali danno una sensazione di “scintillio”. Si noti sulla destra la tag della propria *crew* “Wild Boys” (WB).



Foto 8. La tag mostra uno degli innumerevoli esperimenti di forme, colori e luci.

Il sentimento di appartenenza allo stesso gruppo, alla propria *crew* di riferimento è un elemento che accomuna, in genere, l'attività della maggior parte dei *writer*. Oltre all'intento espressivo comune, ciò che li lega è un profondo sentimento di amicizia che si esprime in diversi modi nella produzione dei Wild Boys. Si osservi la prossima immagine (v. Foto 9). Si tratta di un pezzo realizzato a Torino durante una *jam* organizzata nell'ottobre 2010. Gli autori sono Zeus e Pencil, uno dei componenti della *crew* Wild Boys. Pencil, a differenza di Zeus è specializzato in *characters*, cioè in personaggi e figure, piuttosto che in lettere. A lui va attribuito il disegno che sovrasta le lettere di Zeus. Inoltre, è possibile notare la presenza di alcune scritte all'interno del disegno: si tratta di piccole tag che rappresentano i nomi degli altri membri della *crew* (Rota, Opium, Reso) non presenti all'evento. Con esse, Zeus e Pencil hanno voluto rendere omaggio ai loro

amici riportando i loro nomi e attestando, così, il forte legame di fratellanza che li unisce. Far parte di una *crew* è come far parte di una famiglia, un circuito stretto di amicizia e di condivisione, il cui rapporto si consolida lavorando insieme allo stesso prodotto. Talvolta, anche se è raro quando una *crew* è consolidata si può consentire l'ingresso di un *writer* esterno, come nel caso di Reso, writer francese accolto nella *crew* dei *wild boys* perché considerato particolarmente abile e quindi in grado di apportare un valore aggiunto alla *crew*. Anche se a distanza, il legame è tenuto solido in due modi: sia attraverso il reciproco omaggiarsi nei rispettivi graffiti, sia adoperando la rete Internet.

Quest'ultima ha un ruolo fondamentale per l'acquisizione del riconoscimento delle proprie abilità e per il consolidamento dei rapporti anche “a distanza”. Mediante una breve ricerca su Internet è possibile rintracciare il profilo di Zeus sul network di condivisione di immagini e foto, *Flickr*, ricco di immagini proprie e della propria *crew*. Per ogni immagine è impossibile contare le centinaia di commenti di “amici” (come si dice nel gergo di Internet) o comunque estimatori della propria attività.

Foto 9. Zeus e Pencyl, Wild Boys Graffiti - Picturin Festival, Torino, 2010



Conclusioni

A partire dagli intenti conoscitivi, la ricerca ha evidenziato alcuni aspetti interessanti, anzitutto in merito a quel che concerne le reti di supporto all'attività artistica. Indipendentemente dal percorso di crescita e dalle condizioni economiche della famiglia di origine, la scelta del giovane artista di intraprendere la carriera artistica appare una scelta difficile e coraggiosa, poiché determina una rapida riconfigurazione delle sue reti di supporto. Un processo, questo, che incide notevolmente sulla psicologia dei soggetti ma infonde loro anche grande determinazione che si riflette interamente nell'attività creativa. Il vissuto personale dell'artista, infatti, sembra avere un ruolo rilevante nel condurre i processi di creazione e di produzione.

In risposta alle domande conoscitive iniziali è possibile delineare alcune riflessioni. Per quanto concerne la relazione che il soggetto instaura con il proprio ambiente esterno, dalla ricerca è emerso anzitutto un rapporto viscerale con la città. Le narrazioni durante le interviste descrivono un profondo senso di appartenenza a tutti i soggetti. Tuttavia, i percorsi professionali sembrano distinguersi anche in base al grado di fiducia/sfiducia nei confronti delle istituzioni. Un certo livello di sfiducia nella possibilità di emergere sul territorio napoletano, è rintracciabile soprattutto nelle produzioni tendenzialmente *global* in cui, cioè, gli artisti da un lato sviluppano processi creativi che, per l'uso degli strumenti e delle tecniche di produzione, seguono gli *standard* proposti dalle grandi produzioni internazionali. Inoltre, tali artisti mostrano un graduale allontanamento rispetto alla propria realtà urbana, testimoniato anche dalla decisione di fare affidamento esclusivamente sulle proprie capacità, costruendo nuove realtà produttive indipendenti. In questa tendenza sembra inserirsi, ad

esempio, la produzione dell'APC Production.

La difficoltà ad ottenere sostegno e riconoscimento economico per il proprio lavoro coinvolge indubbiamente anche gli artisti tendenti a una produzione *glocal*, cioè quegli artisti che mostrano un esplicito radicamento sul territorio. In questi casi, però, il senso di sfiducia si tramuta in una più energica attività artistica ma anche una più forte partecipazione sociale, sia “di rottura” - come nella musica degli 'A67 - oppure collaborativa, come nella produzione della Skaramacay. L'analisi qualitativa dei prodotti artistici, dunque, ha consentito di rintracciare similitudini e differenze in termini espressivi, comunicativi e semantici tra gli artisti tendenzialmente *global* così come, nell'ambito della sfera *glocal*, è stato possibile rintracciare alcuni elementi specifici - tecnici ed espressivi - che sembrano consolidare il senso di appartenenza e la volontà di agire attivamente per lo sviluppo culturale e la rinascita artistica della città.

Accanto a necessità meramente espressive, ben rappresentata dalla categoria *sui generis* del *writing*, particolarmente forte è il desiderio di affermare la propria abilità artistica in senso professionale, come realizzazione di un percorso di crescita, di formazione e come attestazione dell'utilità dell'arte sia in termini sociali e culturali che in termini economici, produttivi e di sviluppo locale. Il quadro che emerge a Napoli, tuttavia, non sembra assicurare i giovani artisti napoletani. Ciò che alimenta maggiormente la sfiducia nell'intraprendere il percorso artistico come scelta di vita sembra soprattutto la mancanza di uno sforzo unitario e compatto, da parte delle principali forze (istituzionali, associative, organizzative e imprenditoriali) della città. Tuttavia, da quanto emerge dalle analisi, ciò non sembra del tutto penalizzante: se da un lato, infatti, i giovani mostrano notevole difficoltà nell'emergere nel mondo dell'arte e imputano tali difficoltà soprattutto alla mancanza di risorse finanziarie, dall'altro lato ciò stimola nei giovani artisti l'inventiva imprenditoriale che confluisce, il più delle volte, nella nascita di piccole realtà imprenditoriali gestite dagli artisti stessi.

Per quanto concerne la dimensione comunicativa, nel panorama partenopeo, emerge una produzione artistica fondata sulla comunicazione multi-testuale e sinestetica: nell'ambito del teatro, ad esempio, sembra sempre più diffuso l'uso

integrato di dialoghi, musiche e coreografie, mentre la proiezione di immagini sullo sfondo ha il duplice ruolo di favorire la comprensione del messaggio attraverso l'immediatezza dell'immagine e, al contempo, di sopperire ai costi necessari per la costruzione di scenografie adeguate. Persino nella letteratura e nell'editoria è possibile ravvisare un tipo di divulgazione dei contenuti artistici attraverso la realizzazione di prodotti editoriali multimediali in cui, oltre al testo letterario, il fruitore può accedere anche a contenuti musicali e documenti video.

Dunque, nell'era della multimedialità e della sensorialità terziaria determinata dalle tecnologie digitali (de Kerckhove, 1994), anche l'arte tradizionale sperimenta nuove modalità di espressione e di comunicazione, proponendo un tipo di fruizione fondata sull'uso integrato dei sensi umani. Infatti, la combinazione di linguaggi e di codici diversi in un unico prodotto artistico rende più ricco e accattivante il prodotto stesso e facilita la comprensione dei suoi contenuti.

Dal punto di vista linguistico, nei testi verbali (sceneggiature, *lyrics* di canzoni, testi letterari ecc.), al fine di raggiungere il pubblico più ampio possibile, nella maggior parte dei casi si adotta la lingua italiana nell'intento di veicolare i prodotti artistici oltre i confini locali. Tuttavia, è ravvisabile un significativo uso del dialetto per due motivi principali, uno legato ad esigenze puramente narrative, l'altro afferente alla *mission* più generale che guida la realizzazione del prodotto: laddove si intende raccontare aspetti specifici della realtà napoletana, la lingua vernacolare è adoperata prevalentemente per connotare geograficamente i personaggi o per ambientare la narrazione. In questo caso, il dialetto ha una funzione puramente contestualizzante e serve a raccontare Napoli e i napoletani ma da un punto di vista esterno. Diverso sembra essere il caso in cui l'intento di fondo dell'artista non è la semplice narrazione di storie napoletane, bensì la riscoperta e la rivendicazione dell'identità partenopea, dell'essere napoletani. Dal lato dell'artista, l'uso del vernacolo in questo caso sembra inevitabile e non risponde ad una esigenza narrativa ma piuttosto all'intento di consolidare il sentimento di appartenenza e di radicamento sul territorio. Dal lato dei fruitori, il dialetto contribuisce a “sentirsi napoletani” e, attraverso i prodotti artistici,

permette di osservare la realtà circostante dall'interno, cioè essendo parte della realtà narrata.

Nelle espressioni dei giovani *writer* napoletani è possibile trovare testimonianza della necessità di appropriarsi della città e dei suoi spazi che, tuttavia, sembra essere un elemento comune a quasi tutti i soggetti della ricerca. Il motivo fondamentale è rintracciabile, per quanto riguarda i *writer* nell'esigenza di potersi esprimere liberamente utilizzando gli spazi comuni della città. In tutti gli altri artisti, invece, emerge anche la volontà di cercare il contatto con il pubblico, all'interno di un contesto anch'esso “pubblico” – cioè comune a tutti – che abbia il potere di ridurre il più possibile le distanze tra gli artisti e l'*audience*, favorendo una comunicazione immediata e diretta.

Infine, un ruolo significativo sembra svolto dalle tecnologie digitali e della rete Internet nei processi di produzione e di distribuzione dell'arte. Per quanto concerne i processi di produzione, le tecnologie digitali hanno un ruolo significativo soprattutto in alcune forme di produzione artistica: nella musica e nel cinema, ad esempio, non sembra più possibile fare a meno delle possibilità offerte dal computer e dalla disponibilità di numerosi software per il missaggio di suoni in multitraccia o per il montaggio cinematografico. Anche nelle dinamiche di distribuzione e di fruizione, i media digitali si confermano efficienti nel supportare e velocizzare tali processi. Ma la risorsa più utilizzata in assoluto dai giovani intervistati è rappresentata dal web, dai blog e dai social network. Per gli artisti, si tratta anzitutto di una risorsa per i loro studi e per le ricerche necessarie durante la prima fase di progettazione di un nuovo prodotto: sul web è possibile accedere a una quantità pressoché infinita di informazioni, contenuti culturali, prodotti artistici del passato e del presente, sia professionali che amatoriali. Inoltre, la Rete fornisce utili informazioni su concorsi, provini, selezioni o finanziamenti destinati agli artisti in Italia e all'estero. In questo senso, Internet offre delle alternative per i giovani artisti, anche fuori dal proprio territorio. Ma la risorsa più sfruttata dai giovani intervistati è rappresentata dai social network, attraverso i quali gli artisti napoletani possono veicolare le informazioni sui propri

prodotti, diffondere le date delle loro performance e soprattutto instaurare contatti, incrementando le proprie reti professionali.

In questo senso, la Rete si configura come uno spazio collaborativo in cui i fruitori di un prodotto d'arte, possono partecipare attivamente ad un processo di co-produzione artistica anche attraverso spazi di discussione e di condivisione dei propri gusti. I media digitali, seppure in diversi modi e con diverse funzioni, accompagnano il processo creativo in tutte le sue fasi. Tuttavia, soprattutto in alcune forme di arte emerge una sorta di “resistenza” rispetto alle logiche del digitale, e la tendenza a conservare le tradizionali pratiche di produzione. In particolare la danza e il teatro, sebbene si mostrino aperte ad accogliere le opportunità offerte dai nuovi media, sembrano voler mantenere un “carattere somatico” (Lévy, 1994), fondato sul rapporto diretto – non mediato – tra artista e pubblico. In queste forme d'arte, infatti, predomina la dimensione corporea e la necessità di “sentire il pubblico” attraverso il “contatto” diretto. In generale, però, sembra possibile considerare la creatività artistica come un processo fortemente inscritto in dinamiche di produzione collettiva e collaborativa, fondata sulle reti relazionali non solo tra gli artisti e i loro pari, ma anche tra artisti e pubblici. Sembra possibile ritenere che con le tecnologie attuali si sia incrementata una cultura del *user-generated content* che rafforza il ruolo del pubblico dei consumatori d'arte nel ricoprire le funzioni di *gatekeeper* e di “personale di supporto” così come descritti nei lavori di Becker (1982) e di Crane (1992). Se fino agli Novanta sembrava ancora possibile separare concettualmente queste categorie di attori, nei “mondi culturali” attuali anche i rapporti artistici seguono il carattere fluido della postmodernità.

Bibliografia

- ADORNO TH. W. (1941), "On Popular Music", in «Studies in Philosophy and Social Science», Vol. 9, pp. 17-48 (trad. it. a cura di M. Santoro, *Sulla popular music*, Armando editore, Roma 2006).
- ADORNO TH.W. (1949), *Philosophie der neuen Musik*, J.C.B., Mohr, Tübingen (trad. it. *Filosofia della musica moderna*, Einaudi, Torino 1959).
- ADORNO TH. W. (1962), *Einleitung in die Musiksoziologie. Zwölf theoretische Vorlesungen*, Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main (trad. it. *Introduzione alla sociologia della musica*, Einaudi, Torino 2002).
- ADORNO TH. W. (1967), *Ohne Leitbild*, Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main (trad. ingl. a cura di Anson G. Rabinbach, "Culture Industry Reconsidered", in «New German Critique», n. 6 (Autumn 1975), pp. 12-19).
- ALBRECHT M.C. (1968), "Art as an Institution", in «American Sociological Review», vol. 33, n. 3 (Giu, 1968), pp. 383-397.
- ALBRECHT M.C., Barnett J.H., Griff M. (eds.) (1970), *The Sociology of Art and Literature: a reader*, Praeger, University of Virginia.
- AMENDOLA G. (1997), *La città postmoderna. Magie e paure della metropoli contemporanea*, Laterza, Roma-Bari.
- APPADURAI A. (1990), "Disjuncture and difference in the global cultural economy", in M. Featherstone (a cura di), *Global culture. Nationalism, globalization and modernity*, Sage, Londra, pp. 295-310.
- APPADURAI A. (1996), *Modernity at Large. Cultural Dimensions of Globalization*, University of Minnesota Press, Minneapolis-London (trad. it. *Modernità in polvere*, Meltemi, Roma 2001).

- ARENDR H. (1958), *The Human Condition*, The University of Chicago Press, Chicago (trad. it. *Vita Activa*, Bompiani, Milano 1964).
- AUSTIN J. (2001), *Taking the Train. How Graffiti Art Became an Urban Crisis in New York City*, Columbia University Press, New York.
- BAUDRILLARD J. (1976), *L'Échange symbolique et la mort*, Gallimard, Paris (trad. it. *Lo scambio simbolico e la morte*, Feltrinelli, Milano 2006).
- BAUDRILLARD J. (1981), *Simulacres et Simulation*, Éditions Galilée, Paris.
- BAUMAN Z. (1999), *La società dell'incertezza*, il Mulino, Bologna.
- BAUMAN Z. (2000), *Liquid Modernity*, Polity Press, Cambridge (trad. it. *Modernità liquida*, Laterza, Roma-Bari, 2002).
- BAUMAN Z. (2005), *Liquid Life*, Polity Press, Cambridge-Malden (trad. it. *Vita liquida*, Laterza, Roma-Bari 2009).
- BAXANDALL M. (1972), *Painting and Experience in Fifteenth Century Italy*, Oxford University Press, London (trad. it. *Pittura ed esperienze sociali nell'Italia del Quattrocento*, Einaudi, Torino 2000).
- BECK U. (1992), *Risk Society. Towards a New Modernity*, Sage Publications, London.
- BECKER H.S. (1963), *Outsiders. Studies in the Sociology of Deviance*, The Free Press, New York (trad. it. *Outsiders. Saggi di sociologia della devianza*, Gruppo Abele, Torino 1987).
- BECKER H.S. (1974), "Art as collective action" in «American Sociological Review», 39, 6, pp. 767-776.
- BECKER H.S. (1982), *Art Worlds*, University of California Press, Berkeley (trad. it. *I mondi dell'arte*, Il Mulino, Bologna, 2004).
- BECKER H.S. (1998), *Tricks of the trade. How do you think about your research while you're doing it*, University of Chicago Press (trad. it. a cura di M. Santoro, *I trucchi del mestiere. Come fare ricerca sociale*, il Mulino, Bologna 2007).
- BECKER H.S., FAULKNER R.R., KIRSHENBLATT-GIMBLETT B. (eds) (2006), *Art from Start to Finish: Jazz, Painting, and other Improvisations*, University of Chicago Press, Chicago-London.

- BELARDINELLI S. - ALLODI L. (2006), *Sociologia della cultura*, Franco Angeli, Milano.
- BENJAMIN W. (1924), "Naples", in S. Sontag (a cura di), *One Way Street and other Writings*, Verso, Londra 1925, pp. 167-176 (trad. it. "Napoli", in «ES. Materiali per il 900», 9-10, 1976).
- BENJAMIN W. (1936), *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*, Suhrkamp Verlag, Frankfurt 1955 (trad. it. *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, Einaudi, Torino 2000).
- BENNETT A. (1999), "Subcultures of Neo-Tribes: Rethinking the Relationship between Youth, Style and Musical Taste", in «Sociology», 33 (3), pp. 599-617.
- BENNETT, A.- PETERSON, R.A. (a cura di) (2004), *Music Scenes: Local, Trans-Local and Virtual*, Vanderbilt University Press, Nashville.
- BERGER P.L.- LUCKMANN T. (1966), *The Social Construction of Reality*, Doubleday e Co., Garden City, New York (trad. it., *La realtà come costruzione sociale*, Il Mulino, Bologna 1969).
- BERNERS-LEE T. (1999), *Weaving the web. The Original Design and Ultimate Destiny of the World Wide Web by Its Inventor*, Harper, San Francisco (trad. it. *L'architettura del nuovo web*, Feltrinelli, Milano 2001).
- BETTETINI G.- GARASSINI S.- GASPARINI B.- VITTADINI N. (2001), *I nuovi strumenti del comunicare*, Bompiani, Milano.
- BOCCIA ARTIERI G. (2006), "La sostanza materiale dei media: videoculture digitali tra virtuale e performance", Prefazione in A. Darley, *Videoculture digitali. Spettacolo e giochi di superficie nei nuovi media*, Franco Angeli, Milano 2006.
- BOLTER J.D.- GRUSIN R. (1999), *Remediation*, The MIT Press, Cambridge (MA) (trad. it. *Remediation*, Guerini, Milano 2002).
- BOSMA J. (2000), "Mosaic: the merging of all soundspaces", in «Nettime», 3. Ott. Disponibile al link <<http://amsterdam.nettime.org/Lists-Archives/nettime-l-0010/msg00026.html>>, agg. al 11/06/2010.
- BOTTAZZI G. (1994), "Prospettive della globalizzazione: sistema mondo e cultura globale", in «Rassegna Italiana di Sociologia», XXXV, 3, pp. 425-440.

- BOURDIEU P. (1971), "Le marché des biens symboliques", in «L'année sociologique», 22, pp. 49-126 (trad. ingl. "The Markets of Symbolic Goods", in Bourdieu P., *The Field of Cultural Production: Essays on Art and Literature*, Columbia University Press, 1984).
- BOURDIEU P. (1977), "Symbolic Power", in Gleason D. (ed.), *Identity and Structure: Issues in the Sociology of Education*, Dimmiffield, Nefferton, England, pp. 112-119.
- BOURDIEU P. (1979), *La distinction*, Édition de Minuit, Paris (trad. it. *La distinzione. Critica sociale del gusto*, il Mulino, Bologna, 2001).
- BOURDIEU P. (1982), "Les rites d'institution", in «Actes de la recherche en sciences sociales», 43, pp. 58-63.
- BOURDIEU P. (1986), "The Forms of Capital", in Richardson J.E. (ed), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, Greenwood Press, pp. 46-58.
- BOURDIEU P. (1992), *Le règles de l'art. Genèse et structure du champ littéraire*, Seuil, Paris.
- BRIGHENTI A.-REGHELLIN M. (2007), "Writing. Etnografia di una pratica interstiziale", in «Polis», XXI, 3, dicembre, pp. 369-398.
- BRUSCHI A. (1999), *Metodologia delle scienze sociali*, Mondadori, Milano.
- BUFFARDI A. (2006), *Web Sociology. Il Sapere nella Rete*, Carocci, Roma.
- CACCIARI M. (1992), "Non potete massacrarmi Napoli!", in C. Verardi (a cura di), *La città porosa. Conversazioni su Napoli*, Cronopio, Napoli 1992, pp. 157-190.
- CANCLINI N.G. (1989), *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, Grijalbo, México (trad. it. *Culture ibride. Strategie per entrare e uscire dalla modernità*, Guerini Milano 2000).
- CANEVACCI M. (1999), *Culture eXtreme. Mutazioni giovanili tra i corpi delle metropoli*, Meltemi, Roma.
- CANEVACCI M. (2010), "Aria de pixel: riproducibilità aurática digitale", in «Psicologia & Sociedade», 22 (1), pp. 169-179.
- CASTELLS M. (2001), *Internet Galaxy*, Oxford University Press, Oxford (trad. it.

- Galassia Internet*, Feltrinelli, Milano 2003).
- CHAMBERS I. (1985), *Urban Rhythms. Pop Music and Popular Culture*, Mac Millan, London (trad. it. *Ritmi urbani. Pop music e cultura di massa*, Arcana, Roma 2003).
- CHAMBERS I. (2001), “Ritmi urbani, ritmi di identità. Suoni e scenari sulla strada oltre l'umanesimo”, in L. Savonardo (a cura di), *I suoni e le parole. Le scienze sociali e i nuovi linguaggi giovanili*, Oxiana, Napoli 2001.
- CHANEY, D. (2001), “From Ways of Life to Lifestyle: Rethinking Culture as Ideology and Sensibility”, in J. Lull (ed.), *Culture in the Communication Age*, Routledge, London.
- CIPRIANI R. (a cura di) (2008), *L'analisi qualitativa. Teorie, metodi, applicazioni*, Armando, Roma.
- COMTE A. (1854), *Système de politique positive*, Discours préliminaire, vol. I, V parte.
- CONTINI A. (2009), “Contaminare con l'arte. Estetica, nuovi musei e il problema della diversità culturale”, in «Ricerche di Pedagogia e Didattica», 4, 2, “Filosofia dell'educazione”.
- CRANE D. (1972), *Invisible Colleges: Diffusion of Knowledge in Scientific Communities*, University of Chicago Press, Chicago.
- CRANE D. (1976), “Reward systems in art, science and religion”, in «American Behavioral Scientist», Vol. 19 n. 6 (luglio), pp. 719-734.
- CRANE D. (1992), *The Production of Culture: Media and Urban Arts*, Sage, London (trad. it. *La produzione culturale*, il Mulino, Bologna, 1997).
- CRANE D. (a cura di) (1994), *The Sociology of Culture*, Blackwell, Cambridge (MA).
- CRESPI F. (2006), *Manuale di sociologia della cultura*, Laterza, Roma-Bari (1^a ed. 1996).
- DAL LAGO A. - MOLINARI A. (a cura di) (2001), *Giovani senza tempo. Il mito della giovinezza nella società globale*, Ombre Corte, Verona.
- DE CARLI L. (1997), *Internet*, Bollati Boringhieri, Torino.
- DE KERCKHOVE D. (1991), *Brainframes: Technology, Mind and Business*, Bosch

- & Keuning (trad. it. *Brainframes: mente, tecnologia, mercato*, a cura di B. Bassi, Baskerville, Bologna, 1993).
- DE KERCKHOVE D. (1994), "Remapping sensoriale nella realtà virtuale e nelle altre tecnologie ciberattive", in P. L. Capucci (a cura di), *Il corpo tecnologico*, Baskerville, Bologna.
- DE KERCKHOVE D. (1997), *Connected Intelligence. The Arrival of The Web Society*, Sommerville, Toronto (trad. it. *L'intelligenza connettiva. L'avvento della web society*, Aurelio De Laurentiis Multimedia Roma 1999).
- DE LA FUENTE E. (2007), *The 'New Sociology of Art': Putting Art Back into Social Science Approaches to the Arts*, Sage, Los Angeles-New Delhi.
- DE LILLO A. (a cura di) (2010), *Il mondo della ricerca qualitativa*, UTET Università, Torino.
- DEL FORNO M. (a cura di) (2008), *Georg Simmel. Studi psicologici ed etnologici sulla musica*, Aracne, Roma.
- DEL FORNO M. (2010), "Musica, linguaggio e comunicazione nell'opera di Georg Simmel", in Corradi C., Pacelli D., Santambrogio A. (a cura di), *Simmel e la cultura moderna*, Vol. 2, Morlacchi editore, Perugia.
- DEL GROSSO DESTRETI L. (2002), *Sociologia delle musiche: teorie e modelli di ricerca*, Franco Angeli, Milano.
- DE NORA T. (1995), *Beethoven and the Construction of Genius*, University of California Press, Berkeley.
- DE NORA T. (2003), *After Adorno: Rethinking Music Sociology*, Cambridge University Press, Cambridge, England.
- DE SETA C. (2007), "Benjamin l'ideologo nella città depravata", in «LaRepubblica», 3 nov., pp. III, VIII.
- DE SIMONE R. (1979), *Canti e tradizioni popolari in Campania*, Lato Side, Roma.
- DIMAGGIO P.J. (1979), "On Pierre Bourdieu", in «American Journal of Sociology», Vol. 84, n. 6 (May 1979), pp. 1460-1474.
- DIMAGGIO P.J. (1987), "Classification in Art", in «American Sociological Review», 52, pp. 440-455.
- DU GAY P. (a cura di), (1997), *Production of Culture: Cultures of Production*,

- Sage, Londra.
- FABBRI F. (1981), "A Theory of Musical Genres: Two Applications", in Horn D. e Tagg P., (a cura di), *Popular Music Perspectives*, Exeter, IASPM, pp. 52-81.
- FABBRI F. (1996), *Il suono in cui viviamo. Inventare, produrre e diffondere musica*, Feltrinelli, Milano.
- FADINI U. (2005), "Arte, cyberspazio e socialità. Alcune osservazioni", in «Iride», a. XVIII, n. 46, settembre-dicembre.
- FINE G.A. (1992), "The culture of production", in «American Journal of Sociology», 97, pp.1268-1294.
- FISKE J. (1989), "British cultural studies and television", in R. C. Allen, *Channels of discours*, Routledge, london, pp. 254-289.
- FLORIDA R. (2002), *The Rise of the Creative Class: and how it's transformming work, leisure, community and everyday life*, Basic Books, New York (trad. it. *L'ascesa della nuova classe creativa*, Mondadori, Milano 2003).
- FLORIDA R. (2005), *The Flight of the Creative Class: the new global competition for talent*, HarperBusiness, New York.
- FLORIDA R. (2008), *Who's your city?: How the Creative Economy is Making Where to Live the Most Important Decision of your Life*, Random House, Canada.
- FLUCK W. (2002), "Aesthetics and Cultural Studies", in E. Elliott, L. Freitas Caton, J. Rhyne, (a cura di), *Aesthetics in a Multicultural Age*, Oxford University Press, Oxford-New York 2002, pp. 79-103.
- FRITH S. (1981), *Sound Effects. Youth, Leisure and the Politics of Rock' n'Roll*, Pantheon, New York.
- GANS H.J. (1999), *Popular culture and high culture: an analysis of evaluation of taste*, Basic Books, New York.
- GEERTZ C. (1973), *The interpretation of cultures: selected essays*, New York.
- GEERTZ C. (1976), "Art as a Cultural System", in «MLN. Comparative literature», Vol. 91, n. 6, dic. 1976, pp. 1473-1499.
- GELDER K.-THORNTON S. (a cura di) (1997), *The Subcultures Reader*, Routledge, London.

- GESER H. (2002), "Towards a (Meta-) Sociology of the Digital Sphere", in «Sociology in Switzerland: Towards Cyberspace and Virtual Social Relations», Online Publications, Zurich. Disponibile al sito: http://socio.ch/intcom/t_hgeser13.pdf, agg. al 24/08/2010.
- GRANDI R. (2010), "Le città creative", in «il Mulino», n. 6, pp. 1037-1044.
- GRISWOLD W. (1987), "A Methodological Framework for the Sociology of Culture", in «Sociological Methodology», vol. 17, pp. 1-35.
- GROSSBERG L. (1989), "The context of audiences and the politics of difference", in «Australian Journal of Communication», n. 16, dicembre (trad. it. "Il contesto delle audience e la politica della differenza" in ID., *Saggi sui Cultural Studies. Media, rock, giovani*, Liguori, Napoli 2002, pp. 67-89).
- GROSSBERG L. (1997), *Re-Placing Popular Culture*, in S. Redhead, *The Clubcultures Reader*, blackwell Publishing (trad. it. *Ri-situare la cultura popolare*, in L. Grossberg, *Saggi sui Cultural Studies. Media, rock, giovani*, Liguori, Napoli 2002).
- GROSSBERG L. (2002), *Saggi sui Cultural Studies. Media, rock, giovani*, Liguori, Napoli.
- GRUZINSKI S. (1999), *La pensée métisse*, Fayard, Paris.
- GRUZINSKI S. (2008), *Planète métisse*, Musée du Quai Branly/Actes Sud, Arles.
- HALBWACHS M. (1950), *La mémoire collective*, Presses Universitaires de France, 1968 (trad. it. a cura di P. Jedlowski, *La memoria collettiva*, Unicopli, Milano 2001).
- HALL S., JEFFERSON T. (ed.) (1976), *Resistance Through Rituals: Youth Subcultures in Post-War Britain*, Hutchinson, London.
- HANNERZ U. (1992), *Cultural Complexity, Studies in the Social Organization of Meaning*, Columbia University Press, New York (trad. it. *La complessità culturale. L'organizzazione sociale del significato*, il Mulino, Bologna 1998).
- HARVEY D. (1989), *The Condition of Postmodernity. An Enquiry into the Origins of Cultural Change*, Blackwell, London.
- HEBDIGE D. (1979), *Subculture: The Meaning of Style*, Methuen, London (trad. it. *Sottocultura. Il fascino di uno stile innaturale*, Costa & Nolan, Genova 1983).

- HENNION A. (1981), *Les Professionnels du disque: une sociologie des variétés*, Paris.
- HENNION A. (1983), "The Production of Success: An Anti-musicology of the Pop Song", in «Popular Music», Vol. 3, Producers and Markets, pp. 159-193.
- HERMANS H.J.M – KEMPEN H.J.G. (1998), "Moving Cultures. The Perilous Problem of Cultural Dichotomies in a Globalizing Society", in «American Psychologist», vol. 53, n. 10, ottobre 1998, pp. 1111-1120.
- HIRSCH P.M. (1972), "Processing Fads and Fashions. An Organization-Set Analysis of Cultural Industry Systems", in «American Journal of Sociology», 77, pp. 639-659.
- HOGGART C. (1957), *The Uses of Literacy: Aspects of Working Class Life*, Chatto & Windus, London.
- HORKHEIMER M., ADORNO TH.W. (1947), *Dialektik der Aufklärung*, Querido Verlag, Amsterdam (trad. it. *Dialettica dell'illuminismo*, Einaudi, Torino 1997).
- HORKHEIMER M., ADORNO TH.W. (1956), "Soziologische Exkurse", in «Frankfurter Beiträge zur Soziologie», Vol. IV, Frankfurt am Main (trad. it. *Lezioni di sociologia*, Einaudi, Torino 1966).
- JAMESON F. (1981), "Reification and Utopia", in «Social Text», 1, pp. 130-148.
- JAMESON F. (1990), *Late Marxism. Adorno or the Persistence of the Dialectic*, Verso Press, London.
- JAMESON F. (1991), *Postmodernism, or, The Cultural Logic of Late Capitalism*, Duke University Press, Durham, NC.
- JEDLOWSKI P. (1998), *Il mondo in questione. Introduzione alla storia del pensiero sociologico*, Carocci, Roma.
- JENKINS H. (2006), *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York University Press, New York (trad. it.: *Cultura Convergente*, Apogeo, Milano 2007).
- KAHN R.- KELLNER D. (2008) "Youth Culture" in W. Donsbach (ed.), *The International Encyclopedia of Communication*, Wiley-Blackwell, 2008.
- <http://antiochla.academia.edu/RichardKahn/Papers/76474/Youth_Culture>, agg.

al 26/10/2011.

- KAPLAN A. (1966), "The Aesthetics of the Popular Art", in «The Journal of Aesthetics and Art Criticism», Vol. 24, n.3 (Spring 1966), pp. 351-364.
- KASLER D. (1988), *Max Weber. An Introduction To His Life And Work*, Polity Press, New York.
- KLEIN N. (2001), *No Logo. Taking Aim at the Brand Bullies*, Knopf, Canada (trad. it. *No Logo. Economia globale e nuova contestazione*, B. C. Dalai Editore 2007).
- KRIS E.-KURZ O. (1934), *Legend, Myth, and Magic in the Image of the Artist. A Historical Experiment*, Yale University Press, New Haven, Connecticut 1979.
- LACHMANN R. (1988), "Graffiti as career and ideology", in «American Journal of Sociology», 94, pp. 229-250.
- LAMONT M.-FOURNIER M. (a cura di) (1992), *Cultivating Differences. Symbolic Boundaries and the Making of Inequality*, Chicago University Press, Chicago.
- LAPLANTINE F.-NOUSS A. (1997), *Le Métissage*, Flammarion, Paris (trad. it. *Il pensiero meticcio*, Elèuthera, Milano 2006).
- LAPLANTINE F.-NOUSS A. (2001), *Métissage. De Arcimboldo à Zombi, Pauvert*, Paris.
- LATOUR B. (1987), *Science in Action: How to Follow Scientists and Engineers Through Society*, Harvard University Press, Cambridge Mass, USA.
- LECCARDI C. (2005), "I tempi di vita tra accelerazione e lentezza", in F. Crespi (a cura di), *Tempo vola*, il Mulino, Bologna, pp. 49-85.
- LEVY P. (1994), *L'intelligence collective. Pour une anthropologie du cyberspace*, La Découverte, Paris (trad. it. *L'intelligenza collettiva. Per un'antropologia del cyberspazio*, Feltrinelli, Milano 2002).
- LÉVY P. (1997), *Cyberculture*. Éditions Odile Jacob/ Éditions du Conseil de l'Europe (trad. it. *Cybercultura. Gli usi sociali delle nuove tecnologie*. Milano, Feltrinelli 1999).
- LICARI G. (2010), "Cultura e società complesse", in «Narrare i gruppi. Etnografia dell'interazione quotidiana», anno V, Vol. 1, marzo 2010, pp. 1-8.
- LUKÁCS G. (1911), *L'anima e le forme*, SugarCo, Milano 1972.

- LUKÁCS G. (1916), *Teoria del romanzo*, SugarCo, Milano 1962.
- MAFFESOLI M. (1988), *Il tempo delle tribù. Il declino dell'individualismo nelle società postmoderne*, Guerini e Associati, Milano 2004.
- MAGAUDA P. (2009), "Ridiscutere le sottoculture. Resistenza simbolica, postmodernismo e disuguaglianze sociali" in «Studi Culturali», anno VI, n. 2, agosto, pp. 301-314.
- MAITLAND J. (1976), "Creativity" in «The Journal of Aesthetics and Art Criticism», Vol.34, n. 4, summer 1976, pp. 397-409.
- MALINOWSKI B. (1940), "Modern Anthropology and European Rule", in «Africa», Reale Accademia d'Italia, vol. 18, pp. 880-901.
- MANOVICH L. (2001), *The language of New Media*, The MIT Press, Cambridge (MA) (trad. it. *Il linguaggio dei nuovi media*, Olivares, Milan 2002).
- MARCUSE H. (1964), *L'uomo a una dimensione*, Einaudi, Torino 1967.
- MARTIN P.J. (1995), *Sounds and Society. Themes in the Sociology of Music*, Manchester University Press, Manchester, England.
- MCLUHAN M. (1964), *Understanding Media*, MIT Press, Cambridge (MA) (trad. it. *Gli strumenti del comunicare*, Net, Milano 2002).
- MCLUHAN M. (1968), *The Global Village: Transformations in World Life and Media in the 21st Century*, Oxford University Press, 1992 (trad. it. *Il villaggio globale. XXI secolo: trasformazioni nella vita e nei media*, SugarCo, 1992).
- MCRORBIE A. (1984), "Dance and social fantasy", in A. McRobbie e M. Nava (a cura di), *Gender and Generation*, Mcmillan, Londra.
- MELE V. (2006), *Introduzione a Simmel G., Estetica e sociologia. Lo stile della vita moderna*, a cura di V. Mele, Armando editore, Roma.
- MELLINO M. (2007), "Teoria senza disciplina. Conversazione sui «Cultural Studies» con Stuart Hall", in «Studi Culturali», anno IV, n. 2, Agosto, pp. 309-341.
- MELUCCI A. (1994), (a cura di), *Creatività: miti, discorsi, processi*, Feltrinelli, Milano.
- MIDDLETON R. (1983), "Play It Again Sam': Some Notes on the Productivity of Repetition in Popular Music", in «Popular Music», Vol. 3, Producers and

- Markets, pp. 235-270.
- MIDDLETON R. (1990), *Studying Popular Music*, Open University Press, Buckingham (trad. it. *Studiare la popular music*, Feltrinelli, Milano, 3^a ed. 2009).
- MONCERI F. (1999), *Musica e razionalizzazione in Max Weber. Fra romanticismo e scuola di Vienna*, Edizioni Scientifiche Italiane, Napoli.
- MUGGLETON D. (2000), *Inside Subcultures: The Postmodern Meaning of Style*, Berg, London.
- MUGLIONI J. (1996), “Augusto Comte”, in «Perspectivas: revista trimestral de educación comparada» (UNESCO: Oficina Internacional de Educación, Paris), vol. XXVI, n°1, marzo 1996, pp. 225-237.
- NEGROPONTE N. (1995), *Being Digital*, Knopf, New York (trad. it. *Essere digitali*, Sperling & Kupfer, Milano 1995).
- NIESSEN B.M. (2007), *Città creative: una rassegna critica sulla letteratura e sulle definizioni*, Working paper UrbEur PhD, 10/2007, Università di Milano Bicocca. Disponibile al link:
 <<http://www.sociologiadip.unimib.it/dipartimento/ricerca/pdfDownload.php?idPaper=115>>, agg. al 09/11/2011.
- PARIS J.- AULT M. (2004), “Subcultures and Political Resistance”, in «Peace Review» 16, 4, Dicembre, pp. 403-407.
- PARSONS T. (1951), *Il sistema sociale*, Edizioni Comunità, Milano 1965.
- PATELLA G. (2005), *Estetica culturale. Oltre il multiculturalismo*, Meltemi, Roma.
- PATTON M.Q. (2002), *Qualitative Research & Evaluation Methods*, Sage, London-New Delhi.
- PETERSON R.A. (a cura di) (1976), *The Production of Culture*, SAGE, Beverly Hills.
- PETERSON R.A. (1979), “Revitalizing the culture concept”, in «Annual Review of Sociology», 5, 137-166.
- PETERSON R.A. (1994), “Culture studies through the production perspective: progress and prospects” in Crane D. (a cura di), *The Sociology of Culture*, Blackwell, Cambridge (MA), pp. 163-190.

- PETERSON R.A. (1997), *Creating Country Music: Fabricating Authenticity*, University of Chicago Press, Chicago.
- PETERSON R.A. - ANAND N. (2004), "The Production of Culture Perspective" in «Annual Review of Sociology», 30, pp. 311-334.
- ROBERTSON R. (1992), *Globalization: Social Theory and Global Culture*, Sage, London (trad. it. *Globalizzazione. Teoria sociale e cultura globale*, Asterios, Trieste 1999).
- SANTAGATA W. (2004), *I beni della creatività tra arte contemporanea e moda*, Working paper series, n. 2, Università di Torino. Download disponibile al sito: <http://www.eblacenter.unito.it/WP/2004/2_WP_Ebla.pdf> , agg. al 08/11/2011.
- SANTORO M. (2000), "La leggerezza insostenibile. Genesi del campo della canzone d'autore", in «Rassegna Italiana di Sociologia» a. XLI, n. 2, aprile-giugno.
- SANTORO M. (2001), "Presentazione" in Bourdieu P. *La distinzione. Critica sociale del gusto*, il Mulino, Bologna, 2001, pp. IX-XXV.
- SANTORO M. (2006), "Adorno e la sociologia critica della musica (popular)", Presentazione in Adorno Th.W. (1941), *Sulla popular music* (a cura di M. Santoro), Armando editore, Roma 2006.
- SANTORO M. (2008), "Sottoculture e musiche giovanili", in AAVV, *Storia della Civiltà Europea*, vol. 18, *Il Novecento*, pp. 278-282.
- SANTORO M. (2010), *Effetto Tenco. Genealogia della canzone d'autore*, il Mulino, Bologna.
- SASSOON J. (2000), "Media/Comunicazione", in A. Melucci, *Parole chiave. Per un nuovo lessico delle scienze sociali*, Carocci, Roma 2000.
- SAVONARDO L. (2003), *Cultura senza élite. Il potere simbolico a Napoli nell'era Bassolino*, Edizioni Scientifiche Italiane, Napoli-Roma.
- SAVONARDO L. (a cura di) (2007), *Figli dell'incertezza. I giovani a Napoli e provincia*, Carocci, Roma.
- SAVONARDO L. (2010), *Sociologia della musica. La costruzione sociale del suono dalle tribù al digitale*, UTET, Torino.
- SCHEEPERS I. (2004), *Graffiti and Urban Space*, Honour Thesis 2004, University

- of Sidney, Australia.
- SCHUTZ A. (1932), *La fenomenologia del mondo sociale*, Il Mulino, Bologna 1974.
- SENNETT R. (1991), *The Coscience of the Eye. The design and social life of cities*, Faber & Faber (trad. it. *La coscienza dell'occhio. Progetto e vita sociale nelle città*, Feltrinelli, Milano 1992).
- SHILDRICK T.- MACDONALD R. (2006), “In Defence of Subculture: Young People, Leisure and Social Divisions”, in «Journal of Youth Studies», 9 (2), pp. 125-140.
- SIBILLA G. (2003), *I linguaggi della musica pop*, RCS libri, Milano.
- SIBILLA G. (2008), *Musica e media digitali. Tecnologie, linguaggi e forme sociali dei suoni, dal walkman all'iPod*, Bompiani, Milano.
- SIMMEL G. (1881), “Psychologische und ethnologische Studien über Musik”, in «Zeitschrift für Völkerpsychologie und Sprachwissenschaft», Dümmlers Verlagbuchhandlung, Berlino (trad. it. “Studi psicologici ed etnologici sulla musica”, a cura di De Martino G. e Fanini S., in appendice a Federici M.C., D'Andrea F., *Lo sguardo obliquo. Dettagli e totalità nel pensiero di Georg Simmel*, Morlacchi, Perugia 2004, pp. 395-425).
- SIMMEL G. (1900), *Philosophie des Geldes*, Duncker & Humblot, Lipsia (trad. it. *Filosofia del denaro*, UTET, Torino 1984).
- SIMMEL G. (1902), “Der Bildrahmen. Ein Ästhetischer Versuch”, in «Der Tag», 18 novembre (trad. it., “La cornice”, in Id., *Il volto e il ritratto. Saggi sull'arte*, a cura di L. Perucchi, il Mulino, Bologna 1985, pp. 101-110).
- SIMMEL G. (1903), *Die Großstädte und das Geistesleben*, Koehler Verlag, Stuttgart 1957 (trad. it. a cura di P. Jedlowski, *La metropoli e la vita dello spirito*, Armando Editore, Roma 2010).
- SIMMEL G. (1908a), “Das Problem der Stils” in «Dekorative Kunst. Illustrierte Zeitschrift für Angewante Kunst», XI, n. 7, vol. 16, pp. 307-316 (trad. it., “Il problema dello stile”, in Simmel G., *Estetica e Sociologia*, a cura di V. Mele, Armando editore, Roma 2006, pp. 86-99).
- SIMMEL G. (1908b), *Soziologie. Untersuchungen über die Forme der*

- Vergesellschaftung*, Duncker & Humblot, München 1923 (trad. it. *Sociologia*, intr. di A. Cavalli, Edizioni Comunità, Milano 1989).
- SIMMEL G. (1911), “Der Begriff und die Tragödie der Kultur”, in Id., *Philosophische Kultur*, Alfred Kröner Verlag, Lipsia, 1919, pp. 223-253 (trad. it. “Concetto e tragedia della cultura”, in Simmel G., *La moda e altri saggi di cultura filosofica*, Longanesi, Milano 1985).
- SIMON H. A. (1986), “How Managers Express their Creativity”, in «Across The Board», n. 23.
- SORCE KELLER M. (1996), *Musica e sociologia. Una breve storia*, Ricordi, Milano.
- SPARTI D. (2005), *Suoni Inauditi. L'improvvisazione nel jazz e nella vita quotidiana*, il Mulino, Bologna.
- TANNER J. (ed.) (2003), *The Sociology of Art: A Reader*, Routledge, London.
- THOMPSON J.B. (1995), *The Media and Modernity. A Social Theory of the Media*, Polity Press, Cambridge (trad. it. *Mezzi di comunicazione e modernità. Una teoria sociale dei media*, Il Mulino, Bologna 1998).
- THORNTON S. (1995), *Club Cultures. Music, Media and Subcultural Capital*, University Press of New England (trad. it. *Dai club ai rave. Musica, media e capitale sottoculturale*, Feltrinelli, Milano 1998).
- TOTA A.L. (1999), *Sociologie dell'arte. Dal museo tradizionale all'arte multimediale*, Carocci, Roma.
- TOTA A.L. (2002), “Stili in rivolta? Musica e mass media”, in Savonardo L. (a cura di), *I suoni e le parole. Le scienze sociali e la musica d'autore*, Oxiana, Napoli 2002, pp. 59-109.
- TURLEY A.C. (2001), “Max Weber and the Sociology of Music”, in «Sociological Forum», Vol. 16, n. 4, pp. 633-653.
- VICARI HADDOCK S., (2004), *La città contemporanea*, il Mulino, Bologna.
- WEBER M. (1905), *Die Protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus*, I.C.B. Mohr, Tübingen, 1922 (trad. it. *L'etica protestante e lo spirito del capitalismo*, Sansoni, Firenze 1970).
- WEBER M. (1921), *Die rationalen und soziologischen Grundlagen der Musik*, Drei

- Masken, München (trad. it. "I fondamenti razionali e sociologici della musica", a cura di E. Fubini, in Weber M., *Economia e società*, V, Edizioni di Comunità, Milano 1961).
- WEBER M. (1922), *Wirtschaft und Gesellschaft*, Mohr, Tübingen (trad. it. *Economia e società*, Edizioni di Comunità, Milano, 1961).
- WENGER E. (1998), *Communities of Practice. Learning, Meaning and Identity*, Cambridge University Press, New York.
- WILLIAMS R. (1958), *Culture and Society*, Chatto & Windus, London.
- WILLIAMS R. (1961), *The Long Revolution*, Chatto & Windus, London.
- WILLIS P. (2005), "Invisible Aesthetics and the Social Work of Commodity Culture", in Inglis D. and Hughson J. (eds.), *The Sociology of Art: Ways of Seeing*, Palgrave, London, pp. 73-86.
- ZOLBERG V.L. (1990), *Constructing a Sociology of the Arts*, Cambridge University Press, Cambridge, England.