



CULTURA

## “Dialoghi sull’uomo” Un nuovo evento nella città di Pistoia

*Italo Mariotti*

La nascita di politiche culturali urbane, avvenuta negli anni '70, ha contribuito ad allargare l'offerta delle città, comprendendo forme artistiche ed espressive fino a quel momento poco considerate (come il cinema, la letteratura, la scienza, il design e l'architettura, la musica popolare) e ad esportare manifestazioni ed eventi all'esterno dei contenitori tradizionali: nelle piazze e nelle strade.

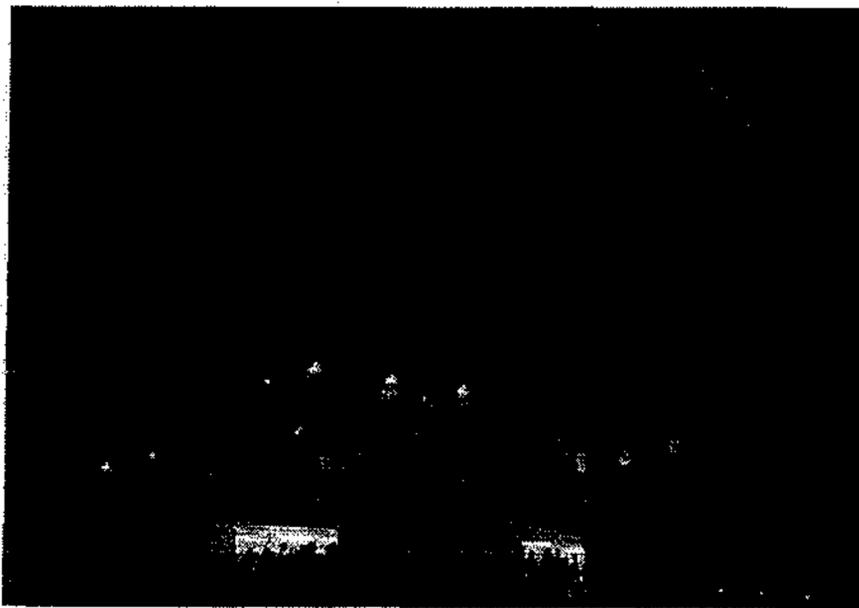
Però con il passare del tempo si è avvertito il rischio concreto, nelle città contemporanee, dell'affievolirsi di quei meccanismi solidaristici e di coinvolgimento tipici di quegli anni, che producevano una sentita partecipazione collettiva in grado di mantenere una gradevole convivialità e un “fervido” incontro della comunità. A questo pericolo si è inteso rispondere con politiche volte a garantire strumenti inclusivi nel contesto sociale che vengono assunte spesso da Enti pubblici. Però anche organismi *ibridi* (privati ma con finalità di pubblico interesse), quali le Fondazioni e il *non-profit*, si impegnano a compensare la contrazione del *welfare* universalistico, articolando i loro interventi sul piano locale, con pregnanti iniziative socio-culturali.

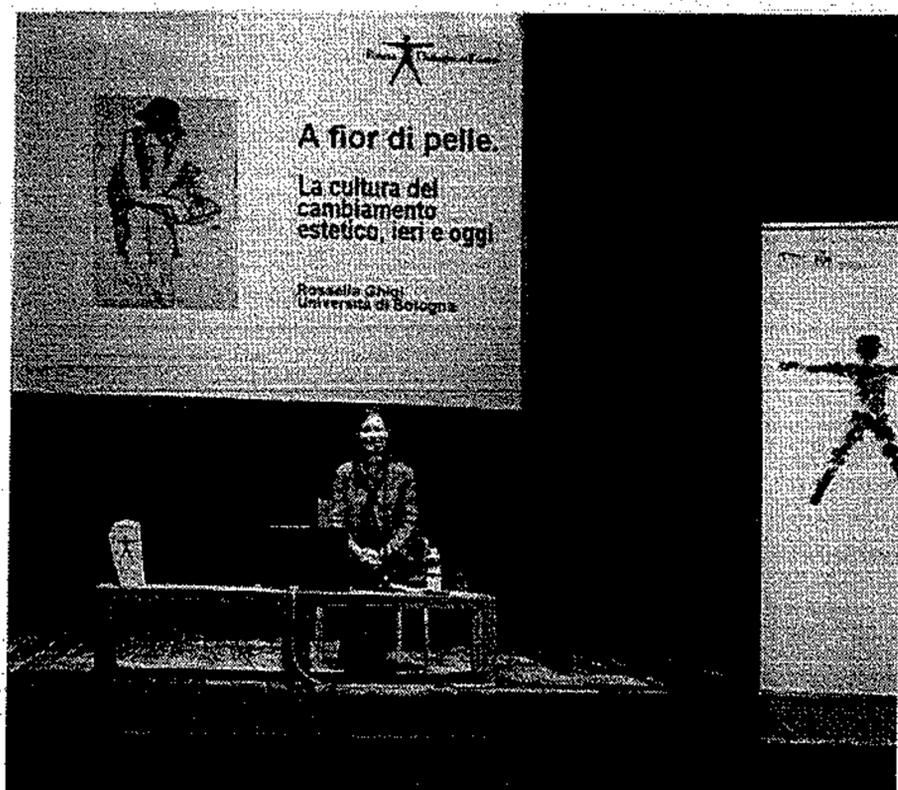
È questo il caso di Pistoia, medio-piccola città del centro-nord italiano, dove viene creata la kermesse “Pistoia blues”, già negli anni '80 del secolo scorso, collocandosi come un faro internazionale ai vertici degli eventi europei del “settore”. Successivamente sono stati promossi interventi con più ampie finalità con il preciso intento di contrastare l'individualismo crescente. Sono stati promossi, in virtù di quell'alleanza originale tra enti pubblici e organismi “ibridi” (ad esempio: Enti Locali - Fondazioni bancarie - Associazioni cittadine), che ha dato luogo a progetti innovativi nei confronti del sistema delle relazioni sociali e culturali, e non solo. In questo senso, è stato coinvolto il Polo Universitario locale con il compito di approfondire il tema di un possibile “legame” biunivoco tra crescita socio-culturale e sviluppo economico con particolare riferimento al turismo urbano prodotto dagli “eventi”. Dalla ricerca è emerso con chiarezza il bisogno di stimolare “nuove modalità d'incontro e di socialità”, inco-

raggiare il “legame di prossimità”, mettendo in luce quanto fosse necessario individuare nuovi paradigmi per soddisfare istanze ed esigenze evolute (Mariotti e Romei, 2009). A queste sollecitazioni hanno risposto la Fondazione Cassa di Risparmio di Pistoia e Pescia insieme al Comune di Pistoia con pronta sensibilità e ingegno, anche perché fortemente convinti che l'economia urbana pistoiese avesse bisogno di una spinta propulsiva per ritrovare un umanesimo integrale, legato a un'idea di fertilità e di nutrimento morale. Ricerca che effettivamente potrebbe dare senso al futuro, visto che la sola crescita economica “oltre un certo limite” non garantisce un parallelo innalzamento del benessere personale (Knox e Mayer, 2009).

Perciò possiamo affermare, in accordo con recenti studi sociologici (Censis, 2009), che i nuovi “eventi culturali” hanno innescato un circolo virtuoso: se in una prima fase questo tipo di manifestazioni sono state soprattutto occasioni per ricreare all'interno delle città condizioni di socializzazione, magari attraverso la riscoperta degli spazi urbani centrali pedonalizzati e temporaneamente sottratti al ritmo frenetico della vita quotidiana, oggi sono anche viste come importanti fattori di sviluppo economico. Il “nostro” territorio ha cercato di mettersi in sintonia con que-

*Pistoia,  
Piazza del Duomo  
nel corso di  
Dialoghi sull'uomo.*





Sopra:  
Rossella Chigi.  
A fianco:  
David Le Breton.



ste linee di tendenza. Infatti, puntare a Pistoia sul soddisfacimento di bisogni evoluti, investendo risorse nella promozione di "attrazioni" culturali, può facilitare l'acquisizione di un ulteriore sviluppo: una *soft economy* da affiancare alla "matura" *hard economy* presente nel contesto pistoiese. È così che si può "intaccare" a favore della città una fetta di mercato all'interno delle mete del turismo urbano. Concetto, già declinato da tempo da J.L. Pinol, *la culture devient un investissement économique* (2003). Per questo è davvero importante nel settore del turismo ur-

bano affiancare ai beni "posizionali", che sono limitati e presumono una forte competizione per ottenerli, i beni relazionali potenzialmente illimitati. Certo, occorre essere consapevoli che il mantenimento di questi ultimi presuppone una grande responsabilità collettiva, una cultura comune viva e vitale.

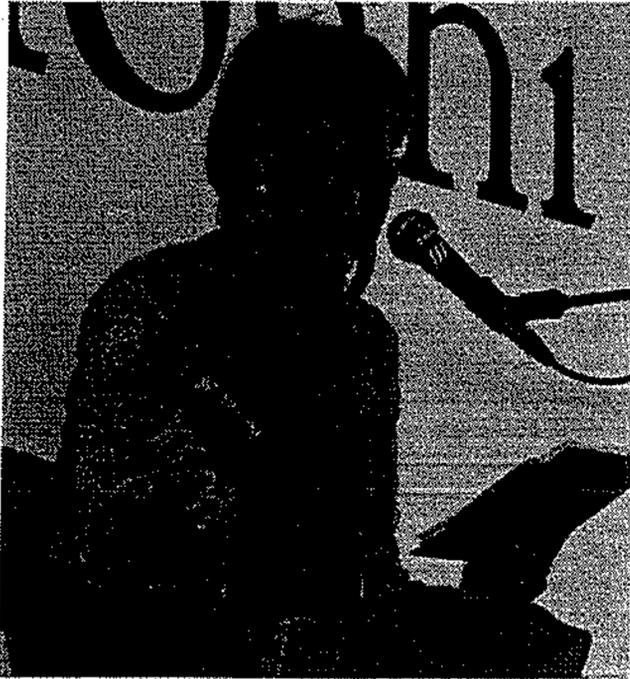
Crediamo siano queste alcune delle motivazioni che hanno spinto a progettare e realizzare una riflessione collettiva su problematiche molto sentite, come si propone di fare *Dialoghi sull'uomo*, festival di antropologia e sociologia del contemporaneo. Una "tre giorni" che da due anni, a fine maggio, anima il centro storico di Pistoia con incontri, spettacoli, conversazioni e vede la partecipazione di sociologi, antropologi, filosofi, scienziati italiani e stranieri, di chiara fama, che offrono la loro riflessione sull'uomo del nostro tempo.

Il Festival ha subito incontrato il favore del pubblico, 9.000 presenze nel 2010 e 11.000 nel 2011, rispondendo a quella richiesta di approfondire temi legati al *ricognoscersi*, al *ri-trovarsi*, un'istanza ampia e diffusa, dimostrata anche dalle adesioni all'iniziativa.

Dopo il successo della prima edizione gli organizzatori dell'evento hanno pensato che sarebbe stato importante raccogliere l'opinione del pubblico in merito all'offerta dei temi trattati, insieme alle aspettative per i "prossimi incontri" in modo da orientare la progettazione futura. È stato così commissionato un sondaggio ad un noto Istituto specializzato in *ricerca sociale e corporate reputation* ("Ipsos-Nobody's Unpredictable") di Milano, a cui si è aggiunta, successivamente, una collaborazione del Polo Universitario pistoiese. A tal fine il corso di laurea in *Scienze Turistiche* ha istituito un laboratorio di ricerca *ad hoc* che ha coinvolto un gruppo di laureandi nell'azione diretta per la rilevazione delle opinioni. Infatti, gli studenti avevano il compito di raccogliere le interviste (369 nelle tre giornate) attraverso la somministrazione di un questionario semistrutturato, predisposto dall'Ipsos e, nel contempo, dovevano anche redigere un report sulle osservazioni che l'intervistato riteneva di rilasciare a margine delle sue risposte. I laureandi hanno colto così l'occasione per un'esercitazione sul campo e per un confronto successivo con un *senior researcher*, individuato da Ipsos, per compiere un'analisi a largo spettro sui dati raccolti.

L'indagine ha permesso di:

- \* conoscere i fruitori rispetto alle variabi-



A sinistra:  
Roberta  
De Monticelli.  
A fianco:  
Telmo Pivani.

li socio-demografiche, rispetto al loro atteggiamento culturale, ma anche al gradimento dell'offerta e alle aspettative future;

- analizzare il ritorno economico dell'iniziativa per la città.

In riferimento al primo dato, il pubblico dei *Dialoghi sull'uomo* ha senza dubbio un profilo socio-culturale elevato.

Il campione intervistato, significativo per numero e metodologia di approccio al fine di rappresentare la moltitudine dei partecipanti, registra:

- Numerose presenze di persone con ruoli professionali dirigenti (29%) e di docenti (10%), significativa risulta anche la presenza di studenti (18%) e pensionati (15%).

- L'utenza possiede un grado d'istruzione piuttosto elevato: solo il 7% ha la scolarità "dell'obbligo", mentre il 37% ha conseguito un diploma e il 56% ha una preparazione universitaria (il 26% con laurea quadriennale/quinquennale, a cui si somma un 12% con post laurea, master o dottorato).

Il sondaggio rileva poi che siamo in presenza di un pubblico di assidui lettori (54%) e il 48% del campione dichiara di essere attivo socialmente: *in primis* fa parte di associazioni culturali, club di lettura, di discussione... (29%) e poi a "scalare" con indici piuttosto contenuti: è attivo *on line* in *blog*, *community*, in *social forum*, in associazioni umanitarie, politiche ed ecologiche.

Il bacino di *utenza* risulta essere principalmente Pistoia (55%) o comunque la Toscana (27%). Tra coloro che provengono da fuori regione (18%) l'interesse per l'evento si concentra nel nord d'Italia, con in testa Mila-

no e a seguire Bologna.

Il Festival riscuote il gradimento del pubblico:

- Il 57% dei partecipanti vi si reca per il secondo anno.

- La manifestazione è piaciuta molto, il 76% dei presenti gli ha attribuito un voto compreso tra 8 e 10 decimi, con un voto medio complessivo di 8,2.

- Mediamente ogni partecipante ha seguito 2,4 "Dialoghi".

Il successo della manifestazione ha creato però anche qualche criticità, una per tutte -ricavata dalle osservazioni rilasciate dal campione a margine delle interviste-: il disappunto per l'impossibilità di partecipare a tutti i "Dialoghi" desiderati. Infatti, quelli tenuti nelle strutture "fisse", in particolare nel teatro *Bolognini*, non hanno consentito di rispondere positivamente alla forte e motivata richiesta.

Il *sentiment* nei confronti dell'evento: il campione lo definisce molto interessante e stimolante, ma non è percepito come una novità assoluta. È legittimo supporre che un pubblico dal profilo culturale così elevato, sia attivo nel partecipare alle molteplici manifestazioni che affrontano problematiche similari in Italia.

In riferimento poi agli argomenti trattati, l'*utenza*, condizionata forse anche dalla natura del Festival, dichiara un interesse più elevato per i temi socio-antropologici e filosofici piuttosto che per quelli psicologici o dell'arte in tutti i suoi risvolti, se escludiamo la fotografia. Infatti, i "dialoghi" che più hanno colto l'interesse fanno riferimento alle conversazioni condotte da Umberto Galimberti con *Il corpo in Occidente* e *Un'antropolo-*



Umberto Galimberti.

gia del dolore di David Le Breton. Si segnalano poi due sorprese: un "inatteso" interesse, *Ambiguo è l'obiettivo. Corpo, immagine, identità* di Ferdinando Scianna e il mancato appeal, complice la traduzione, di Marc Augé con *Quando il corpo parla*.

Infine un'ultima rilevazione, l'evento viene percepito "più popolare che esclusivo", non indirizzato ad una ristretta élite. L'Istituto Ipsos suggerisce che l'organizzazione colga questa indicazione per cercare di promuovere e veicolare, potenziando la comunicazione, una futura offerta rivolta anche ai profili meno "vivaci culturalmente", proponendo quindi un Festival "per tutti".

In riferimento poi al ritorno economico per la città, occorre segnalare:

- l'evento ha condotto nuovi turisti a Pistoia (38% dei partecipanti) che l'hanno potuta conoscere per la prima volta proprio in questa occasione. Di questi, più di un terzo, ne ha approfittato per visitare la città e i suoi musei, i più gettonati: Museo civico e Centro di Documentazione Giovanni Michelucci, a seguire il Museo Marino Marini, i musei dell'antico Palazzo dei Vescovi e il Palazzo Fabroni-Arti Visive Contemporanee.

- I turisti che provengono da altre regioni hanno trascorso mediamente 2 notti fuori casa, i 3/4 a Pistoia, e la scelta è ricaduta principalmente su B&B e Hotel 3 stelle. Il mezzo di trasporto più usato è l'auto (64%), comunque, oltre un quarto dei partecipanti ha utilizzato il treno per raggiungere la città. Tra co-

loro che hanno pranzato fuori casa la scelta è stata indistinta tra bar, trattorie e ristoranti. Gli acquisti dei turisti, in questo caso, si sono concentrati prevalentemente su libri, riviste e giornali, mentre sono stati trascurati i negozi dei prodotti locali, anche per l'oggettiva offerta piuttosto "avara".

Complessivamente si è calcolato che la massa di denaro "messa in circolazione" per partecipare all'evento (considerando gli spostamenti, i pernottamenti, l'alimentazione, gli acquisti) sia stata dell'ordine (per difetto) di mezzo milione di Euro.

Un'ultima annotazione. Il pubblico, soprattutto coloro che risiedono nel territorio, conosce piuttosto bene gli organizzatori del Festival, *in primis* la Fondazione Cassa di Risparmio di Pistoia e Pescia, e il giudizio che viene dato su di essa e sul suo operare è incontrovertibilmente molto buono.

## BIBLIOGRAFIA:

- CENSIS, *L'Italia dei territori, Rapporto di Ricerca*, Forum dei Territori, Mantova, febbraio 2009.  
 KNOX P.L., MAYER H., *Small Town Sustainability*, Basel-Boston-Berlin, 2009.  
 LE GALES P., *Le città europee. Società urbane, globalizzazione, governo locale*, Bologna, 2006.  
 MARJOTTI I., ROMEI P., *Turismo a Pistoia. Scenari e prospettive*, Pistoia, 2009.  
 PINOL J.L., *Histoire de l'Europe urbaine*, Paris, 2003.  
 RUR, *Municipium 2008 - I parametri sociali delle città, Rapporto di Ricerca*, Roma, luglio 2008.