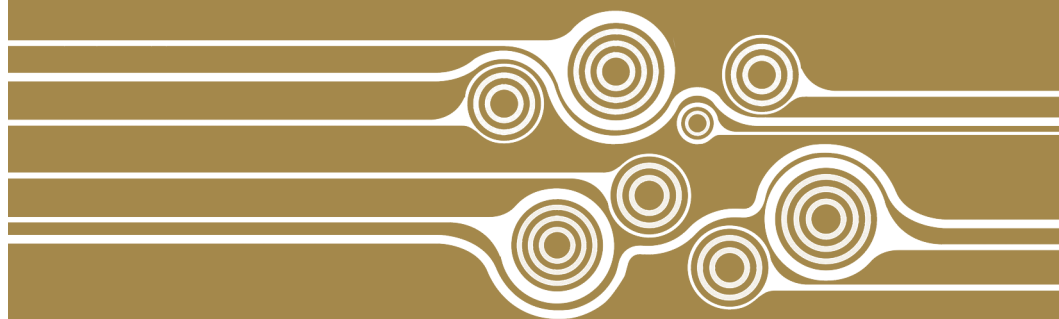


# Arti come Agency

Il valore sociale e politico  
delle arti nelle comunità

a cura di  
Roberta Paltrinieri  
Francesco Spampinato



## **Consumo, Comunicazione, Innovazione**

Collana diretta da Roberta Paltrinieri e Paola Parmiggiani

La collana ha come obiettivi la documentazione, l'approfondimento e la riflessione sui temi del consumo e della comunicazione nell'ottica dell'innovazione sociale.

Il consumo e la produzione di immagini, contenuti, informazioni, beni, simboli ed esperienze giocano, infatti, un ruolo fondamentale nel processo intersoggettivo di costruzione della realtà sociale. Con un'attenzione al dibattito internazionale, viene privilegiato un approccio culturale ai temi capace di dar conto dei processi di mutamento in atto nella produzione e riproduzione della cultura.

La collana appare particolarmente orientata a quegli ambiti teorici e di ricerca che investono concetti del sapere sociologico sul campo: le classi sociali, il consenso, l'inclusione, il potere, l'*habitus*, le narrazioni, le audience.

Nello specifico si intende promuovere riflessioni teoriche e ricerche empiriche su fenomeni del consumo e della comunicazione espressione di processi di innovazione sociale capaci di ridurre le disuguaglianze, produrre coesione sociale, nuovi modelli di governance, nuove forme della partecipazione.

I volumi pubblicati sono sottoposti a una procedura di valutazione e accettazione "double-blind-peer-review" (doppio referaggio anonimo).

### *Comitato Scientifico*

Arjun Appadurai (New York University), Luca Barra (Università di Bologna), Roberta Bartoletti (Università di Urbino Carlo Bo), Giovanni Boccia Artieri (Università di Urbino Carlo Bo), Joan Buckley (University of Cork), Colin Campbell (University of York), Vanni Codeluppi (Università di Modena-Reggio Emilia), Piergiorgio Degli Esposti (Università di Bologna), Mauro Ferraresi (Università IULM di Milano), Douglas Harper (Duquesne University), Nathan Jurgenson (University of Maryland), Luisa Leonini (Università di Milano Statale), Carla Lunghi (Università Cattolica di Milano), Antonella Mascio (Università di Bologna), Lella Mazzoli (Università di Urbino Carlo Bo), Emanuela Mora (Università Cattolica di Milano), Pierluigi Musarò (Università di Bologna), Paola Rebughini (Università di Milano Statale), George Ritzer (University of Maryland), Geraldina Roberti (Università dell'Aquila), Stefano Spillare (Università di Bologna), Anna Lisa Tota (Università Roma Tre), Giulia Allegrini (Università di Bologna), Melissa Moralli (Università di Bologna).



Il presente volume è pubblicato in open access, ossia il file dell'intero lavoro è liberamente scaricabile dalla piattaforma **FrancoAngeli Open Access** (<http://bit.ly/francoangeli-oa>).

**FrancoAngeli Open Access** è la piattaforma per pubblicare articoli e monografie, rispettando gli standard etici e qualitativi e la messa a disposizione dei contenuti ad accesso aperto. Oltre a garantire il deposito nei maggiori archivi e repository internazionali OA, la sua integrazione con tutto il ricco catalogo di riviste e collane FrancoAngeli massimizza la visibilità, favorisce facilità di ricerca per l'utente e possibilità di impatto per l'autore.

Per saperne di più: [Pubblica con noi](#)

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: [www.francoangeli.it](http://www.francoangeli.it) e iscriversi nella home page al servizio "[Informatemi](#)" per ricevere via e-mail le segnalazioni delle novità.

# **Arti come Agency**

**Il valore sociale e politico  
delle arti nelle comunità**

**a cura di  
Roberta Paltrinieri  
Francesco Spampinato**

**FrancoAngeli** 

Roberta Paltrinieri, Francesco Spampinato (a cura di), *Arti come Agency. Il valore sociale e politico delle arti nelle comunità*, Milano: FrancoAngeli, 2024  
Isbn: 9788835166696 (eBook)

La versione digitale del volume è pubblicata in Open Access sul sito [www.francoangeli.it](http://www.francoangeli.it).

Copyright © 2024 Roberta Paltrinieri, Francesco Spampinato. Pubblicato da FrancoAngeli srl, Milano, Italia, con il contributo del Dipartimento delle Arti dell'Università di Bologna.

L'opera è realizzata con licenza *Creative Commons Attribution 4.0 International license* (CC BY 4.0: <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode>). Tale licenza consente di condividere ogni parte dell'opera con ogni mezzo di comunicazione, su ogni supporto e in tutti i formati esistenti e sviluppati in futuro.

Consente inoltre di modificare l'opera per qualsiasi scopo, anche commerciale, per tutta la durata della licenza concessa all'autore, purché ogni modifica apportata venga indicata e venga fornito un link alla licenza stessa.

# Indice

<b>Introduzione. Arti come strumento di agency: dall'Università alla partecipazione sociale, dall'attivismo alle istituzioni,</b> di <i>Roberta Paltrinieri e Francesco Spampinato</i>	pag.	7
<b>1. Partecipazione culturale e agency: le comunità di patrimonio nella prospettiva del welfare culturale,</b> di <i>Giulia Allegrini e Roberta Paltrinieri</i>	»	11
<b>2. Documentario e cambiamento sociale: il modello “caffè sospeso” di OpenDDB,</b> di <i>Marco Cucco e Samuele Picarelli Perrotta</i>	»	28
<b>3. Arte, agency e pandemia: il modello antesignano di Gran Fury e la crisi dell'AIDS,</b> di <i>Francesco Spampinato</i>	»	40
<b>4. Agency visuale. Sul valore sociale e culturale delle immagini di proteste politiche e ambientali,</b> di <i>Marco Solaroli</i>	»	54
<b>5. La moda cambia: forme del <i>fashion activism</i>,</b> di <i>Monica Sassatelli e Simona Segre-Reinach</i>	»	71
<b>6. La Storia della musica nelle scuole secondarie per la valorizzazione del patrimonio,</b> di <i>Anna Scalfaro e Silvia Bruni</i>	»	90
<b>7. Vecchi problemi, “nuovi” player: il ruolo delle fondazioni di origine bancaria nel sistema dello spettacolo dal vivo italiano,</b> di <i>Matteo Paoletti e Benedetta Celati</i>	»	106
<b>Gli autori</b>	»	121



## **Introduzione.**

# **Arti come strumento di agency: dall'Università alla partecipazione sociale, dall'attivismo alle istituzioni**

di *Roberta Paltrinieri e Francesco Spampinato*

Sempre di più, in questa epoca post-pandemica, appare evidente quanto l'Università, al pari delle altre Istituzioni, non possa essere più un luogo di sapere autoreferenziale, una torre d'avorio in cui la conoscenza e la ricerca proliferino senza instaurare un confronto con la società, ma, al contrario, che l'Università sia incubatrice di iniziative e progettualità in grado di avere un impatto sociale, stabilendo sinergie con le amministrazioni pubbliche, con altre istituzioni, con organizzazioni e associazioni non-profit, con agenzie di servizi, così come con aziende e altri attori del settore privato. Per inquadrare questo nuovo tipo di Ateneo, che si assume una crescente responsabilità sociale, puntando a valorizzare e diffondere la conoscenza a beneficio della collettività, alcuni recenti studi hanno proposto il concetto di *Civic University*, ovvero un'università disposta a investire al fine di avere un impatto al di là dell'accademia, nella consapevolezza di contribuire al bene comune e al bene pubblico, come parte attiva dei contesti, territori e società in cui sono inserite.

In questo nuovo scenario, quella che era stata genericamente indicata come la terza missione dell'Università, dopo la ricerca e la didattica, è stata recentemente declinata come *Public Engagement*, enfatizzando come la conoscenza accademica possa produrre un cambiamento sociale. Partecipare attivamente a questo cambiamento in atto significa per noi in primis ripensare al ruolo sociale dell'arte, al di là del valore dell'arte per l'arte, che rimane comunque un elemento costitutivo degli oggetti e dei linguaggi che studiamo, e il presente volume è il primo tangibile risultato prodotto da un gruppo eterogeneo di studiosi afferenti a discipline diverse che condividono l'appartenenza al DAR, Dipartimento delle Arti, della Università di Bologna.

Questa differente visione del ruolo della Università trova eco e si intreccia con un ripensamento delle arti in funzione del loro valore pubblico e del

loro impatto sulla collettività. Considerando che il DAR è l'attuale incarnazione del DAMS fondato a Bologna nel 1971, non stupisce il suo continuo ruolo pionieristico sui terreni più ibridi della sperimentazione accademica.

In più di cinquanta anni di attività, sono numerosi gli esempi di innovazione didattica, programmazione trasversale e ricadute sociali che questa istituzione universitaria ha generato. In particolare, questo è stato ed è possibile grazie al carattere multidisciplinare degli insegnamenti proposti e alla spinta di alcuni ricercatori verso la contaminazione non solo dei diversi linguaggi di espressione artistica ma anche tra le arti e le discipline sociali, storiche, politiche e filosofiche, tutti ambiti oggi ben rappresentati all'interno del DAR. Tra le maglie del Dipartimento delle Arti di Bologna, negli interstizi tra discipline, nelle sfumature e nelle convergenze tra saperi che contraddistinguono la cultura umanistica, sta prendendo forma una progettualità fondata sull'idea che le arti siano uno strumento privilegiato non solo per valorizzare le conoscenze in senso lato, ma per produrre cambiamento sociale.

Sulla scorta di pratiche nate nell'ambito delle avanguardie storiche e delle neoavanguardie durante il Novecento – di natura relazionale, partecipativa, sociale o di critica istituzionale – le arti visive, performative e medialità hanno il “potere” di dare “potere”, ovvero di sviluppare forme di “empowerment” e “agency”, in altre parole di responsabilizzare i loro pubblici facendo leva sulla loro natura attrattiva, e sulla loro percezione diffusa come le forme più elevate dell'espressione umana e al contempo veicoli di riflessione, nella costruzione di immaginari anche alternativi alla referenzialità della esperienza nell'agire quotidiano.

Non a caso, l'idea delle arti che emerge dai saggi raccolti per questo volume è quella di fungere da dispositivo per attuare percorsi di riflessività individuale e collettiva, capace di risvegliare un senso di comunità, attraverso esperienze estetiche che promuovano azioni collettive mirate a trasformare la quotidianità.

Sebbene non sia articolato in parti o sezioni, l'ordine assegnato ai saggi del volume vuole suggerire il riferimento a tre aree di interesse, a cui possono essere ricondotte svariate iniziative nate negli ultimi anni nell'alveo del DAR, relative alla partecipazione sociale e welfare culturale, alle convergenze tra arti e attivismo, e all'attivazione di cambiamenti sociali sul piano istituzionale. Al primo di questi temi rispondono i saggi di Giulia Allegrini e Roberta Paltrinieri sulle comunità di patrimonio e di Marco Cucco e Samuele Picarelli Perrotta sul documentario come strumento di trasformazione sociale. Nel primo caso, viene preso in considerazione il valore sociale della cultura da una prospettiva sociologica, focalizzandosi sulle arti come veicolo per generare il benessere della comunità. Stimolare la partecipazione culturale ai fini di generare forme di agency nel cittadino

è priorità assoluta del welfare culturale, un concetto fondato sulla convinzione che stare bene nasce dallo stare insieme. Nel saggio di Cucco e Picarelli Perrotta, invece, l'attenzione è sul genere audiovisivo del documentario, la cui insita natura sociale, sul piano dei contenuti e della produzione, prevede anche una dimensione partecipativa da parte del pubblico, ora come agente della narrazione ora come produttore, se pensiamo alle crescenti forme di *crowdfunding* per esempio.

Altro tema centrale affrontato in questo volume è la convergenza tra arte e attivismo. Strumenti messi a punto dagli artisti sono stati, infatti, più volte utilizzati per veicolare forme di reazione critica a questioni sociali e politiche, nonché per dare voce a comunità marginalizzate e discriminate. Solitamente, si tratta di iniziative bottom up, che hanno la capacità di istigare forme di autocoscienza e di azione nei confronti di dinamiche di assoggettamento e sfruttamento. Nel saggio di Francesco Spampinato viene preso in esame il dramma dell'AIDS e la risposta sviluppata da artisti e attivisti esponenti della comunità LGBT e legati al movimento ACT UP nella New York degli anni Ottanta, oggi un interessante modello di confronto alla luce della recente pandemia da Covid-19. Nel suo saggio, Marco Solaroli elabora il concetto di agency visuale per interpretare il potere performativo delle immagini, ovvero la loro capacità di generare agency, nell'ambito di movimenti sociali e ambientalisti di ultima generazione. Simili le funzioni che Monica Sassatelli e Simona Segre Reinach riconoscono alla moda, dalle suffragette al punk, dimostrando come il *fashion activism* possa dare voce anche a questioni politiche incentrate sul corpo come l'intersezionalità e la disabilità.

Gli ultimi due saggi di questo volume guardano, infine, alla possibilità di generare cambiamento sociale ripensando, anche da un punto di vista normativo, il ruolo delle arti performative all'interno delle istituzioni. Anna Scalfaro e Silvia Bruni si concentrano sulla centralità degli insegnamenti di musica nelle scuole secondarie. Dopo avere passato in rassegna una serie leggi che sono state variamente proposte, entrate in vigore o abrogate nel nostro paese, guardano al contributo che la Storia della musica può offrire per la formazione di un'identità civile e culturale consapevole. Per Benedetta Celati e Matteo Paoletti, il focus è sullo spettacolo dal vivo, il cui sostentamento dipende in larga parte da Fondazioni di origine bancaria, in grado di supplire alle carenze delle risorse statali o di enti territoriali, soprattutto alla luce della crisi che ha afflitto il mondo del teatro durante la recente pandemia. Anche in questo caso, si parte da un inquadramento giuridico, per poi passare all'analisi di dati che ci confermano come il supporto di queste Fondazioni sia diventato fondamentale e spesso garante di forme di sperimentazione e libertà nel trattare temi di natura sociale e politica che difficilmente troverebbero sostegno in altre modalità.