

Le proposte su festival, mostre e teatri. Il 13 la presentazione dello studio nella sede universitaria di palazzo Antonini

Cultura Fvg, il manuale per i promotori

Riprogrammare l'offerta sulla scorta dell'indagine curata da Raimondo Strassoldo

Quello che la politica del Friuli Venezia Giulia si aspettava da tempo è arrivato: il primo manuale d'uso per amministratori, direttori di teatri e musei, organizzatori culturali, ideatori di festival-evento, si presenta al pubblico a Udine, martedì 13 aprile, ore 16, a palazzo Antonini. Il titolo del volume, edito da Aracne e curato da Raimondo Strassoldo, sociologo dell'ateneo friulano, è significativo: *Cultural Planning e pubblico dell'arte, l'offerta incontra la domanda?*, che, partendo dall'analisi di molti eventi che riguardano anche il Friuli Venezia Giulia (nelle 345 pagine si prendono in considerazione i pubblici di mostre tenutesi a villa Manin, Udine, Tolmezzo, Gorizia) si propone di indirizzare le buone pratiche. Fra i contributi al volume, anche quelli di altri sociologi dell'ateneo di Udine, Claudio Melchior e Gianugo Cossi. Alla presentazione ci saranno il rettore, Cristina Compagno, e l'assessore regionale Roberto Molinaro. Si tratta della prima indagine scientifica in Italia su questo tema, in grado di fornire linee-guida per la rivalutazione/riprogrammazione di festival-evento come *Mittelfest*, ma non solo. Il modello individuato dagli analisti di Udine fa scuola: i sociologi illustreranno gli scenari futuri ai docenti degli atenei d'Italia il 29 aprile, all'Istituto Sturzo di Roma, durante il seminario dedicato a *Musei-evento e Città-festival: com'è il pubblico?*.

Festival. Qualità del festival, incontri con gli autori, clima di socializzazione: il festival-evento deve consistere nella qualità del programma che provoca una partecipazione che ha valenze tanto culturali quanto sociali. E il pen-

siero corre subito al *Mittelfest* e ad altri appuntamenti in fase di revisione. I fattori del successo? Accrescimento di conoscenze e il fatto insolito, inedito, unico. «Nessuno dei festival-evento è finanziato esclusivamente, o anche solo in prevalenza, con i biglietti d'ingresso del pubblico e con il finanziamento di sponsor privati. Tutti i festival vivono di cospicui finanziamenti elargiti da enti pubblici locali - Comune, Provincia, Regione, enti turistici», afferma Bruno

di aver visto almeno una mostra d'arte nell'ultimo anno. Si evince dal sondaggio la gente preferisce molto di più l'arte antica e l'impressionismo, molto meno l'avanguardia e l'arte contemporanea, amata soprattutto dai più giovani e istruiti (25,6% dei 18-34 anni), mentre l'arte astratta è scelta da una ristretta minoranza (3%). I due terzi quasi del campione (63,5%) non rispondono alla domanda relativa ai più importanti pittori del '900, mentre il 14% nomina Picasso.

interpersonale. Cresce il ruolo rilevante del *web*, indicato dal 32 per cento degli intervistati, mentre la tv ha un'efficacia ridotta, tanto da essere indicata dal 27 per cento del campione, collocandosi al quinto posto.

Satisfaction. A confermare la tendenza anche i sondaggi all'uscita delle mostre analizzati da Gianugo Cossi, che ha preso in esame 13 mostre - anche in provincia di Udine e Gorizia - e 795 visitatori. Profilo dei visitatori: altissimo grado di istruzione (quasi il 50% ha la laurea o titoli *post lauream*), età molto giovane: il 58% è *under 40*. Il pubblico dichiara di apprezzare soprattutto sia aspetti umani - cortesia e professionalità del personale - sia artistici sia tecnico-funzionali (orari e servizi igienici).

Teatro. Istruzione media o elevata, 30-50 anni e soprattutto *over 50*: questo il pubblico del teatro in Friuli dove si registra - osserva Claudio Melchior - una «tendenziale vitalità da parte delle fasce giovanili». I generi preferiti: teatro comico (74%), teatro di narrazione (59%), teatro musicale (56%), danza (51%), teatro drammatico (48%). Per raggiungere la media europea (teatri frequentati dal 27% della popolazione) si deve aumentare il bacino di pubblico di quasi il 100%. Ecco le mosse indispensabili: pensare a grandi eventi se si vuole che il teatro generi flussi turistici e attragga i giovani; privilegiare produzioni legate al territorio; inserire l'offerta in una più complessiva offerta culturale (teatro come spazio di mostra-acquisto di opere d'arte, o libri, e il teatro a sua volta come prodotto che si vende in questi contesti). (r.c.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Visitatori alla mostra di villa Manin dedicata ai tre grandi fratelli Basaldella, protagonisti del '900



Sanguanini, docente di sociologia all'ateneo di Verona.

Mostre. Brilliamo per un dato: il Nord-Est si colloca al 34%, contro il 23% del Veneto nella *hit* dei visitatori appassionati che si recano a visitare da 5 a 7 volte le mostre d'arte contemporanea. Il sociologo Strassoldo espone i risultati di un sondaggio telefonico su un campione di 775 persone, fra cui anche Udine, Gorizia, Trieste e Pordenone: il 54% dichia-

Motivazioni e fonti d'informazione. L'84% dei friulani visita mostre per «interesse personale e specifico», il 90% per «farsi una cultura», il 79,5% per curiosità. Per svago il 67,7%, per stare in compagnia il 47% e per passare il tempo il 45,2%. Per quanto riguarda le fonti di informazioni sulle mostre al primo posto troviamo la comunicazione visuale tradizionale: striscioni, manifesti, locandine (65%); al secondo posto (47%) la comunicazione