

**C'è crisi. Ma ne stiamo uscendo. Eppoi bisogna essere ottimisti.**

**Eppoi la crisi ci farà bene. Eppoi...**

**In una stagione dove tra le righe dei media scorrono fiumi di aversative e di espressioni consolatorie, il nuovo avanza. Forse era meglio avanzare nella più esplicita e brutale tormenta: c'è dell'eroismo a nascere mentre infuria la battaglia. Invece adesso quando ci si propone al massimo si trovano dinieghi garbati. Non è il caso. Non è il momento. Non vedi che ho l'alibi perfetto al rifiuto del rischio: "C'è la crisi".**

**In realtà questo nuovo indipendente – se lo volete guardare in faccia leggete le interviste a Jeremyville, ai gruppi italiani musicali indie – in realtà questo Young Blood, questa nuova linfa, è abituato al peggio.**

**Pervicace, resistente, incurante dell'indifferenza del sistema, rassegnato all'autocertificazione. Questi nuovi talenti vengono da molto più lontano del "c'è la crisi". Sono più rudimentali, primordiali e pericolosi di quelli che fino a qualche anno fa anelavano ad "essere scoperti". Questi Young Blood – uscita la seconda edizione dell'Annual per noi è ormai una definizione, un neologismo – sono come gli alien di ultima generazione.**

**Sono qui tra noi ma hanno successo altrove – già su internet, in comunità che il mainstream ignora – approdano alla tv nazionale come guru di una religione segreta. Hanno storia, memoria, cultura dell'indipendenza. Sono figli del sistema tanto quanto i "grandi fratellini", ma sono i figli legittimi della Grande Indifferenza e sono qui per prendersi tutto senza autorizzazione. Hanno una vita sola e non la sprecheranno a cambiare le regole per l'umanità. Lavorano per cambiare la loro, di vita.**

**E fare carriera. I nuovi avanzano con la crisi.**

**È questa l'unica, vera, buona notizia.**

Daniela Ubaldi

"Siamo ancora dentro la crisi anzi no, siamo fuori". È questo il titolo dello psicodramma collettivo che va in onda da mesi. Tutti parlano di crisi, di effetti della crisi, di crisi epocale o transitoria, utilizzando la parola come un paravento dietro cui nascondere tutto, anche i motivi stessi della crisi. Raramente qualcuno azzarda un'analisi che sfugga al coro, sono episodici i tentativi di ipotizzare modelli di sviluppo diversi da quello che è andato in frantumi. Piuttosto mi pare che tutti cerchino di rattoppare la falla e permettere al Titanic di navigare oltre. Incentivi al consumo, disincentivi al pensiero. Alla riflessione aggiungo un flashback a partire dal quale userò spesso il "noi" sottintendendo con questo la pluralità di esperienze e di professionalità che danno vita al Festival della Creatività. Quando lo scorso ottobre chiudemmo la terza edizione della manifestazione, la crisi era ormai arrivata al punto di non ritorno, quindi non potevamo eluderne i perché e non indagarne le vie di fuga. Volevamo evitare che l'edizione successiva,

questa, ricordasse il suono della celebre orchestra che, imperterrita, si esibiva mentre la nave di cui sopra colava a picco. Per molti mesi ci siamo chiesti quale fosse il nesso più efficace per affermare il nostro punto di vista rispetto ad una crisi che

riteniamo sia "strutturale" e come tale imponga una metamorfosi dei modelli socio-economici che governano il rapporto tra gli uomini e con il pianeta che abitiamo. Una palingenesi di cui troviamo, comunque, una traccia nello sdoganamento di temi come quello delle energie rinnovabili, del risparmio energetico, dell'attenzione ai mutamenti climatici che solo cinque anni fa erano marginali in un dibattito internazionale egemonizzato dalle crociate di George W. Bush e dalla protervia di finanziari di ogni dove e furbetti del quartierino. Dunque non avevamo altra strada che cercare e domandare. Ci siamo confrontati con Jan Figel, il Commissario Europeo che già nel 2006 sottolineò che uno dei settori di traino dell'economia europea è l'industria creativa e, oggi, afferma che la creatività è una risorsa per arginare e superare la fase di crisi;

abbiamo evidenziato la notizia che dal 2008, per la prima volta nella storia, oltre il 50% della popolazione mondiale vive nelle città e che nel 2050 quella percentuale salirà al 65%; ci siamo soffermati sul lavoro degli economisti americani che stanno teorizzando il r.o.c., sigla che sta per un eloquente return on creativity. Sono stati questi i presupposti per individuare il tema guida del festival e tracciare un orizzonte: è nelle città che il genere umano si giocherà il proprio futuro e dovrà misurare la propria crescita assumendo la sostenibilità come stella polare dello sviluppo. Creatività, città, crisi. Attorno a queste tre parole ruota tutto il festival e, riteniamo, non solo quello. D'altra parte non è un caso se le analisi di alcuni enti internazionali assumono la creatività come indice con il quale misurare l'impatto delle crisi nelle grandi città scoprendo

che New York se la cava meglio di Detroit, Barcellona più di Madrid, Berlino di Monaco e così via. Oserei dire anche, Torino più di Milano e la Torino di oggi meglio di quella che sarebbe stata se non avesse scelto la cultura e il terziario avanzato per andare oltre la fase post-industriale. Città creative: ecco una simbiosi che pare funzionare e stabilire il paradigma per un futuro per il quale sono necessari nuovi processi e nuove idee. Naturalmente sto parlando di città come "ambienti urbani" non come meri agglomerati di edifici e di una creatività che è qualcosa di più che non semplice espressività, è il prodromo dell'innovazione. Non sarà un caso che lo stesso Jan Figel ha insistito per titolare questo 2009 alla creatività e all'innovazione. È stato poi immediato passare dal concetto di città creative a quello che titola questa quarta edizione del festival, "città future, future city", e che è l'obiettivo programmatico di una manifestazione che metterà in "mostra" la creatività che diventa tecnologia, che ispira modelli alternativi di consumo e socialità, che apre inaspettati orizzonti urbani, che crea inedite relazioni tra le arti, che guarda a nuove forme di energia e mobilità. Serviranno anche nuove forme di intelligenza, sperando non si debba ricorrere a quelle artificiali o appellarsi a quelle aliene.

Non è un caso se le analisi di alcuni enti internazionali assumono la creatività come indice con il quale misurare l'impatto delle crisi nelle grandi città

Daniela Ubaldi

## Guest



### DANIELE LAURIA

**Daniele Lauria** (1971) architetto, dopo il tirocinio presso gli studi di Rino Vernuccio, Renzo Piano e Leonardo Benevolo, esordisce nel 2000 partecipando alla **Biennale di Architettura di Venezia** con il progetto del padiglione realizzato in piazza della Signoria a Firenze per la Festa Europea di Internet. I suoi interventi in Italia spaziano dall'urban design all'architettura di interni e si caratterizzano per la sostenibilità e l'uso attento di luce, colori e materiali. Attualmente è impegnato in progetti di bioclimatica e riqualificazione urbana in Brasile, nelle città di Belem e Sao Paulo. Da anni è impegnato sul versante della cultura e della comunicazione: ha ideato e diretto eventi di grande successo, in ultimo, il **Festival della Creatività** a Firenze. In questo numero scrive della creatività al tempo della crisi. A lato in questa pagina, The Insider.

[www.festivaldellacreativita.it](http://www.festivaldellacreativita.it)



### FRANCESCO CASCINO

**Francesco Cascino** (Matera, 1965), ha una laurea in Scienze Politiche e un percorso professionale di Direttore delle Risorse Umane dal 1990 al 1999. In questa data inizia la sua attività di **Contemporary Art Advisor** e **Cultural Communication Consultant**. È consulente per la progettazione e l'acquisizione di collezioni d'arte moderna e contemporanea a beneficio di collezionisti e investitori istituzionali e privati, ma anche di semplici appassionati ai quali dedica, inoltre, programmi di formazione. Si occupa di comunicazione culturale di aziende e istituzioni. È co-ideatore e co-curatore del Premio Terna, oltre che titolare, insieme ad altri due professionisti, di **"ICECOOL – A Cooltural Hub"**, uno studio associato specializzato in comunicazione culturale di nuova generazione e realizzazione eventi legati all'arte visiva: [www.icecool.it](http://www.icecool.it).

[www.francescocascino.com](http://www.francescocascino.com)

# Diego Dutto, duttile creativo.

La necessaria risposta dell'arte alle manipolazioni televisive. Da NoEmi a SiEmi.



Diego Dutto, Mantha, 2008, resina, vetro, led luminosi e vernici metallizzate

Ci sono alcuni lavori che sono più necessari di altri. Mentre sulla pari dignità siamo forse tutti d'accordo, sulla pari preziosità molti di noi hanno qualcosa da dire, laicamente e fuori dal coro. **Diego Dutto è un artista torinese** e questo aiuta a capire che si possono avere visioni intelligenti anche solo respirando la storia di migrazioni di anime verso scatole di metallo alimentate a benzina. Il passaggio da una vita super ad una vita normale può segnare animi sensibili e occhi attenti, fornendo il carburante necessario a viaggiare nel tempo. Può succedere, e le reazioni possono variare a seconda dei soggetti. Quelle che le sue sculture raccontano sono metamorfosi di corpi verso forme meccatroniche e industriali figlie del design, in apparenza, e originate da immaginari filmici che hanno il sapore di Minority Report e altre amenità del futuro presente. A ben guardare, usando quindi i sensi e non gli occhi, le sculture di Dutto sono invece la rappresentazione coltissima e metaforica di quel che è stato di noi, consumatori di TV e bugie in video tape, come si diceva un tempo. È quasi un secolo ormai che letteratura e poesia gridano alla spersonalizzazione degli Uomini; il fatto che ci considerino dei numeri con i quali contare le confezioni di soffocini da produrre

è cosa nota. Diverso è possedere un reperto che ce lo ricordi sempre, che non si possa spegnere, che non possa essere censurato dai venditori di camorra e compleanni. Il cuore si ferma, la testa cammina. Le sculture di Dutto sono figlie dell'arte di indagare la realtà e riportarla alla possibilità di toccarla, viverla in tutto il suo coraggioso cinismo e senza veli di ipocrisia intellettuale. Dutto riporta cuori e animali a quello che sono nella concezione di certa cultura imperante; oggetti degni di essere guardati solo se rombanti e ben disegnati, raffinati nella forma ed espressivi nel colore, cool, sinuosi, imprevedibili. Scrive Viviana Siviero di questi magnifici esemplari: "impiegando materiali e finiture tipiche delle carrozzerie automobilistiche e gettando le basi per una nuova zoologia post-moderna e post-industriale". In questa sintesi c'è tutta la cattiveria di quest'arte graffiante e sottile. Non siamo macchine, non è questo il punto della ricerca. Però non distinguiamo più tra etica ed estetica; se vediamo un TG la guerra ci sembra un film, invece i bambini muoiono davvero. Non è un problema nostro? Forse, e certamente non possiamo fare niente. Tranne che riconquistare la consapevolezza di essere uomini e della materia di cui siamo fatti, con tutte le implicazioni che

questo porta e comporta. Altrimenti siamo solo carrozzeria. Bella finché si vuole, in alcuni casi, ma destinata ad un'asfissiante e idiota morte in vetrina. Una vetrina ormai quotidiana, una berlina internazionale quella a cui veniamo sottoposti, governati come siamo da scimmie urlatrici ed urlanti, uomini senza cultura che disprezzano la crescita degli altri perché non hanno saputo fare altro che restare dei nani, nella vita. Allora l'arte diventa Conoscenza, cultura, coscienza del tempo e dei tempi. Valori e lavori si contaminano per ridarci respiro e tornano ad essere specchio del proprio vivere. Quello che non abbiamo visto in Biennale nel 2009, e che avremmo voluto e potuto vedere nel **Padiglione Italiano**. Un Padiglione inutile e dannoso, scambiato per orecchio da mercante, manipolato maldestramente da mercanti di sottocultura, senza scrupoli né amore, senza etica né estetica. Un'accozzaglia di pittura e digitale senza arte né parte, tentativi sinistri di stare a Destra a tutti i costi, come se la Destra non avesse radici nelle visioni liberali di antica e sempre attuale memoria, come se la Destra fosse solo potere becerato e ignorante. Una situazione davvero preoccupante, un rientro nelle caverne dell'oscurantismo dai toni seriamente pericolosi,

soprattutto per i richiami della foresta a cui cedono, spesso, molti giovani cresciuti con la pubblicità ingannevole del successo senza valore. Gridare al nemico ha sempre portato guerra civile, ed il fatto che la guerra possa essere senza armi non vuol dire che non ci riporti indietro di anni. L'arte, quando indaga con serietà e rigore, può spiegarci le ragioni dell'intelligenza e l'intelligenza, dalla Bibbia in avanti, è il primo valore dell'Uomo. In questo senso la bellezza salverà il mondo. La bellezza di sapere, esserci, capire e sognare senza mediazioni occulte e interessate, senza personalismi e individualismi odiosi e dannosi, per il Paese e per se stessi. Guardare un'opera di nuova generazione può salvare dall'oblio, averla davanti senza telecomando può allargare le visioni: una visione su tela è più preziosa di una televisione, questo è certo, e chi ricerca evoluzione lo sa, non teme i pareri discordanti anzi li cerca e li ricerca, se ne nutre e nutre il proprio equilibrio, nutre la propria equidistanza dalle cose per guardare al mondo nella sua interezza, rifiutando di crescere secondo Regione per crescere secondo ragione.

[www.francescocascino.com](http://www.francescocascino.com)

Francesco Cascino

## Dalla "Provincia creativa" 300.000 euro

È solo una tra le numerose e concrete opportunità per i giovani proposta dall'amministrazione romana durante l'European Year of Creativity and Innovation

Nell'ambito particolare di "Provincia Creativa" e di quello più generale dell'Anno Europeo della Creatività (EYCI), la **Provincia di Roma** ha messo in campo diversi progetti a sostegno dei più giovani. Uno degli obiettivi, oltre a quello di sviluppare un tessuto culturale specifico per il settore della "creatività", è quello di creare una rete tra chi esce dagli istituti scolastici e le imprese che cercano artigiani e creativi. Il Presidente della Provincia di Roma, Nicola Zingaretti, è in questo senso molto interessato a portare avanti questi progetti ed intende coinvolgere quanti più giovani ed operatori del settore. Una delle ultime iniziative è quella di **"Creatività in mostra, le attività artistiche degli studenti delle scuole superiori di Roma e Provincia"**, fatta a Palazzo Incontro, a Roma. Alla manifestazione hanno partecipato 13 scuole che hanno esposto diversi lavori come disegni

tecnico-artistici, abiti, fotografie. Diversi i progetti che l'amministrazione provinciale sta mettendo in campo: dalla realizzazione del fondo per la creatività alla promozione di bandi che favoriscano progetti congiunti tra artigiani e imprese del comparto manifatturiero, dalla promozione del "Cavaliere giovanile", fino all'annuncio che sarà aperto a Roma nel prossimo mese un **Centro per l'impiego per la creatività**. Insieme alla **Camera di Commercio di Roma**, la Provincia ha da poco pubblicato un bando volto a sostenere le imprese esistenti nel territorio provinciale e favorirne la nascita di nuove, attraverso fondi per investimenti e spese infrastrutturali. Il bando prevede uno stanziamento complessivo di **300.000 euro** finalizzati a sostenere le imprese operanti nei seguenti settori: editoria; radio e Tv, cinema, musica, spettacolo; design; architettura; pubblicità; moda; arte; giochi e videogames;

sviluppo di software ed interfacce; tecnologie per la cultura e per i Beni Culturali; industria del gusto. Molte dunque le azioni utili al fine di incentivare lo sviluppo del segmento economico relativo al settore della creatività. Ai giovani, dunque, l'invito a proporre le idee ed i progetti. Tra le iniziative una nuova versione del **Premio Cavaliere Giovanile**, ideato nel 2006 da Giovanni Assogna. L'**Unione delle Province d'Italia** (UPI) incontra il cavaliere per far nascere un'edizione speciale: il **"Premio Cavaliere Giovanile - il meglio delle Province d'Italia"**. L'iniziativa è finalizzata a valorizzare i migliori dipendenti under 40 delle amministrazioni provinciali italiane che si sono impegnati in progetti destinati al miglioramento del servizio pubblico a beneficio delle comunità e del territorio. "Se sei bravo ci deve essere almeno uno che te lo riconosce": è questo il motto del premio

che non ammette autocandidature. Dunque, al via le nomination: chiunque potrà segnalare al suo posto, dal Presidente della Provincia del candidato, ad un collega, un amico o un semplice cittadino. Fino al 31 ottobre 2009 è possibile esprimere la candidatura di un giovane funzionario provinciale under 40 direttamente sul sito internet compilando il modulo on-line. Una giuria indipendente selezionerà i migliori candidati che saranno premiati durante l'Assemblea generale dell'UPI che si terrà all'Auditorium - Parco della musica di Roma dal 16 al 19 novembre 2009.

Info: [www.provincia.roma.it](http://www.provincia.roma.it)  
[www.rm.camcom.it](http://www.rm.camcom.it)  
[www.cavaliertogiovanile.it](http://www.cavaliertogiovanile.it)

Oriana Rizzuto