La cultura non dà da mangiare? Ecco perché questa idea è sbagliata

Paola Dubini, insegnante di Management
all’Università Bocconi
oggi parlerà del suo nuovo libro e di realtà astigiana

CARLO FRANCESCO CONTI
ASTI

Nel 2016 in Italia ci sono stati 110,6 milioni (di cui 63,5 pa-ganti) di visitatori in 4.800 musei. Solo gli istituti statali (439) hanno incassato oltre 193 milioni di euro. L’Istat ha censito qualcosa come 124 mil-la luoghi di spettacolo per un giro di affari di 6,5 miliardi di euro. Ci si lamenta che gli italiani leggono poco (solo il 40% circa legge almeno un libro all’anno), tuttavia nel 2017 sono state pubblicate 64 mila novità in un mercato che offre 900 mila titoli.

Sono alcune delle cifre riportate nel saggio «Con la cultura non si mangia. Fal-sos!» [Laterza] di Paola Lubini che sarà presentato oggi alle 17 allo spazio Kor, in piazza San Giuseppe. L’autrice dialogherà con Sandra Aloia, Program Manager Innovazione Culturale della Compagnia di San Paolo.

L’incontro, organizzato da Associazione Craft e Ideazio-ne, sarà ocassione di confronto con l’autrice su tematiche praticamente sconosciute e dominate da sconfortanti luoghi comuni, ma particolarmente interessanti nell’ottica del rilancio della città, soprattutto nella prospettiva turistica (considerato che i turisti culturali spendono in media il 35% in più). Al termine scrivere con i vini offerti dall’azienda agricola Marco Capra di Santo Stefano Belbo. L’ingresso è libero.

Il libro
L’agile saggio sull’economia della cultura di Paola Dubini non è per specialisti, ma è solidamente costruito su cifre e fatti. Per questo è utilissimo anche per gli addetti ai lavori che spesso perdono di vista il quadro d’insieme. L’autrice analizza passo per passo e smonta sette luoghi comuni che ricorrono nelle discussioni sulla cultura soprattutto in Italia: la cultura non è «reale», non serve, interessata a (troppo) pochi, non ha mercato, non ha cultura d’impre-sa, non rende. Tutte affermazioni facilmente confutabili con i fatti. L’unico sentenza che Paola Dubini riluce a smontare completamente è «il lavoro culturale non paga», dimostrando quante e quali variabili sono coinvolti.

Nell’esposizione l’autrice fa emergere più volte la caratteristica di sistema del mercato culturale. La cultura non è «solo» un museo, un’opera, una canzone, un film, un programma tv, ma tutto il lavoro che viene attivato in relazione a essi, un indotto di cui spesso non si tiene conto. Così come sono trascurati i risultati di un evento culturale in settori contigui (la ristorazione e l’accoglienza, per esempio). In altre parole, il valore della cultura è un valore di relazione».

L’autrice