# Istituzioni e politiche culturali (corso avanzato) [per gli studenti del profilo in Economia e gestione delle aziende e delle manifestazioni dello spettacolo]

## Prof. Andrea Kerbaker; Prof. Angelo Curtolo

I Modulo: *Parte comune* (Prof. Andrea Kerbaker)

***OBIETTIVO DEL CORSO E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI***

L’obiettivo è quello di conoscere le istituzioni culturali, il loro ruolo e le loro strategie per la valorizzazione del patrimonio culturale del Paese. Ci si attende di formare gli studenti in modo che siano preparati a trovare lavoro nell’ambito della gestione dei beni culturali italiani e internazionali, privati o pubblici, applicando all’attività una grande libertà mentale che permetta loro di essere sempre innovativi, senza risultare prigionieri delle retoriche e delle abitudini che normalmente rendono la cultura poco fruibile e ancor meno interessante. L’analisi dell’attualità, con le problematiche introdotte dalle politiche di distanziamento sociale, sarà costantemente perseguita, sia nelle ore di lezioni frontali che nel confronto con gli ospiti che recano in aula testimonianza del loro lavoro culturale.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

1. Il patrimonio culturale italiano e la sua valorizzazione.

2. Le istituzioni culturali in Italia e nel mondo.

3. La pandemia e il suo influsso sulla cultura.

4. La sostenibilità delle attività culturali.

5. Un pubblico in evoluzione.

6. Il pubblico attuale, in attesa del ritorno alla normalità.

7. Il nuovo ruolo del digitale nel mondo della distanza di sicurezza.

8. Dal concetto di tutela a quello di valorizzazione.

9. Le diverse politiche di valorizzazione:

– La depolverizzazione.

– Il racconto del bene culturale.

– Conservazione e tradizione vs. innovazione: contaminazione, contemporaneità.

– Il ritorno di immagine.

– I valori.

10. Gli aspetti economici: la gestione e i bilanci.

11. L’analisi pratica.

***BIBLIOGRAFIA[[1]](#footnote-1)***

Più che indicare noiosi testi accademici, il corso raccomanda la lettura di alcuni classici letterari legati agli argomenti delle lezioni:

J.L. Borges, *La biblioteca di Babele*.

I. Calvino, *Lezioni americane*.

A. Camus, *La peste*.

U. Eco, *Diario Minimo*.

V. Hugo, *Notre Dame de Paris.*

A. Malraux, *Il museo dei musei.*

F.T. Marinetti, *Manifesto del futurismo.*

G. de Maupassant, *Bel ami.*

G. Orwell, *La fattoria degli animali.*

O. Pamuk, *L' innocenza degli oggetti. Il museo dell'innocenza, Istanbul.*

P.P. Pasolini, *Scritti corsari.*

L. Pirandello, *Sei personaggi in cerca d’autore.*

R. Queneau, *Esercizi di stile.*

O. Wilde, *Il ritratto di Dorian Gray.*

***DIDATTICA DEL CORSO***

Lezioni frontali in aula e testimonianze di protagonisti del mondo culturale italiano.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

Oltre che all’esame i **frequentanti** vengono valutati per la loro partecipazione attiva alle lezioni.

L’esame consiste nell’analisi critica del percorso di un’Istituzione culturale scelta dallo studente e concordata preventivamente con il docente attraverso una mail inviata al suo indirizzo (ak@kerbaker.it) almeno 15 giorni prima dell’esame e a cui sia stata data formale risposta.

L’Istituzione deve operare in ambito culturale, essere di qualità alta e riconosciuta e lavorare da un periodo sufficiente a consentire una lettura critica dei risultati. I responsabili dell’Istituzione devono mettere a disposizione dello studente i dati economici principali, quelli relativi all’affluenza e ogni altro numero utile alla disamina (dati che, nel caso di gran parte delle istituzioni straniere, sono a disposizione su internet). È richiesta la presentazione di una bibliografia di almeno 3 libri cartacei sull’Istituzione.

L’analisi dell’Istituzione va condotta attraverso i parametri discussi in aula: saperne valutare l’attività non dal punto di vista del fruitore, ma da quello dell’addetto ai lavori - capace cioè di analizzare i contenuti dell’offerta, i valori trasmessi, il target, le modalità, la qualità di allestimenti e di cataloghi, la comunicazione promo-pubblicitaria, le eventuali sponsorizzazioni, i costi, i ritorni economici e di pubblico, media, immagine.

Agli studenti **non frequentanti** verranno inoltre rivolte domande su quattro testi specifici:

Andrea Kerbaker, *Lo Stato dell’arte*, Milano, Bompiani, 2007

Neil e Philip Kotler, *Marketing dei musei*, Torino, Einaudi, 2004

Salvatore Settis, *Italia SpA*, Torino, Einaudi, 2002 [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/settis-salvatore/italia-spa-lassalto-del-patrimonio-culturale-9788806185497-172453.html) e *Azione popolare*, Torino, Einaudi, 2012 [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/settis-salvatore/azione-popolare-cittadini-per-il-bene-comune-9788806220105-210847.html)

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

Nel caso in cui la situazione sanitaria relativa alla pandemia di Covid-19 non dovesse consentire la didattica in presenza, sarà garantita l’erogazione a distanza dell’insegnamento con modalità che verranno comunicate in tempo utile agli studenti.

*Orario e luogo di ricevimento*

Il Prof. Andrea Kerbaker riceve gli studenti nel suo studio previo appuntamento via e-mail all’indirizzo ak@kerbaker.it.

II Modulo: *Economia dello spettacolo* (Prof. Angelo Curtolo)

***OBIETTIVO DEL CORSO E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI***

L’insegnamento si propone di fornire agli studenti una generale comprensione delle principali dimensioni economiche del settore dello spettacolo in Italia.

Al termine dell'insegnamento lo studente sarà in grado di: dimostrare conoscenze e capacità di comprensione per elaborare contributi originali di analisi di organizzazioni dello spettacolo; applicare le citate competenze nella valutazione di organizzazioni non familiari; formulare giudizi sulla gestione di tali organizzazioni sulla base di informazioni necessariamente limitate; saper comunicare le proprie valutazioni attraverso la discussione di casi aziendali; sviluppare una autonoma capacità di apprendimento, in conseguenza alla modalità di lavoro del corso.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

L’insegnamento prende le mosse dalla definizione di prodotto culturale. Segue l'analisi del mercato italiano dello spettacolo dal vivo e del cinema, esaminando gli sviluppi, dal Novecento a oggi, delle dinamiche della domanda e della struttura dell'offerta. Delle aziende di spettacolo si considera la dimensione gestionale, l'analisi dei costi e dei ricavi e la componente della contribuzione pubblica. Accento viene posto sulla specificità di queste aziende, conciliando la prospettiva economica con quella artistica.

***BIBLIOGRAFIA[[2]](#footnote-2)***

Per *i frequentanti*: articoli, casi di studio e materiale di approfondimento verranno resi disponibili in aula e online sulla piattaforma Blackboard riservata agli studenti iscritti all’insegnamento.

Per i *non frequentanti:*

M. Cucco(2017), *L'industria e le leggi del cinema in Italia (2000-2015),* in M. Cucco G. Manzoli (a cura di), *Il cinema di Stato,* Il Mulino, Bologna. [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/autori-vari/il-cinema-di-stato-finanziamento-pubblico-ed-economia-simbolica-nel-cinema-italiano-contemporaneo-9788815263506-252838.html)

A. Curtolo-L. Trezzini (1998), *Oltre le quinte n. 2,* le pagg. da 9 a 100, Bulzoni, Roma.

A. Curtolo-M. Tamma,(2009), *Lo sviluppo strategico delle organizzazioni di produzione culturale: commitments, risorse, prodotti,* in M. Rispoli-G. Brunetti (a cura di), *Economia e Management delle aziende di produzione culturale,* pagg. 57-82, Il Mulino, Bologna.

A. Curtolo(2000), *La valutazione delle performing arts nel Regno Unito,* in *Economia della Cultura*, Anno X, 2000, n. 2, pagg. 159-169.

A. Estero (2018),*Organizzare musica: l’Italia nel contesto globale,* in *Enciclopedia Italiana*, *Appendice IX (Il contributo italiano alla storia del pensiero – Musica*), pagg. 725-736, Istituto dell’Enciclopedia Italiana, Roma.

M. Gallina (2014),  *Ri-Organizzare Teatro,* le pagg.21-27 e 104-113, FrancoAngeli, Milano. [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/mimma-gallina/ri-organizzare-teatro-produzione-distribuzione-gestione-9788891729996-237263.html)

***DIDATTICA DEL CORSO***

Lezioni frontali, analisi e discussioni di letture e di casi aziendali,uscite didattiche.

Durante il corso gli aggiornamenti, le indicazioni sulla didattica, i materiali di approfondimento e di supporto allo studio sono resi disponibili attraverso la piattaforma Blackboard.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

La valutazione dei frequentanti avviene attraverso:

1. partecipazione attiva alle analisi in aula (casi aziendali e letture);

2. all’esame, presentazione e discussione dell’analisi critica dell’attività di un’organizzazione dello spettacolo (gestione nell’ultimo triennio - prodotto, strategia di marketing e comunicazione, risultati economici).

Oltre alla prova d’esame (come sopra indicata) gli studenti non frequentanti sostengono un’interrogazione orale sui testi della bibliografia indicata.

Ogni modulo del corso riceve specifica valutazione.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

Si consiglia la frequenza al modulo e una partecipazione attiva alle lezioni, per accompagnare il processo di apprendimento delle conoscenze e delle capacità oggetto del modulo.

Nel caso in cui la situazione sanitaria relativa alla pandemia di Covid-19 non dovesse consentire la didattica in presenza, sarà garantita l’erogazione dell’insegnamento in distance learning con modalità che verranno comunicate in tempo utile agli studenti.

*Orario e luogo di ricevimento*

In Ateneo al termine di ogni lezione, previo appuntamento.

1. I testi indicati nella bibliografia sono acquistabili presso le librerie di Ateneo; è possibile acquistarli anche presso altri rivenditori. [↑](#footnote-ref-1)
2. I testi indicati nella bibliografia sono acquistabili presso le librerie di Ateneo; è possibile acquistarli anche presso altri rivenditori. [↑](#footnote-ref-2)