



L I N E A  
D'OMBRA  
FACTORY

## LINEA D'OMBRA FACTORY MACROFASE 4-ATTIVITÀ 4.1

### RICERCA – INDAGINE SULLE ORGANIZZAZIONI E I LAVORI DI MAGGIOR INTERESSE IN AMBITO CREATIVO IN CAMPANIA

#### SEZIONE 2

#### 2.1 Le interviste: testi e report

Ricerca a cura di **Anna Bilotta** e  
**Alessandro Langellotti**,  
con il coordinamento scientifico di  
**Giovanni Di Domenico**.

**Project manager LDO Factory:** Giuseppe D'Antonio  
**Coordinatore didattico LDO Factory:** Michele Rosco



*Presidenza del Consiglio dei Ministri*  
DIPARTIMENTO DELLA GIOVENTÙ E DEL SERVIZIO CIVILE NAZIONALE

Linea d'Ombra Factory è un progetto finanziato nell'ambito del Piano Azione Coesione "Giovani no profit" dal Dipartimento della Gioventù e del Servizio Civile Nazionale della Presidenza del Consiglio dei Ministri.

ATS

A S S O C I A Z I O N E  
Salerno **in** festival

mirò

1958  
2008  
Anffas

A S S O C I A Z I O N E  
Salerno **in** festival

Via Trotula De Ruggiero, 24  
84121 Salerno - Italy  
tl. +39 089 662 565  
info@lineadombrafactory.it

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

### ❖ **Obiettivi della ricerca**

Nell'ambito del progetto Linea d'Ombra Factory è stata effettuata una ricerca sul campo, al fine di verificare, in alcuni settori dell'industria, dei servizi e dell'offerta culturale, quali sono le realtà pubbliche e private, aziendali e associative, che operano in area salernitana, nonché le opportunità e i punti di forza e di debolezza dei settori indagati.

L'indagine ha avuto tra i principali obiettivi quello di monitorare la presenza di associazioni e di imprese culturali nei settori video e scrittura, di verificare la relazione attuale e possibile con le istituzioni e di individuare le opportunità formative e occupazionali offerte ai giovani tra i 18 e i 35 anni all'interno delle organizzazioni culturali. È stato pertanto realizzato un database delle organizzazioni attive nei settori di interesse e sono state condotte **16 interviste semi-strutturate**.

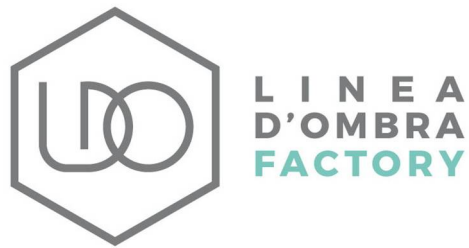
### ❖ **Nota metodologica**

Si presentano qui le trascrizioni delle interviste somministrate e una sintesi dei risultati emersi. La tipologia di intervista impiegata si definisce semi-strutturata, vale a dire un'intervista che si sviluppa da argomenti predefiniti, ma è costituita da domande che possono variare nell'ordine e che possono essere riformulate con flessibilità in base all'interlocutore. A differenza dei questionari, in cui vengono somministrate domande prestabilite con categorie di risposte predefinite, in questo tipo di intervista, detta anche qualitativa, l'intervistato risponde utilizzando le sue categorie mentali e le sue parole, con la possibilità di introdurre anche argomenti inizialmente non previsti e facendo così emergere risposte ricche di dettagli ed esperienze.

Le persone da intervistare sono state scelte guardando alle principali professionalità attive nel territorio nei settori della scrittura e della produzione di video. Per ciascun intervistato è stata approntata una traccia di servizio personalizzata, conservando, tuttavia alcuni aspetti comuni: l'obiettivo di verificare l'offerta culturale del territorio, i livelli di collaborazione fra gli attori e le opportunità per i giovani.

L'impiego di interviste semi-strutturate necessita di un approfondito lavoro di interpretazione dei risultati e implica alcune difficoltà nella generalizzazione degli stessi; tuttavia, sono emersi alcuni nodi che evidenziano limiti e opportunità del settore "creativo" e lasciano intravedere una rete di relazioni in parte già esistente tra gli attori, ma bisognosa di potenziamento.

Per la filiera editoriale si è scelto di intervistare due giovani autori, un editore, una responsabile di biblioteca, un giornalista della carta stampata, il direttore artistico di un festival letterario, il direttore di una libreria. Sul versante audiovisivo si è



optato per un giovane attore e regista, un gruppo di youtuber, il direttore di un'emittente televisiva, il vicedirettore di un festival, un esercente cinematografico, l'amministratore delegato di una casa di produzione, lo staff di una mediateca. A queste vanno aggiunte poi le interviste al direttore artistico di un'associazione culturale che organizza eventi teatrali e a una docente del corso di laurea in Scienze della comunicazione attivo presso l'Università degli studi di Salerno.

Si riportano, dunque, le trascrizioni delle 16 interviste, seguite da un commento sui principali elementi emersi: le opportunità formative tradizionali e meno tradizionali; le opportunità occupazionali, il rapporto degli attori del settore culturale con le istituzioni, le reti di relazioni esistenti in ambito territoriale.

❖ **Interviste**

**Intervista #01**

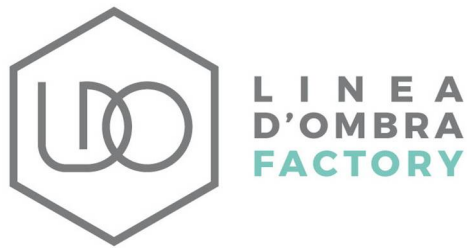
**Vincenzo Alfieri, attore, regista e sceneggiatore di origini salernitane, 31 anni**

**Quando ha capito di voler fare del cinema la sua professione? Ha frequentato dei corsi di studio specifici?**

La mia passione per il cinema si può considerare innata; già all'età di 5 anni dicevo ai miei genitori di voler recitare ma non ci credevano, pensando si trattasse di uno dei soliti capricci dei bambini. All'età di 13 anni, all'epoca vivevamo a Caserta, ho iniziato a frequentare un teatro salesiano e a esibirmi in una piccolissima compagnia. Quando avevo 15 anni ci siamo trasferiti a Roma dove mi sono iscritto a una scuola di recitazione; ho poi frequentato un corso di fotografia a Los Angeles, altra passione che ho sempre avuto. Dai 18 anni in poi ho iniziato a seguire altri corsi e a lavorare più seriamente come attore, accettando anche piccolissime parti. Ho fatto un altro master a New York in recitazione e regia, ho realizzato diversi cortometraggi e nel 2012 ho fondato con mia sorella Rossella la società di produzione cinematografica Guinesia Pictures, con la quale ho girato una *web series*, *Forse sono io*, di cui sono stato anche protagonista, che ha ottenuto un ottimo riscontro sul web, tanto da essere trasmessa anche in tv. Grazie alla serie sono stato notato dalla Ford che mi ha scelto come testimonial e mi ha affidato la regia della campagna pubblicitaria della Ford Ka. La sceneggiatura della mia opera prima, *I peggiori*, è maturata lentamente fino a quando sono riuscito a far produrre il film da Federica Lucisano per la Italian International Film.

**Che cosa consiglierebbe ai giovani che vogliono approcciarsi al mondo del cinema?**

Nonostante abbia due lauree, in economia e in scienze politiche, non sono molto portato per l'ambiente accademico e in generale più che nello studio credo molto nella ricerca, non di tipo accademico ma in una costante ricerca personale. Nessun manuale e nessuna persona possono insegnare a fare cinema, quello che conta è la ricerca su se stessi. Da attori è importante leggere i testi e fare molta esperienza sul campo, a partire dal teatro, accettando anche piccoli ruoli da comparsa. Da parte loro le scuole di recitazione sono importanti dal momento che, se sono buone, permettono di accumulare molte esperienze. Come regista poi è importante vedere tanti film e fotografare ambienti e persone; questo intendo per lavoro di ricerca. Io personalmente scrivo molto e leggo tanti libri di storia del cinema. Detto questo chi decide di fare questo lavoro deve innanzitutto dimenticarsi di avere una vita, perché si può fare bene solo se ci si



dedica completamente. A differenza di quello che pensa la gente anche a certi livelli resta un lavoro molto precario, si vive continuamente tra alti e bassi e da un minuto all'altro le cose possono cambiare, nel bene e nel male.

**Quali sono le opportunità che la Campania e (in particolare) la provincia di Salerno offrono ai giovani talenti nel settore cinematografico?**

Mi sono trasferito a Roma ancora piccolo per seguire la mia famiglia ma lo avrei fatto lo stesso appena maggiorenne perché il cinema è e si fa a Roma. Quando vivevamo a Caserta ero ben consapevole della mancanza di un'offerta formativa nel settore cinematografico per cui non saprei dire quali opportunità avrei potuto avere restando perché non ci ho mai provato. Non so cosa offrono attualmente il territorio salernitano e campano ma per quello che sento dire sembrano esserci sempre minori possibilità lavorative, e questo non soltanto nel nostro settore. Ho deciso di girare il mio primo film a Napoli perché trovo che vi siano una concezione dell'arte e un'atmosfera diverse da Roma; Napoli è a mio avviso una delle città italiane più moderne e mentalmente aperte e probabilmente le iniziative artistiche che vi vengono organizzate sono più numerose di quelle romane ma Roma ha, tra le altre cose, numerose e rinomate scuole, e questo è fondamentale per chi voglia fare cinema.

## Intervista #02

### Life in pills<sup>1</sup>, youtubers (risponde Enzo Greco)

#### **Come è nata l'idea di Life in pills?**

Io e Mario abbiamo condiviso lo stesso percorso di studi all'Università di Salerno, sia alla triennale del Davimus (Discipline delle arti visive, della musica e dello spettacolo) sia alla magistrale in Scienze dello spettacolo e della produzione multimediale. Proprio all'inizio del nostro percorso magistrale, era il novembre 2013, abbiamo capito di voler dare vita a qualcosa di creativo. Oltre agli studi orientati al mondo della comunicazione, entrambi coltivavamo già esperienze nel campo; Mario si dedicava al teatro e all'animazione, io presentavo eventi e mi occupavo di radio. Seguendo diverse persone che pubblicavano video sul web, notavo come fosse possibile ottenere un buon riscontro di pubblico e proposi a Mario di fare qualcosa di simile. L'idea era produrre piccoli video, spaccati divertenti di vita quotidiana, vere e proprie pillole; siccome "vita in pillole" suonava male, Mario propose di utilizzare la versione in inglese "life in pills" e da lì è nato tutto. I primi video risalgono all'incirca al dicembre 2013. È nato tutto come un gioco, in maniera molto amatoriale e improvvisata. All'inizio, ogni scena era buona e costringevamo gli amici a riprenderci con i nostri smartphone; più video riuscivamo a girare meglio era. Dopo circa un anno di rodaggio ci siamo resi conto di aver un buon seguito e abbiamo deciso di fare un salto qualitativo: meno video ma migliori dei precedenti. Così abbiamo proposto ad Alfonso, che conoscevamo già come fotografo e videomaker, di farci da cameraman, e da allora giriamo con la sua attrezzatura professionale. Inoltre, abbiamo stretto dei contatti con la web tv universitaria ZON che ci fornisce anche un supporto tecnico quando necessario. Ad esempio, per girare alcuni video abbiamo avuto bisogno del loro drone. La quarta componente del gruppo è Ida; ci siamo ben presto resi conto di avere bisogno di una componente femminile e ci siamo affidati a lei che aveva avuto diverse esperienze teatrali e che ha subito accettato e si è messa in gioco, nonostante le difficoltà di entrare a far parte di un gruppo già costituito.

#### **Tutti e quattro quindi avete fatto degli studi in qualche modo legati alle nuove modalità di produzione e diffusione di video sul web. Quanto una formazione specifica e mirata può fare la differenza e aiutare a uscire dalla dimensione locale?**

Sì, siamo tutti nel settore. Oltre agli studi ci siamo sempre dedicati ad attività legate al mondo della comunicazione. Proprio questa componente creativa innata, pur con le diverse sfaccettature che contraddistinguono ognuno di noi, ci ha reso un gruppo compatto, perché abbiamo tutti lo stesso obiettivo: fare un

---

<sup>1</sup> Life in pills è un gruppo di quattro persone. I fondatori sono Enzo Greco, 26 anni, originario di Sant'Angelo dei Lombardi ma che vive a Fisciano e Mario Barone, 27 anni, di Salerno. Successivamente si sono aggiunti Alfonso Maria Salsano, 25 anni, di Baronissi e Ida Gammarota, 23 anni, di Sant'Angelo dei Lombardi.

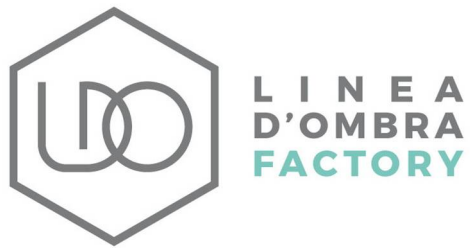
buon prodotto e comunicarlo bene. Di recente abbiamo incontrato la classe di un liceo impegnata in un progetto per la realizzazione di piccoli cortometraggi; nel raccontare la nostra storia abbiamo provato a comunicare quella che per noi è stata ed è la formula vincente: appassionarsi e meravigliarsi. Oltre allo studio specifico che resta fondamentale per poter girare dei video di buona qualità è necessario meravigliarsi continuamente di quello che si fa, serve tanta voglia di fare e moltissima pratica. Per diventare più bravo degli altri, per migliorare se stessi e distinguersi, lo studio fa la differenza, ma di base restano fondamentali la passione e l'amore per quello che fai. Noi stiamo crescendo molto e stiamo raccogliendo delle belle soddisfazioni, anche se cerchiamo costantemente di migliorarci e di continuare a studiare, di aggiornarci e capire come perfezionare la nostra comunicazione. Ad esempio, i video li montiamo da soli e ci mancano alcune conoscenze necessarie del settore che, nonostante il percorso di studi canonico sia ormai concluso, possiamo acquisire solo con lo studio e l'approfondimento, raggiungendo anche degli ottimi livelli.

### **Qual è il vostro rapporto con i social?**

Per chi fa questo i social sono fondamentali, senza di essi un'attività del genere non avrebbe motivo di esistere. Personalmente ho un'ottima considerazione dei social, perché hanno delle potenzialità straordinarie, ma al tempo stesso ho una pessima considerazione dell'uso e dell'abuso che a volte se ne fa. Nel nostro caso, i social ci hanno dato l'opportunità di farci conoscere e, per legarci a quanto dicevamo prima, di uscire da una dimensione locale e prettamente universitaria. La vera soddisfazione è che i nostri "mi piace" su Facebook, oltre tredicimila, sono reali, si tratta di persone che ci seguono per davvero. I social poi ci hanno permesso di entrare in un circuito lavorativo importante e attualmente siamo impegnati in un progetto con Luca Abete; se non ci avesse conosciuto e non avesse visto i nostri video sui social non ci avrebbe mai contattato.

### **Il web quindi può offrire delle concrete opportunità ai giovani talenti che vogliono fare di quest'attività un lavoro?**

Per noi è stato così. Siamo partiti da un livello minimo, praticamente da zero, e piano piano, con piccoli passi, siamo riusciti a fare delle cose migliori. Le soddisfazioni stanno arrivando, da Studio Aperto e Tg 4 che parlano del nostro video-parodia di *Occidentali's karma* di Gabbani ai giornali non solo locali che scrivono articoli sui nostri video, e poi chiaramente l'esperienza con Luca Abete e la possibilità di allargare gli orizzonti e di lavorare in questo mondo. Adesso ci stiamo dedicando a produrre meno video ma mirati; ottimizziamo i tempi e produciamo lavori di maggiore qualità. Life in pills è nato come un gioco ed è giusto che lo sia ancora, deve esserlo; se pretendi di avere tutto e subito non vai molto lontano. Sicuramente ci vogliono tempo e pazienza e se non molli e hai



voglia di metterti in gioco, le opportunità giuste, prima o poi, arrivano. Solo così questo gioco può tramutarsi in qualcosa di più serio e concreto.



Intervista #03

Stefano Ferrara, poeta e scrittore, 28 anni, vive a Salerno

**Come e quando è nata la passione per la scrittura e in particolare per la poesia?**

Ho iniziato a scrivere poesie intorno ai 13-14 anni, all'inizio si trattava di buttare del lirismo su un foglio in maniera molto confusa, con il tempo poi il pensiero è maturato e si è strutturato meglio. La mia poesia nasceva e nasce dalla necessità intrinseca di mettere nero su bianco emozioni e riflette sensibilità ed esperienze personali. Anche *Quaderni d'inverno*, una mia raccolta di poesie pubblicata nel 2013, nasce da motivi sentimentali. In quest'ultimo periodo ho accantonato un po' la poesia per dedicarmi alla prosa; il mio primo romanzo attualmente è al vaglio di un editor. Nel periodo storico di forti contraddizioni che stiamo vivendo la prosa permette di assumere uno sguardo più integro per descrivere la realtà che ci circonda. La poesia resta un esercizio intimistico mentre con la prosa la propria interiorità e le emozioni in essa coltivate si trasmettono alle vicende, emergono nelle figure costruite non a caso nei romanzi.

**Ha frequentato dei corsi di studio o formazione specifici?**

In realtà sono un autodidatta. Ho frequentato il liceo scientifico, ma ero particolarmente bravo nelle materie umanistiche. All'università ho scelto di studiare filosofia e mi manca poco per completare gli studi. Mentre la poesia è pura emozionalità, la scrittura in prosa presuppone una strutturazione del pensiero che può essere facilitata da studi come quelli filosofici, che arricchiscono e aiutano il processo creativo. In un mondo invaso dalle comunicazioni globali la scrittura è per me espressione della necessità di scavare in profondità, di ricercare un oltre, nel pieno rispetto però della propria vena creativa e senza trasformare il tutto in un pensiero meccanico. Per il resto credo che la scrittura, poetica o in prosa, sia una dote e sia priva di regole. Non ho mai creduto che corsi di scrittura variamente declinati fossero di qualche utilità; da quello che sento dire, spesso in questi corsi ci si focalizza sulle tecniche legate a un genere ma oggi sempre più andiamo incontro a una contaminazione tra generi diversi e anche tra saggio e romanzo il confine si fa sempre più sfumato.

**Se una specifica formazione non esiste, cosa non deve mancare in chi voglia approcciarsi alla scrittura?**

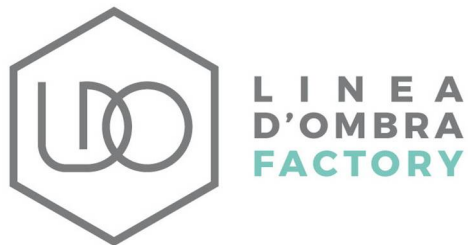
Innanzitutto per scrivere bisogna leggere moltissimo, letteralmente divorare libri. Poi l'esercizio è fondamentale: sperimentare partendo dagli stadi più elementari, dalle banali frasi d'amore, per testarsi e trovare la traduzione migliore delle proprie emozioni. Il talento per la scrittura, se c'è, va coltivato non con titoli o attestati ma con assiduità e passione. Un consiglio che darei è di rimanere ai margini e di coltivare la propria vena intima senza lasciarsi contaminare dal fenomeno della commercializzazione o scrivere pensando già al consumatore finale.

### **Cosa cambia nel passaggio dal linguaggio poetico alla prosa?**

Si tratta di linguaggi molto diversi e non solo tecnicamente. La poesia è molto più istintiva e astratta, non segue un filo logico ed è più soggetta a interpretazioni, è qualcosa di innato e ognuno la vive a modo proprio. La poesia segue un clima, un'atmosfera, che ricalca le fasi della vita; la scrittura è una linea che segue la maturità: se oggi provassi a leggere poesie che ho scritto quando avevo diciotto anni non riuscirei più a inquadrare il codice utilizzato in quel momento. La poesia muta e per poterla spiegare è necessario cogliere delle sfumature difficili da afferrare anche se l'hai scritta tu e apparentemente la possiedi. La prosa invece ha bisogno a mio parere di una struttura molto più complessa; scende in profondità e cerca di portare a galla la realtà, pur trasfigurandola. La prosa gode della facoltà di cronaca perché va di pari passo con la realtà e a differenza della poesia con il passare del tempo non muta ma immortala. Oggi la poesia è a torto molto bistrattata mentre la prosa è sempre più cassa di risonanza per riflettere su ciò che ci circonda e viviamo.

### **Un giovane talento che voglia pubblicare le sue opere quali opportunità reali trova nelle case editrici, in particolare in Campania e nella provincia di Salerno?**

Il panorama editoriale salernitano mi appare abbastanza desolato. Le piccole case editrici, ma non solo a Salerno, spesso chiedono dei contributi all'autore per pubblicare, nessuno punta su un giovane autore così su due piedi. Tutto questo svaluta enormemente le opere degne di questo nome, perché ormai si pubblica davvero di tutto, anche cose prive di ogni valore. Io personalmente per pubblicare le mie poesie mi sono rivolto direttamente a Cicorivolta Editore, una casa editrice toscana; l'ho scelta perché diversi scrittori salernitani di cui apprezzo molto la scrittura hanno pubblicato lì, come l'autore di polizieschi Paolo D'Amato. Si tratta di una casa editrice di avanguardia e con una ricca collana dedicata alla poesia, in cui ha trovato spazio anche la mia raccolta. Per farsi conoscere però non basta pubblicare, ma è fondamentale entrare nei circuiti culturali locali e regionali, trovare il proprio spazio scrivendo articoli, attraverso collaborazioni con altri autori, con la presenza ai festival, le esperienze in radio. Tutte queste attività complementari alla scrittura servono a mio avviso per entrare in quella disgregata e disgregante realtà che è l'industria culturale; il confronto con gli altri sullo stesso terreno è di fondamentale importanza e frequentare questi ambienti aiuta molto. La scrittura non può essere considerata soltanto una passione o un passatempo, per ottenere un riconoscimento e farla diventare un lavoro non si può essere autoreferenziali. Affermarsi in questo mondo è difficile, ma bisogna avere tenacia e non ci si deve scoraggiare. Anche se può sembrare paradossale secondo me questo momento di crisi è esattamente quello giusto per navigare in questi ambienti e reinventarsi giorno per giorno; prima o poi, per chi ci crede, l'opportunità giusta arriverà. Per tornare al nostro contesto, al di là dello scarso



interesse delle casi editrici locali per i giovani talenti, la nostra provincia ci offre però moltissimo sotto il profilo di queste attività che ho definito complementari, e noto un fermento, grazie anche al sostegno delle istituzioni, nel mondo delle associazioni culturali, degli eventi, dei festival, che fino a dieci anni fa non c'era. Si è messo in moto un circuito culturale locale che dal mio punto di vista ha una fondamentale funzione aggregante per l'universo culturale giovanile e che, per chi vuole fare questo mestiere, va assolutamente coltivato.

**Intervista #04**

**Antonio Lanzetta, scrittore, 36 anni, nato e vissuto a Salerno, attualmente vive a Montecorvino Pugliano (SA)**

**Come e quando è nata la passione per la scrittura?**

Ho iniziato a scrivere da ragazzino, già alle scuole superiori partecipavo a competizioni, gare di prosa e anche a qualche concorso indetto dalla Provincia di Salerno. Nel periodo dell'università ho trascurato la scrittura, ma una volta completati gli studi ho ripreso seriamente. In realtà questa passione è nata dopo la passione per la lettura, infatti mi reputo un forte lettore prima che uno scrittore. Già alle scuole medie leggevo molto, grazie anche a un'insegnante che ci assegnava un libro al mese da scegliere nella biblioteca della scuola. Il primo romanzo serio che ho letto in quel periodo è stato *Dieci piccoli indiani* di Agatha Christie, non le classiche enciclopedie degli animali o i libri sui dinosauri che solitamente appassionano i ragazzini. La passione della scrittura è partita proprio da qui, dalla voglia di emulare i libri che leggevo; ero e sono un accanito lettore di Stephen King e all'inizio pensavo di poter creare storie come faceva lui, si trattava ovviamente del tentativo mal riuscito di copiare, ma poi crescendo sono venute fuori delle idee mie.

**Ha frequentato dei corsi di studio o formazione specifici?**

Ho frequentato il liceo scientifico e sono laureato in economia, quindi studi lontani dal mondo della scrittura. Non credo sia necessario fare corsi specifici o preferire un percorso formativo rispetto a un altro; di base deve esserci sicuramente un'indole creativa che però può trasformarsi in talento solo se alimentata attraverso la lettura e il contatto con i libri altrui, credo che molto derivi proprio dalla capacità di autoapprendere. È inimmaginabile pensare di scrivere romanzi senza essere voraci lettori, e non capisco quegli scrittori, anche famosi, che dichiarano di non leggere molto, perché quando scrivono non hanno tempo e sono molto concentrati sulle ricerche per il loro romanzo. Leggere per me significa migliorarmi, infatti leggo soprattutto quando scrivo; entusiasmandomi nel leggere qualcosa scritto da altri trovo l'ispirazione senza farmi influenzare. Leggere da autore non significa evadere ma studiare, smontare un romanzo entrando nel cuore della narrazione per capire come lo scrittore ha costruito i dialoghi, ha caratterizzato i personaggi. Il testo migliore che può preparare alla scrittura è la classica grammatica italiana; ho studiato manuali specifici di scrittura creativa che mi hanno dato quelle competenze tecniche da poter utilizzare nella narrazione, ma la lettura resta la palestra migliore per uno scrittore.

**Se un'unica e specifica formazione non esiste, cosa consiglierebbe ai giovani che sentono di avere particolare inclinazione per la scrittura e vogliono approcciarsi a questo mondo?**

Mi capita spesso di tenere seminari di scrittura, anche all'Università di Salerno, dove affronto con gli studenti i principali dettagli o le cosiddette pillole di scrittura creativa, dalla costruzione della trama alla definizione dei personaggi, dalle descrizioni ai dialoghi, e trovo che questi momenti siano sicuramente delle ottime occasioni per confrontarsi e scambiarsi opinioni. Mi è capitato anche di scrivere diversi articoli per riviste online dove ho affrontato questi temi. In realtà, sono convinto che non esista un vero e proprio metodo per imparare a scrivere; le varie scuole di scrittura presenti in Italia, a partire dalla Holden di Baricco che è la più famosa fino ad arrivare ai numerosi corsi online, possono funzionare per piccoli dettagli, ma in generale sono abbastanza inutili, perché la capacità di mostrare una storia, di renderla visibile, deriva a mio parere da una fortissima passione per i libri. Avere un libro sempre in borsa, leggere in continuazione credo sia lo strumento necessario. Purtroppo in Italia si pubblicano più romanzi di quanti effettivamente se ne leggano, mi è capitato spesso alle fiere per ragazzi<sup>2</sup> di sentire genitori dire che i figli non leggono; se non leggono è perché in famiglia non sono spronati a farlo, è un problema culturale, manca l'educazione alla lettura. E poi sicuramente c'è un problema di didattica scolastica, inadatta ai nuovi linguaggi e incapace di stimolare le nuove menti. Una lettura che consiglieri a chi scrive o vorrebbe iniziare a farlo è *On writing* di Stephen King, in parte autobiografia e in parte manuale di scrittura, dove lui parla di una cassetta degli attrezzi che deve essere a disposizione dello scrittore o aspirante tale. Fra gli attrezzi indispensabili credo ci vogliano una forte autocritica e la consapevolezza dei propri mezzi; non possiamo essere tutti scrittori, dobbiamo capire se scrivere è davvero la nostra vocazione, in caso contrario è meglio evitare di insistere per non rimanerci male. Partecipare a dei corsi può essere uno spunto di riflessione, un modo per conoscere gli elementi di base, le tecniche che non possiamo dedurre da soli semplicemente leggendo, ma il resto è fatto tutto di impegno personale e di predisposizione al sacrificio, perché scrivere è un'esperienza totalizzante: quando senti di avere una storia in testa non riesci a smettere fino a quando non te ne sei liberato. La scrittura contemporanea è viva e rapida e in questo il cinema ci aiuta moltissimo; bisogna essere capaci di scrivere non per il puro gusto di raccontare ma per mostrare qualcosa, per scatenare delle reazioni nel lettore.

**Quali sono le reali opportunità che le case editrici offrono ai giovani talenti di veder pubblicate le loro opere, in particolare nella provincia di Salerno e in Campania?**

---

<sup>2</sup> Antonio Lanzetta nasce come scrittore di romanzi fantasy per la fascia 10-16 anni e di racconti, pubblicati con la casa editrice torinese la Corte; di recente ha virato al thriller psicologico per adulti con il romanzo *Il buio dentro*, edito sempre da La Corte.

Il nostro territorio è ricchissimo di giovani talenti creativi, anche nel campo della scrittura, il problema però sono gli interlocutori che dovrebbero coltivare queste intelligenze, promuoverle, supportarle durante il loro processo di crescita, ma tutto questo non avviene come dovrebbe. Ci sono piccole realtà editoriali locali che operano perlopiù per passione e un giovane scrittore o aspirante tale può confrontarsi con esse e pubblicare, ma anche di fronte a un vero talento questi editori non possono dare la visibilità che un autore spera di raggiungere e non garantiscono una rilevanza a livello nazionale, a partire dalle più elementari difficoltà di distribuzione. Il problema riguarda Salerno, la Campania, ma in generale tutto il comparto editoriale; l'editoria dei grandi numeri è appannaggio dei pochi ma grandi gruppi editoriali che ne hanno tutto il controllo. Basti guardare alla scissione avvenuta quest'anno al Salone del libro di Torino, con il passaggio dei grandi editori all'evento di aprile a Milano, un mese prima del salone torinese dove ci sarà prettamente l'editoria indipendente. Questa situazione è sintomatica dello stato dell'editoria in Italia: un autore emergente si trova a sguazzare in un acquario di squali. Nella mia esperienza personale, dopo anni di sacrifici, di recente ho iniziato a cogliere dei frutti; il mio ultimo romanzo, *Il buio dentro*, un thriller psicologico ambientato proprio nella provincia di Salerno, dopo essere arrivato in ristampa, ha venduto i diritti all'estero a una famosa casa editrice francese, Bragelonne, che in Francia pubblica Neil Gaiman, Terry Brooks, George R.R. Martin, e io sono il primo italiano che pubblicheranno. Spero che il romanzo vada anche meglio che in Italia per poter arrivare magari anche in altre nazioni. Sono della ferma opinione che le opportunità se non ci vengono offerte dobbiamo crearle, coltivare la giusta rete di relazioni, saper essere nel posto giusto al momento giusto; se si ha ben chiaro in testa cosa si vuole diventare bisogna crederci e provare allo stremo delle proprie possibilità.

**Intervista #05**

**Sante Avagliano, fondatore con il padre Tommaso della casa editrice Marlin Editore**

**Cosa significa fare l'editore nel Mezzogiorno e in particolare nella provincia di Salerno?**

Fare l'editore al sud e in Campania è oggi molto difficile, così come, in generale, è difficile o comunque più complicato fare azienda rispetto al centro-nord. Questo essenzialmente per due ragioni: da una parte per la lontananza e la poca attenzione dei mezzi di informazione nei confronti dell'editoria e dall'altra per la scarsa presenza delle librerie nel territorio meridionale e quindi per la difficoltà oggettiva di distribuzione del prodotto libro. Da un certo punto di vista Internet sembrerebbe aver migliorato le cose; ha il merito infatti di aver azzerato o meglio accorciato le distanze, soprattutto per le generazioni native digitali, che avendo dimestichezza con il web possono arrivare al libro attraverso i siti di e-commerce, pur non avendo una libreria nella loro città. Chiaramente ciò risolve il problema solo parzialmente e resta fondamentale, quando parliamo di cartaceo, la possibilità di avere a che fare fisicamente con il libro, di poterlo sfogliare in libreria e in qualche modo assaggiarlo. La libreria infatti non è solo un luogo in cui acquistare libri, ma un vero e proprio spazio in cui si fa cultura, attraverso presentazioni, incontri con gli autori, eventi nei quali poter scambiare idee e confrontarsi con gli scrittori. L'asettico acquisto via web non può quindi sostituire la libreria fisica come contesto di coinvolgimento e confronto culturale.

**Qual è il rapporto con le istituzioni e il grado di ascolto nei confronti delle case editrici?**

In generale le pubbliche amministrazioni hanno un grado di ascolto piuttosto basso nei confronti della cultura, perché preferiscono esercitare l'arte della politica con le aziende i cui prodotti danno maggiore visibilità; la cultura serve solitamente a riempire i cartelloni delle manifestazioni estive. Nello specifico c'è disattenzione nei confronti del libro, visto come un prodotto poco popolare e poco mediatico, e del lavoro culturale che le case editrici portano avanti. Noi personalmente abbiamo un buon rapporto con le istituzioni locali e siamo in grado di farci ascoltare e di dialogare con loro. La Regione Campania, in particolare, è da più di dieci anni che sostiene l'editoria regionale con diversi contributi, anche se poi il deficit in cui versa determina tagli ai fondi precedentemente destinati, numerosi ritardi nell'erogazione degli stessi e di riflesso difficoltà per le case editrici.

**La sua casa editrice ha all'attivo collaborazioni con organizzazioni culturali o con altre imprese culturali del territorio?**

Da questo punto di vista siamo molto attivi. Partecipiamo spesso a dibattiti, fiere del libro, incontri con gli autori, eventi che si configurano come fondamentali per far conoscere i nostri libri e per parlare del nostro lavoro.

### **Quali opportunità offrite ai giovani scrittori locali?**

La nostra casa editrice non opera nessuna distinzione geografica per le proposte editoriali. Mensilmente riceviamo dai quaranta ai cinquanta dattiloscritti; se molti si rivolgono a noi è perché siamo presenti nelle librerie di tutto il territorio italiano, quest'anno esattamente da trentacinque anni, grazie a una distribuzione nazionale ben organizzata attraverso Messaggerie Libri. La scelta di ciò che viene pubblicato non ha a che fare necessariamente con la territorialità e valutiamo tutto ciò che riceviamo innanzitutto per la sua qualità. La selezione viene fatta tenendo conto della nostra filosofia editoriale; consapevoli infatti di non poter coprire tutto perseguendo una strada generalista; abbiamo scelto di specializzarci e concentrare le nostre energie su due filoni principali: la saggistica storica e la narrativa. Sono diversi gli autori campani e salernitani che hanno pubblicato con noi, ma si è trattato sempre di prodotti meritevoli e in linea con la nostra mission. Il caso più recente è quello di una giovane scrittrice di Maiori, il cui libro è stato il frutto di una collaborazione vera con la casa editrice; dopo averci proposto alcuni brani, infatti, le abbiamo chiesto di sviluppare meglio il tema che le era caro e che voleva raccontare e l'abbiamo stimolata a non accontentarsi di quanto aveva già prodotto, così che il lavoro finale si è concretizzato in un libro di qualità, che racconta con ironia un'esperienza personale molto dolorosa. Questo per dire come un buon libro sia il frutto dell'ingegno e della creatività di uno scrittore che incontra l'impegno e la dedizione dell'editore.

### **Quali opportunità formative e occupazionali offrite ai giovani tra i 18 e i 35 anni?**

Da tempo siamo impegnati nella realizzazione di corsi di formazione al lavoro editoriale che svolgiamo proprio in casa editrice e inoltre siamo cofondatori con l'Università di Salerno del Master universitario in editoria libraria e digitale (MUELD), di cui io sono coordinatore e il cui obiettivo è formare giovani figure professionali capaci non solo di lavorare nei processi editoriali, ma anche di gestire la comunicazione e il marketing librario. Ospitiamo poi tirocini e stage sia nel settore editoriale della nostra azienda sia nell'ufficio stampa, sempre perché la comunicazione e la promozione non sono meno importanti della produzione del libro. Offrire queste opportunità ai giovani diventa l'occasione per uno scambio continuo di idee, non sono soltanto loro infatti che imparano da noi ma anche noi apprendiamo continuamente cose nuove.

### **Quali sono le competenze di cui avete bisogno?**

Al di là degli studi e della formazione specifica di cui noi stessi ci facciamo promotori, è importante avere una certa attitudine per questo lavoro ed essere





dotati di curiosità e intuito, dove per intuito intendo la capacità di saper scegliere il prodotto giusto per il mercato giusto in un determinato momento storico. Spesso i ragazzi conoscono le basi teoriche del nostro mestiere ma non ne sanno mettere in pratica i principi e hanno una scarsa attitudine pratica. Quello che cerchiamo di fare è permettere, ai giovani che decidano di svolgere un'esperienza lavorativa con noi, di affinare le competenze acquisite con lo studio misurandosi con il mondo reale del lavoro.

### **Quale tipologia di programmazione contraddistingue Telecolore?**

Telecolore è un'emittente televisiva generalista, caratterizzata, sin dalla sua fondazione nel 1977, da una programmazione autoprodotta non per motivi di costi ma per scelta. È per questo che non mandiamo in onda film o programmi comprati nei classici circuiti commerciali, ma produciamo tutto noi, internamente o affidandoci a collaboratori esterni, con l'aggiunta di alcuni prodotti non girati da noi ma comunque realizzati in Campania. Grazie al digitale terrestre il canale è visibile in tutta la regione, ma l'informazione riguarda prettamente la città di Salerno e in parte la provincia. Anche qui si tratta di una scelta precisa; l'avvento del digitale non ha semplificato la vita delle emittenti private, al contrario, questo è un mondo sempre più difficile, dove se si vuole sopravvivere è importante specializzarsi e fare un'informazione territoriale. Ci occupiamo di informazione e approfondimento, ma anche di salute, sport (in particolare seguiamo la Salernitana), tradizione, religione e costume, oltre che di eventi culturali e vita notturna. Da televisione generalista ci rivolgiamo a un pubblico molto vario, lo dimostrano anche gli ascolti, che fanno registrare un'utenza più adulta per i programmi di informazione e più giovane per i programmi sportivi. Da emittente privata viviamo di pubblicità e di televendite, fonte di sostegno economico fondamentale, ma nonostante questo siamo consapevoli di essere da sempre la televisione del territorio e come tale abbiamo un forte spirito di servizio.

### **Come diversificate l'informazione sul web rispetto a quella televisiva? Come cambia il linguaggio nel passaggio da un mezzo all'altro?**

La rivoluzione tecnologica è sempre più culturale e linguistica, per cui oggi non possiamo parlare di un'informazione televisiva disgiunta da quella via web, dove per informazione sul web non intendo tanto quella che si può fare sul sito di un'emittente, che implica una ricerca da parte del pubblico e che viene comunque subita passivamente, ma mi riferisco all'informazione sui social, con la quale quella televisiva non può non avere contaminazione. Si tratta di linguaggi diversi ma che si stanno avvicinando sempre di più, dove l'informazione si caratterizza per l'essenzialità, basti vedere come sono cambiati negli ultimi anni i servizi televisivi, sempre più rapidi e sintetici. Nel mondo delle *fake news* l'informazione televisiva resta più attendibile del web, ma il fenomeno non può essere ignorato, a maggior ragione da chi fa il giornalista. Sui social posso postare quello che sta andando in onda in tv e raccogliere in diretta i commenti, posso avere quindi un'interazione concreta e in tempo reale con il mio pubblico e un feedback. Si tratta di un numero reale di persone che interagiscono, un numero che può essere "venduto" a chi acquista gli spazi pubblicitari. Attraverso i social

un giornalista si scontra ogni giorno con potenziali notizie, che vanno trattate con estrema cautela, ragion per cui non possiamo pensare al web come a uno strumento alternativo all'informazione tradizionale, ma dobbiamo tendere all'integrazione. La prima differenza è che l'informazione via web non è verticale ma orizzontale, per cui non è sempre facile risalire a chi ha scritto una notizia e sapere con certezza se le fonti sono state verificate. E poi mentre sulla carta stampata e in televisione l'informazione è mediata e viene subito con la possibilità di replicare solo in un secondo momento, nel web il pubblico può parlare con noi in diretta. È per questo che il giornalismo, in tutte le sue forme, non può fare a meno del web, deve starci dentro. Detto questo, credo che la carta stampata sia arrivata al capolinea e che soltanto i grandi quotidiani possano ormai avere un futuro perché dediti all'approfondimento, mentre la televisione continua a rappresentare un mezzo penetrante per fare opinione. Se le web-tv sono ormai superate, il futuro sta nel saper proporre contenuti integrando televisione e web e governando quel flusso di consensi e di attenzione che ne deriva.

### **L'emittente ha all'attivo collaborazioni con organizzazioni, associazioni o altre imprese culturali del territorio?**

Abbiamo diverse collaborazioni in questo senso. Ad esempio, mandiamo in onda un programma di carattere sociale, *Help*, curato dall'associazione Mentoring che si occupa di contrastare l'abbandono scolastico; questa collaborazione ci fornisce una produzione e al tempo stesso dà visibilità all'associazione. Forniamo spazi di comunicazione anche a diversi ordini professionali, in particolare a quello dei medici, che in questo modo pubblicizzano le loro iniziative. Si tratta quindi di "vendere" spazi in maniera diversa da quella pubblicitaria, perché vengono comunque riempiti di contenuti e informazioni di qualità. Siamo un'emittente dall'anima commerciale, ma con finalità di servizio, che non si offre a qualsiasi forma di comunicazione ma che guarda sempre al legame con il territorio e coltiva questo legame offrendo spazi di utilità sociale.

### **Quanto spazio viene dato agli eventi culturali di Salerno e provincia?**

Gli spazi offerti sono tanti e vorremmo fossero ancora di più. Quest'anno ad esempio stiamo immaginando di coprire con attenzione il Festival Salerno Letteratura, ma in generale siamo molto attenti al cartellone lirico del Teatro Verdi, a Linea d'ombra, ma anche a eventi culturali fuori dalla città come il Ravello Festival e il Festival di Giffoni. Il problema, a mio avviso, è che non c'è una forte intesa tra noi che facciamo informazione e gli organizzatori degli eventi. La cultura dovrebbe utilizzare i mezzi di informazione per proporsi a tutti, non sempre e solo alla stessa ristretta cerchia di fruitori. Di eventi di un certo spessore ce ne sono tanti, ma bisognerebbe investire su un piano di comunicazione pensato e costruito con gli organi di informazione per rendere gli eventi "televisivi". I comunicati stampa che inondano le redazioni non servono a nessuno e non hanno un

impatto tangibile sul pubblico. In questo senso, aprire un canale di comunicazione serio con chi fa informazione potrebbe aiutare a divulgare la cultura ben oltre quella solita fetta di pubblico affezionato. Ci vorrebbe da parte di chi organizza una maggiore fiducia nei nostri confronti, mentre noi, da parte nostra, dovremmo avere più coraggio di offrire alla gente contenuti diversi; non possiamo pensare che parlare di Salernitana sia più semplice ed efficace in termini di pubblico raggiunto. In una città come questa dove le cose belle si fanno, un collegamento forte tra cultura e organi di informazione è l'unico modo per uscire dalla nicchia e divulgare al grande pubblico.

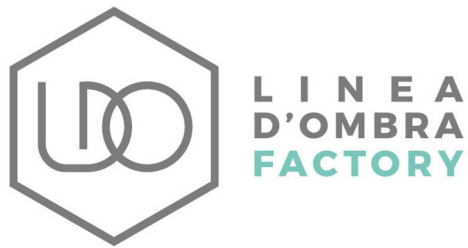
### **Qual è invece il rapporto con le istituzioni?**

È un rapporto da sempre scontato, ma dal mio punto di vista poco produttivo e complicato nel nostro territorio, perché spesso le istituzioni si aspettano di trovare negli organi di informazione una sponda. Le istituzioni rappresentano delle fonti importanti di notizie, ma non sono nostri interlocutori stabili. Cosa ben diversa invece è la comunicazione istituzionale, che è importante fare e facciamo, dando molto spazio anche alle attività e alle iniziative degli assessorati.

### **Quali opportunità occupazionali offrite ai giovani tra i 18 e i 35 anni?**

Va premesso che l'intero mondo radiotelevisivo italiano vive da sette-otto anni una profonda crisi, con un calo del fatturato pubblicitario, in media, del 70%. Il digitale terrestre, soprattutto per le emittenti locali, si è rivelato un boomerang, con la difficoltà di mantenere anche un solo canale e frequenze che variano continuamente. La crisi ha determinato purtroppo forti riduzioni agli organici e ricorsi alla cassa integrazione anche qui da noi, dove l'età media attualmente è superiore ai 40 anni. Per quanto riguarda i giovani, fino a qualche anno fa abbiamo offerto ciclicamente stage grazie a convenzioni con l'Università e nell'ambito dei progetti Leonardo ed Erasmus, per cui abbiamo avuto davvero molti ragazzi, sia italiani sia stranieri, che si sono occupati di scrivere servizi, girarli, montarli. Speriamo di poter riprendere molto presto questo percorso, per intercettare giovani dalle nuove professionalità. Sono fermamente convinto che un giovane appassionato possa dare a questo mestiere molto di più di un giornalista o un operatore consolidati, perché i giovani sono più veloci, dinamici, parlano questo nuovo linguaggio e quindi hanno molta più capacità di intercettare le notizie. C'è bisogno di un intervento serio da parte del governo con incentivi e sgravi fiscali per le nuove assunzioni, anche per combattere il precariato e il lavoro sommerso che sempre di più purtroppo caratterizzano questo mondo, altrimenti il settore radiotelevisivo rischia di affondare ulteriormente.

### **Di quali tipologie di talenti creativi avreste bisogno?**



Di ragazzi che sappiano parlare quel linguaggio unico e per così dire “multimediale” di cui parlavo prima, cioè un linguaggio comune a televisione, web, social. Ormai un giornalista può uscire di casa, fare un servizio e montarlo anche da solo; tranne casi di trasmissioni o produzioni particolari, non c’è più quella netta distinzione di una volta tra personale tecnico e giornalistico, e le professioni si sono fuse. Un giovane laureato di oggi sa già fare tutto questo, perché ormai i mezzi tecnici sono alla portata di tutti. Quelle che servono a questo settore sono quindi persone che sappiano comprendere i nuovi linguaggi, fare informazione ed essere comunicatrici complete.

Intervista #07

**Antonia Grimaldi, dal 2005 vicedirettore di Giffoni Film Festival**

### **Cosa ha trasformato nel tempo il Giffoni Film Festival da manifestazione a esperienza?**

La scelta di mutare, nel 2009, il nome del Festival in Giffoni Experience, è nata principalmente da due riflessioni. Innanzitutto ci siamo resi conto che il Festival non era più semplicemente un concorso cinematografico e un momento di confronto con registi e attori e che il programma nel tempo si era arricchito e diversificato attraverso incontri con altre tipologie di artisti, ma anche con esponenti della politica. L'altro aspetto è poi la grande restituzione da parte dei giovani che ci scrivono sui social, permettendoci così di avere un riscontro immediato sull'esperienza vissuta. Al di là infatti della possibilità di fruire dei film in quanto oggetti culturali, ciò che i ragazzi amano di più è la possibilità di confrontarsi con i loro coetanei di tutto il mondo; basti pensare che già nel 2009 vi partecipavano circa quaranta nazioni. Consapevoli quindi del fatto che l'esperienza dei ragazzi a Giffoni è un evento unico, abbiamo deciso di metterla al primo posto, anche nel nome. Questa esperienza si sviluppa non soltanto nei tempi del Festival, basti pensare ai *movie days* nelle scuole campane e non solo o agli eventi organizzati all'estero con la collaborazione di altri enti culturali.

### **Come si è costruito nel tempo il rapporto con le istituzioni?**

Da sempre il fondatore e direttore del Festival, Claudio Gubitosi, si è speso per ottenere la maggiore attenzione istituzionale possibile. Sin dagli anni Settanta in cui ero giurata, e poi negli anni Ottanta da volontaria, ho riconosciuto la sua caparbia nell'invitare i politici di ogni colore, consapevole che soltanto mostrando cosa accadeva a Giffoni si poteva innescare un interesse. Col tempo quindi si è costruito e consolidato un rapporto, a livello sia regionale sia statale, che ha dovuto superare l'infondato pregiudizio iniziale di una presunta appartenenza del Festival a una corrente politica del Paese. Lo sforzo è stato quello di dimostrare cosa si stava costruendo: uno spazio aperto ai ragazzi, che offre una molteplicità di prodotti tra cui scegliere e dove si affrontano da sempre temi in altri contesti considerati tabù, dalla violenza sessuale alla differenze religiose, passando per i difficili rapporti dei giovani con gli adulti. In questo modo si è ottenuto nel tempo l'appoggio di amministrazioni completamente diverse tra loro, a livello finanziario e fattivo, si pensi ad esempio alla collaborazione che ci ha visto impegnati per lungo tempo insieme all'Assessorato all'agricoltura della Regione Campania nel promuovere tra i giovani la corretta alimentazione e il consumo dei prodotti campani. Non va trascurato poi l'aspetto che forse è il più semplice e immediato: il Festival permette ai politici di incontrare gli elettori di domani, provenienti da tutta Italia, e questo può essere considerato un ulteriore motivo di interesse da parte della politica. Alla base di tutto resta fondamentale la

22

capacità di proporre progetti validi, certificati e facilmente valutabili; negli ultimi anni nell'attingere ai fondi europei abbiamo superato i controlli e riportato ottimi punteggi nella valutazione, a riprova della nostra capacità di lavorare in maniera efficace ed efficiente.

### **Quali sono le tipologie di partnership attivate dal Festival e quale valore aggiunto apportano alla manifestazione?**

Attivare delle partnership è un modo per creare una rete di relazioni sul territorio, locale e nazionale, che ci permettono di arricchire il nostro programma; pensiamo, solo per fare un esempio, al valore sociale delle collaborazioni con Amnesty International e Telefono Azzurro. Tutto ciò che facciamo rientra nell'obiettivo di offrire ai bambini (dai tre anni in poi) e ai ragazzi dei contenuti culturali che permettano loro di scoprire come vivono gli altri bambini e ragazzi del mondo. Diverse poi sono le collaborazioni con associazioni culturali; ospitiamo ad esempio mostre di artisti locali e non solo, così che chi frequenta Giffoni Experience possa vivere esperienze diverse. È una forma di scambio che innesca un circolo virtuoso, in cui i nostri partner accrescono la loro visibilità e noi aggiungiamo nuovi contenuti al nostro prodotto.

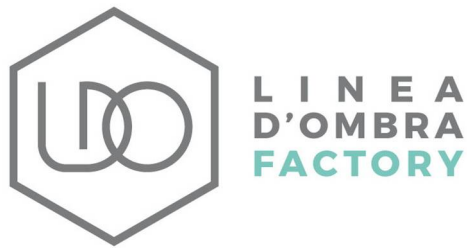
### **Quali sono le opportunità formative e occupazionali che il Festival offre ai giovani?**

Le leggi vigenti non ci permettono di attingere al volontariato come una volta, per questa ragione tutte le persone che collaborano con noi, e si tratta per la maggior parte di giovani, ricevono un contratto di lavoro che varia a seconda della complessità dell'impiego e del tempo. Gli unici "volontari" sono i tirocinanti universitari, nel numero massimo che ci è permesso di tre alla volta, ma che vengono impiegati non solo durante la manifestazione, così che ne accogliamo circa un centinaio all'anno. Proprio in questi ultimi mesi il nostro direttore è stato impegnato in una serie di colloqui per creare una banca dati, fatta non solo di curricula ma anche di volti e voci, da cui attingere per il futuro.

Non bisogna sottovalutare poi l'indotto che il Festival produce sulle attività e i servizi del territorio, che nel periodo specifico della manifestazione hanno maggiore bisogno di personale.

### **Quali sono le competenze e i talenti richiesti ai giovani che vogliono collaborare con il Festival?**

Innanzitutto la conoscenza delle lingue, sia che si operi come giurati, sia che si collabori con l'ufficio stampa o l'ufficio ospitalità. Poi le competenze tecnologiche e nello specifico le competenze che riguardano la produzione di audiovisivi, questo soprattutto per quanto riguarda il reparto di produzione, che durante la manifestazione è impegnato con la registrazione e il montaggio dei moltissimi contenuti per il web che raccontano quotidianamente cosa accade a Giffoni. La nostra ultima scommessa per il futuro è la Multimedia Valley, un progetto che



vuole allargare l'attività del Festival con particolare attenzione proprio alla formazione e alla produzione audiovisiva, per far sì quindi che diventi un luogo in cui poter fruire ma anche produrre contenuti.

### **Qual è invece l'impatto del Festival sui giovani in quanto spettatori?**

Principalmente possiamo individuare effetti a breve e a lungo termine. Nell'immediato, per quello che ci raccontano i genitori e i ragazzi stessi, con l'esperienza del Festival si comincia a capire quanto sia necessario imparare le lingue e in particolare l'inglese per poter comunicare con i coetanei di altri Paesi, incontrati durante la manifestazione. La prima conseguenza pratica consiste quindi in un diverso approccio dei ragazzi allo studio delle lingue ma anche dell'italiano, dal momento che sono liberi di intervenire e formulare delle domande durante i dibattiti. A lungo termine, poi, è evidente come sul territorio il numero di giovani cresciuti con il Festival che decidono di studiare cinema, comunicazione, economia e commercio, sia decisamente cresciuto rispetto al passato, per cui il Festival ha modificato concretamente gli interessi dei ragazzi, se si pensa che annualmente operiamo con circa tremila giovani. Tra questi poi ci sono i casi eclatanti, di ragazzi arrivati timidi e spaesati che durante la manifestazione sono fioriti e si sono a tal punto appassionati che oggi scrivono e fanno i registi in giro per l'Italia e che sono la nostra maggiore soddisfazione.



**Intervista #08**

**Giuseppe Colella, esercente Cinema Vittoria di Napoli, vicedirettore Napoli Film Festival, ideatore Coordinamento festival cinematografici Campania, membro del CLERCC (Comitato per una legge regionale sul cinema in Campania)**

**Quali sono le caratteristiche della programmazione del Cinema Vittoria e qual è l'utenza prevalente?**

Il Cinema Vittoria è un monosala di quartiere, insiste quindi su un pubblico prevalentemente della zona (Vomero-Arenella), e si contraddistingue per due tipologie di programmazione. La prima è quella di essai, attraverso uno storico cineforum che da anni è fissato il lunedì e il martedì e che si articola in tre turni: quello del primo pomeriggio per gli anziani, la programmazione del tardo pomeriggio e preserale per chi torna dal lavoro e il turno serale per i più giovani; tra tesserati e biglietti registriamo circa mille presenze a settimana. Il secondo tipo di programmazione si rivolge a un pubblico più giovane, infatti la sala è esclusivista Disney nella zona. In questo modo alterniamo la proiezione di film impegnati a film d'animazione e cerchiamo di mantenere alta l'attenzione dei diversi target. Per lo stesso motivo, nella stagione estiva, che è tipicamente una bassa stagione per il cinema, viene organizzata una programmazione di recupero di film che non sono passati da noi o che quando sono usciti hanno avuto una scarsa visibilità.

**Che ruolo riveste all'interno del Napoli Film Festival?**

Ne sono vicedirettore e sono coordinatore generale della sezione SchermoNapoli. Il Festival, che quest'anno arriva alla sua diciannovesima edizione, si svolge alla fine del mese di settembre; non ha un tema specifico, ma ha come obiettivo quello di proporre cinema di qualità: lo fa attraverso omaggi ai registi, anche contemporanei, rassegne storiche, proiezioni di film stranieri in lingua originale, incontri serali del pubblico con gli ospiti e dibattiti mattutini con gli studenti. In particolare abbiamo uno stretto rapporto con le scuole e le università, perché la formazione del pubblico resta, a nostro avviso, la cosa più importante. Nella sezione SchermoNapoli poi ci occupiamo di dare visibilità a opere che parlano della Campania con l'intento di valorizzare i giovani registi locali; qui la selezione non è severissima, proprio perché l'obiettivo è dare uno spazio, una vetrina a tutti quei giovani che esprimono talento attraverso i loro prodotti.

**Come è nata l'idea del Coordinamento festival cinematografici Campania e di cosa si occupa?**

L'idea dell'associazione è nata, su mio spunto, dal confronto con altri colleghi del settore e nell'intento di mettere insieme festival anche molto diversi tra loro. Abbiamo impiegato sei mesi solo per redigerne lo statuto, così che fosse più

inclusivo possibile, in grado quindi di tenere insieme festival tematici, generalisti, storici, giovani, insistenti su territori molto diversi tra loro, senza esclusioni ma sempre con l'obiettivo della qualità. Il coordinamento comprende, al momento, prevalentemente festival di Napoli e provincia e, in minor numero, di altre province campane; l'obiettivo è aprire confronti e fare fronte comune, ma anche capire cosa offre il nostro territorio. Proprio per questo ci stiamo occupando anche di realizzare un censimento degli esercizi e delle attività cinematografiche campane.

### **In qualità di professionisti del settore, cosa avete ottenuto attraverso il CLERCC (Comitato per una legge regionale sul cinema in Campania)?**

L'idea del comitato è nata spontaneamente, un po' come l'esperienza del coordinamento dei festival campani, ed è stata il frutto di un'esigenza, fortemente sentita dai professionisti e dagli operatori del settore, di avere una legge e dei finanziamenti che ci tutelassero; basti pensare che la Regione Campania non eroga finanziamenti all'audiovisivo dal 2008. Il comitato è nato quindi per segnalare un'emergenza e sollecitare la Regione a disciplinare gli interventi per il settore con regole chiare. I lavori sono andati avanti per mesi e hanno visto diverse proposte e discussioni con la Regione fino alla pubblicazione della legge nell'ottobre del 2016<sup>3</sup>, con la quale si prevede uno stanziamento annuo di 5 milioni di euro per gli anni 2017 e 2018, mentre nel 2016 sono stati stanziati 500.000 euro. Allo stesso tempo la Regione ha indetto anche un altro bando, riservato però alla produzione, che prevede lo stanziamento di fondi europei. Ottenuta la legge, di cui però non sono stati ancora promulgati i decreti attuativi, i componenti del CLERCC hanno deciso di trasformare il comitato in un'associazione denominata CLARCC (Coordinamento lavoratori regione Campania cinema e audiovisivi), aperta a tutti gli operatori del settore, che vuole rappresentarne le istanze presso la Regione e gli altri enti, per creare opportunità e dibattiti e crescere insieme.

### **Qual è invece il rapporto degli esercenti con le istituzioni?**

Prima dell'approvazione della recente legge gli esercenti erano l'unica categoria del settore cinema davvero tutelata, anche grazie al ruolo svolto dall'AGIS (Associazione generale italiana dello spettacolo) come associazione di categoria, da una legge regionale che stanziava fondi sia in base alle attività e alle proiezioni d'essai realizzate sia per il solo fatto di tenere aperte le sale. Dal 2014, poi, sono iniziati i contributi per la digitalizzazione delle sale; per la produzione, invece, e men che meno per i festival, non vi erano fondi stanziati; i festival in particolare dovevano intercettare fondi europei o accedere a bandi vari senza però avere un diretto canale istituzionale. La legge attuale ha quindi colmato un vuoto e inglobato anche gli interventi a favore degli esercenti.

<sup>3</sup> Regione Campania, l.r. 17 ottobre 2016, n. 30 "Cinema Campania. Norme per il sostegno, la produzione, la valorizzazione e la fruizione della cultura cinematografica ed audiovisiva".

## **Quali sono le reali opportunità occupazionali per i giovani campani nel mondo del cinema? Quali competenze sono richieste?**

La cosa importante è saper cogliere le opportunità, perché ci sono, con grande spirito di sacrificio. Il mondo del cinema è cambiato e sta cambiando, quindi solo le idee e i prodotti nuovi, che sanno fare la differenza, vanno avanti. Il vero lavoro del cinema ce l'hanno in mano i distributori che fissano i prezzi e influenzano il mercato, mentre l'esercizio sta morendo per via dell'offerta cinematografica proposta da televisione e digitale e di un'affluenza sempre minore, anche con il cinema a 2 euro. Chi quindi voglia farsi imprenditore di se stesso deve puntare o ad aprire una sala in zone non servite o a differenziare l'offerta. Da parte sua il mondo dei festival non offre molte opportunità occupazionali, se si pensa che la maggior parte sono autofinanziati, mentre, forse, le maggiori possibilità investono gli aspetti tecnici e la produzione. Per quanto riguarda poi le competenze, personalmente sono molto più per la pratica che per la teoria; le conoscenze di base sono importanti, ma non sono tutto, la cosa principale è lavorare sul campo. Oggi le cose sono più semplici; durante i festival mi è capitato spesso di sentire registi rivolgersi ai giovani sottolineando la loro fortuna grazie al digitale. Un tempo bisognava acquistare la pellicola, che poteva essere anche molto costosa, mentre oggi praticamente tutti hanno la possibilità di girare i loro prodotti e di farsi vedere, basti pensare al fenomeno youtubers; nonostante si tratti di un linguaggio diverso da quello cinematografico, rappresenta comunque un primo banco di prova importante che permette ai ragazzi di esprimersi. Per quanto riguarda il nostro contesto, se prima bisognava andare necessariamente a Roma, negli ultimi anni Napoli e la Campania stanno vivendo un boom e offrono molte possibilità ai giovani di formarsi, anche se all'inizio ci vuole comunque una dura e lunga gavetta. Spero che le cose migliorino, anche con l'arrivo di questi finanziamenti previsti per legge, così che i giovani possano presentare i loro progetti e avere i fondi per realizzarli.



L I N E A  
D'OMBRA  
FACTORY

Intervista #09

**Marcello Adamo, amministratore delegato Filmare Entertainment srl**

**In quali attività è principalmente impegnata la società di produzione Filmare? Dove vengono svolte?**

Realizziamo documentari, reportage, cortometraggi, film industriali e spot, poco in Campania.

**Avete all'attivo collaborazioni con organizzazioni, associazioni o altre imprese culturali di Salerno e provincia?**

Solo con il Giffoni Film Festival e a fatica.

**Qual è il rapporto con le istituzioni e il grado di ascolto nei confronti della vostra attività?**

Con le istituzioni locali il rapporto è pari a zero.

**Quali opportunità occupazionali offrite ai giovani tra i 18 anni e i 35 anni? Di quali tipologie di talenti creativi avreste bisogno (con quali competenze e formazione)?**

Più che di talenti creativi, a seconda dei progetti, potremmo avere bisogno di personale tecnico preparato e con voglia di lavorare (ad esempio a Salerno non esiste un fonico di presa diretta professionista). Aggiungo che a Salerno e provincia è veramente difficile lavorare in questo settore perché, produttivamente parlando, non esiste una cultura dell'audiovisivo, il massimo cioè che si produce è il filmino da matrimonio.

## Intervista #10

### Staff di Marte Mediateca Arte Eventi di Cava de' Tirreni

#### **Quali sono le principali attività culturali e gli eventi svolti presso il Marte?**

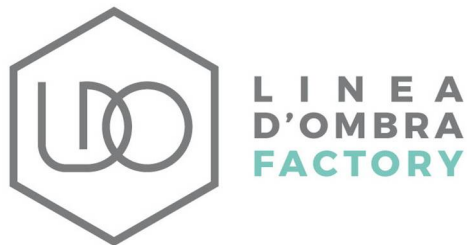
Il Marte è un'azienda che organizza eventi a 360°. Siamo uno spazio espositivo in cui trovano posto artisti di ogni caratura: abbiamo prodotto mostre con grandi nomi della storia dell'arte come Chagall nel 2015, Mirò e i surrealisti nel 2016 e ultimo Picasso, contando in tre anni più di 25.000 presenze, senza trascurare artisti contemporanei giovani e meno giovani come Ernesto Tatafiore, Sergio Fermariello, Pietro Lista. Va segnalata, al riguardo, la nostra presenza nell'*Atlante dell'arte contemporanea a Napoli e in Campania 1966-2016* a cura di Vincenzo Trione ed edito da Electa quest'anno. Ma abbiamo anche una programmazione che va dalle rassegne cinematografiche, con retrospettive sul documentario d'autore e sul cinema italiano, a quelle teatrali, in cui abbiamo ospitato nomi come Enzo Moscato, Gea Martire, Francesco Paolantoni; rassegne musicali che abbracciano la musica jazz con nomi quali Peppe Servillo, Mangalavite, Girotto, J.O. Mazzariello, Caiazza, e il pop d'autore con, tra gli altri, Jack Savoretti, Jack Jaselli, S.J. Morris, Luca Barbarossa e Mario Venuti. A queste attività si aggiungono i meeting aziendali e i convegni, le feste e i ricevimenti privati, nonché le fiere che ospitiamo, come il Cavacon, Divino Natale e Pianeta Sposi, nelle quali si registra una forte affluenza di pubblico. A tutto questo si aggiunge il Marte Caffè, sito al piano terra della struttura, che ospita rassegne di musica dal vivo e dj set tutti i fine settimana da settembre ad aprile. Non va dimenticato che il Marte svolge il ruolo di Mediateca comunale e che grazie a un protocollo d'intesa con la Biblioteca di Cava è possibile ordinare e consultare i libri del fondo bibliotecario anche qui da noi, rivolgendosi al bookshop che fa da front office per informazioni sulle nostre attività nonché sul territorio cavese.

#### **Qual è la tipologia di utenza principalmente coinvolta?**

Le persone che visitano il Marte sono estremamente eterogenee e il bacino di utenza si estende a tutta la regione.

#### **Sono attive collaborazioni con organizzazioni, associazioni e imprese culturali del territorio?**

I rapporti con le realtà associative sono molto buoni, continui e duraturi e arricchiscono quotidianamente le attività svolte in struttura. Si pensi ad esempio all'area kids, che trova espressione nei laboratori didattici, nel teatro, nelle attività motorie per bambini, o ai corsi di danza, di teatro e di arteterapia per adulti, resi possibili grazie a una serie di partnership con le associazioni del territorio, con particolare interesse verso quelle del cosiddetto terzo settore, che amplia ancora di più l'utenza del Marte all'insegna dell'inclusione.



### **Qual è il rapporto con le istituzioni e il grado di ascolto nei confronti del Marte?**

Anche qui non possiamo che vantare ottimi rapporti con il Comune di Cava de' Tirreni, con cui lavoriamo fianco a fianco nella promozione del territorio, aggiornandoci reciprocamente sulle varie attività, con la Provincia di Salerno, la Sovrintendenza e il MIBACT, grazie ai quali abbiamo ricevuto in prestito bellissime opere dai Musei provinciali per la mostra su Picasso.

### **Quali opportunità occupazionali offrite ai giovani tra i 18 e i 35 anni?**

Sono attive convenzioni e protocolli d'intesa con l'Università degli studi di Salerno e con vari istituti scolastici del territorio, che portano tirocinanti e studenti, con la formula dell'Alternanza scuola-lavoro, a misurarsi con la complessità di un'attività che va dalla pianificazione alla gestione di un evento.

### **Di quali tipologie di talenti avete bisogno, con quali competenze e formazione?**

Il Marte, come già detto, è un'azienda che si occupa della gestione e della produzione di servizi al pubblico, dove il pubblico varia da evento a evento, per numero e tipologia. I profili professionali richiesti vanno dal receptionist, al *room maids*, dal segretario all'assistente di produzione, dall'esperto di comunicazione a quello di economia aziendale. Sono richieste sensibilità e cultura artistiche, curiosità per i linguaggi social e le nuove tecnologie, capacità gestionali e di lavoro in team.

**Intervista #11**

**Maria Benevento, responsabile della Biblioteca comunale Francesco Morlicchio di Scafati**

**Oltre ai tradizionali servizi, quali attività culturali la biblioteca offre ai suoi utenti?**

Le attività che offriamo sono moltissime. Innanzitutto da circa sette anni organizziamo in biblioteca un corso di scrittura creativa tenuto da un docente di lettere nonché editor di una casa editrice. Nonostante i costi notevoli di cui la biblioteca si fa carico, il corso è offerto in maniera gratuita ai giovani studenti; terminato quello gratuito viene attivato un altro corso aperto questa volta a tutti i cittadini. Dal mio punto di vista la scrittura creativa è un potente antistress, che aiuta a mettere nero su bianco la propria creatività; diversi ragazzi hanno iniziato a scrivere qui e hanno poi coltivato questa passione, avendo anche delle opportunità di esibirsi e presentare i loro lavori. Detto questo, non so dire quante esperienze di questo genere possano poi effettivamente far emergere nuovi talenti e formare scrittori professionisti; vero è che l'importante è seminare, se poi anche solo uno di questi semi germoglia è in ogni caso una conquista. Ospitiamo anche presentazioni di libri, organizziamo diversi corsi di lettura espressiva ad alta voce sempre per i ragazzi e partecipiamo a eventi nazionali come *Libriamoci*, *Nati per leggere* e *Il maggio dei libri*. Da quattro anni promuovo nel mese di maggio il progetto *CreativaMente*, all'interno del quale gli studenti delle scuole medie possono esprimere la loro creatività attraverso storie, poesie, canto, danza, pittura; in questo modo l'intera comunità percepisce lo spirito creativo dei suoi giovani cittadini. Periodicamente organizziamo visioni di film sia per bambini sia per adulti, legati a determinati argomenti; ad esempio, l'anno scorso per la commemorazione della Shoah abbiamo proiettato un bellissimo corto realizzato da un ragazzo di Scafati, vincitore di un prestigioso premio a Parma. Ci occupiamo quindi di organizzare numerosi eventi senza dare per scontati i servizi tradizionali che per una biblioteca locale non sono poi così scontati, dal prestito non solo dei grandi classici della letteratura ma anche delle recenti novità editoriali (dimostrazione per gli utenti che la biblioteca è viva e aggiornata), all'ampio orario di apertura; dalla possibilità di consultare libri a grandi caratteri per ipovedenti, pensati soprattutto per gli anziani, all'emeroteca; dalla sezione bambini alla sezione donne; dal prestito interbibliotecario locale e nazionale alle bibliografie che suggeriscono proposte di lettura sui più vari argomenti.

**Quali sono le ricadute e l'impatto di queste attività sulla comunità?**

La partecipazione da parte della comunità è molto ampia. Va premesso che a Scafati, tranne qualche cartolibreria, non c'è una vera libreria, quindi la biblioteca è l'unico presidio del libro cartaceo a cui attingere per l'informazione e lo studio, per soddisfare una curiosità o emozionarsi attraverso la lettura. Dal mio punto di vista è diventata la piazza culturale della città in cui gli utenti leggono e al tempo

stesso si conoscono, studiano e socializzano, si incontrano e si confrontano. Non saprei misurarne l'impatto, ma credo si tratti dell'unico luogo dove è possibile fare tutto questo. Negli ultimi anni sono nati in città diversi spazi interessanti che ospitano eventi culturali, ma rispetto a questi la biblioteca resta l'unico spazio dotato di un patrimonio di oltre trentamila volumi a disposizione di tutti in maniera completamente gratuita, in un mondo in cui i libri costano sempre di più. La gratuità e l'apertura a tutti rappresentano ciò che distingue la biblioteca e il suo valore aggiunto.

### **La biblioteca ha all'attivo collaborazioni con organizzazioni, associazioni o imprese culturali del territorio?**

A livello locale lavoriamo da sempre in sinergia con le associazioni culturali con cui realizziamo mostre fotografiche e documentarie e altri generi di eventi, sempre attraverso il coinvolgimento delle scuole e dei giovani; si lavora in rete sul territorio per offrire servizi utili ai cittadini e lo si fa in maniera concreta e costante. La biblioteca viene riconosciuta come uno dei servizi indispensabili della città ed è punto di riferimento per il forum dei giovani e le associazioni delle famiglie che spesso si rivolgono a noi per le loro attività. Come biblioteca coltiviamo molte relazioni e ci assicuriamo collaborazioni non solo locali. Ad esempio, con l'associazione Susan G. Komen abbiamo organizzato degli incontri per parlare alle giovani studentesse di prevenzione oncologica. Ogni anno poi, insieme alle scuole medie, partecipiamo al premio nazionale di letteratura per l'infanzia *Gigante Delle Langhe*, con alcuni nostri studenti che fanno parte della giuria dei ragazzi. Ancora, abbiamo attivato una collaborazione con l'Istituto italiano per gli studi filosofici, che ci ha fatto dono anche di diversi volumi; creare queste relazioni permette di andare oltre il singolo ed episodico evento culturale e lascia una traccia concreta in biblioteca attraverso l'ampliamento delle raccolte.

### **Qual è invece il rapporto con le istituzioni?**

Lo scorso gennaio il Comune di Scafati è stato commissariato, ma negli scorsi anni l'amministrazione ha sempre sostenuto economicamente, per quanto possibile, la biblioteca. Ogni anno poi partecipiamo al bando regionale per l'assegnazione di fondi, che arrivano puntualmente. Proprio quest'anno la nostra biblioteca è risultata prima in Campania nella graduatoria dei contributi destinati alle biblioteche delle istituzioni pubbliche locali in base alla programmazione della progettualità annuale e siamo stati premiati con un riconoscimento economico maggiorato. Ma il vero riconoscimento è arrivato lo scorso giugno, quando presso la Biblioteca Nazionale di Napoli è stato promosso un convegno per i trent'anni del Servizio bibliotecario nazionale e sono stata invitata a intervenire come esempio di buona pratica sul territorio campano.



## **Quali sono le opportunità che la biblioteca offre ai giovani in termini formativi e occupazionali?**

Credo di poterne individuare essenzialmente tre. Innanzitutto il Comune sta attivando già da diversi anni il servizio civile, che ci permette di avere giovani che ci supportano a livello lavorativo, a cui si aggiungono poi i numerosi tirocinanti che arrivano dalle università e non solo da Salerno; credo che la presenza di giovani collaboratori riesca a fungere da calamita per attrarre altri giovani in biblioteca. In seconda battuta da un paio di anni, abbiamo adottato un orario continuato dalle 9 alle 18 dal lunedì al venerdì, solitamente tipico delle biblioteche accademiche e praticamente unico tra le biblioteche della zona; questo permette ai molti studenti universitari che affollano le nostre sale e che provengono anche dai comuni vicini di studiare per molte ore consecutive in biblioteca. Il terzo aspetto riguarda gli eventi e le attività culturali di cui ho parlato con particolare attenzione proprio ai giovani. Il primo approccio che si ha con la lettura è da bambini, perché è allora che ci si innamora dei libri, è relativamente semplice quindi fidelizzare i più piccoli. I problemi iniziano invece con la frequentazione della scuola, che purtroppo molto spesso li confonde e li disabituata alla lettura, che viene vissuta come un'imposizione e un compito per casa, unita poi agli inutili, a mio avviso, temi e riassunti sull'argomento; questo tipo di lettura è cosa ben diversa dal piacere di leggere. Il momento però più delicato è quello dell'adolescenza, in cui i ragazzi hanno moltissimi stimoli e distrazioni provenienti innanzitutto dalle nuove tecnologie; è per questo che il mio obiettivo è stato sin dall'inizio quello di capire cosa potevo fare per loro. Da qui sono nati i corsi di scrittura creativa e di lettura espressiva, per far capire ai ragazzi che la biblioteca non è un luogo polveroso, ma vi si possono vivere anche momenti ludici. Il risultato è che proprio in questi momenti i ragazzi si esprimono meglio e riescono ad essere molto creativi; da qui anche il progetto *CreativaMente*. Gli studenti universitari poi sono quelli più numerosi: affollano ogni giorno le sale della biblioteca per preparare gli esami, ma girano anche tra gli scaffali e prendono in prestito le ultime novità e i fumetti d'autore. La biblioteca non è più quel luogo silenzioso e ovattato di una volta, ma l'atmosfera che vi si crea dà comunque ai ragazzi l'occasione di concentrarsi moltissimo e al tempo stesso offre loro uno spazio di socializzazione in mancanza di altri spazi. Il nostro obiettivo fondamentale è offrire servizi per tutte queste fasce di età e non solo, e questo è possibile solo se il personale è professionalizzato e ama il suo lavoro senza subirlo; date queste condizioni, la biblioteca può essere davvero in grado di offrire servizi e organizzare attività di reale aiuto alla cittadinanza, dai piccolissimi, che partecipano alle letture animate, agli anziani, che in emeroteca leggono il quotidiano e commentano la notizia del giorno.

**Cosa l'ha portata a fare del giornalismo la sua professione? Ha frequentato dei corsi di studio o formazione specifici?**

La mia passione per il giornalismo, al di là del piacere di scrivere, è nata principalmente dalla convinzione che esercitare questa attività potesse essere una modalità di azione e di attività politica, dove per azione politica intendo agire in maniera attiva in un contesto sociale, offrendo un servizio alla comunità territoriale in cui si opera. Oggi è difficile ritrovare nei giovani questa stessa volontà, ma quando io ho iniziato a fare il giornalista, ormai trent'anni fa, in un contesto di partiti consolidati e stabili, l'impegno politico e pubblico era importante e fortemente sentito dai giovani, consapevoli di essere individui sociali e di dover agire in qualche modo. Io mi sono laureato in filosofia con una tesi in teoria politica, a rimarcare questo mio impegno, e ho poi intrapreso il percorso allora classico per chi volesse fare il giornalista: tanta gavetta, moltissime esperienze lavorative in diverse redazioni e l'iscrizione all'Ordine dei giornalisti professionisti; sono diventato caporedattore de il Mattino di Salerno una prima volta nel 2002, per un periodo mi sono occupato di cronaca per il Mattino di Napoli per poi tornare nella redazione salernitana. Posso dire che il mio percorso è stato fin da subito legato alla pratica del lavoro giornalistico e le redazioni sono state le mie vere scuole di formazione professionale, unitamente a una curiosità di base, che mi ha portato ad aggiornarmi e ad arricchire continuamente la mia formazione.

**Quale formazione ritiene necessaria per i giovani che vogliono diventare giornalisti?**

I percorsi universitari più o meno specifici sono importantissimi perché permettono di acquisire le tecniche del mestiere, ma per rispondere alla necessità di conoscenza tipica del giornalismo, data la complessità del mondo contemporaneo, sono fondamentali una curiosità costante e la capacità di essere sempre attivi e vigili, oltre che in continuo aggiornamento. Un ulteriore fattore di complessità è dato poi dalla tendenza all'integrazione tra comunicazione e informazione, con un'informazione giornalistica sempre più fagocitata, tendenza che personalmente vivo come una battaglia continua, sostenendo la necessità di tenere i due campi ben separati. Le fonti di una volta davano informazioni che arrivavano al grande pubblico attraverso la mediazione conoscitiva di giornali, radio e televisione; oggi invece non si limitano a dare informazioni ai media tradizionali ma ne diventano esse stesse veicolo e questo, che sembrerebbe dare maggiori opportunità anche ai giornalisti, in realtà è una grande trappola in cui si rischia di cadere e in cui si perdono tutta la bellezza e la purezza di questo mestiere. Se quindi resta fondamentale una formazione di base

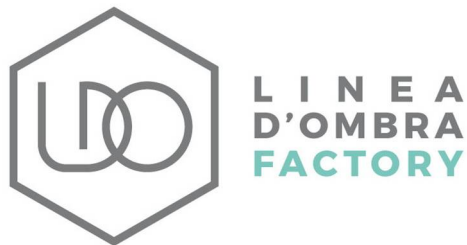
unita a motivazione e passione forti e fondate, è necessaria la curiosità, che significa sottrarre del tempo ai social e al web per leggere un buon libro cartaceo, e mi riferisco alla grande letteratura dell'Ottocento e del Novecento, o per vedere film che hanno fatto la storia del cinema, da Visconti ad Antonioni, solo per limitarci alla produzione italiana, con un approccio che è quello del divertimento, ma intelligente. Alimentare questa curiosità è difficile in una società globalizzata ma che non sedimenta memoria e credo che, al di là dell'impegno che dovrebbe investire in maniera diretta i giornalisti nello sforzarsi di migliorare il modo di fare informazione, un problema strutturale risieda nel sistema della formazione, in particolare scolastica. La scuola di oggi ha due anime, tra cui è costantemente sospesa: da una parte resta il luogo in cui si accendono passioni e desideri di conoscenza, dall'altra è diventata un grande progettificio, per il dilagare di un approccio aziendalistico alle cose, in cui la prestazione diventa più importante dei contenuti.

### **Quali sono le reali opportunità occupazionali per i giovani nel mondo del giornalismo, in particolare in Campania e nella provincia di Salerno?**

Il settore dell'informazione vive una profonda crisi, soprattutto al sud, con un mercato del lavoro che praticamente non esiste più. Fare il giornalista significa, a maggior ragione oggi, studiare, specializzarsi, acquisire quelle competenze tecniche indispensabili per il mestiere e metterle in pratica spinti da passione e curiosità ma, una volta educati e formati la propria creatività e il proprio talento, bisogna diventare imprenditori di se stessi, il che significa scegliersi un contesto aperto, dove la propria genialità possa intercettare una domanda reale di informazione. Questo a mio avviso è possibile in Italia soltanto da Roma in su, ma a maggior ragione in Europa; qui al sud ci sono molti giovani appassionati che provano a fare del buon giornalismo, ma è un contesto in cui non esiste praticamente mercato, solo sopravvivenza. Non è un ambiente che favorisce la messa in competizione delle creatività e delle genialità dei giovani, non esistono strategie di comunicazione ma solo giornali contenitori di notizie.

### **Quali opportunità occupazionali il Mattino di Salerno offre ai giovani?**

In passato abbiamo attivato delle forme di stage, ma poi c'è stato un raffreddamento generale per questa pratica da parte dell'Ordine dei giornalisti e del sindacato nazionale, che hanno preferito ridurre il ricorso come forma di tutela; gli stage sono e restano delle attività meramente formative e di studio, ma il rischio era che si tramutassero in vere e proprie situazioni lavorative anomale. Per il resto, e questo vale per l'intero mondo del giornalismo italiano, non esistono più gli sbocchi lavorativi di una volta, quando fare la gavetta nelle redazioni serviva a formarsi e al tempo stesso permetteva di ritagliarsi a mano a mano un proprio spazio.



**Qual è attualmente l'età media dei vostri redattori?**

Io sto per compiere sessant'anni e sono al momento il più vecchio, mentre il più giovane ne ha quarantadue.

**Di quali tipologie di giovani talenti avreste bisogno?**

Avremmo bisogno semplicemente di un giornalista, di qualcuno che abbia la forza e la capacità di chiudere occhi e orecchie di fronte ai soliti comunicati stampa e alle comunicazioni istituzionali e di raccogliere delle storie da far diventare notizie. La differenza oggi la fa chi è in grado di andare oltre le solite informazioni e di catturare l'inedito, l'elemento di diversità, di guardare in maniera nuova al contesto sociale nel quale il suo lavoro si esplica e di cogliere ciò che non è intercettato dai canali ufficiali della comunicazione. Se potessi, assumerei un giovane che abbia passione, curiosità, motivazione, tutto ciò di cui sopra, che sia in grado di tradurre queste caratteristiche in una nuova modalità di lavoro e che sappia in questo modo offrire un vero servizio alla comunità e al territorio in cui opera.

**Intervista #13**

**Francesco Durante, direttore artistico Salerno Letteratura Festival**

**Quando è nato il Festival Salerno Letteratura e a chi si rivolge?**

Il Festival si tiene ogni anno, dal 2013, negli ultimi giorni di giugno. L'edizione di quest'anno, la quinta, si terrà dal 17 al 25 giugno. Si tratta di un festival generalista, in cui vengono rappresentati tutti i generi letterari. Inoltre, abbiamo programmi personalizzati per adulti, ragazzi e bambini, quindi ci rivolgiamo davvero a tutti. Durante la manifestazione, la cultura invade Salerno con eventi realizzati contemporaneamente in più luoghi della città, soprattutto nel centro storico. Nei numerosi appuntamenti organizzati, circa un centinaio ogni anno, vengono realizzate presentazioni di libri, reading, dibattiti, concerti, piccoli spettacoli teatrali, laboratori, giochi per bambini e ragazzi, mostre, insomma una serie piuttosto ampia e variegata di iniziative per tutte le tipologie di pubblico.

**Quali sono le partnership attivate dal Festival sul territorio?**

Una delle collaborazioni più radicate è senz'altro quella con l'Università di Salerno; poi ci sono quelle con le molte associazioni e realtà culturali del territorio, come il Festival Linea d'ombra, la Fondazione Alfonso Gatto, l'associazione di volontariato Duna di Sale, Napoli Teatro Festival e tanti altri. Questi rapporti non meramente formali ma di collaborazione fattiva ci permettono di realizzare un proficuo scambio di idee e progetti comuni, di autori, presentatori, presenze. Poi abbiamo per nostra fortuna un numero consistente di sponsor privati, che ci aiutano molto sul piano economico, anche perché si tratta di mettere in campo un'iniziativa che ha molti costi.

**Qual è invece il rapporto con le istituzioni?**

Sin dalla prima edizione il Festival ha consolidato un ottimo rapporto con il Comune di Salerno che per le prime quattro edizioni, praticamente fino allo scorso anno, è stato l'unico erogatore di fondi pubblici; da quest'anno avremo il sostegno anche della Regione Campania.

**Quali sono le opportunità formative e occupazionali che il Festival offre ai giovani?**

Innanzitutto abbiamo stipulato una convenzione con gli istituti superiori di Salerno e provincia grazie alla quale organizziamo ogni anno una *summer school* di una settimana, che impegna i ragazzi per quattro ore ogni mattina. Abbiamo così circa duecento studenti tra la seconda e la quarta liceo che prendono parte a varie attività come lezioni, laboratori e visite guidate. L'anno scorso, ad esempio, hanno visitato il Museo archeologico di Pontecagnano. Gli obiettivi fondamentali della *summer school* sono due: da un lato favorire la riscoperta, da parte dei ragazzi, del loro territorio, dall'altro attivare le competenze che hanno a che fare con il loro curriculum scolastico ma in modo diverso da come verrebbe fatto a

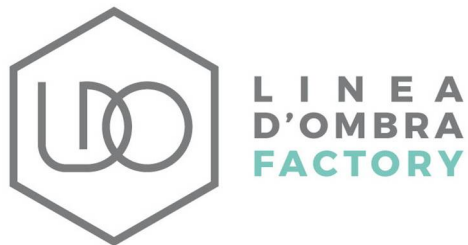
scuola. L'idea non è quella di farli studiare, ma di far capire loro quanto può essere bello leggere e più in generale coltivare degli interessi culturali. È per questo che offriamo ogni anno un programma molto vario, dal corso di musica rock alla creazione di un giornale. E poi, sempre sul versante giovani, un ruolo fondamentale lo svolgono i volontari; sono moltissimi i ragazzi dai 16 anni in poi che ogni anno entrano a far parte dello staff del Festival e sono facilmente riconoscibili in città dalle t-shirt che indossano. Si occupano di moltissime attività, ad esempio della gestione degli info point, dell'allestimento dei luoghi in cui vengono realizzati gli eventi e della verifica che tutto funzioni, dell'accoglienza agli autori che arrivano da ogni parte d'Italia e d'Europa e che vanno accompagnati in hotel e condotti al luogo dell'evento. Credo sia un'esperienza molto utile per i ragazzi, sia sul piano pratico sia su quello formativo, perché aiuta a capire come si organizza una macchina così complessa. La cultura è un settore in espansione nel nostro Paese, in cui, finalmente, sembra essere chiaro che non si può improvvisare, quindi tutto deve essere realizzato con la massima professionalità e competenza.

### **A questo proposito viene svolta un'apposita selezione dei volontari?**

Ogni anno ci rivolgiamo agli studenti delle scuole e chiediamo a chi fosse interessato di entrare a far parte dello staff dei volontari, ma in ogni caso chiunque può presentare domanda: l'importante è avere buono spirito di iniziativa e tanta voglia di fare e di imparare; poi naturalmente coloro che hanno la responsabilità degli eventi e che devono assicurarsi che tutto proceda nel migliore dei modi sono solitamente volontari con maggiore età ed esperienza.

### **I giovani rappresentano, quindi, una parte attiva nell'organizzazione del Festival. Vi partecipano in maniera altrettanto attiva e numerosa anche da spettatori?**

Questo è un punto molto delicato. Purtroppo nel mondo della lettura i giovani non rappresentano certo la maggioranza, anzi. Bisogna impegnarsi per avvicinarli, e proprio per questo cerchiamo di offrire programmi personalizzati per i bambini e per i ragazzi, così da attirarli verso il Festival, selezionando i libri, gli autori e i temi di interesse per loro. Ma questo non è l'unico modo con il quale mostriamo il nostro interesse verso le fasce giovanili; fin dalla nascita del Festival nel 2013, infatti, abbiamo istituito il premio *Salerno Libro d'Europa*, un premio internazionale di letteratura con il quale segnaliamo e promuoviamo ogni anno scrittori europei che abbiano meno di quarant'anni. Una giuria tecnica, insieme al Circolo dei lettori, promosso sempre dal Festival, seleziona, tra le novità più interessanti dell'anno, tre opere di scrittori provenienti da tre diversi Paesi europei che sono state anche tradotte e pubblicate in Italia. I tre scrittori prendono parte al Festival e una giuria popolare di circa duecento persone designa poi il supervincitore del premio.



**Crede che frequentare appuntamenti come questo possa rappresentare anche un'opportunità per quei giovani che sentono di avere talento per la scrittura?**

Chi voglia scrivere non può esimersi dal leggere e dal leggere tanto; non tutti quelli che hanno una storia da raccontare diventano scrittori; la cosa importante è scrivere bene e affinare le proprie qualità leggendo. Detto questo, può essere molto utile, per chi voglia approcciarsi a questo mondo, frequentare occasioni come il Festival, anche perché, oltre a rappresentare un'opportunità per incontrare scrittori affermati, ascoltarne i consigli e le esperienze e apprendere i trucchi del mestiere, per i vari appuntamenti arrivano anche editori e agenti letterari, e quindi possono crearsi delle importanti reti di relazioni.

#### Intervista #14

**Stefania Leone, docente presso il Dipartimento di scienze politiche, sociali e della comunicazione dell'Università di Salerno, responsabile scientifico e coordinatore dell'Osservatorio comunicazione, partecipazione e culture giovanili**

#### **Quale formazione e quali competenze acquisiscono i giovani laureati in Scienze della comunicazione?**

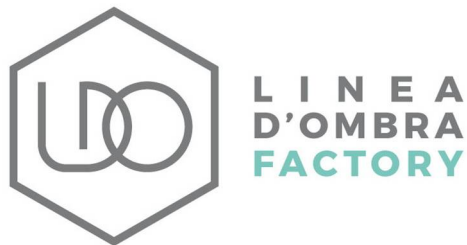
I corsi di laurea in Scienze della comunicazione aprono a uno scenario articolato nel campo mediale. Uno degli ambiti è senz'altro la scrittura, che concerne sia la formazione delle professionalità legate al mondo dell'informazione tradizionale come il giornalismo sia i nuovi media e i social media; se quando è nata la facoltà, vent'anni fa, il percorso dedicato ai mass media era considerato innovativo, oggi invece non si può prescindere dal digitale. Per quanto riguarda gli audiovisivi, ci sono diversi curricula dedicati a tutto ciò che si può considerare espressione mediale e creativa: dal cinema alla pubblicità, senza dimenticare anche qui l'importanza delle nuove tecnologie. Scrittura e audiovisivi sono quindi centrali, ma Scienze della comunicazione non è solo questo; è un forte ibrido che tiene insieme competenze linguistiche, semiotiche, analitiche, tecnologiche, grafiche, la cui specificità dipende dai propri obiettivi. Principalmente possiamo individuare due filoni di interesse, uno legato alla produzione di prodotti comunicativi culturali e che quindi trova terreno fertile nelle imprese culturali no profit, e un altro in cui si sviluppano competenze imprenditoriali e di marketing rivolte a imprese profit, per realizzare prodotti comunicativi che intercettino comportamenti di acquisto.

#### **Il dipartimento ha all'attivo partnership e collaborazioni con associazioni e imprese culturali del territorio?**

La rete delle strutture ospitanti per i tirocini curriculari ed extracurriculari dei nostri studenti è molto ampia. Sono numerose le convenzioni attivate con agenzie di marketing e social media marketing e agenzie pubblicitarie, solo per fare qualche esempio. I tirocini previsti obbligatoriamente da curriculum sono numerosi, mentre l'obbligo, previsto da legge regionale, di un rimborso spese da parte delle strutture fissato a 400 euro mensili disincentiva o comunque riduce il ricorso delle imprese ai tirocinanti post laurea. Abbiamo poi diverse convenzioni, rinnovate con continuità, per progetti che aggregano risorse di imprenditoria culturale come il Giffoni Film Festival e altri festival, che diventano palestra di sperimentazione per i giovani. Non mancano poi collaborazioni con imprese estere, anche se in questi casi lo studente deve avere una certa disponibilità di tempo e denaro per poter svolgere un tirocinio fuori dall'Italia.

#### **Di cosa si occupa l'Osservatorio comunicazione, partecipazione e culture giovanili?**

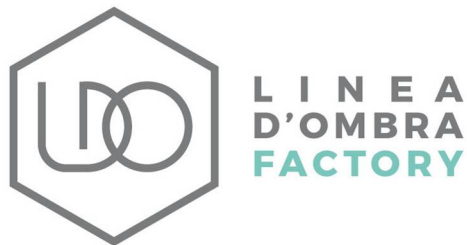




L'Osservatorio è un centro di ricerca per lo studio dei fenomeni giovanili contemporanei, nato nel 2010 presso il Dipartimento di scienze politiche, sociali e della comunicazione, che si occupa sia di ricerca tradizionale teorica che di ricerca-azione, il cui fine è l'osservazione e l'analisi di esperienze. Dalla sua nascita l'osservatorio ha sviluppato diverse attività di ricerca per i giovani, grazie anche al sostegno della Regione, tanto è vero che anche quest'anno è stato riconosciuto come parte costitutiva dell'Osservatorio regionale permanente sulla condizione giovanile dell'UOD Politiche Giovanili della Regione Campania. Grazie al dialogo con la Regione, ma anche con Comuni, associazioni giovanili e privati, l'osservatorio lavora su tutto il territorio campano attraverso i diversi progetti candidati negli anni. Da poco, ad esempio, si è concluso un progetto sulla creatività giovanile a Battipaglia, mentre un altro è in corso ad Eboli, oltre poi ai numerosi workshop e percorsi formativi organizzati con gli enti locali. Proprio di recente siamo stati a Bruxelles con i rappresentanti regionali per presentare, nell'ambito del "Maggio europeo della Campania", un progetto sulla creatività dei giovani tra i 18 e i 35 anni. Il team di lavoro dello stesso osservatorio è costituito da molti giovani, laureandi e neolaureati, per cui, se da una parte studiamo i giovani, dall'altra li coinvolgiamo attivamente, sia come singoli sia come associazioni e forum: offriamo loro la possibilità di svolgere tirocini presso l'osservatorio, ospitiamo il programma Garanzia Giovani e realizziamo bandi per permettere loro di partecipare alle nostre attività. L'osservatorio, attraverso un sistema informativo multicanale integrato, la cui redazione è costituita da giovani, produce e diffonde contenuti informativi per i giovani campani, e non solo per studenti universitari, aggiornandoli su bandi e opportunità lavorative e supportandoli nei percorsi da intraprendere nel mercato del lavoro. Sempre tramite l'osservatorio promuoviamo numerosi contest con i nostri partner; l'ultimo in ordine di tempo, realizzato in collaborazione con l'Ordine dei medici, ha previsto la rielaborazione delle antiche regole di buona salute della Scuola medica salernitana in un linguaggio comunicativo più attuale e in stile pubblicitario. Solo un esempio, per evidenziare come il nostro obiettivo sia quello di cogliere e costruire opportunità e di valorizzare le giovani risorse.

### **Quali sono le prospettive occupazionali per i giovani, in particolare a Salerno e provincia?**

Tra le attività di ricerca dell'osservatorio rientra senz'altro lo studio della situazione lavorativa dei giovani campani, in termini di occupazione e occupabilità. Nella provincia di Salerno, sfortunatamente, il tessuto imprenditoriale non offre molte esperienze di aziende multinazionali o comunque di grandi dimensioni, per cui il mercato è costituito principalmente da piccole e medie imprese. Detto questo, i contesti dove i nostri laureati trovano più facilmente impiego sono principalmente le agenzie di comunicazione, i web media e i media tradizionali, sotto forma di start up, agenzie associative e imprese più consolidate. Il percorso lavorativo non



è dei più semplici, soprattutto date le criticità del mercato attuale; la figura del comunicatore con il tempo ha acquisito un suo riconoscimento, ma le piccole realtà locali faticano a riconoscere il valore aggiunto della comunicazione e a volte preferiscono risparmiare proprio in questo ambito. Il nostro territorio è però ricco di prodotti comunicativi, realizzati nell'ambito delle attività di associazioni culturali, cooperative sociali e altri attori che, se non riescono a garantire una continuità economica nel tempo e si configurano spesso come attività prelaborative, generano comunque un indotto. In alcuni casi poi, più fortunati, queste stesse associazioni riescono a trasformarsi in società, in grado di garantire veri posti di lavoro con uno stipendio fisso e regolare. Sicuramente in generale i dati sull'impiego, in Italia e a Salerno (che vanta la tradizione più lunga del corso di laurea), ci mostrano che una buona percentuale dei laureati trova lavoro, anche se questo accade spesso al nord e all'estero.

**Intervista #15**

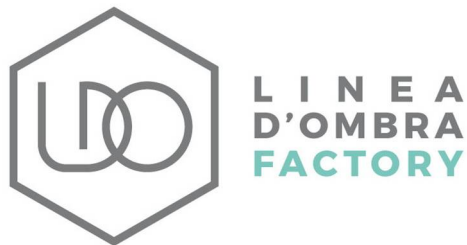
**Michele Murino, direttore artistico Velia Teatro**

**Quali tipologie di attività e di eventi organizza l'associazione? A chi sono rivolti?**

La nostra associazione culturale organizza, sin dal 1998, l'evento VeliaTeatro, una rassegna sull'espressione tragica e comica del teatro antico e filosofico, in esercizio durante il mese di agosto sull'acropoli di Elea-Velia, sito dal valore storico-culturale unico, oggi preservato quale patrimonio mondiale dell'umanità dall'UNESCO e grande attrattore culturale della Regione Campania. L'idea progettuale è stata quella di portare all'interno dei luoghi della classicità, valorizzandone la fruizione, il teatro antico greco-romano e la trasposizione teatrale di testi filosofici. Il singolare format di VeliaTeatro prevede, inoltre, approfondimenti di varia natura, che avvengono attraverso introduzioni curate da docenti provenienti da atenei italiani come, solo per fare qualche esempio, l'Università Federico II di Napoli, l'Università di Salerno, la Normale di Pisa, la Cattolica e la Statale di Milano, l'Università di Trento, l'Accademia d'arte drammatica Silvio D'Amico, ma anche stranieri come Oxford University e University of Chicago. Gli spettatori, a conclusione delle rappresentazioni, diventano protagonisti nei dibattiti. Introduzione, spettacolo e pubblico interagiscono in modo sinergico, e a chi è interessato a un ulteriore approfondimento viene data anche la facoltà di acquistare volumi pubblicati da studiosi e inerenti le tematiche rappresentate. Il format VeliaTeatro ha riscontrato nel tempo il gradimento di un target di pubblico di cultura medio-alta, attento, interessato. Da evidenziare poi il coinvolgimento crescente di giovani sensibili a questa tipologia di offerta culturale. A tal proposito, in diretta collaborazione con la Soprintendenza archeologica della Campania, si è sperimentata con successo l'organizzazione di matinée teatrali diretti ai licei classici e scientifici e ad altri istituti campani durante l'anno scolastico, presentate al Teatro-Auditorium comunale Leo de Berardinis di Vallo della Lucania, con successive visite guidate al Sito di Elea-Velia, iniziativa che ha fortemente contribuito all'incremento del numero di visite, durante il periodo di bassa stagione, al parco archeologico. L'immersione nel mondo dell'antichità e del mito è ampiamente promossa da allestimenti teatrali anche in lingua greco-antica con traduzione simultanea. VeliaTeatro possiamo dire costituisca un unicum nel panorama delle rassegne teatrali in Italia e particolarmente in Campania.

**L'associazione ha all'attivo collaborazioni con organizzazioni culturali, altre associazioni o imprese culturali del territorio?**

Dal punto di vista delle produzioni teatrali, non vi sono collaborazioni con produzioni locali, semplicemente perché non ne esistono sul territorio. Piuttosto, si sono spesso attivate collaborazioni con associazioni che nel Cilento organizzano spostamenti di gruppi per assistere



agli spettacoli, come ad esempio ArcheoTreking, un progetto turistico che interessa l'area del Parco Nazionale del Cilento e Vallo di Diano e che propone la scoperta di itinerari tematici presso i siti archeologici principali e minori presenti nel territorio.

### **Qual è il rapporto con le istituzioni?**

Il Comune di Ascea è particolarmente vicino all'iniziativa, dal momento che gli amministratori comunali toccano con mano, sera dopo sera durante il periodo della rassegna, la qualità del prodotto culturale VeliaTeatro, la grande partecipazione e il forte interesse del pubblico. Forte è stata la presenza negli anni anche della Provincia di Salerno, a differenza invece della Regione Campania che fino a questo momento, nonostante i ripetuti inviti nel corso degli anni, non è stata, a dir la verità, presente. Bene avrebbero fatto gli assessori regionali al turismo o alla cultura a verificare personalmente la validità o meno dell'iniziativa, anche per poterne valutare le effettive potenzialità nella prospettiva di diversificare l'offerta turistica.

### **Quanti giovani talenti sono coinvolti nelle attività dell'associazione? Con quali competenze e formazione?**

VeliaTeatro organizza il proprio cartellone di eventi con produzioni teatrali altamente professionalizzate e provenienti da altre aree del Paese, in particolare dalla Lombardia, dall'Emilia Romagna, dal Lazio e dalla Toscana. Queste produzioni sono impegnate in tipologie teatrali di ricerca e coinvolgono anche giovani talenti, animati da una autentica vocazione per una tipologia di teatro che evidentemente non può assicurare loro né fama né denaro, ma solo un'autentica e formativa palestra per la professione. L'obiettivo di Veliateatro è sempre stato però quello di fondare un scuola di alta formazione teatrale, portando nel Cilento docenti e maestranze degne di tal nome e che ci onorano da anni della loro stima, riconoscendoci un ruolo di eccellenza nella promozione del teatro nel senso pieno della parola. Purtroppo, le esigue risorse di cui disponiamo ci consentono di comporre a fatica il programma delle rappresentazioni, e quindi vengono impegnate esclusivamente per questo. Solo per citare un recente esempio, Antonio Calenda, uno tra i più importanti e prolifici registi del teatro italiano, con cinquanta anni di carriera, così ha detto di noi su La Città di Salerno: "La rassegna di Velia è una testimonianza di altissimo livello; quel festival, che quest'anno giunge alla ventesima edizione, è una dimostrazione di sapienza e intelligenza. Ma c'è bisogno di sussidi e attenzioni culturali più ampie anche per far conoscere l'antica Elea nel mondo".

**Intervista #16**

**Stefania De Simone, direttore libreria Feltrinelli di Salerno**

**Quali libri fanno registrare il maggior numero di vendite? Qual è la tipologia di utenza prevalente?**

Principalmente narrativa, in linea con le classifiche di maggiore vendita dell'azienda a livello nazionale. Non mancano però momenti in cui emergono libri di autori locali, che rappresentano un fenomeno importante e trainante per la libreria. Per quanto riguarda l'utenza, non abbiamo un cliente tipo; si va dalle persone di una certa età ai ragazzi più giovani. Durante la settimana si tratta in prevalenza di adulti, ma la domenica vengono molte famiglie, attratte dai numerosi eventi per bambini che organizziamo. Abbiamo poi una serie di eventi infrasettimanali, ad esempio musicali, frequentati da molti giovani.

**Quali attività ed eventi culturali vengono organizzati dalla libreria? Quali sono le ricadute e l'impatto di queste attività non solo sulle vendite e sulla frequentazione, ma anche sulla vita culturale della città?**

Ogni mese stiliamo un calendario di eventi, per ragazzi e per adulti, dai firmacopie agli incontri con gli autori locali, passando attraverso le presentazioni di autori più noti a livello nazionale. Luglio e agosto sono i mesi in cui il calendario si dirada, perché ci adattiamo al diverso modo in cui la città viene vissuta in estate. Credo che questi eventi abbiano una ricaduta e un impatto positivo sulla città, ma anche sull'intera provincia; Salerno non è una città molto grande e ci raggiungono persone anche da lontano.

**Quale spazio viene dato alle opere degli autori locali, in particolare ai più giovani?**

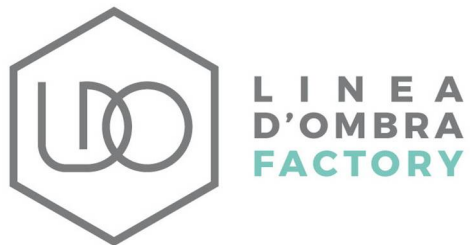
Gli eventi organizzati con gli autori locali sono i migliori; gli scrittori sono spesso clienti e amici della libreria, per cui offriamo i nostri spazi con piacere.

**La libreria ha all'attivo collaborazioni con organizzazioni, festival, associazioni o imprese culturali del territorio?**

Collaboriamo con Salerno Letteratura Festival e partecipiamo attivamente ai vari eventi culturali organizzati in città, ad esempio presenziamo spesso con il nostro banco alle mostre di artisti locali.

**Qual è il rapporto con le istituzioni?**

Abbiamo degli ottimi rapporti con le istituzioni locali con cui collaboriamo spesso e che ci offrono il loro aiuto in momenti di difficoltà.



**Quali opportunità occupazionali offrite ai giovani nella fascia di età compresa tra i 18 e i 35 anni? Di quali tipologie di talenti avreste bisogno (con quali competenze e formazione)?<sup>4</sup>**

---

<sup>4</sup> A quest'ultima domanda l'intervistata non ha ritenuto opportuno rispondere.

❖ **A margine**

• **Editoria e scrittura**

Le interviste somministrate hanno permesso di elaborare una serie di riflessioni sulle attività e le iniziative degli attori culturali locali e sulle opportunità formative e occupazionali dei giovani. In primo luogo, la formazione rappresenta uno degli elementi comuni a tutte le interviste perché, se è generalmente riconosciuto che la creatività è dote innata, è anche vero che il talento va coltivato e alimentato attraverso la formazione e l'acquisizione di conoscenze, abilità e competenze, non soltanto e necessariamente attraverso i canali tradizionali. Un punto di riferimento è rappresentato dal corso di laurea in Scienze della comunicazione, istituito per la prima volta in Italia nel 1996 proprio presso l'Università di Salerno, che include, tra i vari percorsi di studio offerti nel campo mediale, anche scrittura e audiovisivi, occupandosi di formare professionalità del giornalismo tradizionale e dei nuovi media, del cinema, della pubblicità, del marketing. Il Dipartimento di scienze politiche, sociali e della comunicazione, a cui il corso di laurea afferisce, ha attivato negli anni numerose convenzioni e collaborazioni con gli enti locali e le imprese culturali del territorio e non solo, creando così una rete molto ampia di strutture ospitanti per i tirocini curriculari ed extracurriculari degli studenti.

Il territorio salernitano offre quindi un importante presidio per la formazione universitaria che ha a che fare con l'ambito creativo, a stretto contatto con le organizzazioni culturali locali. Quando si parla di formazione e di creatività, i percorsi e le esperienze possono però essere anche molto diversi. Tra i settori considerati, quello della scrittura sembra essere maggiormente svincolato da una formazione specifica e canonica. È stato interessante analizzare il fenomeno da due punti di vista: quello di chi ha fatto della scrittura la sua passione e il suo lavoro e quello di chi deve, in un certo senso, giudicare i prodotti letterari e promuoverli. I giovani scrittori intervistati, Stefano Ferrara e Antonio Lanzetta, provengono da percorsi di studio diversi da quelli tradizionalmente letterari, hanno sviluppato l'attitudine alla scrittura sin da piccoli e si definiscono innanzitutto dei forti lettori. Il talento letterario viene alimentato con la lettura, lo studio personale, l'aggiornamento continuo e l'esercizio; i corsi di scrittura, variamente declinati, possono trasmettere alcune competenze tecniche, ma la creatività e la capacità di raccontare non si possono insegnare.

I percorsi formativi possono essere i più vari, ma rimane il problema di sistema scolastico che non abitua o disabituata alla lettura, vissuta come un compito e non come un piacere: da qui sembra derivare la riconosciuta difficoltà, più volte ribadita da diversi intervistati, per chi opera in ambito culturale di coinvolgere i giovani, anche se, come si vedrà più avanti, le scuole sono e restano uno degli

interlocutori privilegiati e il bacino da cui attingere per alcuni dei più importanti eventi culturali del territorio.

Ritornando alla formazione, una riflessione simile a quella fatta per la scrittura creativa può essere estesa anche a quella giornalistica. Anche qui, infatti, non esiste una tipologia di formazione prevalente. Sono fondamentali esercizio ed esperienza di redazione, come sottolinea Mariano Ragusa de Il Mattino di Salerno. La difficoltà di individuare un percorso formativo specifico dipende, a maggior ragione per il giornalismo, anche dalla diffusione massiva delle nuove tecnologie e dei social media, così che sempre più vengono richieste ai giovani competenze e abilità d'uso delle tecnologie di rete e del Web 2.0, unitamente alla capacità di non accontentarsi delle solite informazioni e di catturare ciò che non è sempre intercettato dai canali tradizionali della comunicazione.

In un mercato del lavoro in crisi, soprattutto nel settore culturale e creativo, per farsi conoscere è necessario andare oltre la formazione tradizionale; diventa fondamentale acquisire ampie e varie competenze e allargare i propri orizzonti di interesse e di esperienza. Vale per il giornalismo, sempre più in competizione con i nuovi e più immediati mezzi di comunicazione e chiamato a reinventarsi, e vale anche per la scrittura creativa. Emergere e farsi conoscere per uno scrittore significa pubblicare, certo, ma anche frequentare ambienti culturali non solo locali e costruirsi reti di relazioni ampie e di una certa densità. Se si guarda al panorama editoriale salernitano, e in generale campano, con gli occhi dello scrittore, ci si trova di fronte a evidenti difficoltà: pubblicare non è semplice. Le piccole case editrici locali difficilmente investono su un giovane autore non ancora conosciuto, ma anche quando decidano di farlo, se non chiedono un contributo economico all'autore stesso, spesso non sono in grado di garantire distribuzione e visibilità a livello nazionale, per cui la tendenza è quella di rivolgersi ad altri editori, più grandi, attivi nel nord del Paese. Ma è anche vero che per gli stessi editori lavorare al sud è più complesso, fosse soltanto per la scarsa presenza di librerie, che determina una difficoltà oggettiva di distribuzione del prodotto libro. Fare editoria è sempre più difficile, ma una soluzione potrebbe essere quella di abbandonare la strada generalista e specializzarsi nella pubblicazione di opere in linea con una propria specifica identità editoriale, così come suggerisce l'esperienza di Marlin Editore. Oltre alla necessità di pubblicazione, come si diceva, emerge l'importanza per i giovani di coltivare i circuiti culturali (questi ricchissimi) che il territorio offre in termini di eventi, festival, rassegne, promossi da associazioni e imprese culturali con il sostegno delle istituzioni. Sono momenti che permettono di incontrare non solo scrittori affermati, ai quali rubare qualche consiglio, ma anche gli stessi editori e gli agenti letterari e che quindi alimentano importanti reti di relazioni.

Uno di questi circuiti è senz'altro il Festival Salerno Letteratura, che si configura come un festival generalista rivolto a tutte le tipologie di pubblico, dai piccoli agli adulti, con eventi che spaziano dalle presentazioni di libri ai dibattiti, dai concerti



agli spettacoli teatrali, dalle mostre ai laboratori per bambini e ragazzi. Come si accennava sopra, proprio le scuole rappresentano uno dei principali interlocutori del festival. Gli studenti sono sia i destinatari dei numerosi laboratori e workshop organizzati sia parte costitutiva dello staff, mediante formule di volontariato. Festival, quindi, come luogo e momento di coinvolgimento per giovani e giovanissimi, che scoprono la bellezza della lettura e dei prodotti culturali in generale attraverso modalità diverse e più accattivanti di quelle a cui li abitua l'esperienza scolastica e la didattica tradizionale.

Su questo versante, altro luogo di elezione è la biblioteca pubblica. Qui si riporta il virtuoso esempio della Biblioteca comunale Francesco Morlicchio di Scafati, le cui attività hanno un unico obiettivo: far capire, soprattutto ai più giovani, che la biblioteca non è un luogo vecchio e polveroso ma sa essere anche spazio d'incontro e di molte esperienze, sia formative, sia culturali, sia ludiche.. Oltre ai tradizionali servizi, la biblioteca organizza, infatti, presentazioni di libri, proiezioni di film per bambini e adulti, corsi di lettura espressiva per ragazzi, corsi di scrittura creativa: laboratori e progetti il cui obiettivo è far emergere la creatività dei giovanissimi attraverso le storie, la poesia, il canto, la danza, la pittura. La biblioteca vuole configurarsi come "la piazza culturale" della città, gratuita e aperta a tutti e non soltanto ai cittadini di Scafati, un ambiente in cui gli utenti leggono e studiano, si conoscono e socializzano, si incontrano e si confrontano. Oltre alle opportunità di svago e formative, la biblioteca offre anche delle piccole possibilità lavorative ai giovani, grazie al servizio civile e ai tirocini attivati in collaborazione con le università, e non solo con quella di Salerno.

Luogo di libri e di cultura è ovviamente anche la libreria, con l'interessante esempio offerto dalla Feltrinelli di Salerno. Qui ogni settimana vengono organizzati numerosi eventi, dalle presentazioni ai reading, dai firmacopie agli incontri con gli autori locali e nazionali, eventi che richiamano pubblico dall'intera provincia. Tra le varie tipologie di clienti, sono molto numerosi ancora una volta i giovani, sia in veste di lettori/acquirenti che di frequentatori degli eventi musicali e letterari. Sebbene la libreria faccia parte di una grande catena nazionale, il rapporto con il territorio è molto forte. Notevole spazio viene offerto agli autori locali, così com'è attiva la partecipazione agli eventi culturali cittadini, dalle mostre ai festival (uno tra tutti il già citato Salerno Letteratura).

Quando si parla di opportunità formative, in questo caso nel settore scrittura, si intende quindi qualcosa di molto ampio, che tiene insieme la formazione propriamente detta, scolastica e soprattutto universitaria, con quel complesso di occasioni, ambienti e momenti culturali che il territorio offre ai giovani che vogliono alimentare la loro creatività e il loro talento.

- **Gli audiovisivi**

Sul fronte formazione nel settore degli audiovisivi, se è vero che le competenze tecniche e tecnologiche richieste sono più numerose e articolate rispetto alla scrittura, è anche vero che queste possono essere acquisite con differenti percorsi e modalità. L'intervista a Vincenzo Alfieri, giovane attore e regista, è interessante perché il profilo dell'intervistato tiene insieme diverse attitudini e professionalità: dall'attore, allo sceneggiatore, al regista di cortometraggi e film, passando per *web series* e pubblicità. L'intervista è anche testimonianza di quanto studio e formazione siano indispensabili ma non sufficienti se non vengono accompagnati da molte esperienze sul campo e anche da dedizione e sacrificio. La lettura, la scrittura, la fotografia, la visione di film sono i tasselli che insieme a buone scuole di recitazione e regia permettono di formarsi in quanto professionisti del cinema. Parliamo, peraltro, di un lavoro precario, in cui tutto può cambiare da un momento all'altro. In realtà, al di là delle primissime esperienze teatrali di quando era ancora un bambino, Alfieri si è formato e ha studiato negli Stati Uniti e a Roma, dove si è trasferito all'età di 15 anni e dove ha iniziato da subito a lavorare nel cinema. Roma costituisce, a suo avviso, la città del cinema, dove il cinema si studia grazie alle rinomate scuole e dove il cinema si produce; al contrario, il territorio campano, e in generale il sud, sembrano offrire sempre minori possibilità per formarsi ed esprimersi. Il web ha avuto un ruolo molto importante nella sua esperienza: ciò che, tra le altre cose, gli ha permesso di farsi notare è stata proprio una *web series*, realizzata dalla società di produzione da lui fondata insieme alla sorella e di cui è stato protagonista, serie che dopo l'ottimo riscontro sul web è stata trasmessa anche in tv e che gli ha garantito altre numerose e significative collaborazioni, fino ad arrivare alla distribuzione della sua opera prima, *I peggiori*, non a caso girato a Napoli, città ideale per la sua atmosfera artistica e fucina di iniziative culturali.

La sempre più stretta connessione tra video e web è poi testimoniata dal fenomeno degli youtubers, particolarmente significativo e sintomatico di quanto sia cambiato negli ultimi anni il modo di produrre audiovisivi. Da una parte, infatti, grazie al digitale, tutti hanno la possibilità di produrre video (a differenza di un passato in cui anche acquistare la pellicola poteva non essere alla portata di tutti) e quindi di esprimersi e di mettersi alla prova, anche se con un linguaggio diverso da quello cinematografico; dall'altra la concorrenza è grande e rendersi davvero visibili richiede in ogni caso un progressivo affinamento delle competenze. Nello specifico la scelta è ricaduta su *Life in pills*, fenomeno nato all'Università di Salerno dall'idea di due giovani, che però ha ben presto superato il confine dell'ateneo e anche quello locale. Anche in questo caso, gli studi nel settore della comunicazione sono e restano importanti, ma si mescolano a numerosi altri interessi, come il teatro, l'animazione, la radio e gli eventi culturali. Se all'inizio è sufficiente uno smartphone, la differenza la fanno nel tempo la qualità dei video e la cura dei dettagli, per cui è evidente che per trasformare quello che è nato

come un gioco in lavoro è fondamentale studiare, aggiornarsi e imparare a utilizzare attrezzature e programmi professionali. Naturalmente, resta fondamentale la componente creativa, in qualche misura innata, ma avere successo tra i sempre più numerosi video che intasano il web significa necessariamente fare prodotti accurati e comunicarli bene, anche e soprattutto mediante i social. Questi sono gli ingredienti che hanno permesso ai giovani di Life in pills di farsi conoscere a livello nazionale e intraprendere progetti lavorativi sempre più concreti e di respiro.

Ai giovani si chiede oggi di sapersi reinventare e riuscire a fare più cose contemporaneamente. Come si è visto anche il giornalismo richiede la capacità di rinnovarsi, e non soltanto quello della carta stampata. Il giornalismo tv, ne dà testimonianza Franco Esposito per Telecolore, non passa più soltanto attraverso i canali televisivi tradizionali, ma si diffonde attraverso il web e in particolare i social, per cui il giornalista si configura sempre più come comunicatore, nel senso più generale del termine, in grado di parlare il linguaggio ibrido che appartiene ai diversi media. Viene meno anche ogni netta distinzione tra personale tecnico e giornalisti: con competenze e abilità adeguate si riesce anche a realizzare e a montare un intero servizio da soli.

Competenze linguistiche e tecnologiche e dinamismo sono fondamentali, quindi, nel settore degli audiovisivi: lo conferma la sempre maggiore importanza data alla produzione di contenuti oltre che alla loro proiezione e diffusione anche nell'ambito del Giffoni Experience, nato come concorso cinematografico e momento di confronto con gli addetti ai lavori e diventato negli anni una vera e propria esperienza per i giovani che vi prendono parte, sia come spettatori dei film e giurati sia come parte del team che organizza l'evento. Ancora una volta, le scuole sono tra i principali interlocutori. Ai giovani membri dello staff si richiedono competenze linguistiche, data la presenza di oltre quaranta nazioni, e sempre più le competenze tecnologiche indispensabili per la produzione di audiovisivi in ambiente digitale e di rete: si pensi ai numerosi contenuti per il web che nei giorni della manifestazione vengono prodotti per raccontare quotidianamente cosa accade a Giffoni.

Come si diceva, nel settore degli audiovisivi la creatività è condizione necessaria ma non sufficiente. Per Marcello Adamo della casa di produzione Filmare Entertainment, quello che davvero serve è il personale tecnico, oggi, a suo dire, il più carente e difficile da trovare. Egli lamenta, in particolare, la mancanza di competenze tecniche diffuse e di un'autentica cultura dell'audiovisivo a livello locale, per cui diventa difficile produrre in Campania. Difficoltose appaiono anche le relazioni con gli altri attori culturali e, ancor di più, con le istituzioni politico-amministrative, del che testimonia anche il tono piuttosto secco delle risposte.

Anche in campo cinematografico è importante proporre qualcosa che sappia fare la differenza, e questo non vale solo per chi produce. Per esempio, i piccoli

esercenti cinematografici che subiscono la competizione dei grandi multisala si trovano necessariamente a dover differenziare l'offerta, puntando magari sul cinema d'essai o sulle rassegne. Da questo punto di vista, l'esperienza del monosala Vittoria di Napoli con il suo cineforum è emblematica, anche perché l'esercente, Giuseppe Colella, svolge un ruolo importante nel settore, come vicedirettore del Napoli Film Festival e soprattutto come ideatore del Coordinamento dei festival cinematografici della Campania. I festival cinematografici costituiscono un importante momento di confronto dei professionisti del settore con il pubblico e anche un modo per proporre quel cinema di qualità che non sempre è presente nei circuiti commerciali. Interlocutori di primo piano sono ancora una volta le scuole e le università, con l'obiettivo di fidelizzare i giovani nei confronti dello spettacolo cinematografico.

Espressione di talento e creatività, e in qualche modo sintesi tra i due mondi della cultura scritta e visiva, è senz'altro il teatro. Di particolare interesse è il format dell'associazione Velia Teatro, che mette in scena, sin dal 1998 nell'acropoli di Velia, il teatro antico greco-romano e la trasposizione di testi filosofici. Anche qui registriamo un'importante sinergia con le università locali, italiane ed estere e con le scuole. Le produzioni teatrali ospitate coinvolgono molti giovani talenti che spesso però provengono dal nord Italia. Si tratta di teatro di ricerca: non può assicurare fama e denaro, ma costituisce una palestra formativa di prim'ordine.

Un luogo di cultura dove trovano spazio scrittura, lettura, cinema e teatro è il Marte, la Mediateca Arte Eventi di Cava de' Tirreni, uno spazio espositivo che ospita artisti ed eventi culturali di ogni tipo e caratura, come le mostre dedicate a Chagall e Picasso ma anche agli artisti contemporanei giovani e meno giovani, le rassegne cinematografiche, teatrali e musicali, i meeting aziendali e i convegni, le feste e i ricevimenti privati, le fiere come il Cavacon, dedicato a fumetti e videogiochi. La struttura svolge anche il ruolo di mediateca comunale e permette di prenotare e consultare in loco i libri della biblioteca della città. Il Marte è un'azienda che si occupa della gestione e della produzione di servizi al pubblico, un pubblico estremamente eterogeneo e con un bacino di utenza che si estende a tutto il territorio campano. Una volta di più ci troviamo al cospetto di una realtà composita, in cui trovano spazio anche diversi profili professionali che vanno dal receptionist all'assistente di produzione, dall'esperto di comunicazione a quello di economia aziendale, e a cui si richiedono, ancora una volta, sensibilità e cultura artistiche, curiosità per i linguaggi social e le nuove tecnologie, capacità gestionali e di lavoro in team.

- **Le opportunità occupazionali**

Resta da chiedersi se nel territorio alle numerose e varie opportunità formative più o meno tradizionali corrispondono altrettante opportunità occupazionali. Un ruolo importante è rivestito dall'Osservatorio comunicazione, partecipazione e culture giovanili, nato nel 2010 all'interno del già citato Dipartimento di scienze politiche,

sociali e della comunicazione dell'Università di Salerno. L'Osservatorio si configura come centro di ricerca per lo studio dei fenomeni giovanili contemporanei. Esso, nel voler costruire opportunità e valorizzare le giovani risorse, ha anche sviluppato una piattaforma integrata multicanale per aggiornare i giovani su bandi e opportunità lavorative, li supporta nei percorsi da intraprendere nel mercato del lavoro e si occupa di studiare la situazione lavorativa dei giovani campani, in termini di occupazione e occupabilità. Per quanto riguarda le imprese culturali, la provincia di Salerno non offre molte esperienze di aziende di grandi dimensioni e il mercato è costituito principalmente da piccole e medie imprese, come agenzie di comunicazione, web media e media tradizionali, all'interno delle quali il percorso lavorativo non è dei più semplici. Molto attive poi sono le associazioni culturali e le cooperative sociali che, anche se non garantiscono ai giovani una continuità economica, offrono comunque delle opportunità di crescita.

Volendo entrare nel merito delle realtà culturali precedentemente analizzate, sul versante case editrici con "opportunità per i giovani" non si intende soltanto la possibilità di pubblicare, ma si fa riferimento all'impiego in tutte quelle attività che permettono di realizzare il prodotto libro, opportunità quindi per giovani figure professionali in grado di prendere parte ai processi editoriali ma anche di gestire la comunicazione e il marketing librario. Quando si parla di prodotti culturali, infatti, non si fa riferimento solo alla produzione ma anche alla promozione e alla distribuzione dei prodotti, e qui entrano in gioco competenze tecnologiche, grafiche, di comunicazione (soprattutto nel social Web) e attitudini imprenditoriali. Le opportunità occupazionali per i giovani tra i 18 e i 35 anni si traducono però molto spesso (se non esclusivamente) in modalità come tirocini e stage non o scarsamente retribuiti, e questo non vale solo per le case editrici. Biblioteche e mediateche ricorrono spesso al servizio civile e a convenzioni con scuole e università per brevi esperienze di tirocinio, mentre per i festival, come si diceva, si fa spesso ricorso al volontariato o a brevi contratti, così come il giornalismo, sia cartaceo sia televisivo, fatica a creare opportunità, se non ricorrendo ancora una volta a stage e tirocini. Tutte queste formule possono rappresentare importanti occasioni di crescita personale e professionale, ma si configurano come attività lavorative in senso lato, sporadiche, temporanee e non certo in grado di offrire stabilità, così che non soltanto non vengono offerti posti di lavoro ai giovani nella fascia di età considerata ma anche l'età media attuale degli occupati nelle imprese e nelle organizzazioni oggetto di indagine si attesta su soglie di età elevate. Queste difficoltà spesso si ascrivono alla mancanza di incentivi e di sgravi per l'assunzione di giovani e più in generale alla crisi di mercato e alle scarse opportunità lavorative concrete che il sud è in grado di offrire rispetto al resto del Paese, e ancora più in generale alle difficoltà dell'Italia rispetto agli altri Paesi europei, visti i nostri modestissimi investimenti in cultura. Da parte sua, il mondo degli audiovisivi, e in particolare del cinema, apre a diverse possibilità, che vanno dall'esercizio alla produzione, e forse rispetto al passato il territorio offre maggiori

possibilità ai giovani. Se gli esercenti sono più tutelati grazie a una legge regionale dedicata, la Regione Campania non però ha erogato finanziamenti alla produzione di audiovisivi dal 2008. La situazione è fortunatamente destinata a cambiare, grazie alla recente pubblicazione di una legge che disciplina l'erogazione di fondi regionali per il settore. Un ruolo fondamentale è stato svolto in questo frangente dagli stessi professionisti, i quali hanno costituito il CLERCC (Comitato per una legge regionale sul cinema in Campania), per segnalare l'emergenza e sollecitare la Regione a disciplinare gli interventi per il settore con regole chiare. La legge prevede uno stanziamento annuo di 5 milioni di euro per gli anni 2017 e 2018, ma non ne sono stati ancora promulgati i decreti attuativi; nel frattempo, i componenti del CLERCC hanno deciso di trasformare il comitato in un'associazione denominata CLARCC (Coordinamento lavoratori regione Campania cinema e audiovisivi), aperta a tutti gli operatori del settore, per rappresentarne le istanze presso la Regione e gli altri enti.

- **Rapporto con le istituzioni e relazioni sul territorio**

Quest'ultima riflessione ci permette di introdurre un altro aspetto fondamentale che emerge dalle interviste, vale a dire il rapporto delle organizzazioni culturali con le istituzioni, locali e non. È riconosciuto in generale un grado di ascolto piuttosto basso nei confronti della cultura e a maggior ragione della lettura e del prodotto libro, che hanno meno visibilità e popolarità di altri prodotti culturali. Il rapporto con le istituzioni locali, in particolare i Comuni, in alcuni casi è fattivo e sinergico e permette di sviluppare una certa attività di promozione culturale sul territorio; in altri casi, invece, è solo formale, mentre la Regione Campania, come si è visto, resta l'interlocutrice privilegiata e in numerosi casi si configura come principale erogatrice di contributi. Lo stesso Osservatorio comunicazione, partecipazione e culture giovanili dell'Università di Salerno è riconosciuto come parte costitutiva dell'Osservatorio regionale permanente sulla condizione giovanile dell'UOD Politiche Giovanili della Regione Campania e grazie anche al sostegno della Regione realizza ogni anno su tutto il territorio campano progetti per i giovani. Alcuni eventi poi, come Giffoni Experience, vanno ben oltre la dimensione locale e anche nazionale, richiamando l'attenzione e i fondi dello Stato ma anche dell'Unione Europea. Costruire una rete di relazioni significa però non soltanto ottenere l'appoggio e il riconoscimento da parte delle istituzioni, ma anche, se non principalmente, attivare rapporti sul territorio con gli altri attori operanti in ambito culturale. Dalle interviste emergono continui rimandi ad alcune delle realtà culturali intervistate, segno dell'esistenza di una sorta di rete tra organizzazioni, associazioni e imprese che non va sottovalutata. Numerose sono infatti le partnership e le collaborazioni: scrittori, case editrici, associazioni culturali e librerie che presenziano ai festival; media che seguono gli eventi culturali del territorio e danno spazio alle iniziative delle associazioni; convenzioni con le scuole

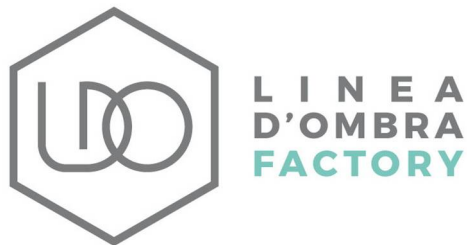
e le università, in particolare l'Università di Salerno, la quale svolge, come si è visto, un importante ruolo nella formazione ma anche nel sostegno delle realtà culturali del territorio.

Si tratta in alcuni casi di rapporti formali, in altri più concreti, che si basano sullo scambio di idee e progetti, oltre poi ai contributi più propriamente economici erogati da sponsor privati, che aiutano a sostenere i costi, a volte notevoli, di alcune iniziative. Si può affermare che un piccolo circolo virtuoso c'è, in cui le organizzazioni si arricchiscono di contenuti e raggiungono una maggiore visibilità.

- **Qualche considerazione finale**

Nel complesso, le interviste vanno considerate come un'integrazione e un approfondimento dei dati più propriamente quantitativi raccolti nel database sulle organizzazioni culturali attive nel territorio. L'intervista di per sé permette di catturare aspetti che sfuggono alla raccolta di grandi numeri ma d'altra parte ciò che vi emerge non si può generalizzare, se non con le dovute precauzioni. Una delle difficoltà maggiori nel condurre un'intervista consiste nel riuscire a ottenere risposte articolate e non telegrafiche, meditate e non di circostanza. In questo caso, anche data la varietà e la diversità delle figure intervistate, non sempre si è riusciti nell'intento, ma ogni risposta, a suo modo, ha dato avvio a qualche riflessione, e spesso anche ciò che è stato taciuto ha in realtà detto molto. Emergono, allora, diversi aspetti contrastanti. Molti intervistati evidenziano la necessità che i giovani di oggi siano preparati e abbiano le più varie e articolate competenze, siano in grado di produrre contenuti innovativi, di svolgere più ruoli contemporaneamente e di saper fare la differenza; tuttavia, queste stesse competenze, quando non vengono mortificate, non sono messe a frutto e valorizzate come dovrebbero. In secondo luogo, se affermare l'importanza di dare spazio ai giovani è facile e scontato, è più difficile riflettere in maniera seria su quanto, come e cosa si possa fare concretamente per favorirne l'inserimento. Lo stesso dicasi per i rapporti sul territorio con istituzioni e altri attori culturali, generalmente definiti in termini positivi ma, quando non puramente formali, poco alimentati.

Salerno, e in proiezione la Campania, è in grado di offrire numerose opportunità di formazione e crescita professionale ai i giovani talenti creativi, ma questo non si traduce molto spesso nella possibilità di lavorare in maniera seria e continua nel settore culturale. Se in alcuni contesti (si pensi ai festival) la mancanza di un impiego fisso e stabile trova ragione nella dimensione per così dire occasionale dell'evento stesso, per le organizzazioni e le imprese culturali il discorso è ben diverso. Spesso l'età media dei dipendenti è di molto superiore ai 40 anni e il ricambio generazionale manca quasi del tutto. Del resto, in alcuni casi si è impossibilitati ad assumere i giovani, pur avvertendo la mancanza di quel valore aggiunto dato dal talento e dall'innovazione che essi possono apportare; in altri casi questa stessa necessità non è neppure sentita. In un mercato del lavoro così



afittico, specialmente al sud, si considera la mancanza di incentivi statali all'assunzione di giovani come il problema principale e si ricorre a formule che a loro volta tendono ad alimentare il precariato. Stage, tirocini, servizio civile, volontariato, possono essere un banco di prova importante per giovani che vogliono crescere, esprimere il loro talento e relazionarsi con il mondo del lavoro, ma dovrebbero rappresentare un'occasione pre o paralavorativa, un modo per accompagnarli e favorire un ingresso nel mondo del lavoro "vero"; sempre di più invece diventano l'unica e sporadica possibilità di impiego, mai sostituita da più stabili forme di occupazione.

Complessivamente parliamo di un territorio culturalmente attivo, dove non si può negare che gli attori siano variegati e numerosi, ma dove andrebbe accresciuta e potenziata l'esile rete che in qualche modo è già possibile intravedere. L'auspicio dell'attività di ricerca qui realizzata è che le professionalità e le organizzazioni culturali, e non soltanto quelle qui chiamate in causa, possano, forti anche del necessario apporto istituzionale, alimentare rapporti e collaborazioni tra di loro, e in tal modo offrire anche maggiori opportunità formative e soprattutto di impiego ai giovani e contribuire a colmare il gap tra la condizione giovanile al sud e quella delle altre aree del Paese.