

Caldogno/ Apre C4 per la formazione al contemporaneo

Giovedì 09.11.2006 11:45

Nasce C4 - Centro Cultura Contemporaneo Caldogno. Un progetto sorretto da un innovativo disegno di formazione attraverso l'arte contemporanea. La sua originalità si struttura intorno ad una nuova idea di marketing territoriale, che, a partire dal Veneto, si pone l'obiettivo di diventare sistema strategico per nuove politiche culturali e di sviluppo del territorio.

C4 oltre a essere centro espositivo è anche un vero e proprio "laboratorio" di ricerca sul contemporaneo che coinvolge insegnanti, artisti, dirigenti della pubblica amministrazione e manager d'impresa per sviluppare innovazione e creatività, come strumenti utilizzabili nei rispettivi campi professionali. Sono in fase di svolgimento, fino a dicembre, i corsi rivolti ai docenti delle scuole del Veneto (infanzia, primaria, secondaria di primo e secondo grado). Tra febbraio e marzo 2007 si svolgeranno quelli rivolti agli imprenditori e ai dirigenti della pubblica amministrazione. In estate quelli per gli universitari.

Ospitato a Villa Caldogno - una villa palladiana che custodisce all'interno del parco un bunker della seconda guerra mondiale - il centro propone un approccio formativo che si basa sulle dinamiche del rapporto tra territorio, tradizione e cultura contemporanea. Infatti le installazioni create da artisti internazionali - come Cecchini, Graham, Tremlett, Ontani - sono oggetto di studio per fare in modo che l'arte sia riferimento costante dei programmi di formazione e propongono ognuna una particolare interpretazione del confronto tra contemporaneo e scenari della tradizione classica. Per questo è stato commissionato a quattro fotografi italiani di fama internazionale - Armin Linke, Francesco Jodice, Luca Pancrazi e Olivo Barbieri - un progetto fotografico che raccontasse di Caldogno con sguardi diversi.

A rendere possibile questa sfida sono state le istituzioni pubbliche: Regione Veneto, Comune di Caldogno e Provincia di Vicenza. Ne sono partners Unicredit Group, attraverso il suo progetto Unicredit & l'Arte, e A Scuola di Guggenheim, progetto formativo della Collezione Peggy Guggenheim. Inoltre sono coinvolti alcune tra le imprese più avanzate del Nordest, Arclinea, Dainese, Deroma, Gruppo Maltauro, Telwin, Trend Group, mecenati di questa nuova strategia d'impresa. Curatore artistico di C4 è Luca Massimo Barbero, curatore della formazione e responsabile del progetto "A scuola di Guggenheim" è Elena Ciresola, che Affari ha intervistato.

(Segue - Leggi l'intervista a Elena Ciresola...)

Dottorssa Ciresola, mi racconti del progetto fotografi C4, che coinvolge Armin Linke, Francesco Jodice, Luca Pancrazi e Olivo Barbieri?

Si tratta di una commissione Unicredit che ha voluto rivisitare con quattro sguardi diversi il Comune di Caldogno, per dare un'idea nuova di questo paese che si sta aprendo all'internazionalità attraverso il progetto culturale della Villa. Caldogno è un paese piccolo, a 10 km da Vicenza, in grado di offrire un'opportunità grande. La fortuna è stata un'amministrazione lungimirante e attiva.

C4 ha alle spalle un progetto legato alla Guggenheim. Ce ne parli?

"A scuola di Guggenheim" nasce 4 anni fa nella omonima fondazione. Come tutti i musei abbiamo fatto didattica, visite e laboratori. Il nostro problema era rendere queste attività vicine alla scuola. Abbiamo proposto un percorso costante e continuo ma non esclusivo né elitario, come normalmente è percepita l'arte contemporanea. Nella scuola c'è bisogno di laboratori espressivi ma allo stesso tempo mancano le competenze degli insegnanti, che noi cerchiamo di formare.

“A Scuola di Guggenheim” ha suggerito gli strumenti per formare soggetti diversi. Su cosa si basano i corsi?

Pensare con le mani. Rappresentare, cioè, un problema con le mani attraverso un disegno, un plastico, un oggetto. Questa è una modalità di approccio non consueta soprattutto quando si tratta di fare scelte come nel caso dei manager. È un' impostazione che cerca di aprire delle intelligenze di tipo creativo e divergente, analogamente a quanto accade nel campo dell'educazione infantile.

Esplicitiamo ai lettori gli apporti della pedagogia...

Venti anni di pedagogia ci hanno detto che i bambini educati all'arte o a lavorare in laboratorio con gli strumenti dell'arte aprono e muovono intelligenze creative. Su questa base e sull'esperienza ormai quadriennale di Guggenheim che ha indotto docenti lontani dal mondo dell'arte a mettersi in gioco rispetto a questa idea, noi abbiamo pensato di coinvolgere anche i manager escludendo le loro competenze professionali, affinché, liberi dal loro ambiente lavorativo e dai loro schemi, esprimano in modo diverso il loro pensiero.

Immagino che oltreoceano queste dinamiche siano molto più sperimentate...

Sì, il processo è più diffuso nei manager delle multinazionali americane, ed è con loro che ci vogliamo confrontare. Sono cinque anni avanti a noi. Io sto conducendo una ricerca con Ca' Foscari, in cui dimostrare che la formazione con l'arte contemporanea sia necessaria per gli adulti. Per questo sto lavorando direttamente con gli americani. David White nel suo libro “Il risveglio del cuore in azienda”, sostiene che se non si risveglia il cuore in azienda non è possibile avere grandi qualità di risposte né da manager né da dipendenti.

Perché avete scelto di formare al contemporaneo?

Avvicinarsi al contemporaneo è necessario. Noi prepariamo a vedere con occhi nuovi. Mi piace ricordare Piergiorgio Di Freddi, che dice che un buon metodo di avvicinarsi al nuovo è essere impertinenti, utilizzando questo aggettivo nell'accezione originaria: “non essere pieno di certezze”. Cioè avvicinarsi al nuovo senza certezze. E lui lo fa da fisico e matematico. Questo è anche il nostro intento. Se non si accettano tali sfide l'Italia tra 20 anni sarà terzo mondo. Trovare aperture nell'intelligenza può significare nuove sfide in campo economico.

Abbiamo parlato di insegnanti, di manager del mondo pubblico e privato. Ma avete un altro target, vero?

Sì, si tratta dei giovani studenti universitari a cui proponiamo uno stage formativo che li farà partecipare a tutte le nostre azioni mussali. Si tratta in tutti i casi di opportunità formative gratuite per merito anche di una fatica nostra nel cercare finanziamenti, perché crediamo che sia un dovere da parte delle istituzioni. C4 fa in modo che tutto quello che fa sia gratuito per tutti.

A proposito di finanziatori, Unicredit ha un legame con l'arte. Ci spieghi questa sintesi?

Si tratta del progetto “Unicredit& Arte” attraverso cui Unicredit vuole formare identità di gruppo per via di canali che non utilizzano linguaggi verbali, considerato il loro problema di far comunicare 19 nazioni e 22 lingue... L'incontro con loro è stato utilissimo. Per cui noi oggi abbiamo da un lato la Regione che crede all'idea di sviluppo attraverso la cultura e il territorio, dall'altro Unicredit che ritiene di poter creare identità di gruppo attraverso l'arte. L'obiettivo è: sviluppare il territorio attraverso strategie di marketing territoriale. E, formare manager attraverso l'arte è un modo per creare sviluppo economico del territorio. L'arte è una palestra ricca di metafore. La metafora aiuta per analogia a fare scelte in altri campi.

Silvana Santoro