

48

cultura



Si chiama "C4" e la sigla sta per Centro Cultura Contemporaneo Caldogno. È il primo progetto italiano di formazione per l'impresa che attraverso l'arte contemporanea mira a sviluppare le competenze professionali.

# L'arte di crescere con l'arte

di Alessandro Zaltron

**U**n celebre detto popolare invitava un tempo a studiare l'arte ma a metterla da parte. Come a dire: lavoro e fruizione estetica sono campi distinti, incomunicanti. La tendenza sta cambiando. Ora non è così assurdo vedere un imprenditore con in mano un pennello al posto della bacchetta utilizzata per segnare l'andamento dei grafici aziendali; un manager che modella il gesso anziché essere alle prese con le *slide* di power point; il dirigente dell'Ulss che assembla tasselli colorati invece di sfogliare un business plan.

In fin dei conti, chi ha detto che le idee innovative per un'impresa arrivano da noiosi briefing e non invece plasmando la creta o componendo un collage?

Potenza di C4 (Centro Cultura Contemporaneo Caldogno), il primo progetto italiano di formazione per l'impresa che attraverso l'arte contemporanea mira a sviluppare le competenze professionali.

La sede del centro (direttore artistico è il cura-

tore e critico Luca Massimo Barbero) introduce degnamente agli scopi sociali: la palladiana Villa Caldogno nell'omonimo comune, con tanto di parco e annesso bunker risalente alla Seconda guerra mondiale, che sarà ristrutturato per ospitare mostre, laboratori, eventi. L'edificio principale diventa a sua volta galleria espositiva coinvolgendo artisti che vengono invitati a confrontarsi con gli spazi della villa. «La tesi che sorregge il disegno di C4 - spiega **Elena Ciresola**, responsabile della formazione - è che l'arte contemporanea possa essere una palestra attrezzata che fornisce utili strumenti per far comprendere la realtà a protagonisti diversi».

«Lo scenario competitivo - è l'analisi di **Pierluigi Sacco**, docente di Economia della cultura - obbliga imprese e territori a sviluppare processi di innovazione radicale oggi indispensabili per rimanere competitivi. Processi che, per la loro stessa natura, non sono standardizzabili. Non esiste una ricetta al riguardo, non esiste un'esperienza adatta per



tutte le occasioni. Si è quindi iniziato a lavorare per strade e percorsi diversi. Un numero crescente di esempi ci dice che la formazione legata all'accesso a esperienze culturali, o più in generale a contesti nei quali le persone sono costrette a rimettere in discussione i propri schemi mentali, può essere un elemento straordinario per generare innovazione».

Gli imprenditori lo sanno bene. Non basta più la dotazione tradizionale, per situazioni che cambiano rapidamente, e però il loro carattere mutevole non esige soluzioni univoche. Ergo, l'arte assurge a sistema educativo sufficientemente duttile per leggere e decodificare il presente nel suo evolversi.

Affrontare la realtà senza certezze precostituite rappresenta l'unica via per non rimanerne schiacciati.

I corsi di C4 sono rivolti a un ampio target – compresi studenti universitari e insegnanti –, però a incuriosire è la proposta studiata per manager e funzionari della pubblica amministrazione. I partecipanti svolgono dei laboratori assieme ad artisti selezionati. Devono disegnare, dipingere, scolpire, sagomare, sia individualmente che assieme ai colleghi, secondo indicazioni dell'artista.

«La struttura del nostro progetto formativo motiva i manager, attraverso gli strumenti dell'arte, a utilizzare condizioni "creative" in situazioni estranee ai mondi professionali, ma leggibili poi come metafore dei comportamenti organizzativi – chiarisce **Elena Ciresola** –. L'esperienza ha dato particolare significato all'attivazione di una fase laboratoriale, in cui i manager provano a costruire con i materiali dell'artista un compito assegnato, al termine del quale c'è un'interpretazione in termini aziendali del prodotto finale».

Per uscire dalle impostazioni rigide e da «quel che si è sempre fatto» (innovazione), escogi-

tare prodotti/servizi e soluzioni (creatività) e collaborare al meglio con fornitori, clienti, collaboratori (rete), l'arte contemporanea si rivela dunque strumento efficace perché, mutatis mutandis, progettare e realizzare un'opera riproduce la metodologia di governo dell'azienda.

Partner di C4 sono il milanese UniCredit Group con l'iniziativa "UniCredit e l'arte" e "A scuola di Guggenheim", progetto formativo della Collezione Peggy Guggenheim di Venezia; sono coinvolte anche aziende vicentine d'innovazione come Arclinea, Dainese, Deroma, Gruppo Maltauro, Telwin, Trend Group.

Il loro obiettivo è costruire un nuovo modello nel rapporto tra cultura e mondo delle imprese volto a favorire lo sviluppo del territorio locale. E in effetti le aziende aderenti instaurano, mediante l'istituzione di Caldogno, un diverso confronto con l'arte che non si esaurisce nella mera sponsorizzazione culturale o nell'acquisizione mecenatica di opere.

L'impresa stessa può diventare un'opera d'arte grazie alla vena dei suoi protagonisti, chiamati a pensare in termini "artistici" anche se si tratta di risolvere piccoli problemi quotidiani, specialmente organizzativi, e ad attivare uno sguardo laterale quando la piatta visione frontale non suggerisca spunti all'altezza. Insomma, impara l'arte e non metterla da parte.

Una cosa è certa. Apprezzamenti come «Quell'azienda è un capolavoro» non sembreranno più, d'ora in avanti, fuori luogo. ■

Qui sopra, immagini di Villa Caldogno, sede di C4. In apertura, al lavoro con l'arte, nei laboratori del Centro.