

GLOBAL/MENTE  
CULTURE E SCIENZE SOCIALI

IL PAPAVERO

Raffaella Monia Calia, Luigi Caramiello,  
Rosaria Cirello, Vito Marcelletti

## CULTURAL FACTORY

Un territorio sociologico:  
testimoni e protagonisti  
Volume II

“... Tale narrazione agisce a testimonianza di uno *story-telling* partenopeo, che alimenta l'immaginario metropolitano ed allo stesso tempo, in maniera processuale e dialogica, di moreniana memoria, fornisce punti di riferimento produttivi e comunicativi, ossia “pratici”, di quello che ha rappresentato e rappresenta la dimensione artistica e culturale nella città di Napoli e nelle sue seducenti diramazioni sociali e territoriali ...”

Euro 20,00  
ISBN 978-88-3294-056-5

CULTURAL FACTORY Un territorio sociologico: testimoni e protagonisti



EDIZIONI IL PAPAVERO

CULTURAL FACTORY  
*Un territorio sociologico: testimoni e protagonisti*  
Volume II



**GLOBAL/MENTE**  
**CULTURE E SCIENZE SOCIALI**

Collana diretta da Raffaella Monia Calia



## COMITATO SCIENTIFICO

Veronika Bernard, *Universität Innsbruck, Innsbruck*

Antonio Camorrino, *Università Federico II, Napoli*

Luigi Caramiello, *Università Federico II, Napoli*

Roberto Cipriani, *Università Roma Tre, Roma*

Linda De Feo, *Università Federico II, Napoli*

Mara Immacolata Festa, *Associazione Apple Pie, Avellino*

Maria Luisa Iavarone, *Università Parthenope, Napoli*

Gianfranco Pecchinenda, *Università Federico II, Napoli*

Anna Maria Zaccaria, *Università Federico II, Napoli*



Raffaella Monia Calia, Luigi Caramiello,  
Rosaria Cirello, Vito Marcelletti

# **CULTURAL FACTORY**

**Un territorio sociologico:  
testimoni e protagonisti**  
Volume II

a cura di Raffaella Monia Calia



EDIZIONI  
**IL PAPAVERO**

È vietata la riproduzione con qualsiasi mezzo  
di questo volume o di parte di esso  
senza l'autorizzazione della Casa Editrice

I volumi della collana sono soggetti  
a peer review secondo le norme vigenti

**Edizioni il Papavero**

1 Edizione Maggio 2020

ISBN 9788832940527

**In copertina:** Museo e Real Bosco di Capodimonte, Napoli. I diritti di riproduzione dell'immagine di copertina sono gentilmente concessi dal «Ministero per i Beni e le Attività Culturali e del Turismo - Museo e Real Bosco di Capodimonte».

## INDICE

<b>NOTA INTRODUTTIVA</b> <i>di Raffaella Monia Calia</i>	<b>13</b>
<b>Cap. 1 IL DISTRETTO CREATIVO</b> <b>La cultura come motore dello sviluppo nell'analisi</b> <b>di Massimo Marrelli</b> <i>di Luigi Caramiello</i>	<b>17</b>
<b>Cap. 2 LA FABBRICA DELL'INFORMAZIONE</b> <b>Intervista a Giorgio Fiore, editore del "Corriere del</b> <b>Mezzogiorno"</b> <i>di Rosaria Cirello</i>	<b>25</b>
<b>Cap. 3 L'INTERNAZIONALE DEL LIBRO</b> <b>Mario Guida racconta la storia dell'azienda</b> <i>di Vito Marcelletti</i>	<b>34</b>
<b>Cap. 4 L'IMPRENDITORE DEL QUOTIDIANO</b> <b>Parla Alfonso Ruffo, direttore de "Il Denaro"</b> <i>di Vito Marcelletti</i>	<b>41</b>
<b>Cap. 5 SEMINARE L'ARTE</b> <b>Peppe Morra: lo stile anarchico di un gallerista</b> <b>contadino</b> <i>di Luigi Caramiello</i>	<b>50</b>
<b>Cap. 6 IL RE DEL NEAPOLITAN POWER</b> <b>Willy David racconta l'epoca d'oro del pop</b> <b>partenopeo</b> <i>di Raffaella Monia Calia</i>	<b>58</b>
<b>Cap. 7 IL RING DELL'EDITORE</b> <b>Tullio Pironti racconta la sua esperienza editoriale</b> <i>di Rosaria Cirello</i>	<b>67</b>

<b>Cap. 8 LA TENACIA DI UN MATTATORE</b> <b>Tato Russo racconta l'avventura del Teatro Bellini</b> di <i>Vito Marcelletti</i>	<b>74</b>
<b>Cap. 9 IL FASCINO DELLA (VIDEO) COMUNICAZIONE</b> <b>A colloquio con Francesca Auliso</b> di <i>Vito Marcelletti</i>	<b>80</b>
<b>Cap. 10 LA REGGIA DELL'ARTE</b> <b>Conversazione con Mariella Utili direttrice del Museo di Capodimonte</b> di <i>Raffaella Monia Calia</i>	<b>84</b>
<b>Cap. 11 IL LICEO DEL POP</b> <b>Abruzzese Saccardi racconta l'esperienza dei "Musicisti Associati"</b> di <i>Vito Marcelletti</i>	<b>90</b>
<b>Cap. 12 SPACCANAPOLI SULLA SCENA</b> <b>Carmen Luongo e Prospero Bentivenga raccontano la storia del teatro Tintadirosso</b> di <i>Rosaria Cirello</i>	<b>96</b>
<b>Cap. 13 IL SIPARIO DELL'AVANGUARDIA</b> <b>A colloquio con Igina Di Napoli e Angelo Montella fondatori del Teatro Nuovo</b> di <i>Rosaria Cirello</i>	<b>100</b>
<b>Cap. 14 IL SANTUARIO DELL'ARMONIA</b> <b>Intervista a Vincenzo De Gregorio, direttore del Conservatorio San Pietro a Maiella</b> di <i>Rosaria Cirello</i>	<b>106</b>
<b>Cap. 15 LA MADRE DELL'ARTE CONTEMPORANEA</b> <b>Intervista a Eduardo Cicelyn</b> di <i>Raffaella Monia Calia</i>	<b>110</b>

<b>Cap. 16 IL PRESEPE CHE CI PIACE</b> <b>I Ferrigno, testimoni di artigianarte</b> di <i>Vito Marcelletti</i>	<b>114</b>
<b>Cap. 17 L'INDUSTRIA DELL'IMMAGINARIO</b> <b>La serialità televisiva in Campania nel racconto di</b> <b>Francesco Pinto</b> di <i>Rosaria Cirello</i>	<b>117</b>
<b>Cap. 18 LE AVVENTURE DI UN MALINCOMICO</b> <b>A colloquio con l'artista Lino D'Angiò, produttore di</b> <b>se stesso</b> di <i>Raffaella Monia Calia</i>	<b>123</b>
<b>Cap. 19 MULTIPLEX: UN'IDEA MODERNISSIMA</b> <b>Luciano Stella ci parla dell'odierno consumo</b> <b>cinematografico</b> di <i>Vito Marcelletti</i>	<b>132</b>
<b>Cap. 20 L'ARTE DEL PALAZZO</b> <b>A colloquio con Marina Vergiani, direttrice</b> <b>amministrativa del PAN</b> di <i>Raffaella Monia Calia</i>	<b>141</b>
<b>Cap. 21 IL COW BOY DELL'ETERE</b> <b>L'impegno televisivo di Lucio Varriale</b> di <i>Vito Marcelletti</i>	<b>149</b>
<b>Cap. 22 IL CIRCO DELLA MUSICA</b> <b>Intervista a Gennaro Manna, titolare del Teatro</b> <b>Palapartenope</b> di <i>Rosaria Cirello</i>	<b>153</b>
<b>Cap. 23 L'ARTE DELLE COLLANE</b> <b>Maria Colonnese racconta la storia della Casa Editrice</b> di <i>Rosaria Cirello</i>	<b>157</b>

## **Cap. 1 IL DISTRETTO CREATIVO**

### **La cultura come motore dello sviluppo nell'analisi di Massimo Marrelli**

di *Luigi Caramiello*

Massimo Marrelli, economista, Presidente del Polo delle Scienze Umane e Sociali, della "Federico II", studioso dell'organizzazione dei distretti produttivi, è certamente uno dei maggiori esperti in materia di economia e di finanza, incontrarlo e discutere con lui è una preziosa opportunità ed un'occasione di grande interesse. Personalità di caratura internazionale, conosciuto e apprezzato ben oltre i confini italiani, a partire dagli Stati Uniti, dove ha ricoperto diversi incarichi nelle più prestigiose università, Marrelli, si rivela, allo stesso tempo, una persona semplice e cordiale. Un intellettuale dotato di uno stile sobrio e pacato, che richiama alla mente ciò che gli anglosassoni definiscono "understatement". La sua disponibilità si manifesta immediatamente, già nei modi della sua accoglienza e nella maniera di porsi, di sviluppare il dialogo. Il professore, già docente e poi preside della facoltà di economia va dritto al nocciolo della questione, lì dove si riannodano i temi centrali del nostro oggetto di indagine.

«Nell'ultimo rapporto di "Federculture" risulta che il valore di mercato della cultura supera quello delle attività sportive e di ricreazione. L'aggregato di quest'ultima, infatti, supera il valore del calcio e degli altri sport. Ciò vale anche per la Regione Campania, dove la sua quota di prodotto interno lordo ha un valore rilevante. Il punto è che il rapporto di "Federculture" rileva il consumo culturale. Il mercato, tuttavia, come ben sappiamo, è un insieme composto da consumo e produzione. Ebbene, il valore della produzione

culturale in Campania è inferiore del 30% rispetto al consumo». Il consumo senza produzione, sembra essere da sempre un tratto caratteristico dell'impreditoria culturale nostrana. Siamo, quindi, molto interessati a conoscere il suo pensiero sull'argomento.

«La produzione di cultura in Campania funziona con la modalità dei *clusters*. Vi sono quindi punti in cui l'attività è molto concentrata e forte, come l'artigianato e la produzione artistica, dove vantiamo una grande tradizione nel settore dell'arte presepiale, nella lavorazione dell'oro, così come nella ceramica d'arte, solo per citare i maggiori distretti». A tal proposito introduce un aspetto non secondario nell'economia del nostro ragionamento, collegabile alla difficoltà di individuare tutti i diversi passaggi di cui si compongono le filiere, poiché come ci fa capire «interi pezzi della catena produttiva sono sommersi». Il presidente cita l'esempio di S. Gregorio Armeno, il distretto presepiale più famoso al mondo che fattura 40 milioni di euro l'anno. «La filiera è composta in modo anomalo. In teoria dovrebbero esserci lo scultore, il modellatore, il rifinitore, ed infine la sarta, l'intervento della quale conferisce un valore aggiunto al prodotto. Gli scultori, però, sono ormai scomparsi. Accade, infatti, che da diverso tempo tutti gli operatori comprano il modello all'ingrosso da Giannotti. Lo stesso meccanismo si ripropone nel distretto orafa dove il corallo arriva semi lavorato dal Giappone». Entra qui un gioco una dinamica di enorme rilevanza. La merce, infatti come si evince dalle osservazioni dell'economista, si compone sempre più di due parti distinte: di queste, una costituisce la materia prima e, in un certo senso, ne rappresenta la struttura. Su di essa, in un secondo momento, interviene un dispositivo di elaborazione che, seguendo le direttrici del

processo creativo ne determina il contenuto, attivando un meccanismo attraverso il quale assume consistenza la sua componente immaginaria, la cui cifra estetica è parte integrante dell'universo comunicativo connesso all'identità immateriale dell'oggetto. "In sostanza, è questa componente che nella catena del valore determina il salto qualitativo" e si configura come il risultato di un complesso processo di elaborazione dove il contenuto di "know how", il grado di penetrazione e i livelli di consumo di un determinato prodotto rappresentano il valore aggiunto alla merce.

Il contrario, ad esempio, di quello che in Campania avviene nel campo dell'industria cinematografica «dove pure i dati sul consumo di cinema sono in linea con la media nazionale, ma ciò che manca, da noi, è una tradizione, ossia un bagaglio di conoscenze e competenze adeguate nel campo della produzione». Esempio al riguardo è il caso dell'Ipod dove tutti i pezzi, dalla scheda al microchip, sono fabbricati e assemblati nei paesi asiatici, ma il 60% del valore resta negli Stati Uniti dove l'oggetto in questione viene, pensato, plasmato concettualmente, disegnato, conferendogli un valore immaginario, prima ancora di essere immesso in circuito comunicativo, entrando così attraverso un meccanismo di "autopoiesi" nel territorio della fruizione.

«Per questa ragione, in alcuni settori come l'artigianato artistico dove si opera solo su alcuni segmenti della filiera, il valore dei prodotti rimane qui, in altri dove diversi pezzi di filiera pure sono realizzati in loco il valore non resta in Campania». Proseguendo sulla stessa falsariga, il Presidente del Polo individua nella realizzazione di Distretti culturali una variabile indipendente di fondamentale importanza, per aumentare la spinta propulsiva del comparto, anche in ragione del fatto che non mancano di certo nella nostra

regione le eccellenze, a cominciare dagli scavi di Pompei ed Ercolano. Una possibilità secondo Marrelli sarebbe quella di creare una contiguità tra produzione e museo, citando a riguardo l'esempio di San Leucio, dove accanto alle residenze borboniche sorgevano le manifatture reali. «Si tratta di creare intorno al network, un itinerario fruitivo che va dall'industria al museo. L'idea per esempio di creare un distretto culturale dei Borboni. Ciò significa, mettere a rete i *clusters*, costruendo economie di rete e di scale». Questa linea di politica industriale - spiega Marrelli - non vale solo per i beni culturali ma si estende anche ad altri ambiti come la performing arts, «il che significa organizzare concerti nei siti culturali. Il discorso include anche la musica leggera, c'è un programma di Micheal Pergolani su "Radiouno Demo", dove hanno un gruppo di ascolto che si occupa di selezionare il materiale musicale in forma di demo che ricevono quotidianamente. Ebbene circa 1/3 di quei "campioni dimostrativi" provengono da artisti napoletani. Un dato che la dice lunga sui livelli di creatività espressi dal nostro territorio. Purtroppo, come tutti sappiamo mancano gli apparati, non ci sono le industrie discografiche. A questo proposito, una risposta dal punto di vista delle politiche industriali potrebbe arrivare da un intervento mirato, attraverso una misura orientata a coprire l'anello mancante della catena produttiva».

A riguardo, come egli stesso ci spiega è stata approvata una legge regionale, la 448 che purtroppo non sta funzionando, poiché non privilegia quelle imprese che per la loro specializzazione produttiva potrebbero andare a colmare il gap. «Si tratta, infatti, di una gara dove a spuntarla sono, solitamente, le aziende che presentano i migliori parametri di bilancio, senza tener conto, nel modo più assoluto, della

loro funzionalità in ordine alla copertura di quel segmento mancante della filiera.

Parliamo, quindi, di una legge ragionieristica, rispondente ad un criterio economicista e che, pertanto, si rivolge all'impresa, ma non al sistema».

Anche l'annosa questione della mancanza di spazi e di luoghi adeguati per raduni giovanili è un argomento che attiene allo stesso discorso. Eppure, osserva attonito il professore, le imprese operanti in questo ramo, che di fatto chiudono la filiera dell'industria musicale, starebbero sul mercato da sole, senza la necessità di contributi pubblici.

Andiamo poi a toccare un altro tema di cui si è molto dibattuto negli ultimi tempi. Ci riferiamo alla decisione presa dalla direzione di un museo di arte contemporanea di "concedere" la struttura per la celebrazione di serate ed eventi a carattere mondano. Una scelta che ha sollevato, in molti, più di una perplessità, relativa all'utilità della presenza a Napoli di ben due imprese culturali la cui cifra "produttiva", si fonda, sia pur diversamente, sull'offerta di arte contemporanea.

«Non vi è dubbio che l'arte contemporanea a Napoli sia stata, in una certa misura, il simbolo di quello che venne chiamato il nuovo rinascimento. Tuttavia, se esistono perplessità a riguardo, un motivo esiste. In base a dati comprovati risulta, in maniera pressoché inequivocabile, come la domanda di fruizione di arte contemporanea a Napoli sia molto bassa rispetto all'offerta culturale rappresentata da musei come "Il Pan" ed il "Madre". Ma fosse solo questo il problema... Il punto è che l'intero modello presenta delle enormi carenze. Tanto per fare un paragone, cito l'esperienza dell'area "798" di Pechino. Si tratta di un'ex fabbrica,

ora abbandonata, che fu costruita negli anni 50' da ingegneri della Germania Est.

L'attuale direttore della struttura, si è posto alcuni anni or sono, il problema di come utilizzare questo spazio vuoto e fatiscente. E così pensò di creare una *factory*, un enorme laboratorio creativo dove ospitare gli artisti. Un luogo dove non solo si potessero tenere le esposizioni, ma che funzionasse in modo da coniugare, nello stesso spazio fruitivo, anche la produzione dell'opera d'arte contemporanea. Quest'area culturale conta oggi circa 20.000 laboratori ed oltre 3 milioni di visitatori l'anno».

«Il "consumo" del processo ideativo e realizzativo dell'opera, come dire, la fruizione del processo di produzione - ricorda Marrelli - è un aspetto cruciale nell'arte contemporanea, "l'attività di laboratorio, non è più il "retroscena" del "vernissage", ma viene intesa come "happening", "action painting". In questa cornice concettuale, anche il Pan andava concepito come un centro dove ospitare officine estetiche, fabbriche d'arte, poiché a partire dalla produzione è possibile creare una domanda e dare così al pubblico la possibilità di fruire dell'intero processo creativo».

Il problema si pone in termini simili per l'editoria. «L'indice di lettura in Campania è tra i più bassi in Italia. È evidente come, tra le tante altre cose, vi sia anche una catena di distribuzione del tutto inefficiente».

Il Presidente sottolinea come l'editoria in Campania sia realizzata, o se si vuole "sostenuta", dagli stessi autori poiché si tratta in larga misura, di autoproduzioni.

«Purtroppo pur avendo una grande storia, il comparto è un settore pseudoassistito. Salvo rari casi, infatti, non è in grado di autosostenersi sul mercato. D'altronde, se pensiamo al fatto che, sul piano della copertura dei costi,

una società di distribuzione, come per esempio la Rizzoli, chiede come garanzia all'incirca il 65% dei ricavi, è scontato che in questo modo l'operazione editoriale diventi proibitiva per i piccoli editori i quali, in passato potevano contare, come meccanismo di transazione, e se si vuole di ammortizzatore, sul cosiddetto "cavallo di ritorno". Forse è anche in rapporto a queste particolari condizioni che si segnala la dimensione "critica" della scena culturale partenopea, segnata, non secondariamente dall'assenza sul territorio locale di una azienda editoriale di dimensioni comparabili a quella delle grandi sigle operanti in campo nazionale. Un problema che attiene alla produzione libraria, ma anche, per certi aspetti, a quella della carta stampata giornalistica».

Ad ogni modo, sull'onda lunga delle considerazioni e dei rilievi critici proposti dal nostro interlocutore, arriva la conferma, quasi come se la stessimo aspettando, che il dibattito sull'industria culturale è un dibattito sullo sviluppo.

«Il rapporto di "Federculture" individua nella cultura l'elemento principale di determinazione dello sviluppo. Le teorie economiche di Barrow, Solow, Romer sulla crescita endogena, individuavano già 21 anni nella cultura e nel capitale umano i fattori propulsivi della crescita. Se ciò è vero, adoperarsi per la crescita culturale significa sconfiggere il sottosviluppo». Marrelli traccia le coordinate fondamentali da seguire per esercitare un ruolo da protagonisti in uno scenario divenuto negli ultimi anni sempre più concorrenziale. Come lui stesso ricorda:

«I paesi emergenti, le economie asiatiche, sono estremamente competitivi, sia sul piano del costo del lavoro, sia sul terreno dell'alta tecnologia. L'ambito dove si può competere

è quello dei prodotti "idiosincratici", vale a dire quel genere di prodotti il cui valore è fortemente connesso al territorio in cui sono realizzati. È come se fossero l'equivalente di una *griffe*. Walter Santagata, ad esempio, dimostra come il sistema moda non è nient'altro che un sistema culturale». Diventa perciò fondamentale, di fronte alla concorrenza sempre più forte e, peraltro, "sleale" proveniente dai paesi asiatici la scelta di puntare sulla qualità, realizzando prodotti il cui valore qualitativo non è eguagliabile da altri nel breve termine.

La nostra conversazione giunge al termine, ma il Presidente, prima di congedarci, ci offre un'ultima penetrante osservazione.

«Alla luce di quanto detto, emerge un elemento sul quale non si presta la necessaria attenzione, mi riferisco al fatto che la fruizione della cultura ha delle caratteristiche particolari che la rendono simile ad una droga. Ossia, è *addictive* poiché a differenza del consumo di cibo o bevande, presenta un'utilità marginale crescente. Ciò significa che, una volta imparato ad apprezzarla e a conoscerla, si genera automaticamente il desiderio e l'interesse che spinge un individuo a volerne di più. Per questa ragione, valorizzare le nostre eccellenze, migliorare i nostri apparati produttivi, implementando il potenziale industriale laddove c'è carenza, significa contribuire seriamente allo sviluppo».

## AUTORI

**Raffaella Monia Calia** (Remscheid, 1977), PhD in “Sociologia e ricerca sociale” all’Università degli Studi di Napoli “Federico II”, è attualmente Docente a contratto di “Sociologia Generale” nello stesso ateneo. I suoi principali interessi di ricerca riguardano le migrazioni, lo sviluppo delle aree interne, il rapporto tra moda e immaginario, le politiche di genere e le culture giovanili, sulle cui tematiche ha coordinato diversi progetti ed ha partecipato a convegni e seminari. Tra le sue pubblicazioni: *L’ambiguità della moda* (Napoli, 2012), *Un flash sugli anni Trenta* (Salerno, 2015), *L’Irpinia ai tempi della crisi* (Avellino, 2016), *L’apocalisse immaginaria* (Napoli, 2019).

**Luigi Caramiello** (Napoli, 1957). Docente di Sociologia dell’Arte e della Letteratura all’Università degli Studi di Napoli “Federico II”, ha insegnato in varie Università, in Italia e all’estero. Giornalista professionista, regista, critico e autore televisivo è stato direttore scientifico di diversi progetti di ricerca ed ha preso parte a numerosi convegni internazionali. Tra le sue pubblicazioni: *Il Medium nucleare* (Roma, 1987, Padova, 2016), *La natura tecnologica* (Napoli, 1996), *La droga della modernità* (Torino, 2003), *Ischia fra sogni e bisogni* (Firenze, 2009), *Frontiere culturali* (Napoli, 2012), *Il maestro dei grandi* (Lecce, 2015), *Oltre il luogocomunismo* (Napoli, 2015), *Percorsi di sociologia dell’arte* (Padova, 2016), *L’apocalisse immaginaria* (Napoli, 2019).

**Rosaria Cirello** (Aversa, 1980), Sociologa, si è laureata all'Università degli Studi di Napoli "Federico II" con una tesi sulla Cina. Collabora come assistente all'insegnamento di Sociologia dell'arte e della letteratura, all'organizzazione di diversi seminari a cui partecipa anche come relatrice e pubblica diversi saggi e articoli giornalistici. Mentre continua ad investire nella formazione e nel lavoro nascono Francesco e Leonardo. Oggi si occupa di industria culturale ed è impegnata in attività di progettazione e ricerca.

**Vito Marcelletti** (Modena, 1977) Ph.D in "Sociologia e Ricerca Sociale" all'Università di Napoli Federico II", è attualmente Docente a contratto al dipartimento di "Medicina Sperimentale" dell'"Università della Campania Luigi Vanvitelli", dove insegna "Metodi e strumenti della comunicazione del rischio". Si occupa principalmente di sociologia dei fenomeni politici e di teoria sociale, con una particolare attenzione ai nuovi fenomeni della devianza giovanile e della violenza politica, tematiche su cui ha pubblicato diversi articoli. Ha svolto lavori di ricerca sul rapporto tra credenze religiose e cultura politica in Occidente e nel mondo islamico, partecipando a convegni, seminari, conferenze.

Stampato in Italia per conto di  
OltrePasso di donata de bartolomeis  
Via De Sanctis 32 - 83030 Manocalzati  
e-mail [edizioniilpapavero@libero.it](mailto:edizioniilpapavero@libero.it)  
[www.edizioniilpapavero.it](http://www.edizioniilpapavero.it)  
tel. +39 3387780160

