

Accademia Unidee  
Scuola di Arti Visive

## **PUBLIC!**

[uso sostantivato dell'agg.; cfr. il lat. *Publicum* «dominio pubblico» e la locuz. *in publico* «in pubblico»]

### **Convegno di Ricerca**

Che ne è del pubblico?

Chi può definire cosa sia pubblico?

Come si costruisce l'idea di pubblico?

Può il pubblico rappresentare una forma di resistenza e sopravvivenza alle crisi ambientali e biopolitiche della contemporaneità?

Nel 2022 è necessaria una revisione della nozione di **pubblico**.

Il termine “pubblico” significa, in primo luogo, che ogni cosa che si svolge in pubblico può essere vista e udita da tutti e ha la più ampia pubblicità possibile. In secondo luogo, significa il mondo stesso. In quanto è comune a tutti e distinto dallo spazio che ognuno di noi vi occupa privatamente<sup>1</sup>. L'interesse per il suo antinomico **comune**<sup>2</sup> è uno dei campi da cui proviene molta riflessione. Il comune sia come negativo della proprietà, che implica la parità di accesso, sia come positivo della proprietà, che implica un processo decisionale partecipato.

Nel 2022 lo spazio digitale ha affiancato e sempre più sostituito lo **spazio pubblico** fisico. Evidente è stata la messa in discussione delle definizioni e dell'opposizione pubblico privato. Si pensi all'affermarsi delle licenze creative, definite appunto “commons” e, in senso opposto, alla pervasività della sorveglianza digitale, effettiva appropriazione per fini privati dell'impronta pubblica che ciascuno lascia nell'esercizio della propria identità personale elettronica. La domanda da porre è dove stia il Pubblico nella “sovranità digitale”.

La visione proposta da Jürgen Habermas<sup>3</sup> resta nell'identificazione del pubblico “come uno spazio di incontro e argomentazione tra soggetti liberi, detenenti uguali diritti di parola, che affrontano problemi di interesse collettivo e sottopongono al vaglio intersoggettivo le loro idee-opinioni espresse attraverso forme argomentative”. Per **sfera pubblica** è dunque da intendersi uno spazio inter-medio tra il pubblico, come sede del potere politico e delle passioni collettive, e il privato, come area della produzione e riproduzione degli interessi e degli orientamenti individuali. “Si tratta dunque dello spazio della parola, della critica e dell'argomentazione razionale in cui i segnali e gli impulsi della società civile vengono elaborati e rappresentati alla sfera del potere politico e in cui le azioni del pubblico potere vengono sottoposte alla critica e al giudizio.”<sup>4</sup> Una visione che oggi può essere parzialmente rivista. Sia dal punto di vista della dimensione pubblica spaziale, rideterminata entro nuove definizioni fondate sulle pratiche o, anche, ripensata intorno a una dimensione relazionale: “spazio pubblico” non tanto come spazio che allude a una proprietà non privata, ma spazio determinato “dall'uso che se ne fa”, o che, appunto, assume declinazioni diverse in funzione dei “modi di stare

---

1 H. Arendt, *The Human Condition*, The University of Chicago Press, Chicago, 1958, trad. it. *Vita Activa. La condizione umana*, Bompiani, 1998.

2 M. Hardt, A. Negri, *Commonwealth*, Harvard University Press, Cambridge, 2009

3 J. Habermas. *Storia e critica dell'opinione pubblica*, Laterza 1969

4 M. Cerulo, *Sfera pubblica e opinione pubblica. Habermas e Bourdieu. Una comparazione*, Quaderni di Teoria Sociale, Morlacchi Editore, 2020.

insieme”, provando a ragionare da un lato non tanto su “quel che uno spazio è, piuttosto su quel che uno spazio fa” e, dall’altro, sviluppando una ricerca intorno ai modi del “comment vivre ensemble”<sup>5</sup>.

Accanto alla ripensamento dello spazio pubblico, è ancora la nozione di “comune” ad aprire strade di ricerca e di pratiche, muovendo dalla “tragedia dei beni comuni” a forme sia radicali sia di pragmatismo giuridico che definiscono un modo “altro” di occuparsi del pubblico. “Dopo mezzo secolo di neoliberalismo, una nuova ideologia radicale, basata sulla pratica, si sta facendo strada dai margini: il **commonismo**. Si basa sui valori della condivisione, della proprietà comune (intellettuale) e delle nuove cooperazioni sociali. I cittadini comuni affermano che le relazioni sociali possono sostituire le relazioni monetarie (contratti). Sostengono la solidarietà e confidano nelle relazioni tra pari per sviluppare nuovi modi di produzione”<sup>6</sup>.

All’opposto sta la proposta neoliberista dello **Stakeholder capitalism**, con il suo corollario il **Brand Activism**.<sup>7</sup> Il primo essendo un pubblico demandato al privato e il secondo la forma di inserimento nel mercato di questo nuovo pubblico industriale. E, per quanto riguarda l’Europa, le fondamentali esperienze di sussidiarietà verticale e orizzontale, che attraversano non solo le elaborazioni teoriche del Diritto contemporaneo, ma ripensano anche la concreta possibilità di azione e relazione tra le organizzazioni di ogni settore.

Le proposte della produzione artistica, peraltro, già alla fine degli anni ‘80 e negli anni ‘90 irrompono sulla scena della “vita in comune”<sup>8</sup>. In particolare, la nozione di arte pubblica viene rigenerata da diversi percorsi, tra cui un radicale cambiamento al modo di intendere e leggere lo spazio pubblico e l’opera d’arte a esso destinata.<sup>9</sup> La **new genre public art** implica “strategie pubbliche d’impegno come linguaggio estetico, la cui struttura è una necessità percepita dall’artista in collaborazione con la sua audience.<sup>10</sup> All’arte site-specific si sostituisce quella community o **audience-specific art**. Ed è il cittadino a suggerire l’intervento a partire dai suoi bisogni, passando da fruitore passivo a coautore, alla stessa stregua dell’artista.”<sup>11</sup> Nasce l’**arte socialmente impegnata** (*socially engaged art*) negli anni ‘90 e 2000, che contribuisce a ridefinire la stessa funzione del pubblico, in una interpretazione dell’artista come costruttore di strutture e infrastrutture<sup>12</sup>. Nel 1994 Michelangelo Pistoletto pubblica il manifesto Progetto Arte in cui afferma che “... è tempo che l’artista prenda su di sé la responsabilità di porre in comunicazione ogni altra attività umana, dall’economia alla politica, dalla scienza alla religione, dall’educazione al comportamento, in breve tutte le istanze del tessuto sociale.”<sup>13</sup>

A queste pratiche si uniscono le esperienze di mondi un tempo molto diversi: il mondo del design, dell’innovazione sociale, della sharing economy e delle nuove forme di governance. Emergono le “comunità creative”<sup>14</sup>, “persone che cooperativamente inventano, sviluppano e gestiscono soluzioni innovative per nuovi modi di vivere”. Le “politiche del quotidiano”<sup>15</sup> sviluppate in molte città rimescolano le carte, tanto che la distinzione tra soggetti pubblici e privati, beni comuni e interessi collettivi o personali, diventa in alcuni casi meno chiara e meno rilevante.

Il pubblico è in senso relazionale uno “stare” tra gli altri: nell’intimità della solitudine, nell’extimità dei piccoli gruppi, nell’espressione collettiva<sup>16</sup>. Stare: un termine che viene dal latino *status*, che a sua volta deriva da *stare* (cioè, appunto, stare assieme). Lo **stato** è pubblico e lo *status*, quindi, altro non è che la situazione, la

---

5 Si fa qui riferimento alla tradizione di ricerca italiana intorno allo spazio pubblico degli ultimi anni, naturalmente in dialogo con un dibattito internazionale. In particolare P. Crosta, *Pratiche. Il territorio è l’uso che se ne fa*, Francoangeli, Milano, 2010; C. Bianchetti, *Spazi che contano. Il progetto urbanistico in epoca neo-liberale*, Donzelli, Roma 2011, che muovono dagli stimoli delle ricerche di Colin Ward (“quel che lo spazio fa”) e Roland Barthes (“come vivere insieme”).

6 N. Dockx, P. Gielen, *Commonismo. Una nuova estetica del reale*, Valiz, Amsterdam, 2018.

7 [https://www.feelingeurope.eu/Pages/Klaus\\_Schwab\\_letter.pdf](https://www.feelingeurope.eu/Pages/Klaus_Schwab_letter.pdf)

8 Si utilizza qui un’espressione che di seguito sarà approfondita nell’ambito della trattazione della ricerca di Cittadellarte dedicata al tema della *Life in Common*.

9 Suzanne Lacy, *Mapping the terrain. New genre public art* (1995)

10 Progetto pilota della new genre public art è, nel 1993, *Culture in action: new public art in Chicago*

11 A. Zevi, *Arte e spazio pubblico*, Treccani, [https://www.treccani.it/enciclopedia/arte-e-spazio-pubblico\\_%28XXI-Secolo%29/](https://www.treccani.it/enciclopedia/arte-e-spazio-pubblico_%28XXI-Secolo%29/), consultato 28 marzo 2022.

12 M. Pistoletto, *Progetto Arte*, 1994.

13 M. Pistoletto, *Progetto Arte*, 1994.

14 A. Meroni (ed), *Creative communities. People inventing sustainable ways of living*. Edizioni Polidesign, Milano, 2007

15 E. Manzini, *Politiche del quotidiano*, Edizioni di comunità, 2018.

16 C. Bianchetti, “Intimité, extimité, public. Riletture dello spazio pubblico”, in *Territorio*, 72, 2015. Pp. 7-17

posizione. Tale situazione non si basa su un pensiero, che è una proprietà personale, bensì più su un' *intelligenza agente*, ovvero una facoltà che estrae la verità direttamente da un immaginario condiviso. Lo *Stato* quindi si basa su un pensiero che è *multitudo*, che è depositario dell' intelletto comune, ovvero di un patrimonio storico-culturale che lo articola, grazie alla convivenza di processi di conoscenza e pratiche politiche. In senso filosofico il significato non è *dell'essere* ma *fra gli esseri*, e lo *Status*, quindi, non è altro che la situazione, la posizione, la condizione pubblica. Ebbene il pubblico, è la *struttura* delle relazioni che costituiscono la società, e che produce lo *stato* dei rapporti tra i suoi membri, che si concretizza in determinate istituzioni, regolamenti, leggi nella continua negoziazione conflittuale con le corrispondenti istanze del privato, del mercato e della strenua rivendicazione del comune. Nel pubblico, comunità, organizzazioni e gruppi agiscono forme rituali della relazione sociale, identificando in quella sfera il luogo della costruzione dell'immaginario collettivo, dell'auto-riconoscimento, dell'identità<sup>17</sup>. È in una parola lo spazio della *sacertà sociale*, ovvero lo spazio della connessione all'esperienza di una realtà totalmente diversa, rispetto alla quale l'uomo produce in un continuo patteggiamento i suoi diritti comuni e quindi le sue proporzioni. E lo fa aggiornandosi man mano che l'arte, la tecnica, la memoria, il linguaggio mutano le loro ricadute.

*Public!* si interroga su come la dimensione pubblica agisca nella complessità sociopolitica contemporanea: spazi fisici, culturali, teorici. Una condizione dove sono esacerbati i localismi e potenziati i confini delle proprietà, in cui la responsabilità collettiva è messa in discussione dalla costruzione neoliberista dell'individuo.

Al fine di analizzare l'importanza storico-teorica del concetto di Pubblico e di saggiarne la fecondità attuale, artisti, sociologi, filosofi, politologi, ricercatrici e ricercatori, studiosi, ma anche studenti, sono invitati a contribuire al convegno inviando proposte attinenti ai seguenti nuclei problematici:

- la genesi storica del concetto di Pubblico, il suo ruolo nella società, la sua relazione con il privato;
- la dispersione e l'espansione del concetto di Pubblico nel liberismo contemporaneo caratterizzato dall'irruzione del privato;
- gli aspetti più propriamente antropologici, filosofici del concetto di Pubblico, laddove ci si riferisca all'esternalizzazione di processi di una possibile antropotecnica (ad esempio, il pubblico come sistema a modello di un particolare modello di cittadino);
- ruolo, definizione e uso contemporaneo dello spazio pubblico come categoria utile alla comprensione di oggetti e contesti pubblici (biblioteche, musei, 'uffici' pubblici, ma anche luoghi di culto, centri sportivi e anche territori, fiumi, boschi...), nonché gli eventuali critiche di tali usi;
- i possibili punti di contatto e dialogo tra Pubblico e proprietà;
- il ruolo dell'arte come pratica pubblica in particolare nella riformulazione delle categorie dialettiche di individuo e collettivo, soggetto e oggetto, mercato e bene comune, umano e non umano
- le questioni contemporanee di diritto, economia e sociologia intorno al concetto di Pubblico.

A cura di Paolo Naldini, Francesco Monico, Michele Cerruti But.

---

17 E. Durkheim, *Le forme elementari della vita religiosa*, 1912

## MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE

Ricercatorə, studiosə, filosofə, artistə, practitioners sono invitati a partecipare al Convegno di Ricerca inviando al Comitato Scientifico una proposta di saggio nella forma di un abstract entro il 15 maggio 2022, al seguente indirizzo:

callforpapers@accademiaunidee.it

(oggetto: PUBLIC\_Cognome)

La conferma di accettazione dell'abstract verrà comunicata agli autori entro il 30 maggio 2022 insieme alle indicazioni proposte dal Comitato Scientifico, mentre il full paper di approssimativamente 2500/3000 parole dovrà essere inviato entro il 20 Giugno 2022. Si accolgono abstract e paper in inglese, italiano e francese.

Ogni autore può presentare un solo abstract, ma può comparire come co-autore di paper presentati da altri partecipanti. I paper dei partecipanti in regola con il pagamento della quota di iscrizione e presentati al Convegno di Ricerca saranno pubblicati in un volume con codice ISBN.

### *Linee guida per gli abstract:*

Ogni abstract deve includere le seguenti informazioni:

Nome e Cognome, Affiliazione, Indirizzo mail

Titolo dell'abstract, Keywords (massimo cinque)

Abstract (circa 500 parole)

Principali riferimenti bibliografici

### SCADENZE:

- abstract: 15 maggio 2022
- accettazione abstract: 30 maggio 2022
- full paper: 20 giugno 2022
- iscrizione a tariffa ridotta: 3 giugno 2022

### COSTI DI ISCRIZIONE:

Partecipazione alla conferenza: 50 €

Ricercatori under 35: 30 €

La quota di iscrizione corrisponde a un contributo spese di segreteria organizzativa, oltre che rappresentare un incentivo per un'adesione seria e impegnativa.

Sono possibili riduzioni o esenzioni totali in ragione della motivazione espressa da parte dei candidati

### Tariffe ridotte:

partecipazione: 30 €

under 35: 15 €

Il pagamento deve essere effettuato a mezzo bonifico sul seguente conto:

Fondazione Pistoletto Onlus

Banca Patrimoni Sella - Biella

Conto corrente n. 1852679577435

IBAN: IT33N0321122300052679577435

BIC: SENVIT1XXX

con Causale "Convegno Public! + nome e cognome"

*call for abstracts*

A pagamento effettuato, chiediamo che venga inviata copia del pagamento a <mailto:c.pogliani@accademiaunidee.it>, accompagnata dai seguenti dati anagrafici: Nome e Cognome, indirizzo e codice fiscale

*call for abstracts*

## ORGANIZZAZIONE

Accademia Unidee

### Comitato scientifico del Convegno

Pier Luigi Sacco	Responsabile scientifico selezione paper
Laura Barreca	Accademia di Belle Arti di Carrara
Daniela Ciaffi	Politecnico di Torino
Priscila Fernandes	ArtEZ Academy of Art (NL)
Alessandra Pioselli	Accademia di Belle Arti G. Carrara di Bergamo
Antonio Vercellone	Università di Torino

### Comitato scientifico interno

Paolo Naldini	Presidente e Cofondatore Accademia Unidee
Francesco Monico	Direttore Accademia Unidee
Michele Cerruti But	Coordinatore Accademico Accademia Unidee
Silvia Evangelisti	Direttrice Triennio in Arti Visive per la Sostenibilità Sociale
Judith Wielander	Curatore Visible Project - Royal Academy of Fine Arts Antwerp
Matteo Lucchetti	Curatore Visible Project - Museo delle civiltà, Roma

### Segreteria organizzativa

Clara Pogliani  
Accademia Unidee  
Via Serralunga 27  
13900 Biella  
[c.pogliani@accademiaunidee.it](mailto:c.pogliani@accademiaunidee.it)

### Media Partner

chefare

*call for abstracts*