

Antropologia della contemporaneità

A cura di Ivan Bargna e Giacomo Pozzi

On stage

L'antropologia pubblica come evento



On stage

L'antropologia pubblica come evento

A cura di
Ivan Bargna e Giacomo Pozzi

Ledizioni

Il volume è stato pubblicato grazie al finanziamento del Dipartimento di Studi umanistici dell'Università IULM di Milano.

© 2026 Ledizioni LediPublishing
Via Antonio Boselli, 10 – 20137 Milano – Italy
www.ledizioni.it
info@ledizioni.it

On stage. L'antropologia pubblica come evento, a cura di Ivan Bargna e Giacomo Pozzi

Prima edizione: luglio 2026

ISBN cartaceo 9791256008384
ISBN eBook 9791256008391
ISBN PDF 9791256008407

In copertina: Arte pubblica e Antropologia a CityLife, Milano. World Anthropology Day – Antropologia pubblica a Milano, prima edizione, 2019. Foto di Ivan Bargna

Progetto grafico: ufficio grafico Ledizioni

Informazioni sul catalogo e sulle ristampe dell'editore: www.ledizioni.it
Le riproduzioni a uso differente da quello personale potranno avvenire, per un numero di pagine non superiore al 15% del presente volume, solo a seguito di specifica autorizzazione rilasciata da Ledizioni.

Indice

Quando l'antropologia pubblica va in scena	5
<i>Ivan Bargna, Giacomo Pozzi</i>	
World Anthropology Day: la festa dell'antropologia pubblica a Milano	43
<i>Leone Michelinì, Giovanna Santanera</i>	
Rituali polis-poietici: l'antropologia pubblica come evento urbano a Torino	69
<i>Francesco Vietti, Javier González Díez</i>	
Cosa dicono oggi le antropologhe e gli antropologi?	89
<i>Martina Giuffrè, Sabrina Tosi Cambini, Mario Turci</i>	
L'antropologia in piazza. I Dialoghi di Pistoia tra scienza, disseminazione e "sistema cultura"	109
<i>Marco Aime, Adriano Favole</i>	
European Anthropology Days: alla ricerca di un'"antropologia coinvolgente" per raggiungere i pubblici dell'antropologia	123
<i>Monica Heintz</i>	
Tutto il mondo è un palcoscenico per l'antropologia	141
<i>Dan Podjed</i>	
Gli autori e le autrici	157

Quando l'antropologia pubblica va in scena

IVAN BARGNA, GIACOMO POZZI

Chi vuole fare antropologia pubblica, lo faccia!
Ma non aspettatevi di essere ricompensati per questo.
Anzi, consideratelo [...] un privilegio.

Nancy Scheper-Hughes, 2009

Di cosa parliamo quando parliamo di antropologia pubblica*

Il dibattito sull'antropologia pubblica è piuttosto recente. La nozione è stata coniata dall'antropologo Borofsky tra la fine degli anni Novanta e i primi anni Duemila (2000a, 2000b, 2007). Questa ha portato a un acceso confronto, che ha avuto anche una sua declinazione italiana¹. Rispetto agli obiettivi del presente saggio, ma, in senso più ampio, del volume, crediamo sia sufficiente evidenziare alcuni passaggi di questa vicenda, che è allo stesso tempo globale e locale.

Il primo riguarda proprio la definizione di antropologia pubblica. Una delle sue più recenti versioni, proposta sempre da Borofsky ma in dialogo con De Lauri in occasione della pubblicazione del numero inaugurale della rivista *Public anthropologist*², sintetizza, rielabora e accoglie le riflessioni più pertinenti sorte attorno a questo tema negli ultimi anni.

* Sebbene il testo sia stato scritto congiuntamente, possiamo attribuire i paragrafi *Della necessità e del rischio di mettersi in scena, Pensare l'evento, Eventification: l'antropologia pubblica ai tempi della mercificazione della cultura, Eventi, media, disintermediazione e reintermediazione* (da p. 11 a p. 26) a Ivan Bargna e *Di cosa parliamo quando parliamo di antropologia pubblica, (Auto)etnografie dell'antropologia pubblica, Lavoro, Organizzazione, Risorse, Qualità/quantità, Prospettive* (da p. 5 a p. 10 e da p. 26 a p. 36) a Giacomo Pozzi.

1 Ricostruita e rianimata, recentemente, tra gli altri, da Severi (2016).

2 Reperibile al link <https://brill.com/view/journals/puan/puan-overview.xml> (visitato in data 12 gennaio 2026).

Una definizione di base dell'antropologia pubblica riguarda la capacità (e in qualche misura il dovere) dell'antropologia di affrontare efficacemente problemi che vanno *oltre la disciplina*. L'antropologia pubblica enfatizza il ruolo dell'antropologo come intellettuale impegnato. Porta avanti l'impegno dell'antropologia ad essere un testimone etnografico, a descrivere, in termini umani, come si vive al di là dei confini delle esperienze di molti lettori. Ma aggiunge anche l'impegno, attraverso l'etnografia, a ridefinire i termini dei dibattiti pubblici e a promuovere cambiamenti sociali e politici che vadano a beneficio di altri, in particolare di coloro con cui gli antropologi lavorano (Borofsky, De Lauri 2019, pp. 5-6, corsivo in originale³).

Sono diversi i pregi di questa definizione. In primo luogo, gli autori definiscono la dimensione pubblica come *processo* di attivazione e impegno, piuttosto che come concetto. In secondo luogo, mettono in luce l'articolazione pubblica della disciplina come *capacità* – determinata da una aspirazione collettiva della comunità antropologica (o di alcune sue parti) – di andare *oltre sé* stessa. Andare oltre, tuttavia, non significa stravolgere questo campo del sapere: al contrario, secondo i due studiosi, l'antropologia pubblica diventa possibile solo se la materia continua a fondare il suo sapere sull'esperienza, dunque sull'etnografia (cfr. Sanjek 2004). D'altro canto, come evidenziato anche da Ericksen (2006, 2013), il lavoro dell'antropologia pubblica non consiste tanto nel dire alle persone cosa fare, ma piuttosto nel mostrare *etnograficamente* come tutto possa essere fatto in maniera *differente*⁴. Inoltre, il farsi pubblico della disciplina diventa possibile solo se questa si impegna testardamente a entrare nei dibattiti pubblici, con l'obiettivo di promuovere una trasformazione sociale e politica.

Il secondo passaggio riguarda la diversità delle pratiche che attraversano l'antropologia pubblica e ne delineano i contorni. Focalizzarsi su questo

3 Laddove non diversamente indicato, le traduzioni sono a cura degli autori.

4 In questo senso, la proposta ricalca quanto messo ben in evidenza altrove anche da Fassin (2017, p. 8), in particolare in rapporto agli effetti dell'etnografia pubblica: “Il primo è un effetto di veridicità: si presume che la presenza dell'etnografo sul campo attesti la veridicità del suo resoconto di fatti ed eventi. Il secondo è un effetto simmetrico di riflessività: il coinvolgimento personale del ricercatore e dell'autore con il proprio lavoro e con le persone che lo abitano richiede un'assunzione critica della trasparenza ingannevole di ciò che viene raccontato. Il terzo è un effetto del realismo: la descrizione e la narrazione generano una conoscenza più concreta, suggestiva e viva di quanto non facciano altre forme retoriche. Il quarto è un effetto connesso di prossimità: i lettori o gli uditori si trovano immersi nelle scene e nelle circostanze rappresentate”.

aspetto consente di mettere in risalto la dimensione processuale dell'antropologia pubblica. Adottare questo approccio permette di tenere in considerazione che la dimensione pubblica sfugge al controllo di chi la promuove, e in tal senso è difficilmente inscrivibile nella logica della singolarità dell'iniziativa o dell'evento, così come solitamente teorizzato. Ciò deriva dal fatto che l'antropologia pubblica assume forme relazionali diverse in rapporto a forme sociali, culturali e di vita eterogenee. In questo senso, non solo non esiste *una* antropologia pubblica, ma non è neanche auspicabile che esista. Mead, una delle più importanti antropologhe (pubbliche) del Novecento, sosteneva che l'antropologia pubblica comportasse la "traduzione" di idee e concetti in una versione adeguata a un pubblico ampio. Della stessa opinione è Besteman, quando sostiene che l'antropologia pubblica "is about messaging" (2013, p. 4). *Messaging*: trasmettere un messaggio. Nell'epoca della multimedialità, social o meno, ciò si può realizzare in diversi modi (Sanday 2002, Beck 2009): scrivendo, per esempio; oppure agendo; o ancora, collaborando, per esempio con giornalisti e media (Scheper-Hughes 2009; Basile 2024); infine, organizzando eventi, festival, rassegne, come nei casi qui presentati. Nonostante la diversità delle pratiche, concordiamo con Ericksen quando sostiene che il denominatore comune sia

la convinzione che l'antropologia debba essere importante, non solo come ricerca accademica, ma anche come strumento per impegnarsi con il mondo in modo pratico, se non politico [...] l'antropologia pubblica equivale a un tentativo di colmare il divario e superare l'alienazione tra la comunità antropologica come gruppo professionale chiuso e la società globale che l'antropologia studia e a cui gli antropologi partecipano (Ericksen 2013, p. 14; si vedano anche Ericksen 2006; Cox 2009).

Il terzo passaggio riguarda le specificità del caso italiano. In Italia, infatti, in misura maggiore rispetto ad altri contesti, l'antropologia pubblica si è legata indissolubilmente alla dimensione applicativa del sapere antropologico (Colajanni 2014). Quest'ultima, infatti, grazie all'operato della Società che si preoccupa di promuoverla (Società Italiana di Antropologia Applicata – SIAA), ha avuto il ruolo di apripista rispetto alle questioni dell'antropologia pubblica. Inevitabilmente, ciò ha condizionato, o comunque predeterminato, le direzioni del dibattito ma anche di sviluppo della stessa, con il rischio forse di mettere talora in secondo piano la dimensione pubblica della disci-

plina in favore di quella applicata⁵. Oltre a questi aspetti, ciò che interessa mettere in rilievo è che, persino in Italia, dunque in una cornice piuttosto marginale rispetto alle logiche globali di produzione del sapere accademico, l'antropologia pubblica è stata oggetto di interesse fin dagli anni Novanta. A prova di ciò, Riccio ha ricordato (2016), per esempio, l'organizzazione di un convegno dell'Associazione Italiana per le Scienze Etno-Antropologiche del 1996 dedicato proprio a questi temi. Lo stesso Riccio cita, inoltre, i lavori di alcuni antropologi che hanno contribuito a instaurare il dibattito, sebbene quest'ultimo sia stato limitato, almeno in prima battuta, ai soli ambiti della cooperazione allo sviluppo e, in seconda, delle migrazioni. Più recentemente, come ricostruito criticamente da Severi (2016), la discussione ha visto anche prese di posizione forti e autorevoli "contro" l'antropologia pubblica, in favore di un'antropologia "inattuale"⁶ (Remotti 2014) o di una anche "attuale", ma rivolta solo ed esclusivamente verso il basso (Faeta 2013, 2014). Come mostrato efficacemente dai saggi raccolti in questo volume, l'antropologia pubblica in Italia include diversi ambiti, temi, contesti, modi di pensare e di agire. Tuttavia, crediamo che l'antropologia pubblica (italiana ma non solo), riprendendo le parole di Severi, possa "costituire l'ambito in cui si confrontino antropologi accademici e professionali e, assieme, costruiscano teorie e pratiche nuove che sappiano portare la disciplina nella società" (Severi 2016, p. 36). In fin dei conti, fare antropologia pubblica non significa rispondere a questione pubbliche, ma sollevarle.

(Auto)etnografie dell'antropologia pubblica

Alla luce di quanto scritto, comprendere lo stato dell'antropologia pubblica oggi, nella sua condizione di adultità (Vine 2011), significa interrogare, etnograficamente e comparativamente, le diverse forme che questa assume nella contemporaneità. Questo volume fornisce l'occasione per impostare questa operazione, che sicuramente non si realizza qui in termini esausti-

5 Sempre se accettiamo il presupposto che questa distinzione abbia senso. Inoltre, si consideri che questa affermazione non contiene alcuna nota critica, ma evidenzia solo delle specificità.

6 Che Remotti avvicina all'etnografia d'urgenza: "È ancora proponibile, è ancora praticabile? Mi sento di rispondere di sì, a prescindere del tutto dalle condizioni in cui versano le società nel presente" (Remotti 2014, pp. 39-40).

vi. Nelle pagine che seguono saranno descritti, analizzati e interpretati, da alcuni dei loro protagonisti, cinque eventi di antropologia pubblica⁷: tre di carattere nazionale e due di stampo internazionale.

Il primo è il “World Anthropology Day | Antropologia pubblica a Milano e Torino” (e dal 2026 anche a Roma), iniziativa lanciata dall’American Anthropological Association e ripresa in forme innovative a Milano dal corso di Laurea Magistrale in Scienze Antropologiche ed Etnologiche, dal Dottorato in Antropologia Culturale e Sociale (cui poi si è aggiunto il Dottorato Patrimonio Immateriale nell’Innovazione Socio-Culturale) e dal Dipartimento di Scienze Umane per la Formazione “Riccardo Massa” dell’Università degli Studi di Milano-Bicocca, a partire dal 2019, a Torino dal 2023 e a Roma, come detto, dal 2026. L’iniziativa, organizzata in collaborazione con la Società Italiana di Antropologia Applicata (SIAA), il Dipartimento di Lingue, Letterature, Culture e Mediazioni dell’Università di Milano Statale, l’Università IULM e i dipartimenti di Culture, Politica e Società e Filosofia e Scienze dell’Educazione dell’Università di Torino, prevede una serie di eventi pubblici pensati per rendere visibile e riconoscibile il lavoro quotidiano degli antropologi in dialogo con istituzioni, terzo settore, imprese.

Il secondo è la rassegna “Cosa dicono oggi *le antropologhe* e gli antropologi”, che si tiene a Parma dal 2018. Coordinata dalle antropologhe dell’Università di Parma Martina Giuffrè e Sabrina Tosi Cambini e da Mario Turci, antropologo e componente dell’Osservatorio Nazionale Patrimonio Immateriale UNESCO, la rassegna è organizzata dal Dipartimento di Discipline Umanistiche, Sociali e delle Imprese Culturali – DUSIC dell’Ateneo con la collaborazione di numerose realtà culturali territoriali e si configura come una serie di “dialoghi sul contemporaneo” aperti al pubblico.

Il terzo è “I dialoghi di Pistoia”, un festival di approfondimento culturale dedicato all’antropologia del contemporaneo. *I dialoghi*, attraverso colloqui interdisciplinari e letture inedite del mondo, offre nuovi sguardi sulle società umane. Dato il successo dell’iniziativa, negli ultimi anni al festival si sono affiancate altre iniziative, come una collana di volumi di antropologia pubblica, un archivio pubblico di registrazioni audio e video, un progetto scolastico e un programma online.

7 La selezione non è esaustiva e prende in considerazione solo alcune iniziative di antropologia pubblica. Altre, come il “Festival dell’antropologia” di Bologna, non sono qui rappresentate, nonostante la loro rilevanza (nel caso specifico solo perché non abbiamo ricevuto risposta al nostro invito a contribuire).

Il quarto evento, di caratura internazionale, riguarda l'iniziativa "European Anthropology Days", organizzata dalla più importante associazione di antropologia a livello europeo, la *European Association of Social Anthropologists* (EASA). L'obiettivo è raggiungere una massa critica di azioni legate all'antropologia a livello europeo, al fine di garantire visibilità alla disciplina in tutto il continente. Ciò rappresenta un'opportunità per avere voce nei dibattiti sociali e geopolitici, per dare un senso di solidarietà europea all'interno della professione, per costituire una ricchezza di materiale pubblico da utilizzare per fare lobbying a livello nazionale ed europeo e infine per aumentare la creatività nella divulgazione dei risultati delle ricerche antropologiche.

Il quinto e ultimo evento è un simposio (annuale itinerante) "Why the World Needs Anthropologists", promosso da EASA Applied Anthropology Network, che esplora diverse applicazioni dell'antropologia al di là del mondo accademico tradizionale e che si propone di mostrare come gli antropologi siano rilevanti per il mondo contemporaneo e per le questioni più urgenti che l'umanità deve affrontare. Il format, creato nel 2013, rappresenta una piattaforma di discussione e azione e prevede conferenze plenarie, tavole rotonde, sessioni gestite dai partecipanti, workshop organizzati dai partner, spazi per incontri simili a fiere, incontri di rete ed eventi sociali.

Questi cinque eventi di antropologia pubblica sono presentati nel volume da antropologhe e antropologi che, in prima persona, lavorano, collaborano, riflettono e contribuiscono alla realizzazione degli stessi. Il loro rappresenta dunque uno sguardo interno, o forse meglio una molteplicità di sguardi interni: ciò rende inevitabilmente situata (e limitata) la rappresentazione che emerge dalle narrazioni. Tuttavia, queste prospettive, fondate su una consapevolezza teorica e metodologica del valore dell'(auto)etnografia, sono le uniche che possano portare al centro della riflessione le dimensioni del fare, del farsi e del saper fare dell'antropologia pubblica. In ultima analisi, solo da questi punti di vista interni crediamo possano essere messi in rilievo, etnograficamente, nodi epistemologici densi del dibattito relativo all'antropologia pubblica, in particolare quelli della pratica, del processo e della relazione.

Oltre alla cornice teorica dell'evento, i saggi fanno emergere dimensioni "quotidiane" che permettono di elaborare una forma di generalizzazione, per quanto controllata, che riteniamo utile come contributo al dibattito. Infatti, un'operazione di confronto permette di concentrare l'attenzione sul rapporto tra il caso specifico e il contesto generale.

Della necessità e del rischio di mettersi in scena

Questo libro guarda all'antropologia pubblica da una angolazione particolare, quella delle diverse modalità attraverso cui la si mette in scena dando vita a eventi pubblici. In particolare, in questo capitolo introduttivo, porteremo l'attenzione sulla necessità e sui rischi connessi al mettersi in mostra per acquisire visibilità nella sfera pubblica, mettendoli in relazione ai più ampi contesti sociali e culturali entro i quali si giocano la rilevanza e l'incidenza del sapere antropologico. Nello specifico si tratterà di pensare la dimensione dell'“evento”, intorno alla quale tutte le esperienze raccolte in questo libro in un modo o nell'altro convergono, nei termini di un artefatto organizzativo e comunicativo da comprendersi alla luce dell'odierna implosione della sfera pubblica.

Così facendo, metteremo in connessione il nostro fare (il promuovere e fabbricare eventi di antropologia pubblica) con l'ambito più ampio della produzione e partecipazione a eventi, un terreno saldamento presidiato, concorrenziale e conteso, che è uno dei luoghi caratterizzanti della contemporaneità. Si tratta in primo luogo dell'economia della cultura e della più generale culturalizzazione dell'economia, ma anche dei media e delle mediazioni che modellano la vita quotidiana e la mettono in mostra, facendo del “valore di scena” (Böhme 2017), della visibilità e della costruzione di immagine, una modalità diffusa attraverso cui costruire identità, reputazione, posizionamenti, status e profitti: non si esiste se non nella misura in cui si appare.

Si tratta di pensare le relazioni fra i fini perseguiti e i mezzi utilizzati, i modi attraverso i quali i contenitori contribuiscono a dar forma ai contenuti, i rapporti fra palcoscenico e backstage, fra prodotti e processi.

Per poter condurre la nostra riflessione sulla portata e ricaduta degli eventi nella società odierna, ci interrogheremo brevemente sui modi attraverso cui l'“evento” è stato pensato in antropologia. L'obiettivo non è quello di tracciare una ricostruzione storica ma di arricchire la nostra cassetta degli attrezzi riflettendo sulle diverse accezioni del termine e sulle concettualizzazioni di cui è stato fatto oggetto, per poi ritornare, nell'ultima parte di questo capitolo, alla concretezza del lavoro antropologico nella sfera pubblica che è il tema di questo libro. Un giro lungo, dunque, attraverso il quale assumere una certa distanza dal qui e ora, per non restare schiacciati nell'attualità e per cercare di mostrare come la costruzione di eventi sia questione tutt'altro che secondaria, confinabile nella sola divulgazione di un sapere prodotto altrove, ma sia, a pieno titolo, luogo e mezzo di costruzione del sapere.

Pensare l'evento

L'evento non è certo estraneo all'antropologia: la dimensione etnografica della ricerca antropologica comporta inevitabilmente l'avere a che fare con eventi che sono le particolarità mutevoli e irriducibili delle vite e dei contesti che sfuggono ai nostri progetti, obiettivi e aspettative. Qui l'evento è accadimento, imprevisto, accidente. Ma se la dimensione situazionale dell'evento è connaturata all'etnografia stessa, il rapporto che l'antropologia ha avuto con l'evento è stato tuttavia ambivalente e contrastato (Kapferer 2010; Meinert e Kapferer 2015; Mauksch 2020).

L'evento è spesso apparso come un elemento di superficie, cronachistico, a fronte della profondità e stabilità di strutture sociali (Radcliffe-Brown) e cognitive (Lévi-Strauss) soggiacenti, così che l'antropologia ha potuto essere definita come disciplina dei 'non-eventi' (Hoffman e Lubkemann 2005). Nella scrittura etnografica l'evento si è così spesso ridotto a esempi o illustrazioni di generalizzazioni teoriche, spesso nella forma di *tranches de vie* che offrono l'occasione di individuare nodi problematici che poi l'etnografia andrà a sciogliere (Kapferer 2010).

Laddove l'evento ha assunto una maggior rilevanza è stato nello studio dei processi di modernizzazione legati alla situazione coloniale e agli spazi urbani (le ricerche in Africa meridionale di Gluckmann e della scuola di Manchester) dove l'attenzione all'evento è stata sollecitata dall'esperienza dei cambiamenti in corso e dal ruolo assunto dalle azioni individuali nell'introdurre novità e rimodellare le regole sociali. Senza che venga abbandonata la prospettiva sistemica, l'evento vi è apparso come elemento di contraddizione, conflitto, crisi che porta alla luce tensioni latenti. Dall'accento posto sulla stabilità si passa così a quello messo su processi ed equilibri dinamici, alla dimensione generativa dell'evento, anche se poi questo continua a essere ricondotto all'ordine sociale che lo sottende.

Centrale è stata la figura di Victor Turner (2014) per il quale l'evento (rituale e non) assume la forma espressiva di una performance creativa che ha luogo in spazi liminali in cui gli accadimenti sono imprevisti, contingenti e fortuiti, aperti a una molteplicità di esiti possibili, non predeterminati da alcuna costruzione sistemica e attraverso i quali si produce una riconfigurazione della realtà.

L'evento viene così strettamente associato al cambiamento. Una connessione che è stata ribadita anche da Michael Jackson (2005) che ha sottolineato le modalità molteplici con cui i partecipanti a un evento ne fanno esperienza, ne serbano un ricordo e ne fanno l'occasione per anticipare even-

ti futuri, così che all'antropologo lo studio degli eventi può consentire uno sguardo sulle trasformazioni sociali in corso.

Se tuttavia cerchiamo di distinguere fra diversi tipi di eventi, come ha fatto Don Handelman (1998), diviene anche possibile collocarli entro un continuum che va dagli eventi più aperti e poco strutturati a quelli altamente formalizzati e istituzionalizzati, evitando di porli dal solo lato del conflitto e della contraddizione. L'inatteso sembra così connettersi o lasciare il campo alla prevedibilità di strutture organizzate: eventi gli uni ed eventi gli altri.

Gli "eventi pubblici" cui Handelman fa riferimento sono ciò che in antropologia è stato chiamato "rituale". Così inteso l'evento non è mai dato e neppure semplicemente accade, ma è sempre costruito dai partecipanti. Come sottolineava anche Marshall Sahlins (2005), gli eventi esistono e producono degli effetti attraverso il significato che viene attribuito a certi accadimenti e questo ne determina l'impatto generativo: "la loro forza si esplica in un processo di costruzione culturale congiuntiva che è al tempo stesso una disposizione specifica e un'invenzione di significato [...] come momenti di definizione sociale che facilitano, pur alterandoli, i termini dei rapporti interpersonali in corso" (Kapferer 2010, pp. 17-18). L'evento prende forma nella relazione fra accadimenti e strutture, memoria sociale e contingenze.

Nell'evento ne va del tempo e dei luoghi in cui accade e che rimodella e di quel che vi succede. Contesti e contenitori non sono elementi inerti e non costituiscono background semplicemente dati, preesistenti, ma sono costruiti e scelti ed esercitano una funzione attiva nello svolgersi dell'evento. Non semplicemente fornendo delle cornici di significati ma operando attraverso modellamenti materiali di tempi e spazi, di pratiche di costruzione di relazioni: "Un evento pubblico viene attivato, innanzitutto, dall'applicazione della logica o delle logiche alla base della sua progettazione organizzativa" (Handelman 1998, p. XI). A questo riguardo Handelman distingue fra due meta-logiche degli eventi viste come gli estremi di un continuum: quella dei "modelli" (eventi progettati per indurre delle trasformazioni) e quella degli "specchi" (eventi che rappresentano, esprimono simbolicamente, riflettono uno stato di cose preesistente). A questo proposito possiamo chiederci se non sia però più opportuno ricomprenderli in una stessa dimensione performativa in cui i "modelli di" sono anche e nel contempo "modelli per" (Geertz 1987, pp. 146-147). Il modello come rappresentazione su piccola scala, di una realtà più ampia esistente e/o da realizzare, fornisce un esempio concreto, una miniatura a partire dalla quale intervenire nella

realtà. Attraverso una semplificazione ordinatrice consente, rispetto alla più ricca ma disorientante complessità del mondo, di guadagnare una maggior intellegibilità e capacità di operare efficacemente (Lévi-Strauss 2015, pp. 34-40). Presuppone il mantenimento e talvolta anche la consapevolezza del divario dalla realtà di cui è modello e che è alla base della sua stessa esistenza e produttività.

Pensare allora gli eventi di antropologia pubblica in termini di “modelli di” e “per” ci può servire per focalizzare l'attenzione sulla congiunzione di produzione di sapere e operatività, evidenziando la dimensione generativa dell'evento, la valenza strutturante dell'artefatto o dispositivo organizzativo e la sua proiezione nella direzione di futuri da realizzare.

Diversamente Lowell Lewis (2013), partendo da Turner e dalla interpretazione degli eventi rituali e della cultura in termini di performance, distingue fra pratiche performative ordinarie (quelle che hanno luogo nelle routine quotidiane) ed “eventi speciali”, composti da performance che possono essere pianificate o informali, rare o frequenti, ma che sono comunque, in maniera dichiarata o implicita, marcate come extra-ordinarie attraverso cornici che, separando l'esperienza dal flusso della vita ordinaria, la rendono più visibile e riconoscibile, favorendo una più intensa consapevolezza di quel che si fa. Anche in questo caso tuttavia fra le due forme di pratica performativa vi è però un continuum e non una frontiera netta nella misura in cui tutte le persone, a partire dal loro quotidiano, hanno il potenziale per accrescere la propria consapevolezza producendo “eventi speciali” che ne mettano a fuoco delle parti.

La questione diventa allora per noi, con riferimento agli eventi che promoviamo, quella della distinzione e connessione fra eventi performativi speciali e quotidiani: usare l'evento come dispositivo che faciliti una “consapevolezza” non solo di quel che lì si mette in scena ma della vita ordinaria chi lì si porta, ritrovandola poi nel proprio quotidiano. E tutto questo senza vedersi come demiurghi che danno forma o raffinano una materia grezza (rendendo speciale ciò che è ordinario), perché gli eventi speciali sono già presenti e punteggiano la vita quotidiana delle persone.

L'evento speciale non solo riflette quello che implicitamente è già presente nell'esperienza, ma induce o può indurre un mutamento: “Le persone selezionano certi tipi di attività, modi di agire e di sentire e creano eventi progettati per esplorare quelle pratiche e ricreare quelle esperienze” (Lowell Lewis 2010, p. 5). “La vita quotidiana può spesso essere vissuta come anti-

cipazione o recupero di eventi speciali [...] questi tendono a generare esperienze più salienti e un maggior numero di ricordi. Ma questi momenti di intensificazione e questi ricordi tornano anche ad animare la quotidianità, per impregnare le routine ordinarie delle tracce di un'esperienza straordinaria" (Ibi. p. 6). E tuttavia un evento speciale può perdere la sua forza generativa divenendo una pratica routinaria, così come dal quotidiano fuoriescono esperienze extra-ordinarie che negli eventi speciali possono trovare una più chiara, definita e pubblica espressione dando luogo a *pattern* e formati ripetibili nel tempo. L'evento è quindi singolare ma non necessariamente unico, si ripropone nel tempo interrompendone la continuità e pur tuttavia – come nel caso degli eventi di antropologia pubblica di cui parliamo – si ripropone con la regolarità di una ricorrenza. Cosa che gli consente di avere una storia, di avere degli sviluppi, di formare una tradizione, una "comunità" o pubblici che durano nel tempo. La salienza dell'evento, quindi, non risiede semplicemente nel carattere puntuale dell'avvenimento, nella sua singolarità, ma nella possibilità di durare nel tempo, di fare memoria e creare l'attesa di un ritorno.

La separatezza prodotta dalle cornici degli eventi non è dunque un ostacolo da rimuovere per ritrovare la pienezza della vita ma una condizione di possibilità dell'articolazione riflessiva dell'esperienza su base individuale e collettiva; diventa un problema quando si tramuta in una chiusura autoreferenziale, quando l'organizzazione è volta soprattutto alla riproduzione di sé stessa trasformando la separazione in cesura.

Anche se la dimensione pubblica dell'antropologia implica inclusività, partecipazione allargata, condizioni e relazioni il più possibile orizzontali, ogni evento pubblico comporta diversi gradi di accessibilità, spazi distinti. Contro l'odierno feticcio della trasparenza, occorre prendere atto di come ogni scena richieda un backstage dietro il quale non sta necessariamente un retroscena, la dimensione occulta di un segreto, un secondo fine dietro quello dichiarato. Il collasso di queste partizioni, delle maschere sociali di cui facciamo uso per rivestire una molteplicità di ruoli distinti, non apre all'immediatezza, a una relazione più autentica, ma all'impossibilità di ogni relazione (Goffman 1997; Bargna 2004).

Il breve quadro che abbiamo delineato aveva come obiettivo quello di allargare la visuale offrendo uno sfondo a partire dal quale stabilire delle connessioni tra gli eventi di antropologia pubblica di cui stiamo trattando e di mostrare come la loro realizzazione sollevi questioni che ne fanno non solo

un ambito di applicazione e divulgazione del sapere antropologico ma luogo e occasione di costruzione dello stesso, sia in termini teorici che etnografici.

Il pensare all'evento come specchio e trasferimento di un sapere prodotto altrove lo priva della sua potenzialità generativa, riducendone la portata a una mera funzione didattica e divulgativa, in cui la necessaria semplificazione richiesta dalla volontà di una maggiore accessibilità rischia di mutarsi in semplicismo privo di efficacia. Un rischio che l'antropologia corre più di altri saperi, nella misura in cui traendo forza dalla sua prossimità alla vita ordinaria, cosa che le conferisce concretezza, si trova nel contempo e proprio per questo esposta al pericolo dell'ovvio e del banale ("potevo dirlo anch'io!") nel momento in cui rinuncia al linguaggio disciplinare che la caratterizza, che non è solo il gergo della "tribù" ma un insieme di concetti e nozioni, di volta in volta vicini o lontani dall'esperienza dei propri interlocutori, che consentono la comprensione critica delle dinamiche sociali e culturali. Se dunque il pericolo da un lato è quello del restare chiusi nella torre d'avorio dell'accademia per preservare la propria purezza, dall'altro è quello di smarrire la propria peculiarità distintiva e con essa la propria efficacia e riconoscibilità. Ma è forse proprio qui che l'antropologia pubblica può esprimere al meglio le proprie potenzialità, non tanto nella divulgazione del sapere accademico a un pubblico il più ampio possibile, ma nel distanziamento dal modello dell'antropologo universitario come modello unico di riferimento per guardare invece alla molteplicità effettiva delle produzioni e degli usi del sapere antropologico in ambito professionale, nel terzo settore, nelle istituzioni e nel mondo del lavoro: laddove le connessioni con "pubblici" e interlocutori non vanno immaginate (il pubblico ideale, desiderabile e atteso) perché già ci sono, sono operanti e producono effetti tangibili nelle vite delle persone.

Si tratta di attuare uno spostamento di lato, in direzione di una visione meno gerarchica del sapere antropologico, più pluralistica e aperta, mantenendo la consapevolezza dei limiti e delle specificità di ciascuno e quindi della necessità di alleanze, scambi continui fra le parti con un incessante lavoro di "traduzione" da un campo all'altro che riconosca le incommensurabilità laddove vi sono e i tradimenti connessi a ogni traduzione.

È qui che emerge l'importanza della dimensione generativa dell'evento, l'esigenza di non ridurlo a una semplice rappresentazione scenica, a una versione ridotta e diluita di un sapere originario e in purezza. Centrare l'attenzione sull'evento in quanto modello vuol dire valorizzarne la portata generativa ponendo al centro la dimensione trasformativa dell'esperienza.

Eventification: l'antropologia pubblica ai tempi della mercificazione della cultura

La riflessione condotta finora ha cercato di ricollegare il nostro fare pratico ad alcuni dei modi in cui in antropologia è stato pensato l'evento. Si tratta ora di pensare gli eventi che costruiamo e mettiamo in scena sullo sfondo più ampio delle performance culturali quotidiane e della loro formalizzazione metariflessiva in eventi speciali, guardando al ruolo che gli eventi svolgono nell'odierna implosione della sfera pubblica, della mercificazione della cultura e dell'importanza assunta dall'economia degli eventi nel creare socialità, profitti e consenso.

Negli eventi pubblici odierni, rituale, spettacolo e festa tendono a sovrapporsi, con una ritualità meno strutturata, un'importanza crescente dell'elemento ludico e una partecipazione allargata a un pubblico di sconosciuti, come avviene nel caso degli eventi che coinvolgono turisti in una relazione *host-guest* (Simonicca 2006, pp. 583-616).

Quella a cui si assiste è un'"eventificazione" della socialità, una "festivizzazione" dell'evento nelle forme spettacolarizzate e iper-mediatizzate di un'economia sempre più centrata sulla dimensione immateriale del consumo, in cui all'acquisto di prodotti subentrano o si affiancano pratiche di condivisione di servizi ed esperienze in forme più o meno solidali e, soprattutto, in quelle ingegnerizzate dello *sharing* (Widlock 2017). Analogamente sia nel mondo del lavoro che nel tempo libero, la dimensione ludica è contrassegnata non tanto dal *play* come esperienza libera e fine a sé stessa ma dal *game*, dove a prevalere sono le regole e l'azione è finalizzata a ottenere risultati (Huizinga 2002), dando luogo a una *gamification* competitiva ed efficientista di prestazioni misurate da punteggi (Schrape 2014).

In Italia in particolare, l'eventificazione della cultura nella forma del festival ha avuto, a partire agli anni Novanta, una crescita importante che ne ha fatto il Paese europeo con il maggior numero di eventi. Nei festival si è trovato uno strumento di marketing territoriale, un acceleratore di processi di rigenerazione urbana, un promotore di cittadinanza attiva e un attrattore turistico, in connessione con il più complessivo sviluppo dell'economia della cultura, della culturalizzazione dell'economia e dell'affermarsi di forme di welfare a base culturale che, a partire da una "visione olistica della cura", fanno dello sport, dell'arte, dei musei e degli eventi una forma di terapia sociale (Bargna 2012; Fondazione Symbola 2025). Un fenomeno distribui-

to in maniera diseguale sul territorio che non è tuttavia limitato alle grandi città metropolitane, ma coinvolge molte città di provincia e talora anche aree interne (Cogoli, Guerzoni 2025).

In questa proliferazione di festival, l'evento da un lato sembra poter perdere di intensità nella misura in cui se ne affievolisce la singolarità che è uno dei tratti che lo rende speciale, ma dall'altro proprio la sua pervasività ne accresce l'importanza come spazio di relazione nella vita di molte persone nelle forme apparentemente ossimoriche di un'"eccezionalità consueta" e a portata di mano.

Indubbiamente abbiamo a che fare con eventi molto diversi fra loro sia in termini di promotori che di pubblico, contenuti e finalità, forme della partecipazione e dimensioni e tuttavia, anche quando si presentano come dissidenti e alternativi (Arci 2025), sembrano accomunati da tratti ricorrenti.

La forma dell'evento costituisce oggi un format che come tale può accrescere la visibilità e l'attrattività di qualsiasi cosa nella misura in cui il cui valore dipende innanzitutto dal fatto di essere confezionato e presentato come qualcosa di speciale: la portata trasformativa dell'evento sta innanzitutto nel suo essere creatore di valore. In quanto cornice e contenitore delimita uno spazio che ha in qualche modo una sua sacralità rispetto a ciò che resta fuori e rimodella ciò che raccoglie al suo interno. Esemplare da questo punto di vista è quando accaduto nel mondo dell'arte contemporanea con l'avvento all'inizio degli anni Novanta delle Biennali che non hanno semplicemente portato in mostra l'arte che c'era ma hanno dato luogo a un'"arte biennalizzata", nelle forme di eventi installativi concepiti in funzione del format organizzativo dell'evento espositivo complessivo (Groys 2009).

In un contesto competitivo contrassegnato dall'abbondanza dell'offerta, con calendari saturati da "Week" di ogni tipo, come nel caso di Milano, la partecipazione a un evento non si presenta come un obbligo sociale ma come una opzione individuale effettuata a partire da un catalogo di possibilità, ciascuna delle quali si propone, con forza diversa, come irrinunciabile. È un tratto distintivo della forma evento contemporanea: la concentrazione di proposte e opportunità in un tempo limitato e con una sovrabbondanza che "presuppone sempre nel momento in cui avviene l'inesauribilità e subito dopo l'immediata cessazione" così che si è sempre costretti a una scelta che genera la percezione delle sue "potenzialità inesaurite" (Francesconi 2021, p. 60). Ed è poi quello – quando gli eventi sono periodici – che spinge a tornare, per cercare di recuperare quel che si è perso. L'evento è un assaggio

che non sazia ma che stimola l'appetito e invita anche a ulteriori autonomi approfondimenti.

Occorre stare nell'evento ma anche saperne uscire, cercando di coniugare i tempi brevi e l'ipervisibilità dell'evento con la dimensione più nascosta, dilatata e duratura dei processi, facendo dell'evento un incubatore e moltiplicatore di relazioni e collaborazioni che portano fuori (Bargna 2022). Se l'uso del format dell'evento ci porta all'interno della città-vetrina e delle sue logiche organizzative e comunicative, la sensibilità etnografica può salvarci dal restare intrappolati al suo interno.

Eventi, media, disintermediazione e reintermediazione

Quando parliamo di eventi, ineludibile è la questione della loro natura mediatica. Se nella costruzione dei nostri eventi di antropologia pubblica privilegiamo, sia pur con modalità diverse, l'incontro in presenza, non di meno si tratta sempre e inevitabilmente di incontri mediati: l'evento stesso costituisce un media che consente certi modi di entrare in relazione fra le persone prefigurando certi tipi di pubblici. In questo quadro mass e small media non sono solo un veicolo di propagazione e amplificazione degli eventi ma svolgono un ruolo costitutivo, e contribuiscono a crearli. Quando George Duby sosteneva che un evento "esiste solo attraverso ciò che di esso si dice, in quanto viene letteralmente costruito da coloro che ne diffondono la fama" (Duby 2010, p. 11), da storico si riferiva allo sfasamento fra storia e memoria, a una creazione dell'evento che avviene successivamente all'accadimento. Se tuttavia nelle relazioni sociali non c'è nulla che non sia mediato, dovremmo allora dire che ogni evento in senso lato si costituisce come mediatico *ab origine*: i media sono parte del modo in cui gli eventi vengono concettualizzati, realizzati e vissuti da partecipanti, spettatori e utenti.

Jürgen Habermas (2005), Benedict Anderson (2018) e Luc Boltansky (2000) hanno mostrato, in modi diversi, come la sfera pubblica e lo stato-nazione siano nati dalla circolazione, dalla lettura e dalla discussione di specifiche forme testuali (romanzi, riviste, quotidiani), la cui fruizione collettiva ha creato un'opinione pubblica e una comunità immaginata. Marc Augé (2016) da parte sua ha evidenziato antropologicamente come ciò che riteniamo "reale" si componga nell'interazione fra immaginario collettivo, individuale e creazione di opere di finzione artistiche e letterarie. Arjun

Appadurai (2011), infine, ha sottolineato il ruolo attivo dell'immaginazione nelle connessioni che stabilisce con i *mediascape* globali nel dar forma a comunità di sentimento e ai progetti di vita delle persone (Bargna 2018).

I media dunque contribuiscono a creare eventi pubblici e non solo a rappresentarli. Il concetto di "evento mediatico" ha però una sua specificità e si riferisce inizialmente a un certo tipo di trasmissione televisiva, la cosiddetta "televisione cerimoniale" (Dayan e Katz 1992), caratterizzata dalla copertura *live* di grandi occasioni pubbliche in cui gli eventi sono ripresi nel momento in cui accadono, interrompendo le routine della vita ordinaria e del palinsesto. La presenza della televisione non è quella di un intruso che inaspettato irrompe dall'esterno ma è parte intrinseca dell'evento stesso che viene pianificato e concertato in anticipo. La natura degli eventi mediatici è di tipo politico e il loro scopo è quello della creazione di consenso intorno all'autorità costituita attraverso la partecipazione simultanea e a distanza di un vasto pubblico di spettatori a un rituale che li fa sentire parte di una comunità.

Questa nozione di "evento mediatico" sviluppata ai tempi della fine della guerra fredda è stata poi incrinata da quel che è successo con gli attentati dell'11 settembre 2001 e dalla "guerra al terrorismo" che hanno spostato il focus dall'evento celebrativo e pacificante a quello catastrofico e violento (Scannel 2022, p. 123) e, soprattutto, dalla comparsa e diffusione dei social media che hanno portato all'emergere di una nuova cultura mediatica più decentrata e a nuove forme di socialità (Pink, Horst, Postill, Hjorth, Lewis e Tacchi 2016).

L'accesso alla rete ha dato a un numero crescente di persone la possibilità di creare e far circolare testi, immagini e audio, affiancando e contrastando la comunicazione *top down* dei media tradizionali con quella *peer to peer* dei nuovi media. Un processo che negli anni Novanta (Lévy 1999) aveva portato a preconizzare l'avvento di un'intellettualità collettiva e di una "democrazia in tempo reale". Evaporate le utopie della rete oggi assistiamo al declino dei mass media tradizionali, alla frammentazione della sfera pubblica liberal-democratica e al congiungersi di liberismo e post-democrazia (Crouch 2005) nelle forme di un "capitalismo della sorveglianza" (Zuboff 2023). L'egemonia esercitata dalle Big Tech nei settori civile e militare e l'enorme concentrazione finanziaria spostano il potere dalle istituzioni pubbliche a entità private oligarchiche, riducendo il dibattito democratico a gestione tecnica e manipolazione di dati, creando profonde disuguaglianze sociali ed economiche.

In particolare, a essere sotto attacco sono la privacy e l'autonomia delle persone le cui vite sono trasformate in dati mercificabili incentivando le interazioni *peer to peer* sulle piattaforme al fine della profilazione algoritmica di individui e gruppi così da avere nel contempo sia la conoscenza del dettaglio di preferenze e scelte sia la loro aggregazione in *big data*, rintracciando regolarità in azioni apparentemente imprevedibili, anticipando bisogni e desideri. Mentre i *mass media* tendevano a creare uniformità e omologazione le piattaforme digitali incentivano l'iniziativa individuale e le interazioni in rete consentendo agli utenti di creare contenuti e condividerli, fornendo così alle aziende la possibilità di entrare nelle loro vite.

È allora necessario chiedersi – in particolare dopo l'accelerazione impressa dal *lockdown* in pandemia – quale sia l'uso che facciamo di questi media “partecipativi” nell'organizzazione, comunicazione e gestione dei nostri eventi e con quali effetti.

Quella che stiamo vivendo è un'implosione della “sfera pubblica borghese”, dell'opinione pubblica formatasi storicamente con la diffusione della stampa quotidiana (Habermas 2023) e che è stata pensata nei termini ideali di una comunità discorsiva razionale e riflessiva con aspirazioni universalistiche orientate all'inclusione, trasparenza, imparzialità e possibilità di decidere in assenza di costrizioni. A prenderne il posto è una molteplicità di pubblici più frammentata e plurale: se da un lato si assiste a una progressiva fusione e concentrazione di imprese in un'economia di scala, dall'altro si affermano forme di socialità e comunicazione diffusa e orizzontale ma in modi che più che “alternativi”, si rivelano *embedded* ed *entangled* con gli interessi delle corporation, con cui coesistono e convergono, collidono e colludono (Jenkins 2014, p. XLI). Così la definizione sempre più precisa di target di mercato per la creazione di nuovi prodotti e servizi mirati e personalizzati apre nel contempo spazi d'azione e visibilità anche a gruppi minoritari, marginali e discriminati, impegnati in politiche del riconoscimento: la dimensione politica della cittadinanza che è fatta di diritti e doveri interseca così quella economica dell'ampliamento dei mercati e dell'accesso ai consumi.

Sono trasformazioni che ci coinvolgono in prima persona e che siamo chiamati a pensare per poter costruire relazioni significative ed efficaci. Oggi ogni evento, anche quando si tiene in presenza, ha in realtà luogo nella relazione fra l'online e l'offline, il digitale e il materiale (Pink, Horst, Postill, Hjorth, Lewis e Tacchi 2016, pp. 147-165) nella loro compenetrazione e

disseminazione resa possibile dagli smartphone e dalle app che usiamo nella nostra vita quotidiana. Questo vuol anche dire che la partecipazione a eventi pubblici non può essere compresa restando al loro interno ma solo mettendo etnograficamente in connessione quel che fa di un gruppo di persone un “pubblico” e gli aspetti non-pubblici della loro vita, quella da cui vengono e a cui faranno ritorno e che portano sempre con sé, evitando di ridurre le persone a consumatori di un prodotto o utenti di un servizio.

Detto questo, possiamo tuttavia, su una diversa scala, tentare di indicare alcuni tratti ricorrenti connessi all'uso delle tecnologie digitali per farne dei punti d'attenzione, nella misura in cui “hanno le loro *affordance*, significati preesistenti e proprietà materiali, che li predispongono a essere usati in certi modi e non in altri” (Pertier 2017, p. 112).

L'enorme quantità e varietà di contenuti e di possibilità di connessione in rete tende ad accelerare i tempi di fruizione e a restringere quelli di attenzione, favorendo una comunicazione frammentata, semplificata, sensoriale, emozionale e spettacolare piuttosto che concettuale e critica. L'intrattenimento, il piacere immediato che mal sopporta il differimento della gratificazione e la semplice possibilità di restare connessi per poter avere la sensazione di essere insieme costruiscono ambienti propizi al consumo. Un bisogno e desiderio di socialità che in molti casi è anche quello che spinge alla ricerca di eventi in presenza, ma sempre più fruiti nei termini di “experience”, forse sorprendenti e coinvolgenti ma prive di imprevisti, progettate per soddisfare un cliente. Il format dell'evento, online o in presenza, appare particolarmente consonante con queste dinamiche in quanto promuove partecipazione, condivisione e immersione in un ambiente piacevole (l'elemento ludico e festivo, come è il caso in particolare di eventi musicali, sportivi e politici, il cui tratto comune della spettacolarità offre la possibilità di combinarli fra loro e finisce con il renderli molto simili). L'economia dell'esperienza esplicitamente presenta ogni lavoro come un “teatro” e ogni attività come un “palcoscenico”, così che obiettivo delle aziende è “mettere in scena” esperienze memorabili, facendo del servizio offerto un evento coinvolgente, collettivo e personalizzato, che impegna piacevolmente il cliente dal punto di vista sensoriale, emozionale, cognitivo e relazionale (Pine e Gilmore 2000).

Su questo terreno possiamo chiederci quanto il nostro desiderio di incontrare pubblici diversi cercando di corrispondere alle loro sensibilità e competenze e riconoscerle nella loro specificità, non corra talora il rischio di una certa indulgenza volta a togliere ogni possibile asperità e fatica con il fine di

ottenere consenso, attraendo e seducendo. Andando oltre possiamo anche chiederci quali siano i rapporti fra queste trasformazioni socioculturali e gli effetti non voluti della critica antropologica del logocentrismo, dell'enfasi posta sulla corporeità, della fascinazione per l'arte o il teatro come modalità di ricerca, dell'accentuazione della dimensione collaborativa dell'etnografia nei termini di una ricerca partecipata e comunitaria (Lassiter 2005): la questione qui è quella degli effetti concreti che le pratiche antropologiche producono nell'arena sociale al di là delle nostre intenzioni e di quelle altrui.

Su questo terreno la posta in gioco è quella della legittimazione e delegittimazione del sapere antropologico (e in particolare dell'antropologia pubblica) nel quadro più generale dei processi di disintermediazione in atto, incentivati dalle nuove tecnologie: in breve, il mondo ha davvero bisogno di antropologi?

La messa in discussione delle rendite di posizione dei *gatekeeper* così come la critica dell'autorità, l'affermarsi di forme di autogestione e democrazia diretta, di autorialità collettiva e cooperazione solidale non sono certo cosa di oggi e molti di noi, politicamente, vi si riconoscono; quel che però oggi fa la differenza nei processi di disintermediazione è la comparsa delle nuove forme di reintermediazione costituite dalle piattaforme e dai padroni della rete, dall'affermarsi di populismi che istituiscono forme di potere carismatico attraverso un rapporto "diretto" fra capo e popolo attraverso i social media, il prevalere di posizioni urlate che si impongono con la forza o la fascinazione, il prodursi di separatismi ed *echo chamber* in cui ciascun gruppo basta e sé stesso evitando il confronto con gli altri diversi da sé (tra i quali appunto, antropologhe e antropologi), la proliferazione di *fake news* impermeabili a ogni *fact checking*, la sovrabbondanza di informazioni che non si sa come trattare se non affidandosi alle raccomandazioni degli algoritmi e alle risposte oracolari dell'intelligenza artificiale.

A proposito di questa trasformazione si è parlato di "post-verità", il cui tratto distintivo ci sembra non tanto la crescita ipertrofica di menzogne diffuse ad arte ma l'irrilevanza socialmente diffusa della distinzione fra vero e falso e fra fatti e finzioni. Si crede in ciò che si vuole sentirsi dire o si vuol far credere, la ripetizione è già conferma e non sono possibili né smentite né contraddizioni, come mostrato in maniera eclatante dal presidente degli Stati Uniti Donald Trump per il quale l'esercizio del potere sembra non avere bisogno di altra legittimazione che la forza con cui si impone. Questo ritorno dell'uomo forte ha comunque bisogno di farsi valere in termini co-

municativi: la forza non è solo esercitata ma anche e innanzitutto esibita, come violenza potenziale che si esprime nella minaccia. È l'uso politico-militare della forza a richiedere, come condizione della propria efficacia, la gestione comunicativa del divario variabile fra la violenza potenziale e quella effettiva (Weizman 2011, p. 47). È qui che la cultura gioca un ruolo politico rilevante, nelle forme del soft power e della diplomazia culturale.

A perdere terreno però non è solo la razionalità argomentativa, il pensiero alimentato dal dubbio, ma anche il “pensiero narrativo”, quello che attraverso storie che si sviluppano nel tempo permette di esplorare emozioni, intenzioni e contesti culturali, tracciando percorsi di senso (Bruner 2015). A prenderne il posto è uno *storytelling* in cui viene meno la parte problematica dell'esistenza umana, con il suo carico di dolori e incertezze (Salmon 2008). Mentre le narrazioni rendevano possibile l'emergere di una comunità e la sua durata attraverso la trasmissione intergenerazionale, “lo storytelling [...] dà forma solo a una community, che è la versione mercificata della comunità [...] produce racconti che hanno la forma di oggetti di consumo. Con il supporto dello storytelling i prodotti si caricano emotivamente, così da promettere esperienze uniche” (Han 2024). Agli intellettuali subentrano nuovi mediatori: influencer, celebrity e spin doctor.

Generato nel mondo del marketing lo storytelling si è diffuso anche nei luoghi dell'antropologia, come è il caso dei musei post-etnografici dove la volontà di fare del museo un'agora all'insegna della partecipazione inclusiva produce, in modalità libere o negoziate, racconti attualizzanti che rispondono a bisogni individuali e alle questioni sensibili che animano il presente, cancellando l'autonomia degli artefatti e delle persone che li hanno creati e che ne hanno fatto uso, per sostituirla con il passato *prêt-à-porter* in cui ci si vuole riconoscere (Bargna 2019).

Le trasformazioni in corso e la loro pervasività richiedono di pensare agli eventi che promuoviamo in maniera contestuale e a diversi livelli di scala, non limitandosi alla sola dimensione locale. Occorre confrontarsi con le logiche del marketing degli eventi: ci siamo dentro, sia che si tenti di contrastarle, sia che si cerchi di servirsene per i nostri fini. Da questo punto di vista gli eventi di antropologia pubblica sui quali si riflette in questo libro offrono prospettive diverse che i lettori possono mettere utilmente a confronto.

Non si tratta solo di questioni di ordine pratico, tattico o strategico: in gioco c'è l'oggetto stesso di studio dell'antropologia culturale. Se non ci è possibile chiamarci fuori è proprio perché è sul terreno della cultura nella

sua accezione antropologica che oggi si costruisce buona parte del valore, sociale ed economico, che si tratti dei progetti di rigenerazione sociale e urbana a base culturale, del richiamo alle vocazioni territoriali, alle tradizioni locali e familiari, della valorizzazione del patrimonio culturale materiale e immateriale. Fattori chiave nella creazione del valore non sono tanto il lavoro, i costi di produzione o il valore d'uso ma la circolazione di significati da un campo simbolico all'altro (Gorz 2003, Boltanski e Chiapello 2014, Boltanski e Esquerre 2021). Nel linguaggio comune, nel marketing e nella politica, la concezione antropologica viene adottata per il suo riferimento alla dimensione collettiva, ma per sovrapporla a quella umanistica e valoriale della *cultura animi*. Mentre la prima richiedeva una sospensione del giudizio di valore per consentire una comprensione scevra da pregiudizi, la seconda implica invece una posizione assiologica e normativa dove i colti sono opposti agli incolti. La dimensione valoriale di questa seconda concezione è riportata dunque sulla prima, così che quando oggi si parla di “cultura calcistica”, “cultura del vino”, “cultura motoristica” e così via, non ci si limita ad affermare che queste situazioni sono culturalmente costruite, ma che proprio perché “culture” costituiscono di per sé un valore. L'accento non è posto sul carattere arbitrario e revocabile della cultura, ma sulla venerabilità che si può conferire a qualsiasi cosa, per il solo fatto di parlarne in termini di “cultura”: il richiamo alla cultura conferisce legittimità alla propria ricerca di riconoscimento e alla tutela dei propri interessi.

In questo quadro, la rappresentazione della differenza culturale non riflette una realtà data ma ha carattere performativo, contribuisce a far esistere ciò che sembra presupporre, è una costruzione consapevole e immaginativa. Certo possiamo vedervi delle forme di estrazione, sfruttamento predatorio e cooptazione che portano a un impoverimento culturale (Remotti 2011); quel che dovremmo evitare è però di interpretarlo come un potere che si esercita in termini di negazione e sottrazione, di una sovranità che si applica a una positività che gli resta esterna, invece di coglierlo nella sua dimensione produttiva e polimorfa, quella in cui il potere si connette alla produzione di sapere e il sapere genera effetti di potere, “nella molteplicità dei rapporti di forza immanenti al campo in cui si esercitano e costitutivi della loro organizzazione” (Foucault 2013, p. 82).

Tra potere e sapere, fra pratiche e discorsi non c'è corrispondenza immediata, opposizione o relazione di causa ed effetto: stanno in rapporto di implicazione reciproca e sfasata poiché gli effetti sociali dei discorsi non

stanno necessariamente in ciò che dicono. Ciò che vale naturalmente anche per gli usi sociali, politici ed economici della nozione antropologica di cultura. Se fra la dimensione agita e incorporata della cultura collettiva e la processualità tecnico-operativa della cultura progettata esiste un divario, non sono tuttavia separabili l'una dall'altra ma interconnesse in un processo di mutua generazione: se le industrie culturali non esauriscono la cultura in senso antropologico, vi si alimentano e contribuiscono a formarla.

La nozione antropologica di "cultura", oggi e da tempo, è oggetto di appropriazioni, riformulazioni e applicazioni interessate, è una nozione che è entrata a far parte del senso comune attraverso concreti dispositivi di potere-sapere, acquisendo una rilevanza sociale, politica ed economica sempre maggiore.

Così come è opportuno restare sulla scena creando eventi di antropologia pubblica per quanto possa essere problematico, analogamente e a maggior ragione è necessario evitare di fare un passo indietro davanti a quelli che ci appaiono appropriazioni semplificanti e deformanti della nozione di cultura, vedendovi uno strumento concettuale consunto e ormai inservibile: il possibile farsi senso comune di certe pratiche discorsive, proprio nella sua ambiguità e reversibilità, può costituire oltre che un pericolo un'opportunità.

Nella società dell'immagine e della comunicazione la dimensione pubblica dell'antropologia necessita di visibilità, di stare sulla scena per affermare la propria rilevanza sociale. Anche se questo ci espone costantemente al rischio che la forma si sostituisca alla sostanza, con il prevalere di logiche di marketing e operazioni di immagine, è una partita che non si può non giocare.

Questo libro racconta esperienze di antropologia pubblica realizzate da antropologhe e antropologi che hanno deciso di "giocare la partita". Per offrire un'analisi comparativa delle diverse iniziative, abbiamo individuato cinque assi della "messa in pratica" dell'antropologia pubblica come evento: lavoro, organizzazione, risorse, rapporto tra qualità e quantità, prospettive.

Lavoro

L'organizzazione di un evento pubblico presuppone, innanzitutto, del lavoro. Questo può essere di diverse tipologie: volontario, retribuito, part-time, full-time, occasionale, continuativo, autonomo, dipendente, visibile e invisibile, regolare e irregolare, gratuito e stipendiato, e così via. Al di là della sua componente contrattuale (che non è "solo" tecnica, ma intimamente

sociale), il lavoro dell'antropologia pubblica assume significati, sensi e valori diversi, sia per i professionisti direttamente coinvolti (le antropologhe e gli antropologi), sia per il pubblico. In questo senso, interrogarsi su questi aspetti può illuminare alcune logiche che attraversano e strutturano in generale il mondo del lavoro oggi, che l'antropologia pubblica in azione in certi casi riproduce, in altri problematizza.

Nella cornice degli eventi analizzati in questo volume, il lavoro, quando descritto o comunque reso visibile, assume forme eterogenee, sia da un punto di vista tecnico (e tecnologico) sia simbolico-relazionale. Nel caso del “World Anthropology Day | Antropologia pubblica a Milano e Torino” (e dal 2026 a Roma), il lavoro attraverso cui si realizza l'iniziativa, a cui viene data grande visibilità pubblica e importanza, si svolge principalmente in forma volontaria e gratuita grazie alla partecipazione, sempre libera, di studenti, dottorandi, ricercatori (tra cui molti precari) e professori. Il lavoro, pur essendo coordinato da un ristretto gruppo di ricercatori e professori, è strutturato in forma più orizzontale e dialogica possibile: ciò avviene, per esempio, nella suddivisione equa dei compiti, nella distribuzione delle responsabilità, nell'organizzazione di incontri per discutere, anche in maniera riflessiva, sulle modalità di lavoro stesse. In questo caso, del lavoro viene messa a valore principalmente la dimensione sociale, ma anche quelle pratica e informale. L'impegno per la valorizzazione di queste dimensioni, individuate tra l'altro grazie al contributo dell'antropologia del lavoro, non mette in secondo piano la questione del compenso, ma permette quantomeno di interrogarla da una prospettiva diversa. Il tema del compenso è sicuramente centrale, in particolare se intendiamo il lavoro come un'attività produttiva che prevede la messa in atto di conoscenze, intellettuali e/o manuali, per produrre e dispensare beni e servizi *proprio* in cambio di compenso, monetario o meno. Nel caso dell'evento che si tiene tra Milano e Torino, anche a causa della struttura organizzativa (vedi paragrafo successivo), non è possibile prevedere, se non attraverso l'attivazione di bandi, un compenso monetario per coloro che contribuiscono alla realizzazione dell'iniziativa. Ciò ha portato alcuni a dover interrompere la collaborazione. In ultima analisi, nonostante la centralità delle dimensioni sociale, pratica e informale del lavoro, questo viene in alcuni casi percepito come un limite della rassegna, coerente del resto con una più ampia logica (di mercato) che vede il volontariato non retribuito – ma in generale il lavoro non retribuito – cannibalizzare ampie sfere delle attività produttive. Ciò sembra essere particolarmente vero per il

contesto lombardo (Muehlebach 2012) e, in particolare, per il settore che include i cosiddetti professionisti della cultura. Tuttavia, questa criticità viene controbilanciata, o è comunque coerente, con il fatto che tutti gli eventi ospitati dalla rassegna sono gratuiti: in questo senso, pur adottando alcuni meccanismi del mercato culturale entro cui è inserito, nella cornice dell'iniziativa non si realizza alcun tipo di profitto. Questo dipende da una precisa scelta degli organizzatori. Inoltre, si consideri che l'iniziativa è supportata da finanziamenti pubblici molto limitati. Ciò, inevitabilmente, contribuisce ad alimentare la criticità di cui sopra. Infine, si tenga presente che, coerentemente con un approccio antropologico, il World Anthropology Day pianifica le proprie attività – e di conseguenza struttura gli ambiti interrogati in questo capitolo, tra cui quello lavorativo – evitando di contribuire alla mercificazione della cultura, cioè alla trasformazione in merce delle espressioni culturali materiali e immateriali. Ciò è possibile, solo in apparenza in forma contraddittoria, anche grazie alla valorizzazione del lavoro volontario rispetto a quello retribuito.

Non tutte le esperienze di antropologia pubblica prevedono questa organizzazione lavorativa. Se guardiamo per esempio al caso di “Why the World Needs Anthropologist” (WWNA), risulta subito evidente come il lavoro venga inteso in forma differente. In questo caso, infatti, sebbene anche questa iniziativa si basi sull'impegno volontario degli organizzatori e il denaro raccolto dai partner e dagli sponsor dell'evento venga utilizzato solo per coprire i costi organizzativi e non per pagare il personale, WWNA sembra fondarsi su una logica lavorativa più manageriale, tesa alla realizzazione di un format di successo che porti, da un lato, al riconoscimento del ruolo pubblico dell'antropologia e, dall'altro, alla dimostrazione delle potenzialità insite nell'inserimento dell'antropologia nel mondo del lavoro. In questo senso, WWNA rappresenta non solo un evento di antropologia pubblica, ma anche un'esperienza applicata di *business anthropology* (Jordan 2012). La dimensione del profitto qui non è taciuta, né nascosta, né demonizzata, come spesso avviene. L'antropologia può essere uno strumento per guadagnare: su questo aspetto, sia l'iniziativa che si realizza tra Milano e Torino sia il WWNA concordano. In ultima analisi, può essere un lavoro, forse anche un “buon” lavoro, che va ben oltre le mura dell'accademia. Tutti gli eventi di antropologia pubblica presentati in queste pagine – in misura diversa – sostengono questo: non è solo questione di divulgare cosa dicono oggi gli antropologi, ma anche cosa fanno in quanto professionisti. Occorre

lavorare per far sì che un certo lavoro si affermi. Fra qualche anno, quando il lavoro dell'antropologo sarà più diffuso, potremo forse interrogare⁸ questa forma di impiego attraverso lo sguardo dell'antropologia del lavoro (per esempio Narotzky 2018, Capello 2021), e chiederci: il lavoro dell'antropologo, incluso quello dell'antropologo pubblico che organizza eventi, porta ad alienazione (nella duplice forma di mercificazione/sfruttamento e di scorporazione del lavoro dai rapporti sociali)? Che ruolo gioca la flessibilità occupazionale o la delocalizzazione per un antropologo? Qual è il rapporto tra impiego regolare, lavoro informale e disoccupazione/precarietà e come ciò ridefinisce il lavoro antropologico? Il lavoro dell'antropologo, quando non prevede una dimensione pubblica, è considerabile un *bullshit job* – cioè un lavoro, in ultima analisi, inutile (Graeber 2018)?

Organizzazione

Il riferimento al mondo del lavoro porta inevitabilmente a riflettere sulla struttura organizzativa su cui poggiano le esperienze di antropologia pubblica. Sempre con guardo riflessivo, si tratta di osservare la “cultura organizzativa” (Wright 1994) che contraddistingue le diverse forme di antropologia pubblica qui esposte, al fine di trarne qualche riflessione più generale. Infatti, dal confronto tra le diverse macchine organizzative – caratterizzate dalla “coesistenza di ordine e disordine, rigidità formale e flessibilità creativa, routine e cambiamento, automatismi operativi e poetiche immaginative” (Gallotti, Tarabusi 2024, p. 24) – è possibile comprendere non solo la natura della vita organizzativa stessa, ma anche i processi di cambiamento sociale che stanno attraversando le nostre società e le diverse forme attraverso cui queste trasformazioni vengono gestite, dotate di senso, riarticolate. Infatti, lo studio della forma organizzativa permette di comprendere le modalità attraverso cui vengono costruiti i palinsesti, selezionati i temi, identificate le urgenze, adottate prospettive. Prendiamo ad esempio innanzitutto l'esperienza della rassegna “I Dialoghi di Pistoia”. Quest'ultima rappresenta un evento di grande successo in contesto italiano, e oltre. Sebbene la questione organizzativa non sia al centro del saggio di Aime e Favole, né del resto di nessuno degli altri autori, appare immediatamente evidente che il festival

8 Operazione in parte già realizzata dalla Associazione Nazionale Professionale Italiana di Antropologia (ANPIA). Si veda Zanotelli, Bachis, Fanoli, Trentanove, Mucciardi (2025).

si giovi di una solida struttura organizzativa, articolata gerarchicamente a partire da una cerchia ristretta di attori che “governano” l’iniziativa (promotori, direzione e consulenti). L’antropologia ricopre un ruolo di primo piano tra i consulenti, nel senso che questi sono antropologi, accademici tra l’altro, ma con una grande esperienza di divulgazione pubblica. Il resto dell’organizzazione si struttura piuttosto agilmente, data anche l’assenza della partecipazione dell’università, che dal punto di vista organizzativo è sempre piuttosto ingombrante, imbricata com’è nelle logiche dell’*audit culture* e della terza missione, e prevede una “classica” divisione a settore: dal coordinamento artistico a quello delle associazioni di volontariato, dalla logistica all’ospitalità dei relatori, dai social media ai rapporti con le scuole. In generale, in questi altri settori organizzativi, l’antropologia non sembra ricoprire un ruolo centrale. Ciò non vale per il “World Anthropology Day | Antropologia Pubblica a Milano e Torino”, la cui organizzazione è composta quasi esclusivamente da antropologi, accademici tra l’altro, e per la rassegna parmense “Cosa dicono oggi le *antropologhe* e gli antropologi”. Per quanto riguarda invece il simposio “Why the World Needs Anthropologists”, anche questo è formato in maggioranza da antropologi, ma non accademici. Ciò porta a chiedersi se, in qualche misura, seguendo Heintz (*infra*), fare antropologia pubblica, organizzare eventi di antropologia pubblica, non sia in fondo un’altra professione rispetto a quella dell’antropologo.

Da parte nostra, in accordo con l’antropologia delle organizzazioni, crediamo che le competenze necessarie a questo tipo di attività pubblica non siano riconducibili soltanto ai diversi percorsi professionali e professionalizzanti, ma anche a quello che potrebbe essere definito come un sapere “aggiuntivo” (Goodwin 1994). Quest’ultimo è difficilmente codificabile ed è intimamente connesso all’esperienza lavorativa quotidiana, dunque all’apprendimento di una serie di saperi operativi e di norme pratiche (Olivier de Sardan 2013). Ciò significa che si può apprendere, oltre che insegnare, come si fa l’antropologia pubblica, come si organizza un evento di antropologia pubblica, quale struttura organizzativa è la più adeguata a seconda degli obiettivi, e così via. Certamente vale la pena considerare il contributo di altri saperi per la trasmissione di queste competenze, ma senza dimenticare la disciplina antropologica, che fornisce comunque competenze essenziali per tenere vivo uno sguardo riflessivo sul proprio operato, anche in termini organizzativi.

Risorse

Una terza questione molto concreta nell'ambito dell'organizzazione di eventi di antropologia pubblica riguarda la possibilità, o meno, di poter usufruire di risorse economiche.

Quando si fa riferimento a questo tema, la prima domanda che sorge spontanea è: le risorse per un evento di antropologia pubblica sono (o debbono essere) pubbliche o private? Nel primo caso, si fa riferimento principalmente a eventi organizzati e coordinati da enti universitari; nel secondo, da soggetti di natura privata. Si consideri tra l'altro che il confine tra queste due tipologie (e la loro erogazione e destinazione) è sempre più poroso: infatti, soggetti pubblici possono usufruire di risorse private così come soggetti privati di quelle pubbliche. La questione delle tipologie di risorse è importante perché si lega indissolubilmente alle forme organizzative, così come alla dimensione del lavoro e alle sue declinazioni. Se facciamo riferimento ai casi presentati nel volume, la rassegna che si articola tra Milano e Torino, così come quella parmense, contano esclusivamente su fondi pubblici. Di conseguenza, le forme organizzative, le possibilità lavorative, ma anche la struttura comunicativa, per esempio, o le logiche di scelta e selezione dei contenuti, sono determinati proprio dalla tipologia di fondi a disposizione. D'altra parte, appare sensato che un evento di divulgazione pubblica si fondi su risorse pubbliche.

Che accade invece quando le risorse sono private? Che succede quando la dimensione pubblica dell'antropologia intercetta la dimensione della committenza (da non confondere con la donazione)? Ciò cambia la natura dell'evento?

Un caso particolarmente interessante in tal senso è quello de "I Dialoghi di Pistoia". Gli autori esplicitano molto bene la dimensione della committenza e il ruolo che ha avuto sulla definizione dell'evento. Un altro caso interessante è quello di WWNA. Apparentemente, per quanto riguarda il simposio itinerante, l'erogazione di risorse sembra aver avuto un minore impatto nella sua definizione. Nonostante entrambe le iniziative usufruiscano (anche) di risorse private, le differenze tra Pistoia e WWNA sono evidenti: il primo, sebbene promosso da una fondazione bancaria (legata al territorio), mantiene un forte rapporto con le istituzioni cittadine e, soprattutto, si realizza sempre nello stesso luogo, di fatto nutrendosi anche di una stratificazione di relazioni, pratiche ed esperienze (come del resto anche nel caso torinese, per esempio, in cui emerge molto bene il ruolo della "stori-

cità", della stratificazione e della trasmissione intergenerazionale del lavoro antropologico nell'articolazione dell'evento); il secondo invece ha un format molto più flessibile e mobile. Di fatto, WWNA può essere "trasferibile" in diversi contesti. Non che questi ultimi non contino, ma sicuramente hanno un impatto minore rispetto al format organizzativo predisposto. In questo senso, anche il "dovere etico", più che giuridico, di rispettare la committenza (ma anche altri doveri etici, di cui parla per esempio Heintz in questo volume) ha un valore molto diverso tra i due eventi, perché le relazioni che li attraversano hanno storie e profondità differenti. Che tipi di responsabilità e di doveri sentono gli organizzatori di Pistoia nei confronti dei committenti e della comunità locale? Gli organizzatori di WWNA, invece? E quelli di Milano, Torino, Parma? Per rispondere a queste domande si può partire dall'analisi delle risorse a disposizione (economiche, principalmente, ma non solo). Se le condizioni materiali vincolano il carattere generale dei processi sociali, politici e simbolici della vita, che ne è dell'antropologia pubblica alla luce delle risorse materiali a disposizione?

Qualità/quantità

Da un punto di vista concreto e quotidiano, fare antropologia pubblica significa anche avere la capacità di governare il rapporto tra qualità del sapere trasmesso o trasformato in azione e quantità di persone raggiunte. In ultima analisi, gli eventi di antropologia pubblica si giocano sulla possibilità di gestire efficacemente la relazione tra qualità e quantità, così da non "tradire" la propria comunità scientifica sacrificando la qualità in favore della quantità allo stesso tempo senza violare la propria missione divulgativa, limitando dunque la quantità in favore di una "purezza" qualitativa. Questo argomento, da prospettive diverse, viene elaborato nella maggior parte dei saggi contenuti in questo volume, ma in particolare in quelli di Podjed, Heintz e Aime e Favole. In fin dei conti, il rapporto tra qualità e quantità sembra rappresentare il perno su cui si gioca la possibilità della scienza di farsi pubblica. Che impatto ha ciò sull'organizzazione degli eventi? Si consideri per esempio la fase di restituzione dei risultati che solitamente si realizza a seguito di un evento. In questo caso, si privilegia quasi esclusivamente la dimensione quantitativa. D'altra parte, è difficile valutare l'impatto qualitativo, mentre è molto più facile, ed efficace, valutare l'impatto quantitativo.

Di fatto, tutti gli autori di questo volume descrivono in primo luogo quantitativamente gli eventi che hanno contribuito a organizzare. Solo in seguito entrano nel merito della questione qualitativa. Certamente, l'orgoglio e la soddisfazione fanno sì che si privilegi la restituzione di dati misurabili che mostrino l'impatto di un'iniziativa. E certamente sarebbe banale sostenere che eventi nati in seno a una disciplina spiccatamente qualitativa debbano valorizzare proprio questa dimensione.

Dai saggi emergono diverse articolazioni della nozione di qualità: queste non fanno riferimento tanto alla disciplina in sé, quanto alla disciplina nella sua versione pubblica. Pur nell'eterogeneità delle sue declinazioni, gli autori e le autrici mettono in rilievo, alla luce delle loro esperienze divulgative, che la qualità non è sinonimo di "purezza". L'antropologia pubblica si giova dell'essere un frutto impuro (Clifford 2010). Ciò è particolarmente evidente nel caso di Pistoia, in cui gli autori argomentano in maniera molto efficace intorno alla propria scelta di organizzare un festival di antropologia senza "limitare" il parterre dei relatori ai soli antropologi. Lo stesso viene mostrato nella cornice delle giornate antropologiche di Parma, dove la contaminazione è garantita grazie al lavoro collaborativo con artisti. Il format WWNA intesse dialoghi in particolare con professionisti non accademici, sia per quanto riguarda la composizione del comitato organizzatore sia per quanto riguarda la selezione dei relatori di ogni edizione. Questi professionisti, pur essendo riconosciuti o riconoscendosi come antropologi, spesso hanno percorsi eterogeni e "contaminati" alle spalle. Milano e Torino, invece, mettono al cuore del discorso sulla qualità dell'antropologia pubblica il dialogo tra saperi diversi, disciplinari e non. Quest'ultimo rappresenta la base per la selezione dei singoli eventi che vanno a comporre l'iniziativa. Infine, anche i casi di Nanterre e EASA analizzati da Heintz restituiscono la centralità della dimensione "spuria" della qualità. In ultima analisi, la contaminazione rappresenta uno dei punti chiave per la definizione e la comunicazione della qualità, non solo del lavoro antropologico, ma anche del lavoro organizzativo degli eventi.

Un secondo aspetto comune, che risulta in alcuni casi più dirimente, in altri meno, per definire la qualità non solo dell'operazione divulgativa ma anche del sapere antropologico, è il rapporto con il territorio, la dimensione contestuale. In questo senso, tutti gli eventi raccontati in questo volume hanno un rapporto privilegiato con i territori entro cui si realizzano (o realizzeranno). Questo non significa necessariamente che questo rapporto esi-

sta già e sempre. Non è richiesto, cioè, che tutti gli eventi si realizzino nello stesso contesto urbano. Piuttosto, questo aspetto viene considerato centrale (ma non essenziale) per poter garantire la qualità dell'iniziativa.

Un terzo aspetto relativo alla qualità è definito dall'approccio riflessivo. Quest'ultimo determina le forme organizzative, le scelte collaborative, le scelte contenutistiche, le articolazioni formali e informali. L'orientamento riflessivo, nel caso dell'antropologia pubblica, non si struttura alla luce di una esclusiva riflessione teorica, ma piuttosto si delinea nelle pratiche, in particolare nel riconoscimento del fallimento di alcune di queste e nella conseguente identificazione di altri percorsi possibili. In questo senso, e forse questo aspetto manca nei saggi contenuti nel libro, fare antropologia pubblica significa anche e in un certo modo fallire. Organizzare eventi di antropologia pubblica esprime l'impraticabilità del successo attraverso l'implementazione di formule preconfezionate.

Prospettive

Per concludere, il quinto ambito concreto di determinazione degli eventi di antropologia pubblica riguarda la capacità di adottare una "prospettiva", cioè di tracciare e di intraprendere un percorso: in ultima analisi, di immaginare il futuro. Tutti gli eventi pubblici, anche quelli di antropologia, si interrogano sul tempo (dell'evento) che verrà: che ne sarà della conoscenza trasmessa? Cosa ne farà chi se ne è appropriato? Se si ottiene successo, come si potrà fare di più? Se invece si fallisce, cosa si potrà fare meglio e in che modo?

Crediamo che la capacità di immaginare il futuro, elaborare prospettive e costruire possibilità dipenda in larga parte dalle condizioni materiali del presente: dunque, inevitabilmente, anche dai quattro aspetti sui cui abbiamo ragionato in precedenza (lavoro, organizzazione, risorse, qualità/quantità). Partire dalle condizioni materiali significa riconoscere limiti e potenzialità del proprio operato alla luce di ciò su cui si può contare. Lungi dall'essere un'ulteriore dimostrazione della pervasività delle forme di realismo capitalista (Fisher 2018), questa postura si delinea valorizzando la dimensione artigianale propria dell'antropologia (Ingold 2019) e, in particolare, dell'etnografia. Esattamente come si apprende a fare, a saper fare etnografia (Piasere 2002), crediamo sia possibile apprendere a saper fare antropologia pubblica. Ciò è concepibile solo se le condizioni materiali lo permettono (si pensa con il produrre) e solo se vengono identificati, e dunque immaginati, scenari futuri.

I saggi contenuti nel volume in alcuni casi riflettono direttamente su ciò che sarà o dovrà essere fatto; in altri, lo fanno solo trasparire in controluce.

Nel caso di Torino, per esempio, e in parte anche di Milano, gli autori riflettono, non senza mostrare preoccupazione, sulle sfide che verranno, e che in un certo qual senso sono già arrivate: la questione della sostenibilità, per esempio; la necessità di strutturare l'evento senza perdere la dimensione più spontanea e informale, ma, soprattutto senza perdere la vocazione trasformatrice, e dunque di incubazione di processi di cambiamento, che ha caratterizzato l'iniziativa fin dal principio.

Nel caso di Parma, invece, le autrici e l'autore mostrano una chiarezza di intenti e di prospettiva, che si sedimenta nella volontà di dare continuità all'iniziativa nella cornice di una più ampia logica collaborativa con il tessuto urbano e i suoi diversi attori. Al cuore del futuro della rassegna c'è, riprendendo Perec, "il rumore di fondo" della vita.

Aime e Favole, da parte loro, non sembrano preoccuparsi eccessivamente del futuro dell'iniziativa che contribuiscono a organizzare: le fondamenta sono solide. Si preoccupano invece di distinguere tre luoghi, o livelli, dove l'antropologia di oggi e di domani ha un ruolo: dal basso, nel livello mediano e dall'alto. Aime e Favole vedono grandi potenzialità di crescita in particolare nei primi due livelli, cioè in quello della quotidianità, della capillarità, della relazione e in quello che tiene insieme il "sistema cultura", composto da editori, giornali, festival, trasmissioni radiofoniche e televisive di approfondimento. Gli eventi pubblici di antropologia descritti in questo volume rientrano in questo secondo livello e, come illustrato dai due autori, sebbene qualcosa sia già stato fatto, i margini di crescita sono enormi e le prospettive future rosee.

Heintz mostra con lucidità un possibile e doveroso percorso per l'antropologia, che dovrebbe articolarsi alla luce di un incremento qualitativo e quantitativo della pratica di forme alternative di scrittura, di una loro messa in scena e diffusione attraverso innovative forme di comunicazione. Per la studiosa, l'antropologia del futuro è necessariamente impegnata, e dunque pubblica: una scienza con e per la società. Del resto, questo percorso futuro e futuribile è vantaggioso per l'antropologia: da ciò possono emergere una maggiore visibilità e una migliore reputazione. Tuttavia, ci sono dei rischi in questo percorso, derivanti da alcune azioni necessarie al fine di "farsi pubblica", che devono essere tenuti in conto: dalla de-complessificazione della materia all'apprendimento di nuove forme di scrittura, dalla formulazione di un nuovo impegno etico alle possibili forme di distorsione del sapere antropologico a cui si può andare incontro. C'è un anticorpo essenziale,

contro tutto ciò: la riflessione collettiva. In parte, questo volume va proprio in questa direzione.

Infine, Podjed sostiene che l'antropologia sopravviverà solo se accetterà in toto le sue declinazioni pubbliche e applicate. Il futuro dell'antropologia dipende dalla sua capacità, e volontà, di farsi pubblica e applicata. Ciò comporta inevitabilmente una rivoluzione cartesiana per la disciplina. Oggi, il mondo è in fiamme e l'unico modo per salvarsi è quello di stare sulla scena. Scappare non serve a niente, e neanche nascondersi. Stare on stage permette di mettere in campo, dunque di condividere, tutte le proprie competenze. Queste forse non saranno sufficienti, da sole, a spegnere l'incendio, ma sicuramente saranno essenziali per far sì che questo non scoppi di nuovo, una volta spento.

Bibliografia

- Anderson, B., (2018), *Comunità immaginate. Origini e fortuna dei nazionalismi*, Bari, Laterza.
- Appadurai, A., (2011), *Modernità in polvere*, Milano, Raffaello Cortina Editore.
- Arci (2025), *Manifesto del festival – diritto alla festa*, <https://www.dirittoallafesta.it/manifesto-dei-festival/>
- Augé, M., (2016), *La guerra dei sogni. Esercizi di etno-fiction*, Milano, Elèuthera.
- Bargna, I., (2004), L'entre-deux della maschera come luogo di trasformazione, *La ricerca folklorica*, 50, pp. 143-152.
- Bargna, I., (2012), Gli usi sociali e politici dell'arte contemporanea fra pratiche di partecipazione e di resistenza, *Annuario di Antropologia*, 13, pp. 75-106.
- Bargna, I., ed. (2018), *Mediascapes. Pratiche dell'immagine e antropologia culturale*, Milano, Mimesis.
- Bargna, I., (2019), Facing the 'Curatorial Turn': Anthropological Ethnography, Exhibitions, and Collecting Practices, in R. Sansi Roca, ed., *The Anthropologist as Curator*, London, Routledge.
- Bargna, I., (2022), World Anthropology Day - Antropologia pubblica a Milano: una piattaforma strategica per porre la terza missione al centro, *Antropologia pubblica*, 8, 1, pp. 131-156.

- Basile, D., (2024), *Comunicare l'antropologia. Scienza, giornalismo e media*, Milano, Unicopli.
- Beck, S., (2009), Introduction: Public Anthropology, *Anthropology in Action*, 16, 2, pp. 1-13.
- Besteman, C., (2013), Three Reflections on Public Anthropology, *Anthropology Today*, 29, 6, pp. 3-6.
- Böhme, G., (2017) *Critique of Aesthetic Capitalism*, Milano, Mimesis International.
- Boltanski, L., (2000), *Lo spettacolo del dolore. Morale umanitaria, media e politica*, Milano, Raffaello Cortina Editore.
- Boltanski, L., Chiapello, E., (2014), *Il nuovo spirito del capitalismo*, Milano, Mimesis.
- Boltanski, L., Esquerre, A., (2021), *Arricchimento. Una critica della merce*, Bologna, Il Mulino.
- Borofsky, R., (2000a), To Laugh Or Cry?, *Anthropology News*, 41, 2, pp. 9-10.
- Borofsky, R., (2000b), Public Anthropology. Where To? What Next?, *Anthropology News*, 41, 5, pp. 9-10.
- Borofsky, R., (2007), *Defining Public Anthropology*, Kailua, HI, Center for a Public Anthropology, consultabile all'indirizzo: <http://web.archive.org/web/20160312100245/http://www.publicanthropology.org/public-anthropology/>.
- Borofsky, R., (2011), *Why a Public Anthropology?* Kailua, HI, Center for a Public Anthropology.
- Borofsky, R., De Lauri, A., (2019), Public Anthropology in Changing Times, *Public Anthropologist*, 1, pp. 3-19.
- Bruner, J., (2015), *La fabbrica delle storie. Diritto, letteratura, vita*, Bari, Laterza.
- Capello, C., (2021), Il lavoro degli antropologi tra crisi, delocalizzazioni e precarizzazione, *Indiscipline. Rivista di scienze sociali*, 1, pp. 73-81.
- Clifford, J., (2010), *I frutti puri impazziscono. Etnografia, letteratura e arte nel secolo XX*, Torino, Bollati Boringhieri.
- Colajanni, A., (2014), Qualche idea sul possibile futuro delle nostre antropologie, *EtnoAntropologia*, 1, 1, pp. 43-46.
- Cox, A., (2009), The BlackLight Project and Public Scholarship: Young Black Women Perform Against and Through the Boundaries of Anthropology, *Transforming Anthropology* 17, 1, pp. 51-64.

- Crouch, C., (2005), *Postdemocrazia*, Bari, Laterza.
- Dayan, D., Katz, E., (1992), *Media events: The live broadcasting of history*, Cambridge Mass., University of Harvard Press.
- Duby, G., (2010), *La domenica di Bouvines. 27 luglio 1214*, Torino, Einaudi.
- Eriksen, T. H., (2006), *Engaging Anthropology: the Case for a Public Presence*, Oxford, New York City (N. Y.), Berg.
- Eriksen, T.H., (2013), The Anansi position, *Anthropology Today*, 29, pp. 14-17.
- Faeta, F., (2013), *Dovuto agli antropologi*, consultabile all'indirizzo http://web.archive.org/web/20130212075906/http://www.aisea.it/index.php?option=com_content&view=article&id=84:dovuto-agli-antropologi&catid=7&Itemid=158.
- Faeta, F., (2014), Modelli e specchi, mode e tendenze. Esercizi di decostruzione e ricostruzione per l'antropologia italiana, *EtnoAntropologia*, 1, 1, pp. 32-42.
- Fassin, D., ed., (2017), *If truth be told. The politics of public ethnography*, Durham, Duke Press.
- Fisher, M., (2018), *Realismo Capitalista*, Milano, Nero.
- Fondazione Symbola (2025), *Io sono cultura. L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi Rapporto 2025*
<https://symbola.net/ricerca/io-sono-cultura-2025/>
- Foucault, M., (2013), *La volontà di sapere*, Milano, Feltrinelli.
- Francesconi, D., (2021) E' tutto un festival, G. Bovio, ed., *Post-pubblico. Lo spettatore culturale oltre la modernità*, Milano. Mimesis, pp. 56-68.
- Gallotti, C., Tarabusi, F., a cura di, (2024), *Antropologia e servizi: intersezioni etnografiche fra ricerca e applicazione*, Milano, Ledizioni.
- Goffman, E., (1997), *La vita quotidiana come rappresentazione*, Bologna, Il Mulino.
- González, R. J., (2004), *Anthropologists in the public sphere: speaking out on war, peace, and American power*, Austin (TX), University of Texas Press.
- Goodwin, C., (1994), Professional Vision, *American Anthropologist* 96, 3, pp. 606-633.
- Gorz, A., (2003), *L'immateriale. Conoscenza, lavoro, capitale*, Torino, Bollati Boringhieri.
- Graeber, D., (2018), *Bullshit Jobs*, Milano, Garzanti.
- Groys, B., (2009), From Medium to Message: The Art Exhibition as Model of a New World Order, *Open*, 16, pp. 56-65.

- Habermas, J., (2005), *Storia e critica dell'opinione pubblica*, Bari, Laterza.
- Habermas, J., (2023), *Nuovo mutamento della sfera pubblica e politica deliberativa*, Milano, Raffaello Cortina Editore.
- Handelman, D., (1998), *Models and Mirrors: toward an anthropology of public events*, New York and Oxford, Berghahn.
- Hannerz, U., (2012), *Il mondo dell'antropologia*, Bologna, Il Mulino.
- Hoffman, D., Lubkermann, S. (2005), Warscape Ethnography in West Africa and the Anthropology of Events, *Anthropological Quarterly*, 78, 2, pp. 315-327.
- Huizinga, J., (2002), *Homo ludens*, Torino, Einaudi.
- Ingold, T., (2019), *Making. Antropologia, archeologia, arte e architettura*, Milano, Raffaello Cortina Editore.
- Jackson, M., (2005), *Existential Anthropology: Events, Exigencies and Effects*, New York and Oxford, Berghahn.
- Jenkins, H., (2014), *Cultura convergente*, Milano, Apogeo.
- Jordan, A. T., (2012), *Business Anthropology, 2nd Edition*, Long Grove, Waveland Press.
- Kapferer, B., (2010), In the Event - toward an Anthropology of Generic Moments, *Social Analysis*, 54, 3, pp. 1-27.
- Lassiter, L. E., (2005), Collaborative Ethnography and Public Anthropology, *Current Anthropology*, 46, 1, pp. 83-106.
- Lévi-Strauss, C., (2015), *Il pensiero selvaggio*, Milano, Il Saggiatore.
- Lévy, P., (1999), *L'intelligenza collettiva. Per un'antropologia del cyberspazio*, Milano, Feltrinelli.
- Lowell Lewis, J., (2013), *The Anthropology of Cultural Performance*, New York, Palgrave MacMillan,
- Mauersch, S., (2020), Five Ways of Seeing Events (in Anthropology and Organization Studies, in Mir, R., Fayard, A.-L. *The Routledge Companion to Anthropology and Business*, New York, Routledge.
- Meinert, L. Kapferer, B., eds. (2015), *In the Event. Toward an Anthropology of Generic Moments*, New York, Oxford, Bergham.
- Muehlebach, A., (2012), *The Moral Neoliberal. Welfare and Citizenship in Italy*, Chicago, Chicago University Press.
- Narotzky, S., (2018), *Rethinking the concept of labour*, Journal of the Royal Anthropological Institute (N.S.), 24, S1, pp. 29-43.
- Oliver De-Sardan, J.-P., (2013), *Anthropology and Development. Understanding Contemporary Social Change*, London, Bloomsbury.

- Osterweil, M., (2013), Rethinking Public Anthropology through Epistemic Politics and Theoretical Practice, *Cultural Anthropology*, 28, 4, pp. 598-620.
- Pertierra, A. C. (2017), *Media Anthropology for the Digital Age*, Cambridge, Polity Press.
- Piasere, L., (2002), *L'etnografo imperfetto. Esperienza e cognizione in antropologia*, Bari, Laterza.
- Pine, J., Gilmore, I. H., (1999), *L'economia dell'esperienza*, Milano, Rizzoli.
- Pink, S., Horst, H. Postill, J., Hjorth, L., Lewis, T. e Tacchi, J. (2016), *Digital Ethnography. Principles and Practice*, Los Angeles, Sage.
- Purcell, T.W., (2000), Public Anthropology: An Idea Searching for a Reality, *Transforming Anthropology*, 9, 2, pp. 30-33.
- Remotti, F., (2011), *Cultura. Dalla complessità all'impoverimento*, Bari, Laterza.
- Remotti, F., (2014), *Per un'antropologia inattuale*, Milano, Elèuthera.
- Riccio, B., (2016), Antropologia applicata, politiche migratorie e riflessività professionale, in Severi, I., Landi, N., a cura di, *GOING PUBLIC. Percorsi di antropologia pubblica in Italia*, Bologna, Bologna Studies in History of Science, Università di Bologna, pp. 203-218.
- Sahlins, M., (2005), Structural Work: How Microhistories Become Macrohistories and Vice Versa, *Anthropological Theory*, 5, 1, pp. 5-30.
- Salmon, C., (2008); *Storytelling. La fabbrica delle storie*, Roma, Fazi.
- Sanday, P. R., (2002), *Science and Engagement in Public Interest Anthropology: Lessons from Boas and Bourdieu*, consultabile al link [http:// www.sas.upenn.edu/anthro/CPIA/PAPERS/ sanday.aaa.2002.pdf](http://www.sas.upenn.edu/anthro/CPIA/PAPERS/sanday.aaa.2002.pdf).
- Sanjek, R., (2004), Going public: Responsibilities and strategies in the aftermath of ethnography, *Human organization*, 63, 4, pp. 444-456.
- Scannel, P., (2022), Life and Times of Media Events: a Tribute to Eliuh Katz, *Nordic Journal of Media Studies*, 4, 1, pp. 118-133.
- Scheper-Hughes, N., (2009), Making Anthropology Public, *Anthropology Today*, 25, 4, pp. 1-3.
- Schrape, N., (2014), Gamification and Governmentality, in Fuchs, M., Fizek, S., Ruffino, P., Schrape, N., *Rethinking Gamification* Lüneburg, Meson Press.
- Severi, I., (2013), *In campo. Il ruolo pubblico dell'antropologia*, Tesi di Dottorato in Science, Cognition and Technology, Bologna, Università di Bologna.

- Severi, I., (2016), Antropologia pubblica. Esperienze e riflessioni tra USA e Italia, in Severi, I. Landi, N., a cura di, *GOING PUBLIC. Percorsi di antropologia pubblica in Italia*, Bologna, Bologna Studies in History of Science, Università di Bologna, pp. 7-42.
- Simonicca, A., (2004), Gli eventi pubblici: l'antropologia alla prova del rituale, *Lares*, 70, 1, pp. 583-616.
- Turner, V., (2014), *Dal rito al teatro*, Bologna, Il Mulino.
- Vine, D., (2011), "Public Anthropology" in Its Second Decade: Robert Borofsky's Center for a Public Anthropology, *American Anthropologist*, 113, 2, pp. 336-339.
- Weizman, E., (2011), *The Least of All Possible Evils*, London and New York, Verso.
- Widlock, T., (2017), *Anthropology and the Economy of Sharing*, London, New York, Routledge.
- Wright, S., ed., (1994), *Anthropology of Organizations*, London, Routledge.
- Zanotelli, F., Bachis, F., Fanoli, F., Trentanove, F., Mucciardi, M., (2025), *Primo Report sull'antropologia professionale in Italia*, Roma, ANPIA Pubblicazioni.
- Zuboff, S., (2023), *Il capitalismo della sorveglianza. Il futuro dell'umanità nell'era dei nuovi poteri*, Roma, Luiss University Press.