

# LA FILOSOFIA VA IN PIAZZA

## UNA SCOMMESSA VINTA: LE RAGIONI DI UN FORMAT DI SUCCESSO

### L'EVENTO

Piazza Grande a Modena gremita per una lezione al Festival Filosofia

di JACOPO DELLA PORTA

**P**roporre la filosofia non come una materia per una ristretta cerchia di adepti ma come qualcosa che riguarda tutti. Portare i filosofi in piazza di fronte a migliaia di persone, con l'imperativo di essere chiari e rispondere alle domande del pubblico. In poche parole riscoprire il senso primo del filosofare, che è quello di una riflessione sulle questioni fondamentali dell'esistenza. Se non è un miracolo poco ci manca. Di certo è una scommessa vinta, i cui esiti erano tutt'altro che scontati nel 2001 quando il Festival Filosofia esordì a Modena, Carpi e Sassuolo. Allora le presenze furono 34mila, un bel successo, che poi è andato crescendo fino alle ultime edizioni, dove sono stabil-

mente sopra le 200mila.

La tre giorni modenese, che prende il via oggi, è un evento culturale unico in Italia, capace di generare un impatto economico sul territorio di tre milioni di euro nel solo fine settimana della manifestazione, a fronte di un costo di 800mila euro. Un modello di tale successo che non stupisce che la direttrice Michelina Borsari in questi anni abbia ricevuto molte richieste per riproporre lo stesso format altrove. «Ma un festival così può venire solo in Emilia - dice con orgoglio - perché qui il tessuto sociale è molto recettivo, ci sono tantissime associazioni e la gente è abituata ad andare nelle biblioteche».

Fare un festival su un argomento all'apparenza non molto "pop" è stata la prima fortunata intuizione. «L'idea ha un nome - dice la direttrice Borsari - Quello del carpigiano Mario Lugli, ex assessore alla Cultura della Provincia di Modena. Era rimasto colpito dal Festival Letteratura di Mantova e nel 1999 ebbe l'idea di fare qualcosa del genere con la filosofia». L'elaborazione del pro-

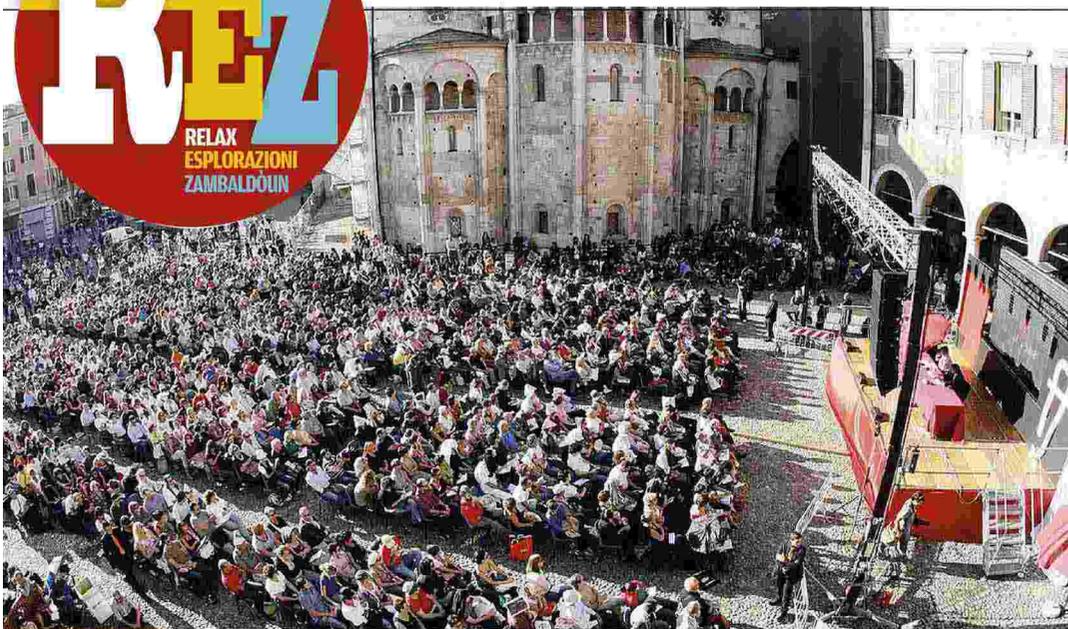
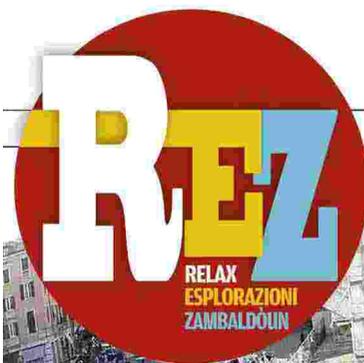
getto passò poi a Michelina Borsari, a cui si deve anche la progettazione e la realizzazione della Scuola Internazionale di Alti Studi Scienze della cultura della Fondazione Collegio San Carlo. «Mentre la politica si impegnava per trovare le risorse ho lavorato per due anni alla prima edizione: il nostro obiettivo fu fin da subito quello di fare qualcosa di alto livello».

Già dal 2001 gli organizzatori avevano le idee molto chiare su cosa volevano fare. «Non bisognava fare dei convegni, come ce ne erano tanti. E all'inizio è stata dura per alcuni relatori che erano abituati a questo modo di esporre la loro materia». La scelta di dare un tema preciso ad ogni edizione, il primo era sulla felicità, quest'anno è sull'agonismo, è stata fatta proprio per evitare che i professori facessero delle relazioni, e per spingerli invece ad affrontare delle problematiche. «Quando il terzo anno siamo arrivati in piazza per alcuni docenti è stato un impatto non facile». Ed è stata la definitiva consacrazione del festival ad evento culturale che

coinvolge tutte le città dove si svolge, all'insegna dell'interdisciplinarietà e con tante iniziative di contorno, comprese quelle ludiche, per bambini e gastronomiche. «Ogni anno mi commuovo nel vedere la grande civiltà del pubblico e la straordinaria partecipazione dei giovani».

Il ritorno della filosofia in piazza, perché di un ritorno agli albori in fin dei conti si tratta, è motivato da una ragione profonda. «Negli anni '90 si avvertiva l'esigenza di un grande aggiornamento culturale. Il mondo era drammaticamente cambiato eppure l'ultimo grande dibattito culturale risaliva agli anni '70. Si avvertiva in quegli anni che gli strumenti a nostra disposizione per analizzare il mondo non erano più adeguati ed eravamo già dentro la cosiddetta globalizzazione».

La tre giorni modenese ha un altro merito, quello di nobilitare il concetto di divulgazione, un compito talvolta snobbato da alcuni intellettuali. «Si tratta del recupero di una funzione originaria della cultura. In fin dei conti per chi scriveva Dante se non per il popolo?».



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.