

## Tabelline Religione e intelligenza Una relazione pericolosa

PIERGIORGIO ODIFREDDI

Si è tenuto nei giorni scorsi il XXXIV Meeting di Rimini, l'annuale raduno dei cattolici integralisti organizzato da Comunione e Liberazione, nel quale si affrontano le tematiche religiose più svariate. Per combinazione, proprio nei giorni scorsi la *Personality and Social Psychology Review*, che ha il massimo *impact factor* (8,5) tra le pubblicazioni di psicologia sociale, ha pubblicato una ricerca su *La relazione tra intelligenza e religiosità* di Miron Zuckerman, Jordan Silberman e Judith Hall. Si tratta di una meta-analisi, che confronta 63 studi diversi effettuati tra il 1928 e il 2012, su

migliaia di persone in 137 paesi, e nota che ben 53 mostrano una significativa correlazione negativa tra intelligenza e religiosità. Dove per «intelligenza» si intende «la capacità di ragionare, pianificare, risolvere problemi, pensare astrattamente, comprendere idee complesse e imparare velocemente». E per «religiosità», invece, «la credenza nel soprannaturale, la sua venerazione, la partecipazione alle funzioni e l'appartenenza a organizzazioni religiose». Gli autori propongono tre possibili spiegazioni dei fatti: «La prima, che le persone intelligenti sono meno propense al conformismo e più

propense a rifiutare i dogmi religiosi. La seconda, che esse tendono ad adottare un pensiero analitico e non intuitivo, che mina le credenze religiose. La terza, che molte funzioni della religiosità, quali la compensazione, l'autoregolazione e l'autostima, sono fornite indipendentemente dall'intelligenza. Le persone intelligenti, dunque, hanno meno bisogno di credenze e pratiche religiose». È un argomento che si potrebbe discutere, e che potrebbe far discutere, al prossimo Meeting di Rimini.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



ILLUSTRAZIONE DI EMILIANO PONZI

lavoro recependo, sera dopo sera, le reazioni del pubblico. In questi casi, la colletta entra a fra parte dell'opera, forse anche modificandola.

Ma non è sempre così. Il padiglione italiano dell'ultima biennale di Venezia è stato in parte finanziato con un progetto di crowdfunding durato 90 giorni, che chiedeva soltanto denaro in cambio di opere. Così come il progetto "Tous mécènes", lanciato dal museo del Louvre. 800.000 euro per ricomporre un gruppo di sette statuette di avorio del XIII secolo, due delle quali, ritrovate in una collezione privata, dovevano essere ricomprate. Le 500.000 sterline raccolte dalle Tate Gallery sono servite a

raggiungere la cifra per l'acquisto di una veduta delle montagne svizzere di Turner, *The blue Rigi*. Persino le piccole librerie indipendenti hanno ricevuto un po' di ossigeno dalle donazioni online. Ma Peter Glassman, proprietario della libreria per ragazzi Books of wonder, racconta al *New York Times* che i 50.000 dollari raccolti, sono serviti a ridurre un'emergenza ma, nel loro caso, non potranno essere la soluzione. I finanziatori sono i mecenati del nostro tempo, ma lo sono in quanto comunità, e non come singoli.

Con dieci dollari, come il ragazzo che ha ispirato il crowdfunding di Amanda Palmer (partito con una richiesta di 100.000

dollari per fare un disco, ne ha raggiunti 1,2 milioni, diventando il più imponente finanziamento dal basso nella storia della musica) puoi far nascere una star, costruire la Tour Eiffel, pubblicare un nuovo *Moby Dick*. «Non è facile chiedere, perché chiedere ci fa sentire vulnerabili», dice Amanda Palmer, eppure soltanto chiedendo ottieni una connessione, un legame, e quando si crea un legame, la gente vuole aiutare. Siamo ossessionati dalla domanda sbagliata: come faccio a far pagare la musica alle persone? E se invece cominciamo a chiederci: come faccio ad aiutare la gente che vuole pagare per la musica, e non sa come farlo?

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## L'analisi

# Così l'autore può sfuggire alla dittatura del mercato

La tecnologia ha reso facilissimo accedere a costo zero a contenuti riproducibili. Ma escogita anche nuove forme di mecenatismo, diretto e partecipato

MAURIZIO FERRARIS

Nelle università tedesche dell'Ottocento i professori "straordinari" (cioè quelli che, come nella battuta viennese raccontata da Freud, non erano nemmeno ordinari) erano pagati dagli studenti. Schopenhauer, che per masochismo faceva lezione nello stesso orario di Hegel, aveva soltanto tre studenti, ma per sua fortuna era ricco di famiglia. E ancora pochi anni fa Derrida, dopo una conferenza in California, era seduto al bar e gli servirono una birra, dono di due studenti che avevano apprezzato la sua conferenza. Le vie del crowdfunding sono infinite. Dunque, se si può mantenere (o far morire di fame e di sete) un professore, perché non si dovrebbe tentare una adozione a distanza con un'opera? I bisogni di bellezza e di emozione sono molti, ed è un peccato che si possano realizzare solo in oggetti immediatamente consumabili. In questo senso, il crowdfunding viene a riparare una ingiustizia oggettiva nel mondo delle arti.

Da almeno due secoli a questa parte, le opere autografiche (quelle che hanno un solo esemplare, per esempio un quadro), in cui basta vendere l'originale e hai realizzato, subiscono una crisi della committenza. Giulio II o Luigi XIV erano indubbiamente ottimi committenti, informati e con grandi disponibilità finanziarie. Ma le cose sono cambiate, e gli artisti hanno dovuto fare i conti con funzionari, politici, giornalisti, galleristi, critici, e con un pubblico borghese sempre più massificato, da raggiungere attraverso delle vie tortuose e mediatiche, per esempio ricorrendo alla strategia dello scandalizzare per incuriosire da cui trae origine l'avanguardia. Da questo punto di vista, il crowdfunding viene a risolvere il problema delle opere uniche e care, che potranno aggirare vincoli troppo stretti dei sistemi di valori vigenti in quel luogo etnologicamente molto ristretto, opaco e autoreferenziale che si chiama "mondo dell'arte" - del resto abusivamente, visto che ci sono tantissimi mondi dell'arte, ognuno diverso.

Per esempio, accanto all'aruratico mondo delle gallerie e dei musei ci sono i tantissimi mondi delle opere allografiche - romanzi, musica pop, film - che seguono in regime del tutto diverso. Anzitutto, presuppongono già una sorta di crowdfunding, nel senso che gli acquirenti sono dei finanziatori tardivi, e questo influenza la forma dell'opera, che deve essere comprensibile, piacevole, avvincente, e non troppo legata a delle idiosincrasie culturali, proponendosi come globalizzata per ridurre le spese e moltiplicare le utenze. Senon-

ché, anche nel caso delle opere allografiche, il web ha creato dei problemi, e il crowdfunding attraverso il web può portare delle soluzioni.

Il web ha reso facilissimo accedere a contenuti allografici d'ogni sorta a costo zero, a opere che inoltre hanno una durata molto maggiore di quelle che si possono comprare attraverso i canali regolari (molte cose comprate su iTunes le ho perse cambiando in computer, un avviso mi diceva che dovevo cancellarle sui miei computer precedenti, ma non li avevo più, ho lasciato perdere). A queste contraddizioni rimedia ad esempio una iniziativa come Spotify, una app (che c'è in Italia da qualche mese) che permette di sentire gratis tutta

la musica che si vuole (ovviamente, ci sono le interruzioni pubblicitarie) e che in base agli ascolti paga quelle che - con un arcaismo sublime - si continuano a chiamare "case discografiche". Dunque, chi ascolta, e anche senza pagare, dà sostegno alla musica in cui crede.

Comunque, tanto nelle opere autografiche quanto in quelle allografiche, il crowdfunding è un'ottima alternativa a una visione estremamente ideologica che si è imposta negli ultimi anni, per la quale la cultura deve finanziarsi da sola, in base alla propria redditività commerciale, esattamente come qualunque altro bene. Dico che la posizione è ideologica perché con "finanziarsi da sola" sembra alludere semplicemente al mercato, per esempio i cosiddetti "Blockbusters", che sarebbero premiati dal pubblico. Quando in realtà non sono premiati solo dal pubblico, quando li premia, ma anzitutto sviluppati in un contesto, la MPAA (Movie Picture Association of America) alla cui guida ci sono figure non meno politicamente caratterizzate (ex ministri, ex senatori) di quando non avvenga nei tanto biasimati enti lirici.

Il crowdfunding potrebbe dare una nuova vitalità all'arte dal basso e insieme introdurre trasparenza nell'arte dall'alto (cioè l'arte commerciale). Ovviamente, visto che nell'arte l'idea non basta e conta soprattutto l'esecuzione, è tutt'altro che improbabile che l'opera finanziata non piaccia al finanziatore, e sarebbe davvero imbarazzante, oltre che tecnicamente complesso, applicare il principio "soddisfatto o rimborsato". La consolazione starebbe nel fatto che il prezzo pagato per la delusione non è alto.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

