



# I beni culturali tra retorica e modernità

In Italia il patrimonio culturale è soggetto a diverse pressioni che vanno dal dissesto idrogeologico alla fragilità del territorio, come dimostra il recente terremoto in Centro Italia.

Questo rende difficile la gestione e la fruizione dell'immenso patrimonio artistico culturale del Paese anche se i punti che seguono suggeriscono soluzioni

*DOI 10.12910/EAI2016-049*

*di **Pietro Folena**, Presidente di MetaMorfosi*



## “fatti di Firenze”

Il quattro novembre di cinquant'anni fa, nel 1966, è stata una data-chiave della storia dell'Italia repubblicana. L'emozione mondiale per l'erosione dell'Arno e per i gravissimi danni al patrimonio culturale di Firenze mosse una generazione, già in grande fermento, in un'opera di solidarietà e di volontariato senza precedenti. Gli “angeli del fango” furono l'avanguardia di quelle generazioni che presero la parola con rumore due anni dopo, e che irrupero sulla scena della società col loro carico di domande e culture nuove. L'alluvione squadrò l'incredibile fragilità del territorio – che era già stato sottoposto allo stress di un'industrializzazione e di un'urbanizzazione rapide e incontrollate – e quella dei beni culturali, che così risultavano esposti a nuovi rischi di deterioramento o di distruzione. Ma questo anniversario, in qualche modo rinnovato dal “terremoto permanente”, coi danni gravissimi provocati a tutto il tessuto urbano e sociale delle aree colpite, ha riproposto il tema, sempre accantonato dopo la prima emozione in seguito a grandi sciagure naturali, della messa in sicurezza del territorio e, nel territorio, dei beni culturali. Questa è la vera e grande opera pubblica, a cui possono concorrere tanti privati, che può rilanciare l'economia e la credibilità del Paese.

### La cultura è un bene universale

Il tema preliminare è quello di superare la visione angusta e retorica che da parte della politica e dei media vi è stata attorno a questo argomento. Si sente spesso usare l'espressione infelice della cultura come “petrolio” dell'Italia! Non c'è

parte politica, e neppure *opinion-maker* dei più gettonati che non abbia usato questo termine. Una sciocchezza grande come una casa, perché il petrolio si brucia, inquina e non si rinnova, a differenza della cultura che invece si moltiplica perché crea nuove opportunità. La cultura non si brucia. Anzi: i regimi e i fanatici hanno sempre bru-

E perciò la legge nei Paesi democratici, e in Italia con particolare attenzione, tutela questi beni, e li vincola. La cultura è anche una gigantesca opportunità per produrre ricchezza. Ricchezza spirituale, delle menti, dei cervelli, delle donne e degli uomini. E anche ricchezza materiale ed economica, che sappia pensare un modello di produzione



Il Battistero e il Duomo di Firenze durante l'alluvione del 1966

ciato i libri o distrutto le statue, fino ai Talebani che hanno distrutto i Buddha di Bamiyan, i militanti estremisti che hanno per fortuna compromesso solo qualche manoscritto della preziosissima raccolta di Timbuctù o i guerrieri del Califfato che hanno abbattuto le più antiche chiese cristiane in Siria. La cultura è un bene universale: è il bene comune per eccellenza, anche quando quest'opera o quel patrimonio appartengono a uno Stato, a un Comune, a una Chiesa, a un privato.

di beni e servizi e di organizzazione della società ad altissimo “tasso culturale”. Quello che oggi si chiama il modello della qualità, dopo quello quantitativo e consumistico che ha portato l'umanità nella crisi degli ultimi anni ed ha depredato e consumato risorse. Sei competitivo nel mondo globale solo se il tuo “tasso culturale” si accresce. Cosa sia il “tasso culturale” di una società, come si calcoli e quali risorse pubbliche e private alla sua crescita debbano essere destinate, è il tema



Il Cristo Portacroce Giustiniani presso la Chiesa di San Vincenzo di Bassano Romano

strategico che la politica si deve proporre.

### La collaborazione tra pubblico e privato

Nei lunghi anni nei quali il pensiero unico è stato quello liberista e mercantile è emerso un orientamento, secondo il quale solo l'entrata senza mediazioni del privato potesse risolvere il problema di un pubblico che ha meno soldi per i Beni Culturali. Cosa è accaduto? Praticamente nulla. Infatti l'idea che bastasse impor-

tare le regole di mercato per rilanciare questo patrimonio, è un'illusione. Le ragioni sono molteplici. Non riguardano il fatto che il privato non possa avere un ruolo in questo campo, come qualcuno ancora pensa, ma il fatto che il privato che vuole avere un ruolo deve accettare e condividere regole e vincoli particolari; deve sapere che non sempre c'è profitto immediato, e questo per molti è un problema; e che comunque i margini, almeno nei campi della gestione e valorizzazione di beni, sono limitati e bassi.

Per dirla in modo semplificato: c'è poco spazio per chi vuole speculare, per chi vuole avere molta liquidità, per chi immagina operazioni finanziarie acrobatiche. C'è spazio per un'impresa artigianale e industriale della cultura che lavori nel tempo, che investa su progetti di medio-lungo periodo, che abbia una vocazione collaborativa. C'è quindi un grande problema di responsabilità sociale dell'impresa della cultura.

In realtà, quindi, il lavoro da fare è più complesso: si tratta infatti di creare una collaborazione fra privato e pubblico. Un'interazione tra un privato che accetti vincoli e regole, senza pensare ai Beni Culturali come a un settore in cui si fa business come in tanti altri settori. Applicare ai Beni Culturali le logiche del marketing come fossero un prodotto da vendere, usare l'opera d'arte da esporre senza programmazione, senza pianificazione e senza contropartite, spesso sbloccando le situazioni solo per mano politica, si è dimostrato un tentativo fallimentare. Gli stessi privati che hanno operato con questa filosofia sanno benissimo che i risultati sono stati molto critici.

Va superata anzitutto l'idea debole da parte della politica della cultura come evento, in quanto l'*eventismo* esasperato ha sottratto risorse ai beni culturali e a quella che io chiamo appunto una "politica industriale della cultura", e cioè un'azione sistematica, controllata e concordata di valorizzazione sostenibile dei giacimenti culturali.

### Il reperimento delle risorse finanziarie

La domanda a cui né questa politica né i suoi detrattori mediatici rispondono è il cuore della discussione sulla conservazione e sulla valoriz-



zazione dei beni culturali: e cioè il reperimento delle risorse finanziarie, in un momento di crisi generale e di tagli in tutti i Paesi ricchi alla spesa pubblica, per conservare e valorizzare il patrimonio culturale italiano – il più grande del mondo – e i suoi giacimenti così diffusi, ricchi, importanti, talvolta sconosciuti. Non porsi questa domanda vuol dire trascinarsi nella polemica chi spettacolarizza per ragioni di consenso o di mercificazione dell'arte, e chi invece difende, finanzia, promuove un patrimonio.

C'è infatti, oltre ai difetti già indicati della politica, un'ottica di una parte di teorici duri e puri della conservazione del patrimonio come fatto preliminare in cui ritrovo un riflesso antico: la posizione elitaria di una parte di studiosi che consideravano le opere d'arte di loro esclusivo predominio. Per questo occorre rendere fruibile e accessibile il patrimonio culturale, nel pieno rispetto di tutti i criteri di conservazione. Forse si è aperta una nuova stagione: quella in cui è pensabile mettere in circuito un patrimonio culturale in modo pianificato nel territorio con un intento di crescita sociale, culturale e civile.

Qui c'è un tema strategico: conservazione e valorizzazione possono e debbono andare a braccetto, anzi la distinzione tra i due aspetti non ha più ragione di esistere. La prima sicurezza della conservazione e salvaguardia del patrimonio viene dal fatto che esso non si trovi in una condizione di abbandono.

Non è quindi vero che la conservazione la fai combattendo la valorizzazione. La politica della conservazione ha certamente bisogno di risorse pubbliche. Ma hai anche bisogno di capire, in forme innovative e usando le meravigliose potenzialità delle nuove tecnologie, come lo stes-

so patrimonio che stai conservando può portare reddito e produrre una ricchezza. Conservazione e valorizzazione sono due aspetti assolutamente inscindibili.

### **Il rapporto (benefico) tra investimenti in cultura e crescita del PIL**

Vorrei che si dessero segnali di fiducia. Come ho scritto ne "Il potere dell'arte" (*Datanews*, 2013), c'è un dato assolutamente positivo. Viene da un'indagine, di matrice *keynesiana*, che studia la proporzione fra gli investimenti pubblici in cultura e il PIL del settore culturale. Racconta bene di una spesa in cultura nell'Italia di oggi corrispondente a 1 miliardo e 800 milioni, a cui corrisponde un PIL culturale di circa 40 miliardi. Quindi se si calcola il rapporto fra quanto si investe e quanto si produce, tra la spesa in cultura e il contributo espresso dal settore cultura, si ottiene un preciso moltiplicatore di spesa. Una formula, direi. Da un punto di vista *keynesiano*, le indicazioni sono impressionanti per l'Italia.

Secondo questa formula l'Italia ha uno dei più alti moltiplicatori delle grandi nazioni europee, pari a 21, perché spendendo 1,8 miliardi di euro se ne producono 40. In Francia si spendono 8,4 miliardi di euro e se ne producono 74. In Germania il rapporto è analogo alla Francia. In Gran Bretagna il rapporto è inferiore. In Spagna infine si hanno 5 miliardi di spesa e un PIL culturale di 25 miliardi di euro: il suo moltiplicatore è quindi il più basso. Ecco il grande *atout* italiano: quella che ho chiamato la *FORMULA XXI*, indicando un numero per un secolo, sul quale la nuova Italia dovrebbe puntare le sue carte.

Ne deriva una considerazione quasi ovvia: se l'Italia investisse, non dico quanto Francia e Germania, ma soltanto 6 miliardi di euro cioè la media dei Paesi europei, moltiplicando questa cifra per il nostro moltiplicatore che è 21, si produrrebbero tra i 120 e i 140 miliardi di euro di Pil culturale l'anno. Si ricorda che il settore metalmeccanico – in un Paese come il nostro dove il manifatturiero è ancora così importante – ha un Pil di circa 120 miliardi annui.

*Unioncamere* e *Fondazione Symbola* parlano addirittura di 76 miliardi di PIL, allargando molto le aree aggregate, fino al turismo e all'enogastronomia, che si mostra in crescita proprio da quando punta sulla qualità e sul *brand* italiano.

### **I 5 pilastri di una strategia per i beni culturali**

La strategia che ho suggerito, che si trova in parte in alcuni provvedimenti e iniziative del Ministro Dario Franceschini, si fonda su cinque pilastri.

Il **primo**, e forse il più importante, è la realizzazione di un grande *database* dei beni culturali italiani. Penso, come è stato suggerito recentemente, ad un inventario digitale, che via via si arricchisca, divenendo l'enciclopedia in rete del patrimonio culturale italiano. È una necessità che è stata espressa da molti intellettuali anche negli anni passati e che forse rappresenta un vecchio sogno, un'aspirazione di tanti. Oggi con le tecnologie digitali, realizzare quella che fino ad ora era un'utopia, è finalmente possibile. È legittimo auspicare che una parte dei fondi destinati allo sviluppo delle politiche dei beni culturali siano utilizzati per questo lavoro che, oltre che da strutture pubbliche, può benissimo



essere fatto col concorso delle fondazioni bancarie, di imprese private, di associazioni e del terzo settore. Un progetto destinato ad essere un vero *work in progress*, destinato a non chiudere mai, non solo perché i beni culturali in Italia sono praticamente infiniti, ma anche perché via via si deve ampliare, arricchire, completare (con schede, documenti, immagini, apparati critici).

L'enciclopedia digitale del patrimonio culturale italiano, promossa dal Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, dovrebbe così divenire una sorta di Wikipedia della cultura italiana, con un'ossatura pubblica e una grande apertura al contributo di tutti e alla socializzazione delle informazioni. Anche dal punto di vista della sicurezza questo intervento è decisivo. Si tratta di immaginare un vero e proprio portale digitale del patrimonio culturale italiano. Ogni voce dovrebbe fotografare l'intera situazione del bene, la sua storia, le attuali condizioni, le competenze, la proprietà, l'eventuale stato di degrado, ove ci sia.

Il **secondo** pilastro a cui penso, che accompagna l'enciclopedia digitale, è la proposta pubblica di adozione o di affidamento, anche parziale, di beni catalogati. Occorre lanciare l'idea che il privato, *profit e no-profit*, tuttavia disposto ad accettare di essere sottoposto a vincoli e condizioni delle soprintendenze del ministero, cominci un lavoro di sostegno di un particolare bene culturale nel tempo. Non gli si chiede l'intervento-spot: avrà un ruolo e farà parte di un sistema pubblico, ma deve garantire che lo farà in forma continuativa, ovviamente sottoposto ai meccanismi di controllo da parte delle soprintendenze. Il meccanismo dovrebbe essere quello dei distretti culturali territoriali. Partendo dal *data-*

*se* generale e dalla ripartizione che corrisponde alle geografie delle soprintendenze, si può immaginare di costruire tavoli, conferenze distrettuali, in cui si mettono insieme Stato, Comuni, Regioni, università, centri di ricerca, istituzioni ecclesiastiche, banche, fondazioni privati e poi le forze sociali, imprenditoriali, sindacali, del volontariato. Si verrebbe a creare così un livello di concertazione territoriale capace di regolare con criteri chiari e sottoposti al vincolo delle soprintendenze, quella che io chiamo l'adozione o l'affidamento di beni culturali a privati che sotto la guida delle istituzioni e il controllo pubblico si facciano carico di restauri, valorizzazioni, esposizioni, gestioni. Si deve fare un appello a una nuova forma di partecipazione e di mecenatismo democratico, popolare, come chiave di una grande politica culturale.

Il **terzo** pilastro è di avere strumenti pubblici agili ed efficaci per agire. L'Italia ha a disposizione ALES SpA (la società in house del Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo in cui è confluita la vecchia Arcus), per lo sviluppo dell'arte, della cultura e dello spettacolo. Credo che ALES con alcune trasformazioni, possa essere lo strumento societario operativo di carattere pubblico che, accanto al Ministero dei Beni Culturali, aiuti lo *start-up* di nuove imprese, la partenza di attività. Uno strumento capace di contribuire direttamente con denaro pubblico, o indirettamente grazie al rapporto con le fondazioni bancarie o con un nuovo sistema di erogazioni liberali, capace di attivare strumenti operativi di carattere territoriali. Una sorta di rubinetto che all'interno di questi distretti territoriali permetta una rapida attivazione di possibilità.

Il **quarto** pilastro è quello di un nuo-

vo regime fiscale per chi investe in cultura. Si deve assumere una filosofia più anglosassone. A cominciare dalla liberalità e dalle donazioni. Dario Franceschini si sta muovendo con determinazione su questo terreno, sia con strumenti nuovi, che vanno allargati, sia facendo rivivere norme dimenticate. Bisogna fare di più, e soprattutto non illudersi che la sola leva fiscale, fuori da un quadro di programmazione come quello disegnato prima, possa essere efficace. Lo impongono i tempi.

Il **quinto** e ultimo punto è lo sviluppo di una politica dei "brand" culturali. Se si moltiplicano le opportunità espositive e museali, si avrà conseguentemente un aumento di introiti dalla biglietteria, dai *bookshop*, dai prodotti culturali. Un indotto destinato a crescere, capace di aumentare le entrate nelle casse pubbliche della cultura. Però l'Italia può e deve fare una politica più coraggiosa sul versante dei *brand* culturali, cioè scegliere monumenti, artisti, città, territori e su questi investire, costruendo intorno a questi *brand* una politica sui diritti d'immagine e un raccordo con l'industria manifatturiera. Da questi *brand* possono arrivare proventi importanti da indirizzare, ad esempio nei restauri. L'esempio dell'intervento sul Colosseo è illuminante. Della Valle forse avrebbe potuto osare anche di più nell'utilizzazione dell'immagine del Colosseo. Benissimo ha saputo fare il Vaticano con il restauro della Sistina, affidandolo ad una società privata giapponese che ne ha avuto in cambio i diritti d'immagine per un lungo periodo. Se oggi si può godere delle bellezze della Sistina restaurata, lo si deve anche a questa operazione. Che io difendo. Ma non tutte le istituzioni sono capaci di gestire operazioni di questo genere. Di deve forse



aspettare che le grandi multinazionali del web si impadroniscano gratuitamente dei beni culturali italiani? Per esempio il Colosseo è dello Stato, invece il Ponte di Rialto o la Torre di Pisa sono dei rispettivi Comuni. Ciascuna di queste istituzioni potrebbe gestire con una filosofia imprenditoriale il proprio *brand* oppure affidare ad ALES o ad un suo dipartimento, la sua valorizzazione. Questo perché non tutti hanno gli strumenti per poterlo fare. Non tutti sono in grado di confrontarsi con le grandi imprese di produzione, fermo restando una proprietà che deve rimanere pubblica. ALES diventerebbe così il tramite tra le industrie capaci dello sviluppo del *brand* e lo Stato o il Comune che devono produrlo.

In Italia non si fa ancora questa politica per ignoranza. Perché nessuno ha ancora capito il valore nel mondo del diritto d'immagine. Che non

vanno pagati in senso tradizionale. Il punto è come valorizzarli. La creatività del passato deve essere trasformata in prodotto. E non solo nei prodotti da *bookshop* dei musei, dal manifesto al calendario, al Colosseo in miniatura. Ma dare la possibilità alle aziende che producono moda, giocattoli, tessuti, design, di sposare queste immagini e di legare anche la loro produzione alla valorizzazione di queste icone. Chiaramente questo riguarda soprattutto il campo degli artisti. Ma Venezia, Firenze, la Sicilia, sono potenzialmente patrimoni inestimabili da valorizzare.

#### **Le sfide prossime**

Un'operazione di questo tipo vuol dire riconoscere il lavoro culturale come importantissimo per l'Italia del futuro.

Bisogna lanciare una sfida della qua-

lità che passi attraverso lo Stato. Una sfida che esprima una via di mezzo tra lo spirito snobistico degli specialisti e quella più rozza e volgare degli ultimi anni. Quindi, come il numero magico è il XXI, la parola chiave è qualità: del lavoro, dell'impresa, dello sviluppo, della vita, della cultura. Qui c'è il senso del lavoro che sta facendo MetaMorfosi, che sta cercando di portare risorse ad istituzioni culturali importanti, come Casa Buonarroti, organizzando mostre e attività sotto una rigorosa guida scientifica di chi gestisce quei patrimoni. E c'è la sinergia in atto e potenziale con le realtà private, come chi si occupa di sicurezza del patrimonio artistico, che hanno accettato la sfida dell'innovazione e che svolgono anch'esse una funzione non solo privata, ma pubblica, attorno al più importante ed universale dei beni comuni.