

L'INTERVENTO

Pietro Folena



Cultura più ricca senza show

Il nostro patrimonio artistico può portare nuove opportunità di lavoro anche evitando di cedere alla spettacolarizzazione. È la differenza tra una politica industriale e un'industria senza politica

Matteo Renzi e Tomaso Montanari sono due giovani brillanti. Il primo, più giovane e più noto, nell'estate appena conclusa ha proposto un referendum tra i fiorentini per approvare o bocciare la sua idea di completare la Basilica di San Lorenzo secondo il progetto michelangiolo. Il secondo, professore associato all'Università di Napoli, ha recentemente pubblicato un pamphlet frizzante contro l'uso *disneyano* delle opere d'arte e la commercializzazione dei beni culturali (*A cosa serve Michelangelo?*, Einaudi).

Non si fa fatica a dare ragione a Montanari - che muove dalla vicenda dell'acquisto da parte del ministero dei Beni Culturali di un Crocifisso assai sbrigativamente attribuito a Michelangelo - e che denuncia, a trecentosessanta gradi, la pochezza spettacolare di molte iniziative, spesso promosse o annunciate (come nel caso di San Lorenzo) da sindaci in cerca di popolarità facile. Del resto è evidente a tutti che la simpatica, guascona e per fortuna inattuabile iniziativa del sindaco Renzi volta a rifare la facciata di San Lorenzo secondo il progetto michelangiolo ha avuto il merito di "spettacularizzare" al massimo la discussione sulla conserva-

zione e sulla valorizzazione dei beni culturali.

Questa idea di politica culturale come si trattasse di uno *show* non è un'invenzione di Matteo Renzi. È propria di alcuni sindaci eletti direttamente i quali, alla stregua degli imperatori romani che organizzavano i giochi per celebrare i propri trionfi, hanno concepito la politica culturale dei Comuni come strumento di costruzione del consenso. L'*eventismo* esasperato - oggi ridotto a causa dei tagli operati nei confronti degli Enti locali - ha sottratto risorse ai beni culturali e a

L'arte e l'economia

In tempo di crisi è giusto porsi il tema delle risorse ma anche saper distinguere tra mercificazione e valorizzazione

quella che chiamerei una "politica industriale della cultura", e cioè un'azione sistematica, controllata e concordata di valorizzazione sostenibile dei giacimenti culturali.

Firenze, che come Roma e Venezia conosce gli aspetti più impattanti del turismo di massa e di gruppo, ha, come Roma e Venezia, poco bisogno di nuove attrazioni circensi e di logiche da "trionfi" imperiali: e

molto di una diversificazione dei propri itinerari culturali, di una loro valorizzazione. Ma la domanda a cui Montanari tuttavia non risponde, perché neppure se la pone, riguarda 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 valorizzazione 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 trascinare nella polemica chi spettacolarizza per ragioni di consenso o di mercificazione dell'arte, e chi invece difende, finanzia, promuove un patrimonio.

È quanto sta cercando di fare *MetaMorfosi* che, con alcune grandi e storiche istituzioni culturali - a partire dalla Fondazione Casa Buonarroti di Firenze e dalle Veneranda Biblioteca Ambrosiana di Milano -, ha stabilito rapporti continuativi, con l'intento di portare a quelle istituzioni risorse organizzando mostre e attività sotto una rigorosa guida scientifica di chi gestisce quei patrimoni. Dall'incontro tra queste istituzioni e dal lavoro di *MetaMorfosi*, alcuni dei massimi studiosi hanno immaginato la grande esposizione romana che per la prima volta farà dialogare i disegni di Leonardo da Vinci e quelli di Mi-

chelangelo, e che aprirà i battenti alla fine di ottobre ai Musei Capitolini.

Non voglio dire che siamo un modello. Abbiamo dato vita ad una piccola esperienza che dimostra come ci possa essere una sinergia tra pubblico e privato ben diversa da quella della privatizzazione e della mercificazione dell'arte e della cultura. In verità ho maturato il convincimento che non a parole si può fare della cultura il motore di una nuova fase dello sviluppo. Anzi che, più che un'industria della cultura - concetto limitativo -, occorra una politica industriale della cultura: che, sottoposta al controllo del ministero e delle sovrintendenze, col protagonismo dei Comuni e degli enti territoriali, monitori i giacimenti culturali e progetti la loro conservazione, la loro valorizzazione e lo sfruttamento vincolato dei diritti di immagine. Si può cominciare un confronto, anche in vista della fine della legislatura, su questi temi, capace di coinvolgere le forze davvero interessate alla difesa del patrimonio artistico italiano e alla creazione di nuove opportunità di lavoro e di ricchezza? Lo auspico con passione.

Presidente di *MetaMorfosi*
www.pietrofolena.net

tiscali: adv

Per la tua pubblicità su **l'Unità**

Tiscali ADV:

Viale Enrico Forlanini 21,
20134 Milano

tel. 02.30901230

mail: advertising@it.tiscali.com

Per necrologie, adesioni, anniversari
telefonare al numero 02.30901290

dal lunedì al venerdì ore 10:00-12:30;
15:00-17:30

sabato e domenica tel 06.58557380

ore 16:30-18:30

Tariffa base+Iva: 5,80 euro a parola (non verranno conteggiati spazi e punteggiatura)

Per pubblicità legale, finanziaria ed
istituzionale:

INTEL MEDIA PUBBLICITA' SRL

tel. 0883-347995

fax: 0883-390606

mail: info@intelmedia.it