

# E DITORIALE

**Salvatore Lorusso**

*Il Bene Culturale quale "merce", sebbene particolarissima*

*« Lo studio e l'interesse per i Beni Culturali implicano una serie di conoscenze che spaziano in molteplici settori. Si fornisce così un contributo interdisciplinare nella considerazione che l'applicazione delle diverse scienze si estrinseca non solo nella loro caratterizzazione (beni come oggetto di scambio) ma anche nella conservazione e spedizione (Beni Culturali come beni economici e, quindi, con un valore di mercato). Se consideriamo i Beni Culturali come merce, sebbene particolarissima (poiché non possono considerarsi beni economici in senso stretto, ma di merito, avendo come caratteristiche l'unicità e la non riproducibilità), l'intento è anche quello di definire i criteri di valutazione tecnico-economica atti a fornire informazioni utili sullo stato di questi beni, sulle loro opportunità tecniche di diventare oggetti di interscambio per incontri culturali tra paesi, nonché sulla possibilità di considerare il patrimonio culturale veicolo oltre che di conoscenza anche di sviluppo economico.*

*I Beni Culturali rivestono un'importanza fondamentale, oltre che dal punto di vista umanistico e storico-artistico, anche da quello reddituale: la loro valorizzazione ed un'oculata gestione possono essere motivo di ampie ricadute economiche non solo nel settore stesso, ma anche in quelli ad esso collegati, quale quello turistico. Da queste considerazioni nasce l'esigenza di far convergere esperienze specialistiche di tipo scientifico, in modo che la gestione e la tutela di beni, così importanti dal punto di vista socio-economico, sia frutto di un'accurata programmazione basata su approfonditi studi e ricerche».*

Quanto detto ebbi a sottolinearlo nel volume: "Le metodologie scientifiche per lo studio dei Beni Culturali. Diagnosi e valutazione tecnico-economica" (1<sup>a</sup> Edizione, 1992). Si era in tempi "pionieristici" – qualcuno li definì "eroici" – in riferimento alla possibilità di realizzare l'incontro, sinonimo di bisogno reciproco, fra storico-umanisti e tecnico-

sperimentali nell'affrontare, in umiltà e integrazione, le problematiche di tutela e valorizzazione dei Beni Culturali.

Siamo ora in tempi più recenti, nel giugno del 2004, quando con un evento organizzato a Roma nella Sala Capitolare della Biblioteca del Senato si è costituita la "Coalizione Italiana per la diversità culturale". Le motivazioni, che hanno condotto a tale costituzione e all'incontro di personalità del mondo dell'arte, del cinema, dello spettacolo e della politica, sono intese ad impedire la sfrenata liberalizzazione della cultura se, infatti, quest'ultima – come prospettato dall'Organizzazione Mondiale per il Commercio (OMC) e dal General Agreement on Tariffs and Trade (GATT) – venisse inserita nei trattati commerciali come semplice "merce": essa finirebbe, così, nell'ambito del monopolio degli Stati Uniti già detentore dell'80% dello spettacolo mondiale. Ne deriverebbe che il rimanente 20%, riconducibile alle produzioni dell'industria culturale, dello spettacolo e dell'informazione degli altri Paesi – e si fa riferimento in particolare all'Europa e all'Italia – sarebbe fagocitato, mentre l'obiettivo da essi perseguito è preservare la propria autonomia e identità culturale incentivando e tutelando i propri linguaggi e le proprie opere. L'evento, posto anche sotto l'egida dell'Unesco, ha evidenziato – come è stata definita da Ughetta Di Carlo – una «forte tensione ideale in uno spirito inusitatamente militante» in grado di contrastare l'omologazione d'oltreoceano, che porterebbe a quella forma di globalizzazione del pensiero che è negazione della diversità, elemento fondante del patrimonio culturale dell'umanità.

A tal proposito nel messaggio inviato nell'occasione dal Ministro per i Beni e le Attività Culturali si faceva presente che:

« Ci sono due principi che stiamo cercando di affermare a livello europeo: la difesa della specificità culturale, o anche eccezione culturale, per cui i prodotti culturali non possono essere considerati merce come le altre, tant'è che nella prossima "direttiva dei servizi" i Beni Culturali dovranno essere esentati dalle disposizioni generali in quanto portano dentro di sé valori che sono importanti alla coscienza di un popolo, sono legati alla lingua, alla storia, alla cultura, alla tradizione. Sarebbe però sbagliata una politica culturale basata sul protezionismo, perché al mondo tutto cambia e noi dobbiamo inserirci sul cambiamento per salvare ciò che conta. Il bene culturale non è una merce come tutte le altre, ma è pur sempre sul mercato: bisogna creare le condizioni per cui i nostri prodotti culturali, la musica, il teatro, il cinema italiano possano stare sul mercato in condizioni di parità con gli Stati Uniti e con gli altri Paesi».

Siamo in tempi più recenti, direi attuali. Sul prosieguo di un percorso metabolico di presa di coscienza e di acculturamento – anche in riferimento a esigenze, scenari e obiettivi maturati, nel corso degli anni, in una sfera spaziale non solo riconducibile alla comunità internazionale ma anche al singolo individuo e, quindi, in una visione più intimistica – si delinea e si impone, come fa presente Severino Salvemini, «*una nuova concezione nella catena del valore del bene culturale: il fare cultura non è direzionato a dare ma ad avere*».

Si fa presente, infatti, che un investimento in arte va ben oltre la voglia di sponsorizzazione e mecenatismo: l'intervento sui Beni Culturali non è rivolto al ritorno di reputazione o di immagine, ma alla convinzione che la cultura oggi è una materia prima, come si è detto prima, della catena del valore e ne dia senso economico.

Si parte dal concetto che in una economia immateriale, dove conta sempre meno il valore d'uso del prodotto o del servizio, conta invece sempre di più la valenza simbolica ed evocativa che esprimono e raccontano i beni e le esperienze di servizio: è la sostituzione del capitalismo industriale con quello culturale.

Le imprese oggi, nei vari settori di produzione delle merci ed anche creditizi, accanto a teorie economico-aziendali pertinenti alla produttività e redditività e rivolte alle prestazioni utili dei prodotti fabbricati, producono e vendono i significati che tali prodotti incorporano e forniscono: gli elementi alti della produzione culturale catalizzano il “ricordo” del prodotto stesso e determinano la “fidelizzazione” nei comportamenti d'acquisto.

Si è passati, in definitiva, per quanto riguarda la relazione fra cultura ed economia, da una programmazione che implicava risorse economico-finanziarie residuali da dedicare alla cultura ad una situazione attuale per cui gli aspetti, i significati, gli intenti e le finalità culturali costituiscono il tessuto e la spinta per raggiungere il “well-being” nella sua completezza.

Questo comporta, nella formazione del manager del settore, la presenza di una base di carattere culturale. Ne è un esempio tangibile la figura dell’“art advisor”: di chi, cioè, è in grado di fornire una sintesi fra passione collezionistica, esigenze patrimoniali e abilità manageriali nel mercato dell'arte, un mercato che in Italia vale attualmente 200 miliardi di euro. La formazione di questi consulenti d'arte – oggi sono soltanto una trentina – è di tipo umanistico ed è integrata con competenze finanziarie e di marketing alle quali si debbono aggiungere quelle di carattere tecnico-conservativo e informatico, nonché una esperienza accumulata in gallerie e/o istituzioni culturali.

Ne deriva che tale esperto, supportando i clienti con pareri indipendenti, indica come

valorizzare le opere e come operare fra le varie possibilità di investimento, diversificando per epoca e autori. Il suo ruolo non può essere soltanto quello di arbitro nella scelta del dipinto o dell'oggetto prezioso, ma anche quello di supporto del cliente nella trattativa, la quale può riguardare una gamma molto varia di "affaires": dismettere parte del patrimonio, implementarlo, assicurare le opere, procedere all'eventuale iscrizione in archivi o cataloghi, preservarne il valore con una adeguata conservazione, etc.

Ecco, in definitiva, qual era l'intento che mi ero prefissato con questo editoriale: una disamina di concezioni sul Bene Culturale quale merce, sebbene particolarissima che, dispiegandosi in sul principio timidamente, ha assunto nel corso di questi ultimi anni una dimensione più varia, ampia e acclarata nel suo significato direttamente e/o indirettamente inteso come "bene economico" e confluyente anche in settori produttivi sui quali poggia il sistema economico del Paese.

Ecco, d'altra parte, qual è la connotazione formativa della figura professionale delineata e perseguita nell'ambito del **Corso di Alta Formazione in "Conservazione, gestione e catalogazione delle raccolte e collezioni in archivi, biblioteche, musei"**, attivato dalla Facoltà di Conservazione dei Beni Culturali dell'Alma Mater Studiorum Università di Bologna: figura professionale che, insieme con una formazione storica di base, posseda la capacità di interpretare criticamente e valutare dal punto di vista tecnico e mercantile il Bene Culturale e gli effetti della presenza umana nell'ambiente di conservazione, garantendo la qualità di vita e di lavoro nelle stesse unità culturali.