

TOWARDS A PHENOMENOLOGY OF CULTURAL HERITAGE*

Paolo De Nardis

Dipartimento di Sociologia e Comunicazione
Sapienza Università di Roma

Luca Alteri**

Facoltà di Giurisprudenza
LUM, Jean Monnet di Casamassima, Bari

Keywords: sociology of cultural heritage, exploitation, common sense

1. A problematical term: “Cultural Heritage”

The analysis of the Sociology of Culture Heritage and its legitimacy as an academic discipline should start from its denomination. Let us take a closer look at the definition of “Cultural Heritage”. The term “heritage” has a strong claim: it dogmatically brings to mind something positive, in an absolute sense. At first, it does not seem to be an exaggeration, since Art and Culture have often been associated with images and emotions of approval, excellence, and skill. Each country claims to want to promote its own culture, many municipalities label themselves “city of art”, and many local governments encourage cultural activities as a tool for economic development. Today, the term “Cultural Heritage” transcends its positive meaning and almost assumes a hieratic quality. This sacredness is conferred by the present-day distance existing between the cultural and the social sphere.

It has not always been so, since Art and Culture have not always been associated with the image of Good.

One example which demonstrates this is the following: during the years 2006-2007, after much hesitation, two exhibitions of various “scandalous” artistic material were finally organized by the Deutsches Historisches Museum in Berlin. The problematic 700 pieces had already been displayed in Berlin itself between 1937 and 1944, and repre-

* Although this paper was conceived jointly, Paolo De Nardis wrote paragraphs 1, 3 and 5, while Luca Alteri wrote paragraphs 2, 4 and 6.

** Corresponding author: e-mail alteri@lum.it

sented the very best of Art celebrating Nazism. In order to soften any criticisms, the curators of the exhibitions chose the “analytical-comparative” method, by placing the pro-Nazi works of art side-by-side with those celebrating the Soviet Union. In addition, by emphasizing the similarity between the rhetorical stratagems used by the artists, the exhibition also built a parallel respectively with Mussolini’s Italy and the US model of the New Deal. In the latter case, obviously, the comparison had no political aim: it only demonstrated that even democratic States had massively used persuasive techniques, which involved a cultural and artistic dimension. Considering these facts, terming Cultural Heritage in an apodictic way may be superficial and mistaken.

On the contrary, the term “Sociology of Cultural Heritage” has its origin in pompous absolutist categories and was born as a consequence of a “twofold resignation”: being resigned firstly to the “inevitable existence” of Sociology and secondly to the universal acceptance of the term “Cultural Heritage”. In the first case Touraine has stated: “Our societies do badly tolerate the inevitable existence of Sociology” [1]. In the second, the acceptance of the widely used term without there ever having being a scientific discussion of its meaning.

In truth, the term “Cultural Heritage” has the advantage of being easily comprehensible, though being far from people’s common values because of its reference to absolutist values. The alternative expression, “historic-artistic patrimony” was rejected, being judged negatively when linked to the economic performance of Culture and Art (“patrimony capitalization”). With hindsight, perhaps it would have been a more suitable definition...

To sum up, “Cultural Heritage” is a term full of counter-indications, being appreciated by few and hated by many, but paradoxically, owing to this impreciseness, the reason for its widespread success. For this reason it is used in this paper.

Cultural Heritage means “a culture made of cultural works to be valid for social memory” [2]. Although brief, this definition points out the fundamental character of culture in its circularity. To some extent, culture is protected by community values enabling them to take root and allowing them to multiply. This activity recalls the attitude of ancient divinities (*numi*), whom the community asked for help; but it was the community itself which defended them. According to this definition, this Cultural Heritage would seem to have a dual and exacting nature: on the one hand it is the result of collective memory and community values, on the other hand it represents the basis of a new memory and new values. At least, it actively contributes to rejuvenate and update the axiological structure of the previously mentioned community. Cultural Heritage is protected, but it protects in turn

both the moral solidity and the historical coherence of the community. In spite of being part of the patrimony of remembrance, it is neither dull nor fossilized, but vivid and full of life. At least, it ought to be this way, as it is enriched by the values of its own context. Cultural Heritage is an example of meta-History, in the sense of History producing more History. It is part of a meaningful context, but at the same time contributes to shaping this meaningfulness: the meaning fulness of *History* and of *the Stories* belonging to each community member. This is the reason why Cultural Heritage suffers a further dualism: it instinctively deals with the image of Museum and Monument (both being static and stale), and at the same time it lives in people's Soul and *Weltanschauung*, as together they represent its values and social consciousness.

2. The exploitation of Cultural Heritage in post-modern society

The ambiguity that imprisons the concept of Cultural Heritage also exists in the macro-sociological context in which Heritage itself lives. Indeed, Cultural Heritage is an expression of modernity and mass society: museums, galleries, art exhibitions, and historic monuments are designed to be viewed by a plurality. The rationality which oversees the installation of an exhibition or a calendar of art events is devised for the arrival of a crowd of spectators. In addition: the messages that advertise a particular event (the opening of an exhibition, the end of the restoration of a monument, a series of initiatives dedicated to an exotic country) are borrowed from the psychology of the masses and serve to whet the curiosity of a large number of visitors/spectators. The link between Cultural Heritage and modernity has resulted in two further consequences, the first being more superficial, the other more profound. The first concerns the necessary enhancement of the value of Cultural Heritage: at the present moment we shall set aside this topic, simply anticipating that the seemingly innocuous expression "exploitation" (worthy of being used by any potential Minister of Culture) hides a far more complex problem. That is, the need to "put a price" on Cultural Heritage, quantifying the potential economic benefit, with all the ensuing problems. The second issue concerns the "dark side" of the indissoluble link between Cultural Heritage and modernity, which assumes the first being influenced also by the "radicalization" of the latter. Namely, that Cultural Heritage deals as much with Modernity, as with post-Modernity, which celebrates several aspects of social Modernity and – further – contributes to exalting society as a whole.

As a consequence, there is a bi-polarization of the social context, with the formation of an elite which is not avant-garde, but a political unit detached from the brute mass. The Cultural Heritage does not occupy a marginal position within the above-mentioned bi-

polarization: the fruition of Art is reserved for the well-educated elite (as everything else culturally referring to Beauty) and even becoming a distinctive characteristic in the elitist Culture. This is how Cultural Heritage is in the end ghettoized, remaining at the disposal of a minority of enthusiasts who are so exclusive as to form a coterie of “insiders”.

“Going to the museum”, discussing “the most recent exhibition” and commenting that “discussed restoration” become the benchmarks of a specific cultural and social identity, provided with a specialist and almost esoteric language. Thus, access to Cultural Heritage becomes an element of class distinction, whereas other criteria (social status and economic wealth) are no longer sufficient in this regard. Even when a certain municipality makes the greatest effort to broaden the circle of visitors in a museum, the tricks used to tempt the mass audience reveal an elitist concept of culture: citizens (even better, “the people”) are blandished by a mellifluous marketing (the same used to sell cars or underwear on television) or attracted by the smell of a populist scandal (the provocation of contemporary works of art and cultural experimentation).

The attraction of “testimonials”, famous names and VIPs (usually ignorant of the cultural product they are going to promote), testifies to the adapting to mass media mechanisms, as well as to the purchase of expensive spaces in newspapers and magazines. This happens fully ignoring the potential of “communication from below” (word of mouth advertising, blog reviews, NGO networks and its promotion in cultural circuits and regional associations).

However, it has also been written that the previously mentioned arguments are inherent in the transformations taking place within the city. The urban context is both the place of adoption for Modernity and the privileged setting for art and culture: various exhibitions are held in the city, as are the most important cultural events, while museums are “urban” only if they protect monuments located far from the city (and are usually visited less frequently than the former).

At the same time, the city in late Modernity is a place that quickly devours identities and consumption: events and emotions follow one after another, images pass rapidly before the eye, without leaving any lasting traces. The city is the place of chaotic development, the circuit of multi-services and the global market: there is rarely little space for experiencing feelings to the full.

As a result, Cultural Heritage reveals itself as being dystonic with respect to the speed of post-modern urbanism: cultural projects have no time to take root, as public memory becomes increasingly shorter and more fleeting. In theory, Cultural Heritage is an instrument in the continuing education of a citizen. In practice, it can barely find its own space

in the era of materialistic consumption and virtual communication. In past times, Cultural Heritage represented an important resource in the construction of a citizen's cultural background, above all since the Welfare State had not yet organized mass-schooling and a citizen was necessarily self-taught. To some extent, one's cultural background represented the tool for one's civil and political learning, as the monumentality of Cultural Heritage symbolized a consolidated and long-lasting knowledge. It was not by chance, that a millennial institution like the Catholic Church distinguished itself for its cultural patrimony.

3. Cultural Heritage between mass tourism and increasing sense

Late-modern society has not only become secularized, but also “fashionable” and “distracted”, almost refractory to elements capable of building potential identities. One could argue that nowadays urban centres willingly seek non-identity, in keeping with their typical architectural anarchy. Thus the aim of Cultural Heritage becomes really arduous, when it is requested to produce common sense and finds that neo-capitalism seems to have filled all the gaps. As a result, the circulation of culture once more assumes an elitist nature: campaigns in favour of Cultural Heritage are similar to the old aristocracy's enlightened voluntary services in favour of the lower classes, and their alarmed appeals for “popular outrage” against a local administration or a multinational corporation turn out to be the lobbying weapon (often inefficacious) of a few intellectuals.

The problem arises once again, when regarding the contribution of Cultural Heritage to the building of “common sense” or to be more realistic the “sense” of Cultural Heritage in today's society. The argument put forward by an unimportant local politician or an unscrupulous art-dealer would probably be the same: Cultural Heritage is a resource for the community since it develops so-called “cultural tourism”, with the obvious creation of new jobs, and favours businesses in the sector of tourist reception (hotels, restaurants, shops). As a secondary point, it could be said that Cultural Heritage also increases the cultural level of society.

Such an answer could be described as “minimalist”, because it does not help at all in developing the full potential inherent in Cultural Heritage. In spite of this, the above-mentioned answer might be the most frequent in a hypothetical questionnaire filled in by any Councillor of Culture in Italian art cities.

Mario Aldo Toscano [3] presents an interesting typology, according to which Cultural Heritage creates at least three communities. By regarding it as a subject able to interact and communicate, and not a mummified one, Toscano speaks of a “Cultural Heritage

Community”, a “Local Community” and a “Global Community”. The first category deals with each cultural and historical exhibition, the second one collects the locally situated Cultural Heritage, and the third one should be constituted by the universal vocation of Culture and Art. All three categories communicate both the cultural message being referred to and the need for care, restoration and visibility. Taking into account the above-mentioned typology, the use of Cultural Heritage within the tourist sector would mean restricting it to the confines of the “Cultural Heritage Community”, giving it little possibility to develop any societal “common sense”.

By carrying out this role, the cultural and artistic background of a community or a city would be reduced to being just a product ready to be sold on the already busy market, the protagonist of unlikely mass happenings, advertised using insistent marketing, and made up to tempt mass tourism. All this means ignoring its historical origins and social context.

The above picture corresponds to a frequently used expression: “exploitation of Cultural Heritage”, where *exploitation* has a double meaning, partly intrinsic, partly extensive.

Firstly, *exploitation* means renewing the historical consistency of the Cultural Heritage in question: restoring its form, bringing its iconography back to its original state and optimizing its use/enjoyment. Sometimes it more simply means moving the work of art from the underground basement of a museum (where it tries to resist the mould) to display it to the public. To a broader extent, exploitation means transforming the work of art into a small *monstrum*: to define a full agenda of events around it, to make it a media star, to offer it as part of a complete package inclusive of lunch in a typical restaurant and a football match. This, clearly, is not a snobbish criticism against the “vulgarization” of the work of art and the monument, almost fearing its deconsecration: on the contrary, it is only to underline that this kind of exploitation of the work of art makes the construction of “common sense” difficult. The work of art reduced to being just a pretty tourist souvenir does not perform any relational function: it is able neither to interact with the community, nor to widen the societal background, as it stands outside the community itself.

In order to comply with the exacting term it is defined by (“Culture”, above all “Heritage”), Cultural Heritage ought to play a central role in the social structure of the community and be able to dialogue with its members, thus contributing to the creation of a conscious society. At present, its function is reduced to a gloomy epiphany/manifestation for unaware tourist groups on the one hand, and on the other to a pretext for scholarly dissertation among professionals. Alarming data cyclically emerge from surveys: few

city dwellers living in Rome have entered St. Peter's Cathedral or Nero's Domus Aurea at least once in their lives. The same for the Florentines and the Cathedral of Santa Maria del Fiore or the Neapolitans and Maschio Angioino or Agrigento's inhabitants and the Valley of the Temples. Is it an arrogant feeling of superiority? As if being born in a city of art included an osmotic passage of historical and cultural knowledge. It is partly true. But there is certainly a prevailing feeling of foreignness to the concept of Cultural Heritage: a certain monument is ideally admired and envied abroad, but is considered a foreign object in its own social context. It is "a tourist matter", comparable to a miniature of the Coliseum or a souvenir of the Dome in Milan: the monument is considered similar to its reproduction for commercial purposes.

Before accusing the sceptical city dwellers of artistic unawareness, one should think of the superficial way in which local administrators usually deal with the issue of tourism. Being persuaded that attracting a large number of tourists is a positive fact *in itself*, they ignore the simpler and more direct question: positive *for whom*? Can we be really sure that clerks, workers, housewives or students really benefit from their city being a popular destination for enthusiasts of cultural tourism? Does the consequent (indeed justified) "local pride" completely counterbalance the negative effect of mass tourism, such as sweaty tourists crammed into public transport, the increased prices of food in shops near places of interest, the gradual removing of crafts from the very centre of the cities of art in favour of tourist reception activities? Has any agency ever calculated the increase in urban waste due to the influx of people (though only seasonal), according to the tourist calendar?

No one has ever directly asked the city-dwellers this question – on the contrary – they are called on to "make a sacrifice" on behalf of a self-proclaimed and self-styled "common good". This, then, is a focal point: a serious analysis of the social (and urban) effects of mass tourism requires the calculation of the balance between costs and benefits, complicating the apologetics of tourism as a panacea for economic crisis and urban development.

4. The inevitable Sociology of Cultural Heritage

To do so, sociological tools are required that would legitimize the existence of a Sociology of Cultural Heritage. Albeit after a deplorable delay, the latter is finally finding its own space within the Italian and international scientific community. The new subject is not directed at the analysis of the juridical aspects of Cultural Heritage (as young jurists are admirably filling this further *vacuum*), nor does it strive to suggest absurd compensations for those living in cities of art, in order to establish a balance between the costs/ben-

efits of cultural tourism. This is primarily the task of “enlightened politicians”. At the same time, the Sociology of Cultural Heritage does not aim to suggest strategies for the exploitation of Italian cultural patrimony, in accordance with the previously described guidelines: its aim is to propose a sociological standpoint to observe Cultural Heritage, viewing it more as a means of reporting than a means of gaining a profit (whether individual or social).

It is obviously an open challenge, and impossible to know the answers to all the questions, as they come from an unexplored field of sociological research. Conversely, each sociology researcher ought to be motivated to solve the contradictions of a country (Italy) having, on the one hand, a huge cultural-artistic heritage but, on the other, a scarce sociological attention towards its development. The Sociology of Cultural Heritage should use the scientific instruments belonging to the Sociology of Culture, with the addition of elements from other fields: Sociology of the Environment, Urban Sociology and Local Government Sociology.

A focal point would be structuring an “applied sociology” and not simply a discipline limited to a theoretical approach or to mere political discussions [4].

There is much to do: firstly the need to widen the concept of Cultural Heritage, by emphasizing its relational approach. Secondly, Cultural Heritage must become a means of communication and cultural diffusion. To do so, Cultural Heritage must cease to be an exaltation of Beauty in whatever form. Defined in absolute terms, Beauty lends itself to being interpreted in diverse contexts: which Beauty? The Beauty of Classical arts? That of the Renaissance? Abstract? Virtual Beauty?

To be at the centre of the community, the Cultural Heritage has to be an instrument for the community, not a burden to be borne because of an abstruse solidarity with Culture. Considered in this way, Cultural Heritage belongs to a generalized category (recalled by Mario Aldo Toscano as a “world community”) and is no longer limited to being “one monument in that city” or “one painting in that museum”. It represents the “plan of life” of the whole community, from its roots to its future development, even including practically unattainable projects and transformations. In this regard, the following words are very apt “Art produces paths which are not only *aesthetic*, but also *ecstatic*: the utopia of another life flowing next to ours, a constructive escape towards a possible world, a witness of the creativity not only of others, but of ourselves” [3]. Cultural Heritage, therefore, could be viewed as a space for Utopia, a site which does not (yet) exist, but for which the important thing is the attempt to reach it, not the arrival itself. Not the final point, but the intelligence and the effort in finding the way there.

Along this path, Cultural Heritage acts like the milestones found at the side of the road in ancient Rome: it underpins a path, whose final goal consists of gaining a conscious and *pro-active* citizenship.

As mentioned previously, the aim of the Sociology of Cultural Heritage should be to support this “vision”: a less serious aim would risk portraying this new discipline as almost useless, instead of as prudently pragmatist. Furthermore, the timely enhancement of Cultural Heritage has already been described [3]: in the short term, the main task consists in controlling the cultural and environmental patrimony, by avoiding private speculation and special businesses.

There is then a second (middle term) phase which aims at building a network for the exploitation of cultural experiences and historical sites: Cultural Heritage finally viewed as a whole, not as individual units in a fratricidal struggle to seek increasingly scarce financial funds. But it is only in the long run that the work carried out can make a difference to the current concept of Cultural Heritage and mark a discontinuity with the present-day management, all intent on defending this tattered *status quo*. If a well-intentioned “government of proximity” (Municipality, Province, Region) and a competent local Directorate General of Antiquities and Museums are suited to work in the short term, it is obvious that a well-marked political will (at State level) is needed in order to operate in the medium term. It is in the long run, however, that a sociological perspective is needed: to indicate the guidelines of a cultural intervention which starts from schools and is able to enhance local societal experiences (often forgotten or even eyed suspiciously); to facilitate synergies among cultural institutions (nowadays often in competition); and finally even re-define the entire list of Cultural Heritage. This last issue is particularly delicate: who attributes the license of “Cultural Heritage”? Which institution distinguishes between Culture and non-Culture? Above all, which culture is being discussed? “High culture”? Why completely downsize “popular culture”? More specifically, according to what criteria do we choose to list a famous Flemish painter’s exhibition and not – for example – a traditional wine and food festival in an out of the way locality?

5. From Culture to Revenue: the present-day destiny of historical sites

There is no simple answer: a famous Flemish painter’s exhibition requires a quantum of consciousness and cognition that immediately associates the event itself with the concept of culture. Conversely, to appreciate the typical products cited in the second example it is not necessary to have such knowledge. In spite of this, the above mentioned festival presents important ethno-anthropological references which cannot be recorded just

as “folkloristic”. As was well-stated [3]: “Here we advance the hypothesis that at least a small stream of other Cultural Heritage flows beside the main stream of historical-artistic sites. While the latter are fully enlightened and brought into being, the first are doomed to darkness and nothingness through the misunderstandings of the world”.

However, if Cultural Heritage is explained in relation to its ability in producing “common sense”, confining culture to the running of museums and archaeological sites would mean denying the *continuum* between the highest level of Art and the more sincere forms of popular attractions. As if the latter should not be permitted to tell its own individual and collective story. The issue also refers to historical relativism: “The 19th century factories were not sacred, but now they are conserved as monuments of industrial archaeology; the ploughs used just fifty years ago by the farmers of the Apennine mountains were of no great value, but now they are exhibited in Museums of Farm Civilization; there was nothing special about the twenty-year old Macintosh computer, but now it is shown in the Gallery of Modern Art in New York” [5].

Resigning ourselves to the perception of a culture for the elite and a festival for the common people means passively accepting our present times: an era defined as “post-democratic” [6], because the only fully flourishing ideology is the one that makes a *reductio ad unum* to the market and the economy. The “economism” that characterizes politicians’ choices and transforms people with a high cultural capital into a minority is the same ideology that speaks of “exploitation” for Cultural Heritage, using this concept as a threat. “Exploitation”, in fact, does not refer to the necessary protection from the risky exposure of Cultural Heritage to mass tourism (in the sense of a likely deterioration, or the “de-historicizing” of a monument), but exclusively to the need of a Culture gaining revenues.

The old controversy about the uselessness of Art has been substituted by a widespread activism: in present times, archaeologists and historians are not the only professionals interested in the destiny of museums and artistic sites. Economists, entrepreneurs and managers do the same. At an international level, the museum-business enterprise is starting to grow: it is no longer a mere “temple of culture”, but a patrimony of knowledge directed at a mass public that pays. Works of art are available to everyone and are easily duplicated (prints of famous paintings, small copies of monuments, paperweights reproducing classical statues), the museum-enterprise seems to abolish the usual gap between high culture and community. Never before as is the case here, can it be said that “the merchants have entered the temple”. The museum of the latest generation is administrated with a managerial approach and has the aim of optimizing its eco-

conomic performance, coherently with the principles of running an enterprise. In other words, culture has to make profits and not simply promote itself. Buying, displaying and explaining artistic artefacts to the public is not enough: a museum has to generate income for the whole community. In many historical-artistic sites so-called “additional services” on offer to tourists, visibly occupy a large space (merchandising, book shops, coffee bars, restaurants) and are strategically positioned by a new category of professional: the *museum manager*.

The ancient monument and the innovative painting exhibition will find themselves united in being exploited as if they were the last on the list: the revenues accrued from Cultural Heritage tourism are only partially used to cover the running costs (staff salaries, advertising costs, maintenance). The surplus value produced is used for a variety of purposes. When a historical artefact does not guarantee a certain level of profit, it stops being “exploited” and falls into oblivion. It becomes a cost once more, instead of a resource to the community. On the contrary, the strict criteria of profitability associated with art and culture are not always completely respected: there are frequent cases of museums, cultural institutions and archaeological sites established only to satisfy some patronage and ensure “sheltered employment” for a limited number of people.

The discovery of some such cases (often in the South of Italy), has favoured an unhealthy debate which has contributed to damaging the image of Cultural Heritage, even to demonize it: it is only worth valorising culture which produces economic profits. The narrow-mindedness of this vision confirms that nowadays Cultural Heritage constitutes “a weak argument”, difficult to defend in the public sphere of the media. It is a basic characteristic of our times to disregard the sense of historicity, even hiding it by exploiting its vestiges in an improper and vulgar way. Marc Augé has rightly spoken of “rubble that no longer has time to become ruins” [7]. Furthermore, we live in a “culture of the eternal present”, which no longer recognises values and reduces its horizons: a culture lacking history and projects for the future, imprisoned in the present and making a supreme effort to control social complexity [8].

Thus, a cultural system admitting only the present, is allowed to immobilize social relations so as to limit their potential and forecast their developments. Of course, in order to do so it is necessary to translate the totality of the facts into terms of calculative reason, objectifying social relations and quantifying their performance. As a consequence, everything is calculated in terms of profit, of a paying audience, of dividends for shareholders: emotions, feelings, and even spirituality are excluded from the toolbox of the individual subject, leaving culture with only a conservative function.

Conversely, as if to cheer up the discontent of people living in a present without a future, the idea of transformation becomes a value in itself: the culture of late-modernity reveals a new futurism that admires communication via the computer, the latest technology and life lived in a virtual world. The culture of the present apparently changes everything, but in fact changes nothing, consuming emotions and preventing them from developing into experiences. Within the fragility of social bonds, the weakness of supporting institutions and the instability of ethics, the culture of the present is indeed a *non-culture* or a *post-culture*. It is able neither to consolidate itself nor to bring itself to maturity, and it vainly attempts to change without having a final goal or a shared methodology. As a never-ending carousel, the culture of the present promises many things, but does not keep them: “progress”, “innovation”, “development” are actually steps in a transition towards eternal nothingness. A change aimed at conservatism and an aesthetics lacking any content.

Behind the labels of change and progress one often finds a social narcotic forcing the individual to abdicate the unity and coherence of his/her identity and to yield to the rationality of modern economism. Despite the celebrated predictions concerning “the end of modernity” [9, 10], the dimension of late-modernity is nothing but the radicalization of the patterns of modernity. Indeed, it is perhaps the ultimate ideology of modern times. The culture of late modernity is the culture of the present and of the *status quo*, since repetitiveness without any specific aim represents boredom for the individual and conservation of the social system. In the end, everything stable loses value: history, culture, sense and a vision of the future all become heavy burdens. On the contrary, the aesthetic ideal as the main goal in life, succeeds.

6. The future of the Sociology of Cultural Heritage between art, provocation and developing sense

When speaking of late-modernity processes in art, they refer to the debate on contemporary art. Its precise starting point was in 1913, when Marcel Duchamp – an esteemed painter – exhibited a bicycle wheel as a work of art. In 1959 Yves Klein left the space dedicated to him in an exhibition completely empty: this was his work. During the 1960s it was the time of “Brillo” boxes by Andy Warhol. In the meantime Daniel Spoerri pasted dishes and dirty crockery to a surface.

From then on it was a competition to be “provocative”. What do the works mentioned above have in common with a torso by Praxiteles, the Deposition by Pontormo or even a cubist painting by Braque? Yet all of them come together in the concept of “art”, a con-

cept which has become an “umbrella-term”. Obviously there exist important differences between the urinal which Duchamp himself presented four years after the bicycle wheel and a classical Greek statue: by generalizing, one could say that the spectator observes a drastic decline in the aesthetic appearance of the art work in favour of its conceptual aspect. Consequently, the artistic image is no longer viewed in its imminent presence, but basically as a means of communication: the formal and sensitive immediacy expressed by the work of art no longer produces a “sense of self” if the latter is not clearly provided for by the cultural system. Two consequences derive from this theory:

- 1) art is created through a conventional agreement (everything which is given the status of art by the current system is firstly recognized as artistic and then translated into social practices, such as exhibitions, sales, auctions, reviews);
- 2) the debate about the sense of art is revived. Moreover, since artistic practice has ceased to make the audience feel any psychological and cultural uneasiness (in front of Michelangelo’s unreachable sculpture or the incomparable painting of a Leonardo) and made the public feel very much at ease by exhibiting everyday objects in museums (from detergents to toilets!), the interpretation of art has moved to a conceptual dimension. Ending in the complete elimination of the “sense of art” by placing *nothing* in the centre of the image. Of course, there have also been artistic extremes regarding common sense, against which Baudrillard fought: professionals in advertising and commercial nihilism who utilized daily waste and triviality as though they were values and ideologies. There is something to be learnt even from the manipulation of the concept of art for commercial purposes: from the evidence of the impossibility of expressing an axiological based aesthetic opinion (so that both objects, the one in classical Athens and the second, Duchamp’s urinal, belong to the same artistic family), art has abandoned the utopia of *changing* the world and life. Now it simply prefers to *symbolize* the world and life. From this it can be deduced then, that whoever associates the concept of art to change and transformation is wrong in doing so; because of an exaggerated optimism, one forgets that Art can be linked to social transformation as well as to its contrary.

Now we would like to return to what was stated with regard to the promotion of Cultural Heritage. After the failure of the avant-garde and of the “revolutionary” purpose of art, an elitist conception of Cultural Heritage would be anachronistic and extemporaneous: a preference for the quiet environment of scholars and art experts would not only mean doing an injustice to the conservation of Cultural Heritage in the country, but also missing a great opportunity. In other words, building a civil identity based on “a collective

consciousness of Cultural Heritage” [2]. This means encouraging society to consider the presence of Cultural Heritage in a particular territory as a source of identity and membership, thus making Cultural Heritage feel like it is their own “cultural patrimony”, removing its aura of sacredness to make it consciously accessible to all.

We should not forget that the ancestral and previously mentioned distinction between *high* and *popular* culture was born due to a precise need for “social class separation”, the responsibility for which belonged exclusively to the *upper* class. As Mario Aldo Toscano stated [2]: “We can assume that, in the past, the lower classes and the poorest people (the proletariat) could not gain access to Cultural Heritage, as they were beyond the possibility of *recognition*. As a result of not being able to acknowledge forms of *major* Cultural Heritage, the lower classes expressed their identity in their basic milieu, where cultural background did not have the same specialized semantics that characterized ‘real’ Cultural Heritage. *Minor* Cultural Heritage goes hand in hand with an overall situation of *minority*”.

The masses considered Cultural Heritage as something foreign and belonging to wealthy people, as an example of a “gaudy way of life”. In their opinion, Cultural Heritage was the patrimony of rich people and the upper bourgeoisie. It was viewed as an asset of noble families.

A similar bias derives from years of an absent, or at least wrong cultural approach. In order to correct this tendency, intervention on a cultural level is needed. Although with one premise: to admit that it is necessary to stress the role of Sociology and Economics of Culture (rather than Aesthetics or traditional History of Art), in order to understand present day developments. To admit, in other words, the legitimacy and importance of the Sociology of Cultural Heritage.

Having accepted this premise, the next step is to recognize that “Cultural Heritage demands culture” [2]. That is to say it requires a long-term investment which offers very few certainties. Because spreading culture implies the risk of culture: the risk of networking, building identity, challenging stereotypes and fashions – even the risk of making fun of our own certainties and condition. Consequently, neither the conservation, nor the exploitation (used as a pretext for profit) of Cultural Heritage would accept these risks. It would mean, however, putting a halt to developing the link between Cultural Heritage and citizenship: that link “which allows citizens to enjoy complete citizenship, not only through exercising their own rights but also through the opportunities provided by culture, when considered as the index of a citizen’s presence in the world” [2].

Making Cultural Heritage the site of the collective consciousness of a population and

a civilization is a difficult, but possible challenge. An important challenge is being faced, whose outcome is not only to define what is and what is not a historical artefact: according to the above mentioned premises, the inclusion or not of a monument in the list of Cultural Heritage often depends on negotiation between local authorities, Directorate General and ministries. Consolidated empirical surveys [11] have shown, however, that where collective consciousness is strong, the issue of Cultural Heritage is continuously present within the framework of policies. Furthermore, Cultural Heritage is recognised and protected as such both by legislation and the community.

This suggests the relational nature of Cultural Heritage and implies a change in managing its conservation and exploitation. The vision of Cultural Heritage from an economic standpoint is no longer sufficient: if we speak of “economics”, we have to specify the “economics of memory”, in which Cultural Heritage is used as a tool to interpret reality. In this sense it would be useful to gather together all the experience and information accumulated through the years of those small communities of scholars, who have silently and anonymously been actively working in the cities of art. Experience and information of great value if we consider the current situation: the times are not propitious for people interested in culture.

This is the reason why we are relying on the Sociology of Cultural Heritage to reverse this tendency, from a methodological and epistemological point of view.

References

- [1] TOURAINE A. 1978, *Per la sociologia. La mentalità sociologica come strumento di liberazione*, Torino, Einaudi.
- [2] TOSCANO M.A. 1999, *Per una cultura dei beni culturali*, in TOSCANO M.A. (ed.), *Dall'incuria all'illegalità. I beni culturali alla prova della coscienza collettiva*, Milano, Jaca Book, 13-26.
- [3] TOSCANO M.A. 2004, *Sul Sud. Materiali per lo studio della cultura e dei Beni Culturali*, Milano, Jaca Book.
- [4] DE NARDIS P. 1999, *Sociologia del limite*, Roma, Meltemi.
- [5] TOSCANO M.A., BROGI L., RAGLIANTI M. 2000, *Le opere e l'opera. Percorsi analitici dal museo al teatro lirico*, Milano, Jaca Book.
- [6] CROUCH C. 2003, *Postdemocrazia*, Roma-Bari, Laterza.
- [7] AUGÉ M. 2004, *Rovine e macerie. Il senso del tempo*, Torino, Bollati Boringhieri.
- [8] ELIAS N. 1984, *Über die Zeit*, Frankfurt A.M., Suhrkamp.
- [9] DAHRENDORF R. 1979, *Intervista sul liberalismo e l'Europa*, Roma-Bari, Laterza.
- [10] TOURAINE A. 1988, *Il ritorno dell'attore sociale*, Roma, Editori Riuniti.
- [11] TOSCANO M.A. 2001, *L'utopia della memoria. Quattro ricerche sulla cultura dei beni*

Per una fenomenologia dei Beni Culturali

Parole chiave: sociologia dei Beni Culturali, valorizzazione, senso comune

1. Una definizione problematica: “Beni Culturali”

La prima domanda da porsi analizzando la Sociologia dei Beni Culturali e la sua legittimità come disciplina accademica riguarda la denominazione. Ad essere sotto la lente è soprattutto l'espressione “Beni Culturali”: il termine bene è una forte ipoteca, perché richiama dogmaticamente qualcosa di positivo, persino in senso assoluto. A prima vista non sembra una forzatura, dal momento che spesso l'arte e la cultura sono associate a immagini e sentimenti di approvazione, eccellenza, abilità. Ogni Paese afferma di voler promuovere la propria cultura, tanti contesti urbani si fregiano dell'etichetta di “città d'arte”, molti amministratori intravedono negli avvenimenti culturali uno strumento di redditività. A dire il vero, l'espressione “Beni Culturali” va oltre l'accezione positiva e si lega quasi a un contenuto ieratico. Tale sacralità è conferita dall'odierno distacco tra la dimensione culturale e quella sociale. La prima si caratterizza per una identità forte e ben individuabile, ma anche irrimediabilmente lontana dal cuore pulsante della comunità. Anzi, si potrebbe dire che i Beni Culturali abbiano una identità così marcata proprio perché sono percepiti come distanti dal contesto sociale, che dimostra verso di essi una certa lontananza e una vaga indifferenza.

Non è stato sempre così, come pure l'Arte e la Cultura non sono state sempre assimilate al Bene.

Vale per tutti un esempio: nel biennio 2006-2007 il Deutsches Historisches Museum di Berlino organizzò, dopo tante titubanze, due mostre di materiale “scottante”. Si trattava della scomoda eredità di settecento pezzi che erano stati esposti tra il 1937 e il 1944 proprio a Berlino: il meglio dell'arte che inneggiava al nazismo. Per stemperare le polemiche, i curatori utilizzarono un metodo “comparativo-analitico”, affiancando alle opere filo-naziste quelle che celebravano l'Unione Sovietica. Non solo: volendo enfatizzare la somiglianza tra i procedimenti retorici utilizzati dagli artisti, la mostra permetteva il raffronto anche con la produzione artistica dell'Italia mussoliniana e persino degli Stati Uniti del New Deal. In quest'ultimo caso l'accostamento non aveva ovviamente una valenza politica, ma voleva solamente evidenziare come un uso massiccio di tecniche persuasive fosse proprio anche di Stati liberali e coinvolgesse spesso la dimensione artistico-culturale. Parlare, in maniera apodittica, di Beni Culturali nasconde, quindi, una inevitabile superficialità di partenza.

Tornando alla definizione di Sociologia dei Beni Culturali è lecito notare come, nonostante il pomposo riferimento a categorie assolutistiche, tale espressione nasca paradossalmente da una “doppia rassegnazione”: rassegnazione per l'esistenza inevitabile della sociologia (come insegnava Touraine nel suo mirabile *Per la sociologia*: “Le nostre società mal si rassegnano all'esistenza inevitabile della sociologia”) e rassegnazione per l'avvenuta accettazione dell'espressione Beni Culturali, che si è diffusa pur in assenza di una serie di discussioni sul suo significato [1].

In realtà, la definizione in questione presenta il vantaggio di risultare facilmente comprensibile, per quanto contribuisca – con il già ricordato riferimento a valori assolutistici – alla lontananza tra la cultura e le masse. L'espressione alternativa di “patrimonio storico-artistico” è risultata sostanzialmente perdente in quanto sembrava implicare un riferimento troppo esplicito ai risvolti economici della cultura e dell'arte (“patrimonializzazione”). Con il senno di poi, sarebbe stata forse una definizione più sincera...

In definitiva “Beni Culturali” è un'espressione che presenta tante contro-indicazioni, piace a pochi, procura fastidio a molti, ma che – in virtù proprio delle suddette imperfezioni – è universalmente accettata. Per questo motivo, trova albergo anche nel presente saggio.

Per "Beni Culturali" si intende una "cultura tradotta in opere di cultura valide per la memoria sociale" [2]. Già una così scarna definizione individua il fondamentale carattere della circolarità della cultura: questa è tutelata dai valori della comunità, ma a sua volta contribuisce a radicarli e riprodurli. Nella sua funzione ricorda gli antichi numi del mondo classico, a cui la comunità chiedeva aiuto, ma che si ingegnava anche di difendere.

Secondo la suddetta definizione, ai Beni Culturali viene riconosciuta una doppia e impegnativa natura: da un lato sono il prodotto della memoria storica e dei valori di una comunità, dall'altro sono fonte di nuova memoria e di nuovi valori. Quantomeno, contribuiscono fattivamente a rinverdire l'assetto assiologico della suddetta comunità. I Beni Culturali sono tutelati, ma finiscono essi stessi per tutelare (l'integrità etica e la saldezza storica della comunità). Sono oggetti di un ricordo museale, ma non sono grigi né ammfuffiti, quanto vivi e vitali. O tali dovrebbero essere, dal momento che alimentano i valori del contesto nel quale sono tutelati. Sono Storia che produce altra Storia, quindi una meta-Storia. Sono inseriti in un contesto dotato di senso, ma contribuiscono essi stessi a produrre altro senso: il Senso della storia e delle storie che vivono in ogni cittadino. Per questo i Beni Culturali soffrono di un'altra doppiezza: sono intuitivamente associati all'idea di museo o di monumento (dunque, a qualcosa di statico, per non dire stantio), ma vivono in realtà nello Spirito e nella Weltanschauung delle persone, perché ne formano l'insieme dei valori e la coscienza civile.

2. Valorizzare i Beni Culturali nella società post-moderna

L'ambiguità che intrappola il concetto di Beni Culturali non finisce qui, ma permea anche il contesto macro-sociologico nel quale sono inseriti. I Beni Culturali, infatti, sono un'espressione della modernità e della società di massa: i musei, le gallerie, le mostre d'arte, i monumenti storici sono concepiti per essere visti da una pluralità di soggetti. La razionalità che sovrintende l'allestimento di un'esposizione o di un calendario di eventi artistici è pensata per l'afflusso di una folla di persone. Non solo: anche i messaggi che pubblicizzano un dato evento (l'apertura di una mostra, la fine del restauro di un monumento, una serie di iniziative dedicate all'arte di un Paese lontano) vengono mutuati dalla psicologia delle masse e servono per solleticare la curiosità di un gran numero di potenziali visitatori/spettatori. L'associazione tra Beni Culturali e modernità ha causato due ulteriori conseguenze, una più "epidermica" e l'altra più profonda. La prima riguarda la necessaria valorizzazione dei Beni Culturali: tralasciando per il momento questo argomento, anticipando solamente che dietro il termine apparentemente innocuo di "valorizzazione" (che sembra poter incontrare il consenso di ogni potenziale Ministro della Cultura) si situa un problema ben più complesso. La necessità, cioè, di "prezzare" i Beni Culturali, quantificandone il possibile ritorno economico, con tutti i problemi che ne conseguono. La seconda questione riguarda l'altra faccia dell'indissolubile legame tra Beni Culturali e modernità, tale da presupporre che i primi risentano anche dell'estremizzazione della seconda. Vale a dire, i Beni Culturali hanno a che fare tanto con il moderno, quanto con il post-moderno, che ha esaltato alcuni caratteri della modernità sociale e ha contribuito alla massificazione totale della società. Ne consegue una bi-polarizzazione del tessuto sociale, con la formazione di una élite non avanguardista, ma distaccata e distante dalla bruta massa. In questa divaricazione i Beni Culturali si inseriscono in una posizione non marginale: la fruizione dell'opera d'arte (come di tutto ciò che si rifà culturalmente al Bello) spetta all'élite acculturata e diventa addirittura un carattere distintivo della suddetta Cultura. Ecco dunque che i Beni Culturali vengono ghetizzati a uso e consumo di una ristretta minoranza di appassionati, troppo esclusiva per non essere un cenacolo di addetti ai lavori. "Andare al museo", discutere dell'"ultima mostra", commentare quel "contestato restauro" diventano tratti distintivi di una precisa identità culturale e sociale, condita da un linguaggio esclusivo e quasi esoterico. La frequentazione del Bene Culturale, quindi, diventa elemento di distinzione di classe, laddove altri criteri (la posizio-

ne sociale e il benessere economico) non sono più sufficienti in questo senso. Anche quando l'amministrazione di turno profonde il massimo sforzo per allargare la cerchia di visitatori nel dato museo, gli stratagemmi per invogliare il pubblico di massa sottintendono una concezione elitistica della cultura: i cittadini (anzi, "la gente") viene blandita da un marketing mellifluo (lo stesso utilizzato per vendere automobili o biancheria intima in televisione) oppure attratta da uno scandalismo populistico. Il richiamo del "testimonial", del nome famoso e del VIP (assolutamente ignaro del prodotto culturale che reclamizza) testimonia l'adeguarsi ai meccanismi mediatici della società di massa, così come l'acquisto di costose porzioni di spazio su quotidiani e riviste, tralasciando completamente le potenzialità della "comunicazione dal basso" (il passaparola, la recensione sul blog, la promozione presso circuiti culturali e associazioni del territorio).

D'altronde è stato scritto che quanto sopra è insito nelle trasformazioni in atto all'interno delle città. Il tessuto urbano, infatti, è insieme luogo di adozione della modernità e teatro privilegiato della cultura e dei Beni Culturali: le mostre si svolgono in città, così come i più importanti eventi culturali, mentre i musei derogano dal loro essere "urbani" solo se tutelano monumenti localizzati lontano dalle città (e sono comunque i meno frequentati, tendenzialmente).

La città della tardo-modernità, però, è anche il luogo che divora in fretta identità e consumi: gli eventi si susseguono, le emozioni si affastellano, le immagini passano veloci e colpiscono l'iride, ma non lasciano tracce durature. La città è il luogo della crescita caotica, dei multi-servizi e del commercio globale: raramente c'è spazio per la sedimentazione delle sensazioni in esperienza.

Il patrimonio culturale si rivela essere distonico rispetto alla velocità del post-moderno urbano: i progetti culturali non hanno il tempo di radicarsi e la memoria civile si scopre sempre più corta e labile. In teoria i Beni Culturali sono lo strumento per una pedagogia continua verso l'essere cittadino, nella pratica – però – riescono a malapena a ritagliarsi uno spazio nel tempo dei consumi materialistici e della comunicazione virtuale. Nel passato i Beni Culturali rappresentavano una risorsa importante nella costruzione del percorso culturale di ogni cittadino, soprattutto quando tale percorso doveva necessariamente essere auto-didatta, in quanto lo Stato sociale non aveva ancora prodotto la scolarizzazione di massa. In senso lato, l'apparato umanistico diveniva la cassetta degli attrezzi per la propria sapienza civile e politica, mentre la monumentalità dei Beni Culturali simboleggiava un sapere che rimaneva e si consolidava. Non a caso era un organismo millenario come la Chiesa che spiccava per il suo patrimonio culturale.

3. I Beni Culturali tra turismo di massa e produzione di senso

La società tardo-moderna non è diventata solo secolarizzata, ma anche "mondana" e "distratta", quasi refrattaria a elementi costruttivi di potenziali identità. Si potrebbe dire che il tessuto urbano oggi cerchi volutamente una inidentità, quasi fosse in linea con la sua tipica anarchia architettonica.

Ardua diventa, quindi, l'impresa dei Beni Culturali, chiamati a costruire un senso comune laddove il neo-capitalismo sembra aver occluso tutti gli spazi. Come conseguenza, torna il carattere elitario della diffusione culturale, con campagne di sensibilizzazione verso i Beni Culturali simili al volontariato illuminato della vecchia aristocrazia nei confronti del volgo oppure con allarmati appelli alla mobilitazione diffusi da qualche intellettuale che usa "l'indignazione collettiva" come arma di lobbying – peraltro spesso inefficace – nei confronti dell'amministrazione locale o dell'impresa multinazionale di turno.

Torna il problema del contributo dei Beni Culturali alla creazione di "senso comune" oppure, in maniera più realista, del "senso" dei Beni Culturali nell'odierna società. Un amministratore locale un po' superficiale o un mercante d'arte piuttosto furbo risponderrebbe di primo acchito che i Beni Culturali sono una risorsa per la comunità, dal momento che sviluppano il cosiddetto "turismo culturale", con il corollario di nuovi posti di lavoro e affari lucrosi per l'indotto dell'accoglienza turistica (albergatori, ristoratori e commercianti). Secondaria-

mente, i Beni Culturali avrebbero anche la funzione di aumentare il tasso di cultura della società.

Una risposta del genere – che risulterebbe largamente maggioritaria in un ipotetico sondaggio tra gli assessori alla cultura delle città d'arte italiane – si può definire come “minimalista”, poiché non aiuta certamente a sviluppare a pieno le potenzialità insite nei Beni Culturali.

Mario Aldo Toscano [3] ha costruito una interessante tipologia in base alla quale i Beni Culturali costruirebbero almeno tre comunità. Considerandoli non come silenti monadi mummificate nel tempo, ma come soggetti dotati di vitalità e capaci di interagire e di comunicare (tanto il messaggio culturale di cui sono portatori, quanto il bisogno di cura, di restauro e di visibilità), Toscano parla di “comunità dei Beni Culturali” (a cui appartiene ogni singolo Bene Culturale), di “comunità locale” (di cui i Beni Culturali sono espressione) e di “comunità del mondo” (a cui i Beni Culturali apparterebbero in virtù della vocazione universalistica dell'arte). Assunta la suddetta tipologia, l'uso eminentemente turistico dei Beni Culturali limiterebbe questi ultimi alla prima categoria e li rinchioderebbe nella tautologica “comunità dei Beni Culturali”, con scarsa possibilità di espansione al fine di costruire il già citato “senso comune”.

Svolgendo tale misera funzione il patrimonio culturale e artistico di una comunità o di una città si ridurrebbe a essere una merce da vendere in un mercato già piuttosto saturo, protagonista di improbabili happening di massa, pubblicizzata da un marketing martellante, agghindata per risultare appetibile al turismo di massa senza tener conto di origini storiche e contesto ambientale. Il quadro appena descritto corrisponde a una espressione oggi piuttosto frequente: “valorizzazione dei Beni Culturali”, laddove il verbo valorizzare ha un primo significato intrinseco e un secondo estensivo. Valorizzare significa, in prima battuta, rinnovare la consistenza storica del Bene Culturale di turno: restaurarne le forme, migliorare la sua iconografia, ottimizzare la fruibilità di questo. A volte significa più banalmente toglierlo dallo scantinato del museo nel quale lottava contro la muffa per renderlo visibile al pubblico. Lato sensu, “valorizzare” significa anche fare del singolo Bene Culturale un piccolo monstrum turistico: costruirvi intorno un intero cartellone di eventi, renderlo una star mediatica, propinarlo come tappa di un pacchetto turistico che preveda anche il pranzo nel ristorante tipico e la partita di calcio. Non si tratta – si badi bene – di una snobistica critica contro la “volgarizzazione” dell'opera d'arte e del monumento, quasi temendone una de-sacralizzazione: al contrario, è solo la sottolineatura dell'evidenza che una tale valorizzazione del Bene Culturale rende difficile per quest'ultimo la costruzione del “senso comune”. Il Bene Culturale ridotto a monile per turisti muniti di macchina fotografica non svolge alcuna funzione relazionale: non dialoga con la comunità, né ne arricchisce il patrimonio perché – a ben vedere – è esterno alla comunità stessa.

Il Bene Culturale, per ottemperare alla impegnativa definizione che gli è stata affibbiata (“Cultura”, ma soprattutto “Bene”), deve essere centrale negli assetti di una comunità e dialogare con i suoi membri, così da contribuire a creare una società consapevole. Allo stato attuale la sua funzione è ridotta da un lato a triste epifania per comitive inconsapevoli, dall'altro a stantio pretesto per dotte discussioni tra addetti ai lavori. Ciclicamente semplici sondaggi rivelano realtà allarmanti: numeri bassissimi rappresentano i cittadini romani che sono entrati almeno una volta nella loro vita dentro la Cattedrale di San Pietro o nella Domus Aurea di Nerone. Né la situazione migliora per i fiorentini nella cattedrale di Santa Maria del Fiore, per i napoletani nel Maschio Angioino, per gli agrigentini nella Valle dei Templi. Si tratta di un presuntuoso sentimento di superiorità? Come se il solo nascere in una città d'arte comprendesse un passaggio osmotico di conoscenze storiche e culturali? In parte sì, ma sicuramente prevale un atteggiamento di estraneità rispetto a un Bene Culturale che è idealmente invidiato da tutto il mondo, ma che spesso è un corpo estraneo nel tessuto sociale del suo contesto. Si tratta, appunto, di “cose da turista”, equiparabili a una miniatura del Colosseo o a una statuetta del Duomo di Milano: il Bene Culturale paragonabile alla sua riproduzione a fini commerciali.

Prima di accusare di insensibilità artistica gli scettici abitanti di una città d'arte sarebbe bene riflettere sulla superficialità con cui gli amministratori locali trattano la questione del turismo. Forti del presupposto per cui un gran numero di turisti sia un fatto di per sé positivo, si sottraggono alla più semplice delle domande: positivo per chi? Siamo veramente sicuri che l'impiegato, l'operaio, la massaia e lo studente abbiano dei vantaggi dal fatto che la loro città sia una meta ambita per gli amanti del turismo culturale? Il conseguente – e giustificato – orgoglio cittadino compensa effettivamente gli svantaggi dei mezzi di trasporto ingolfati dalle comitive sudate, dell'inevitabile aumento di prezzi per i generi alimentari praticato dai negozi limitrofi ai luoghi d'arte, del progressivo svuotamento delle attività artigianali nel centro delle città d'arte in favore di esercizi di ricezione turistica? È stato mai effettivamente calcolato l'aumento dei rifiuti urbani dovuto all'ingresso – anche solo stagionale – di flussi di persone secondo il calendario turistico?

Lungi dall'essere leziosa, la domanda non è stata mai posta ai cittadini interessati, ai quali solitamente viene chiesto "un sacrificio" in nome di un auto-proclamato e sedicente "bene comune".

Ecco, dunque, un punto focale: l'analisi delle ricadute sociali (e urbane) del turismo di massa richiede un calcolo del rapporto tra costi e benefici, problematizzando l'apologetica del turismo come toccasana per crisi economica e sviluppo urbano.

4. L'inevitabile Sociologia dei Beni Culturali

Per farlo sono necessari strumenti sociologici che sembrano legittimare l'esistenza di una Sociologia dei Beni Culturali. Quest'ultima, seppur tra deprecabili ritardi, sta trovando progressivo spazio all'interno della comunità scientifica italiana e internazionale. La nuova disciplina non si orienta verso l'analisi della dottrina giuridica sui Beni Culturali (dal momento che giuristi di ultima generazione stanno egregiamente colmando questo ulteriore vacuum), né si arrovela nel suggerire fantasiose forme di risarcimento per i residenti delle città d'arte, al fine di riequilibrare il rapporto costi/benefici del turismo culturale (tale esercizio, infatti, spetta soprattutto ai politici illuminati). Parimenti, la Sociologia dei Beni Culturali non vuole proporre strategie per la valorizzazione del patrimonio italiano, secondo le linee che sono state descritte sopra: il suo obiettivo consiste nel proporre una prospettiva sociologica per osservare i Beni Culturali, considerandoli come strumenti di relazione, più che di guadagno (individuale o sociale che sia).

È chiaramente una sfida aperta, consistente nell'avventurarsi in un campo che la sociologia solitamente non frequenta. D'altro canto è forte la motivazione di sciogliere la contraddizione di vivere in un Paese dall'immenso patrimonio artistico-culturale, ma dalla scarsa attenzione sociologica ai processi che questo sviluppa. La Sociologia dei Beni Culturali utilizzerebbe strumenti propri della sociologia della cultura, ma accetterebbe di buon grado contaminazioni provenienti dalla sociologia dell'ambiente e del territorio. Un punto imprescindibile consisterebbe nel creare una "sociologia applicata" e non una disciplina limitata all'analisi teorica o alla polemica politica [4].

È molto il lavoro da fare: si comincerebbe con l'allargare il concetto di Bene Culturale, forti di un'ottica che ne esalti il carattere relazionale. Il "Bene Culturale", per essere tale, deve essere uno strumento di comunicazione e di trasmissione della cultura, prima ancora che un'esaltazione del "Bello" che, come tutte le definizioni assolute, si presta a parecchi equivoci: quale Bello? Il Bello classico? Quello rinascimentale? Quello astratto? Quello virtuale?

Per essere al centro della comunità il Bene Culturale deve essere uno strumento per la comunità, non un peso da sopportare per una astrusa solidarietà verso la Cultura. Inteso in questo modo, il Bene Culturale appartiene a una categoria generalizzabile (tale da raggiungere la dimensione evocata da Mario Aldo Toscano di "comunità del mondo") e non si limita più a essere il monumento di "quella città" o il quadro di "quel museo", ma rappresenta la mappa della vita di un'intera comunità, dalle sue radici agli sviluppi futuri, finanche ai

progetti e alle trasformazioni irraggiungibili. È stato ben scritto, a questo proposito, che dall'arte si ricavano "percorsi non solo estetici, ma anche estatici: l'utopia di un'altra vita che tuttavia scorre accanto alla nostra, una fuga costruttiva verso il possibile, una testimonianza della creatività non solo degli altri ma di noi stessi" (Toscano 2003). Il Bene Culturale, dunque, come spazio per l'Utopia, per il luogo che (ancora) non c'è, ma per il quale l'importante non è essere raggiunto, quanto il tentativo di farlo. Non il punto finale, bensì l'ingegno e l'impegno per trovare la strada.

In questo percorso il Bene Culturale svolge la funzione delle pietre miliari ai lati delle strade dell'antica Roma: puntella un percorso che ha come traguardo il raggiungimento di una cittadinanza consapevole e finalmente attiva.

Secondo quanto sopra, la Sociologia dei Beni Culturali dovrebbe avere l'obiettivo di supportare questa "visione": una funzione più modesta, di contro, rischierebbe di dipingere la nascita di una disciplina non come saggiamente realista, ma come pericolosamente poco utile. La valorizzazione dei Beni Culturali vive di una tempistica che è stata ben descritta (Toscano 2003): esiste un breve periodo, nel quale l'azione primaria consiste nel sorvegliare il patrimonio culturale e ambientale esistente, evitando l'attacco di speculazioni private e di interessi particolaristici. Si può distinguere, poi, una seconda fase (di medio periodo), avente l'obiettivo di costruire una rete per la valorizzazione delle esperienze culturali e artistiche: i Beni Culturali visti nel loro complesso, non come singole unità in lotta fratricida per l'accaparramento di fondi sempre più scarsi. Ma è nel lungo periodo che si svolge un lavoro capace di fare la differenza con l'attuale concezione dei Beni Culturali e di segnare una discontinuità con la gestione presente, tutta intenta a difendere uno status quo sbrindellato. Va da sé che, mentre una buona amministrazione di prossimità (Comune, Provincia, Regione) e una competente Sovrintendenza locale sono i soggetti adatti per lavorare nel breve periodo, serve una precisa volontà politica (a livello statale) per operare nel medio. È nel lungo periodo, però, che è necessaria una prospettiva sociologica: indicare le linee di un intervento culturale che parta dalle scuole, che valorizzi le esperienze associative sorte sul territorio e spesso dimenticate (quando non guardate con sospetto), creare sinergie tra istituti culturali (oggi spesso addirittura in competizione), persino ridefinire l'intero paniere dei Beni Culturali. Quest'ultimo punto è particolarmente delicato: chi attribuisce la patente di "Bene Culturale"? Quale istituzione si prende la briga di distinguere la cultura dalla non-cultura? Soprattutto, di quale cultura parliamo? Di cultura "alta"? Perché sottodimensionare completamente la cultura "popolare"? Più specificatamente, sulla base di quale paradigma viene considerata Bene Culturale la mostra su un noto pittore fiammingo e non – per esempio – la storica fiera di prodotti eno-gastronomici che si svolge nel paesino fuori città?

5. Dalla cultura al profitto: l'attuale destino del circuito artistico

Ovviamente c'è una facile risposta: nel primo caso è necessario un quantum di sensibilità e di preparazione che associa immediatamente l'evento al concetto di cultura. Per apprezzare i prodotti tipici citati nel secondo caso non è indispensabile possedere un tale sostrato, nondimeno anche la suddetta sagra presenta importanti richiami etno-antropologici che sarebbe delittuoso rubricare solamente come "folklore". Bene è stato scritto [3]: "Avanziamo qui l'ipotesi che accanto ai Beni Culturali codificati, messi in piena luce e portati all'essere scorra almeno un rivolo di altri Beni Culturali che le disavventure del mondo consegneranno all'oscurità e al nulla".

Ma se il Bene Culturale viene declinato in base alla sua capacità di produrre senso comune, ripiegare la cultura nel circuito dei musei e dei siti archeologici nega quel continuum tra le più alte manifestazioni artistiche e le forme più sincere di protagonismo popolare. Quasi che quest'ultimo, in quanto popolo e massa, fosse di per sé escluso dal diritto di avere una sua narrazione. La questione richiama anche il relativismo storico: "Non erano niente di sacro gli opifici ottocenteschi, oggi sono monumenti preservati di archeologia industriale; non

erano nulla di prezioso gli aratri di appena cinquant'anni fa dei contadini delle montagne appenniniche, oggi fanno bella mostra di sé nei musei della civiltà contadina; non era niente di speciale il computer Macintosh di appena venti anni fa, oggi è esposto nella Galleria di arte moderna di New York" [5].

Rassegnarsi alla percezione di una cultura per l'élite e di una sagra per il volgo significa accettare passivamente i tempi che viviamo: un'epoca definita "post-democratica" [6] perché l'unica ideologia legittimata a prosperare è quella che opera una *reductio ad unum* nei confronti del mercato e dell'economia. L'economicismo che caratterizza le scelte del ceto politico e che costringe alla minorità i possessori di capitale culturale è la stessa ideologia che parla di "valorizzazione" dei Beni Culturali, agitando questo termine come una minaccia. Non si riferisce, infatti, alla necessaria tutela dai rischi che comporta l'esposizione del Bene Culturale al turismo di massa (dal possibile deperimento all'eventuale "de-storicizzazione" del monumento), ma all'obbligo che la Cultura produca un guadagno.

La vecchia polemica sull'inutilità dell'arte è stata oggi soppiantata da un attivismo che ha visto interessarsi alle sorti dei musei e dei luoghi d'arte non solo archeologi e storici, ma anche economisti, imprenditori e manager. Si è andata sviluppando a livello internazionale la figura del museo-azienda: non più semplice "tempio" della cultura, il museo è diventato un patrimonio di conoscenze destinate al pubblico di massa, rigorosamente pagante. Così come gli oggetti d'arte si rivolgono a tutti e sono facilmente riproducibili (stampe di quadri celebri, piccole riproduzioni di caratteristici monumenti, fermacarte che ricordano statue classiche), il museo-azienda sembra far svanire la caratteristica distanza tra la cultura "alta" e la comunità. Mai come in questo caso si può dire, però, che "i mercanti sono entrati nel tempio": il museo di ultima generazione è amministrato con spirito manageriale e, coerentemente con il "fare impresa", ha l'obiettivo di massimizzare il rendimento economico. La cultura, in altre parole, deve produrre profitti e non limitarsi a promuovere se stessa: non è sufficiente che il museo compri opere d'arte, le esponga e le spieghi al pubblico, ma deve risultare una fonte di guadagno per la comunità. Nei luoghi d'arte acquistano un grande spazio, anche visivamente, i "servizi aggiuntivi" offerti al turista (merchandising, caffetteria, punti vendita, bar e ristoranti) e sapientemente posizionati da una figura professionale nuova: il museal manager.

A sorpresa, il vetusto monumento e l'innovativa mostra di pittura si scoprono accomunati dall'essere sfruttati come l'ultimo degli operai in catena di montaggio: gli introiti derivanti dai flussi turistici verso i Beni Culturali più noti vengono solo in minima parte utilizzati per coprire i loro costi di gestione (salario del personale, spese pubblicitarie, manutenzione). Il surplus di valore prodotto è invece dedicato agli scopi più disparati. Quando un Bene Culturale non garantisce un certo livello di profitto smette di essere "valorizzato" e finisce nel dimenticatoio, tornando a essere un costo e non più una risorsa per la comunità. I rigidi criteri di redditività associati all'arte e alla cultura vengono derogati, d'altronde, nei frequenti casi di musei, enti culturali e siti archeologici istituiti solamente per assecondare qualche clientelismo e garantire un'improbabile "occupazione protetta" a una porzione di popolazione.

La scoperta di una pluralità di simili casi, spesso nel Meridione italiano, ha provocato un insano dibattito che ha contribuito a storpiare l'immagine del Bene Culturale, fino a demonizzarla: merita valorizzazione solamente quella cultura che produca valore economico. La pochezza di una tale prospettiva conferma come i Beni Culturali rappresentino oggi un argomento debole e difficilmente difendibile, all'interno della sfera pubblica mediatica. È una caratteristica dei nostri tempi misconoscere il senso della storicità, fino a occultarla, sfruttandone le vestigia in modo improprio e volgare. Bene ha scritto Marc Augé, parlando di "macerie che non hanno più il tempo di diventare rovine" [7]. Viviamo, infatti, in una "cultura dell'eterno presente" che non conosce più valori e rinuncia agli orizzonti: una cultura senza storia e senza un progetto di futuro, racchiusa nel recinto del presente per compiere lo sforzo supremo di rappresentarsi e controllare la complessità del sociale [8].

Un sistema culturale che conosca solo il presente, infatti, permette di fissare le relazioni sociali, tanto da delimitarne le potenzialità e prevederne gli sviluppi. Per farlo, ovviamente, è necessario tradurre tutta la realtà nei termini della ragione calcolante, oggettivando i rapporti sociali e quantificando le loro risultanze. Ne consegue che tutto viene calcolato in termini di profitto, di spettatori paganti, di dividendi agli azionisti: le emozioni, i sentimenti e persino la spiritualità vengono escluse dalla cassetta degli attrezzi dell'individuo, mentre la cultura finisce per avere solo una funzione stabilizzante.

Di contro, quasi a pareggiare l'insoddisfazione dell'individuo racchiuso in un presente senza prospettive, l'idea di mutamento diventa un valore di per sé: la cultura della tardo-modernità scopre, infatti, un nuovo futurismo e guarda con ammirazione la comunicazione via computer, la tecnologia di ultima generazione, la vita vissuta nel mondo virtuale. La cultura del presente cambia tutto per non cambiare niente, consuma le emozioni e impedisce la loro sedimentazione in esperienza. Nella fragilità dei legami sociali, nella debolezza delle istituzioni di supporto, nella labilità dell'etica la cultura del presente è una non-cultura oppure una post-cultura. Non si deposita, né matura, ma cerca un fatuo mutamento senza una meta finale o una metodologia condivisa: come una giostra che non smette mai di girare, la cultura del presente utilizza termini che promettono molto, ma mantengono poco: "progresso", "innovazione", "sviluppo" sono in realtà tasselli di una eterna transizione verso il niente. Un mutare finalizzato alla conservazione e una estetica senza contenuto.

Dietro le etichette del mutamento e del progresso si nasconde spesso un narcotico sociale che porta l'individuo ad abdicare all'unità e alla coerenza della propria identità, per cedere alla razionalità economicistica del moderno. Nonostante i pur autorevoli pronostici sulla "fine della modernità" [9, 10], la dimensione della tardo-modernità, a ben vedere, altro non è che la radicalizzazione dei tratti della modernità, tanto da rappresentarne, forse, persino l'ultima ideologia. La cultura della tardo-modernità è una cultura del presente e dello status quo perché la ripetitività senza un fine del mutamento è funzionale alla noia del soggetto e alla conservazione del sistema sociale. Tutto ciò che è stabile finisce per perdere valore: storia, cultura, significato e immagine del futuro diventano fardelli troppo pesanti. Di contro, si afferma l'ideale estetico come giustificazione della vita.

6. Il futuro della Sociologia dei Beni Culturali, tra arte, provocazioni e costruzione di senso

La traduzione nell'arte dei processi della tardo-modernità rimanda al dibattito sull'arte contemporanea. Quest'ultima ha un suo preciso punto di inizio: è il 1913 quando Marcel Duchamp – fino a quel momento stimato pittore – espone una ruota di bicicletta come opera d'arte. Nel 1959 Yves Klein lascia lo spazio a lui dedicato in una mostra completamente vuoto: è quella la sua opera. Negli anni Sessanta arriveranno le scatole di detersivo "Brillo" di Andy Warhol, mentre Daniel Spoerri incollerà sulla superficie piatti e stoviglie sporche.

Da lì in avanti sarà soprattutto una corsa alla "provocazione". Cosa hanno in comune le opere appena menzionate con un torso di Prassitele, con la Deposizione del Pontormo o anche con un quadro cubista di Braque? Eppure vengono tutte riunite nel concetto di "arte", divenuto sempre più un termine-ombrello. Ovviamente esistono differenze importanti tra l'orinatoio che ancora Duchamp presentò quattro anni dopo la ruota della bicicletta e una statua classica greca: generalizzando, si può affermare che lo spettatore assiste a una vertiginosa caduta dell'aspetto estetico dell'opera d'arte, in favore di una impennata del suo gradiente concettuale. L'immagine artistica, di conseguenza, non è più considerata nella sua imminente presenza, ma fondamentalmente come veicolo di comunicazione: l'immediatezza sensibile e formale espressa dall'opera non produce più un "senso autonomo", se questo non è espressamente previsto dall'ordine culturale. Due conseguenze derivano da tale ragionamento: 1) l'arte nasce attraverso un patto convenzionale (viene riconosciuto come artistico tutto ciò a cui il sistema vigente conferisce lo status di arte, traducen-

dolo poi in pratiche sociali come le mostre, le compravendite, le aste, le recensioni);

2) torna prepotentemente l'approccio sul senso dell'arte. Da quando le pratiche artistiche, infatti, hanno smesso di posizionare il pubblico in un stato di soggezione psicologica e culturale (con l'inarrivabile scultura di un Michelangelo o l'impareggiabile pittura di un Leonardo), ma lo hanno anzi confortato nel fargli ritrovare in un museo oggetti della sua quotidianità (dal detersivo al water!), l'interpretazione dell'arte si è spostata sulla dimensione concettuale. Fino a spogliare del tutto il "senso dell'arte" mettendo il nulla al centro dell'immagine (come faceva il già citato Warhol). Non sono mancate, ovviamente, le estremizzazioni artistiche del senso comune, contro cui si scagliava Baudrillard: professionisti della forma pubblicitaria e del nichilismo commerciale che si appropriano degli scarti e della banalità quotidiana eleggendoli immediatamente a valore e a ideologia. Anche la strumentalizzazione del concetto di arte a fini commerciali, però, insegna qualcosa: sfruttando l'impossibilità storica di formulare un giudizio di valore estetico assiologicamente fondato (tanto da far convivere sotto lo stesso tetto artistico le statue dell'Atene classica e l'orinatoio di Duchamp), l'arte ha rinunciato all'utopia di cambiare il mondo e la vita, preferendo semplicemente rappresentare il mondo e la vita. Se ne deduce che oggi sbaglia chi associa automaticamente il concetto di arte al mutamento e alla trasformazione: in preda a un eccesso di ottimismo, dimentica come l'arte può essere associata tanto al cambiamento, quanto alla conservazione sociale.

Cerchiamo adesso di riportare quanto detto nell'alveo della valorizzazione dei Beni Culturali.

Venuta meno la funzione avanguardista e "rivoluzionaria" dell'arte, risulta anacronistica ed estemporanea una concezione elitista dei Beni Culturali: la predilezione per le atmosfere tranquille dei cultori e degli esperti d'arte non solo renderebbe un pessimo servizio alla conservazione del patrimonio culturale del Paese, ma farebbe perdere anche una grande occasione. Costruire, cioè, una identità civile sulla base di "una coscienza collettiva dei beni culturali" [2]. Incentivare il sentimento, presso la società civile, di considerare la compresenza di Beni Culturali su un determinato territorio come una fonte di identità e di appartenenza. Far sentire i Beni Culturali come i "propri beni culturali", togliendo loro qualsiasi aura di sacralità per renderli fruibili per tutti in maniera consapevole.

Non dimentichiamo che la atavica e già menzionata distinzione tra una cultura alta e una cultura del volgo nasce per una precisa volontà di "separazione di classe", la cui responsabilità appartiene esclusivamente alla upper class. Bene ha scritto Mario Aldo Toscano [2]: "Possiamo assumere che, nel tempo passato, le classi meno abbienti e svantaggiate, il proletariato non potevano accedere ai beni culturali, essendo essi al di là delle possibilità di riconoscimento. A fronte della impossibilità di riconoscimento dei beni culturali "maggiori", tali classi vivevano la loro identità forte nella loro cultura di base, laddove i beni culturali non emergono nella semantica specializzata che caratterizza i beni culturali "propriamente detti". Beni culturali minori accompagnano una situazione di minorità complessiva".

Le masse consideravano estranei i beni culturali perché li identificavano come una certa forma di "consumo vistoso" della classe agiata. I Beni Culturali erano patrimonio dei ricchi e dei padroni.

Un simile pregiudizio deriva da decenni di lavoro culturale assente o quantomeno sbagliato. Per vincerlo è necessario un intervento giocato (ancora) sul piano culturale. Con una premessa, però: ammettere che sia necessario, al fine di comprendere i processi in corso nell'arte, fare un riferimento privilegiato alla sociologia e all'economia della cultura, più che all'estetica o alla storia dell'arte in senso tradizionale. Ammettere, in altre parole, la legittimità e l'importanza della Sociologia dei Beni Culturali.

Forti di questa premessa, il passo successivo consisterà nel riconoscere che "i beni culturali esigono cultura" [2]. Esigono, cioè, un investimento a lungo ter-

mine che si presenta, d'altronde, foriero di ben poche certezze. Perché "fare cultura" implica il rischio della cultura: il rischio di creare collegamenti, di costruire identità, di sfidare luoghi comuni e mode, persino il rischio di mettere in gioco il proprio status e le proprie certezze. Né una tutela solo conservativa del patrimonio di Beni Culturali, né una loro valorizzazione basata solo sull'apologia del profitto accetterebbero tali rischi. Ma si rinunciarebbe, così facendo, a costruire un nesso tra beni culturali e cittadinanza: quel nesso "che permette al cittadino la completezza della sua cittadinanza non solo mediante l'esercizio di diritti, ma anche di possibilità che derivano dalla sua cultura rivissuta come misura della sua presenza nel mondo" [2].

I Beni Culturali come luogo della coscienza collettiva di un popolo e di una civiltà rappresentano una sfida ardua, ma possibile. Si sta giocando una partita importante, il cui esito non consiste solamente nel definire quale sia un Bene Culturale e quale non lo sia: al di là delle premesse che abbiamo illustrato nel corso dell'articolo, l'inclusione o meno di un monumento nel paniere dei Beni Culturali dipende spesso da un negoziato tra enti locali, sovrintendenze e ministeri. Consolidate ricerche empiriche [11] hanno dimostrato, però, che laddove la coscienza collettiva è forte, la questione dei Beni Culturali è stabilmente presente nel quadro delle azioni pubbliche e i Beni Culturali sono riconosciuti come tali dalla comunità, non solo dalle disposizioni normative.

Ciò suggerisce la natura relazionale dei Beni Culturali e implica un cambiamento nella disciplina della loro tutela e valorizzazione. La visione economicistica dei Beni Culturali non è più sufficiente: se di "economia" si parla, si deve parlare di economia delle memoria, nella quale i Beni Culturali sono valorizzati come strumenti che permettono alla comunità di interpretare la realtà. Un aiuto in questo senso è fornito dalla socializzazione delle esperienze che tante piccole comunità di studiosi hanno accumulato in anni di silenzioso lavoro in città d'arte periferiche.

Un lavoro tanto più prezioso se ricordiamo il quadro generale nel quale è stato sviluppato: i tempi oggi non sono propizi per i popoli di cultura.

Affidiamo a una Sociologia dei Beni Culturali il compito di rappresentare, da un punto di vista epistemologico e metodologico, un'inversione di tendenza.

Summary

This work fits into the broader academic debate on the legitimacy of the Sociology of Cultural Heritage. The origin of the term itself is investigated by analyzing the words that compose it and their interpretation in the context of post-modern society. The paper then explores some specific aspects of the discipline, such as the fight against the deterioration of Cultural Heritage and the attempt to make it economically attractive and profitable. Finally, it examines in detail several dimensions related to Art and Culture: the desacralization of museums and cultural artefacts, the articulation of historical and artistic heritage, the rediscovery of popular culture and, finally, the definition of the sense of Cultural Heritage.

Riassunto

Il presente lavoro si inserisce nel più ampio dibattito accademico sulla legittimità dell'esistenza della Sociologia dei Beni Culturali. È la stessa origine del nome a essere investigata, attraverso l'analisi dei singoli termini e la loro contestualizzazione nella società tardo-moderna. Vengono poi esplorati alcuni specifici aspetti della disciplina: l'impegno contro il deterioramento dei Beni Culturali, il tentativo di renderli economicamente produttivi, l'approfondimento di alcune dimensioni relative all'Arte e alla Cultura. In questo senso, vengono avanzate ipotesi sulla "de-sacralizzazione" dei musei e dei luoghi d'arte, l'articolazione del patrimonio storico-culturale, la riscoperta della cultura popolare, fino alla definizione del senso dei Beni Culturali.

Résumé

Le présent travail s'insère dans le plus ample débat sur la légitimité de l'existence de la Sociologie des biens culturels. C'est la même origine du nom à être étudiée, à travers l'analyse de chaque terme et leur contextualisation dans la société tarde-moderne. Certains aspects spécifiques de la discipline sont ensuite explorés: l'engagement contre la détérioration des biens culturels, la tentative de les rendre économiquement productifs, l'approfondissement de certaines dimensions relatives à l'Art et à la Culture. Dans ce sens, sont avancées des hypothèses sur la "désacralisation" des musées et des lieux de l'art, l'articulation du patrimoine historico-culturel, la redécouverte de la culture populaire, jusqu'à la définition du sens des biens culturels.

Zusammenfassung

Die vorliegende Arbeit ist Teil der umfangreicheren akademischen Diskussion über die Existenzberechtigung der Soziologie der Kulturgüter. Dabei wird dieser Name selbst mittels Analyse der einzelnen Begriffe und ihres Kontexts in der postmodernen Gesellschaft untersucht. Dann werden einige spezielle Aspekte der Disziplin erforscht: der Einsatz gegen den Verfall der Kulturgüter, der Versuch, sie wirtschaftlich produktiv zu machen, die Vertiefung einiger Dimensionen von Kunst und Kultur. In diesem Sinne werden Hypothesen zur "Entsakralisierung" der Museen und Kunststandorte, zur Gliederung des historisch-kulturellen Erbes, zur Wiederentdeckung der Volkskultur bis hin zur Definition des Sinns der Kulturgüter aufgestellt.

Resumen

El presente trabajo entronca con un debate académico más amplio: la legitimidad de la existencia de la Sociología de los Bienes Culturales. Se estudian los orígenes mismos del nombre, a través del análisis de cada término y su contextualización en la sociedad tardo-moderna. Seguidamente se exploran algunos aspectos específicos de la disciplina: el esfuerzo contra el deterioro de los Bienes Culturales, el intento de hacerlos económicamente productivos, la profundización en algunas dimensiones en relación con el Arte y la Cultura. En ese sentido, se presentan hipótesis sobre la "desacralización" de los museos y enclaves artísticos, la articulación del patrimonio histórico-cultural, el redescubrimiento de la cultura popular, hasta la definición del sentido de los Bienes Culturales.

Резюме

Настоящая работа вписывается в самое широкое академическое обсуждение законности существования Социологии Культурного Имущества. Исследуется само происхождение названия, путем анализа отдельных терминов и их контекстуализации в поздне-современном обществе. Затем изучаются некоторые особые аспекты предмета: усилия против постепенного повреждения Культурного Имущества, попытки сделать его экономически доходным, углубление некоторых аспектов, связанных с Искусством и Культурой. В этом направлении формулируются гипотезы "десакрализации" музеев и мест искусства, расчленения культурного и исторического наследия, открытия заново народной культуры, до определения смысла Культурного Имущества.