



Centro Universitario Europeo  
per i Beni Culturali  
Ravello

# Territori della Cultura

Rivista on line Numero 2 Anno 2010

Iscrizione al Tribunale della Stampa di Roma n. 344 del 05/08/2010





Alessio Re, Walter Santagata

Alessio Re,  
SiTI e Centro Studi  
Silvia Santagata Torino

Walter Santagata,  
Università di Torino e Centro  
Studi Silvia Santagata Torino

## Produzione di cultura come fattore di sviluppo: il caso del piano di gestione del centro storico di Napoli

Che il patrimonio culturale sia una risorsa per lo sviluppo economico è una considerazione ormai largamente condivisa. Nella sua forma tangibile (monumenti, musei, archivi, biblioteche e antichità archeologiche), intangibile (musica, pittura, teatro, festival e paesaggio) e materiale (arti decorative e design) la cultura è un capitale che può produrre reddito e posti di lavoro sia nei paesi sviluppati che, forse a maggior ragione, in quelli in via di sviluppo.

Ovviamente il capitale o patrimonio culturale va valorizzato con politiche appropriate, altrimenti non dà frutti. In molti casi il valore è il risultato della rivitalizzazione di risorse rimaste oziose, di musei non ammodernati, di scavi archeologici abbandonati all'incuria, di teatri mal gestiti. Destinatari ideali di questa opzione sono la *conservazione*, il consumo di cultura e il turismo culturale. In altri casi il valore economico non si estrae da un capitale fisico accumulato nei secoli, ma se ne usa la componente intangibile, in particolare i saperi e la cosiddetta conoscenza tradizionale. L'obiettivo di questa seconda opzione è *produrre cultura*.

In sostanza si contrappongono due modelli di valorizzazione: quello orientato alla *conservazione* e al *consumo* (di tipo estetico, artistico, archivistico) e quello orientato alla *produzione* (fondato sulla creazione di nuove espressioni culturali e artistiche).

In teoria i due modelli non sono di pari importanza. Quello della conservazione e del consumo è senz'altro sott'ordinato a quello della produzione per il semplice fatto che senza creazione e produzione non è comunque possibile un uso o consumo culturale futuro. Anche in termini monetari la differenza è enorme: nel 2000 il valore aggiunto del settore dei beni culturali è stato stimato (Leon e Galli, 2004) in € 322 milioni e quello dei settori di produzione in € 5774 milioni, ossia, molto in grosso, musica, teatro, lirica balletto (€ 319 milioni), editoria libraria (€ 1641 milioni), televisione (€ 3483 milioni) e cinema (€ 330 milioni). Per quanto si correggano i dati e si affinino le metodologie di calcolo (manca ad esempio il contributo significativo dell'arte visiva) il modello della produzione vale oltre venti volte quello del consumo di beni culturali.

Tuttavia, se si osservano le politiche culturali delle grandi città si nota che una impercettibile tendenza, un *clinamen*, ha opacizzato il modello produttivo e reso il pubblico dei consumatori, fatto di turisti e visitatori, arbitro delle principali scelte



strategiche. Si parla molto di più del nuovo allestimento di un museo, che di una nuova opera sinfonica, si snocciolano i numeri dei visitatori alle mostre d'arte, enfatizzando successi commerciali risicati, e si dimentica che l'arte visiva è una delle industrie più dinamiche del paese, come dimostrano le cifre d'affari delle case d'asta nazionali e internazionali. Lo squilibrio è anche nella crescita del valore aggiunto che nel settore dei beni culturali è aumentato dell'87,1% nel decennio 1990-2000, mentre in quello produttivo del 37,4%, ossia meno della metà (Leon e Galli, 2004). A lungo andare questa tendenza che sacrifica la produzione alla conservazione e al consumo può rivelarsi negativa e cercheremo di spiegare il senso anche a proposito della elaborazione di uno strumento di politica economica importante come il piano di gestione di una grande città come Napoli.

Senza sottovalutare l'importanza di immagine ed economica della conservazione e del consumo culturale e delle attività ad essi connesse, mi sembra che dopo trent'anni di attenzione a musei, monumenti, esposizioni e beni culturali si senta il bisogno di ritornare ad interventi di struttura relativi alla riforma delle capacità produttive artistiche e creative del paese.

L'ottica cambia radicalmente. Non più l'enfasi sulle funzioni di tutela, valorizzazione, conservazione, gestione e fruizione del patrimonio culturale, consacrate dal Codice dei Beni Culturali, ma il massimo di attenzione e di assistenza alla catena di produzione del valore di un bene d'arte.

La catena o la filiera di produzione di un bene d'arte è un concetto che illustra con chiarezza ruoli e compiti dei principali attori, pubblici e privati. Si può qui brevemente anticiparne cinque fasi dalle quali traspare il cambiamento di prospettiva e di responsabilità istituzionali: la *selezione degli artisti e degli attori della creatività*, la *creazione delle idee*, la *produzione*, la *distribuzione*, e il *consumo*. In queste cinque fasi settore pubblico e settore privato ridefiniscono compiti, sforzi e terreni di collaborazione ad un livello più alto, che in particolare restituisce al mercato e all'iniziativa individuale responsabilità, autonomia e sfida del rischio in settori culturali vasti e strategici per lo sviluppo.

Il modello della conservazione per il consumo è obsoleto soprattutto perché crea sinergie solo con pochi altri settori economici o parte di essi. Ci riferiamo innanzitutto al turismo, alla piccola impresa di restauro, alla piccola impresa edile, alla società di informatica specializzata in catalogazione, all'editoria



specializzata e poco altro. Sono forti legami in un tessuto debole. È obsoleto anche perché il consumatore ha cambiato abito: ha un ruolo sempre più attivo, direi produttivo: partecipa con la sua interpretazione alla creazione artistica. Consumatore e artista sono legati in una stessa esperienza creativa. Ben altro è il valore sistemico della produzione di cultura. Attraverso la formazione e selezione di artisti, designer e altri mestieri creativi essa alimenta il mercato del lavoro di tutto il sistema economico e ne riqualifica il segmento più strategico, quello che Richard Florida ha chiamato la classe creativa.

Anche la definizione del settore è profondamente cambiata. Ai comparti classici delle arti visive, dello spettacolo e del patrimonio culturale naturale, monumentale e museale, oggi si aggiungono attività produttive industriali, come le industrie culturali e le industrie creative - principalmente collegate ai diritti della proprietà intellettuale -, e le industrie derivate, come quella turistica, quella della formazione professionale, quella dei servizi legali, quella della pubblicità e tutta l'industria per la riproduzione digitale di suoni, testi e immagini.

Produrre cultura è dunque una attività economica, diciamo, di nuovo di frontiera nell'epoca della società della conoscenza e dei mercati globali ed è sempre più complessa, perché si deve adattare a beni e servizi molto diversi per contenuti e tecnologie, e a fruitori assolutamente eterogenei.

Uno dei campi di applicazione più interessanti delle politiche di produzione di cultura è quello della elaborazione di piani di sviluppo, programmazione e gestione di realtà culturali circoscritte, come nel caso del piano di gestione del centro storico di Napoli, dichiarato patrimonio mondiale dell'umanità dall'UNESCO nel 1995.

È importante rilevare come l'UNESCO non proponga un modello unico di piano di gestione. Ogni realtà nazionale e locale deve individuare la configurazione più idonea per tale strumento, poiché ogni sito presenta caratteristiche specifiche per le quali occorre adottare modalità operative ed effettuare scelte strategiche differenziate. Il piano di gestione è nei fatti uno strumento di indirizzo, che trae la sua forza proprio dal fatto di non essere rigidamente predefinito nei suoi contenuti. Tale peculiarità gli consente di adeguarsi al territorio, da intendersi come mosaico di ambiente, paesaggio, cultura, capitale sociale, tradizioni, facendo propri anche gli elementi di criticità e fungendo da strumento di interpretazione delle opportunità espresse dal territorio stesso.



Il caso del piano di gestione di Napoli, la cui redazione è attualmente in corso, offre un'occasione concreta di riflessione su questi temi. Tale strumento si sta infatti delineando come un'opportunità di non tenere separate le attività di tutela e conservazione da quelle di valorizzazione e produzione culturale, nonché sul principio di favorire la partecipazione della collettività agli stessi processi di valorizzazione.





### Bibliografia

Leon P. e G. Galli 2004 *Cambiamento strutturale e crescita economica del settore culturale in Bodo C.* (a cura di) *Rapporto sull'economia della cultura in Italia 1990-2000*, Il Mulino, Bologna 2004

UNESCO WHC, *World Heritage papers* n. 27, *Managing historic cities*, 2010

L'unicità del centro storico napoletano è data dalla sua complessità, dalla straordinaria stratificazione e densità di valori culturali di cui è espressione, da una vitalità pressoché unica del tessuto sociale che lo caratterizza come *living heritage*. La struttura di un corretto sistema di gestione deve rispondere a una visione dinamica, capace di coinvolgere i diversi settori della società civile, e assicurare la flessibilità del processo di pianificazione. Per queste ragioni, sarebbe importante superare schemi preordinati per sviluppare idee e progettualità in termini di *produzione* di nuova cultura. Occorre essere consapevoli che il patrimonio culturale locale è costituito non solo dalle case e dai monumenti della città storica, non solo dalle sue piazze e dalle sue chiese, ma anche dal patrimonio intangibile e dal patrimonio culturale materiale, quel patrimonio cioè costituito da strumenti, prodotti, oggetti che sono il frutto proprio della combinazione di elementi materiali e dal saper fare tradizionale.

Per Napoli, settori di produzione unici nel panorama mondiale come la sartoria, la gastronomia, l'artigianato, l'arte dei presepi, e i diversi settori dell'industria creativa, compresa la produzione musicale, sono da interpretare come occasioni per la generazione di valore per tutta la città storica, intesa anche come *civitas*, per l'economia locale, per il turismo, in particolare quello culturale.

Sono inoltre, tanto quanto l'architettura, espressione materiale di saperi creativi accumulatisi durante i secoli, e localizzati in spazi riconoscibili della città storica. Questa continua e consolidata produzione culturale è l'espressione più vitale dello straordinario e complesso sistema dei valori culturali del centro storico di Napoli. Ed è al contempo l'espressione più moderna, attuale ed autentica dei valori per cui Napoli è ritenuto essere patrimonio mondiale. Come tale, ne è garanzia di sopravvivenza almeno tanto quanto la necessità di compiere interventi di conservazione e restauro dei "monumenti" e dell'edilizia storica.

Ma il caso di Napoli vuole e può porsi come opportunità per sperimentare e mettere a punto non tanto un modello, quanto un tipo di approccio potenzialmente utile ad altre realtà urbane che con Napoli condividono complessità e caratteristiche. Solo restando nell'ambito della *World Heritage List*, con oltre 250 siti iscritti, le città sono una delle categorie più presenti e diversificate. È quindi evidente come esista, a livello mondiale, un'esigenza di predisporre politiche innovative per la messa



in pratica di strategie di conservazione urbana, tenendo conto delle esigenze di modernizzazione e di investimento nelle città storiche senza comprometterne l'identità.

La definizione di *Paesaggio Storico Urbano*, richiamata dal *Vienna Memorandum on World Heritage and Contemporary Architecture* e dalla *Dichiarazione sulla Conservazione del paesaggio storico urbano* (2005), intende proprio travalicare il concetto di centri o insediamenti storici, estendendo i significati del patrimonio all'organizzazione spaziale del territorio, ai valori sociali e culturali, alle relazioni visuali, all'uso del suolo, così come alle dimensioni meno tangibili riconducibili alla diversità culturale e all'identità della comunità locale.

Il piano di gestione per il centro storico di Napoli può rappresentare un caso emblematico dell'approccio al *Paesaggio Storico Urbano*, sia in termini di conservazione della stratificazione storica di valori culturali e ambientali, sia nella valorizzazione del patrimonio intangibile e lo sviluppo delle industrie culturali. Un esempio su tutti. Torna ad essere emblematico il quartiere di San Gregorio Armeno, che include in uno spazio fisico dalla forte connotazione storica, anche un'agglomerazione vitale di imprenditori, artigiani, ed artisti.