



Centro Universitario Europeo
per i Beni Culturali
Ravello

Territori della Cultura

Rivista on line Numero 50 Anno 2022

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

17° Edizione

RAVELLO International Forum
Colloqui Internazionali

LAB 3000

NUMERO SPECIALE

Atti XVII edizione Ravello Lab
CULTURA e DEMOCRAZIA

- *Il lavoro culturale*
- *La finanza per la cultura*

Ravello 20/22 ottobre 2022



Sommario



Centro Universitario Europeo
per i Beni Culturali
Ravello

Comitato di Redazione	5
Alfonso Andria	
La forza della Democrazia è la Cultura	8
Andrea Cancellato	
Azioni concrete per il sistema "Cultura" in Italia	10
Vincenzo Trione	
Ridurre il gap tra Università e mondo del lavoro	12
Claudia Ferrazzi	
Responsabilità della cultura al servizio della Democrazia	14
Panel 1: Il lavoro culturale	
Fabio Pollice	
Il lavoro per la cultura	22
Giovanna Barni	
Il lavoro culturale è un tema complesso	30
Maria Grazia Bellisario	
Lavorare per la cultura: progettare il futuro, riorientare e gestire il presente	34
Aldo Bonomi	
Per uno Statuto del lavoro culturale e creativo	40
Giusy Caroppo	
La valorizzazione del lavoro culturale e artistico, tra riorganizzazione del sistema e resilienza	46
Giovanni Ciarrocca	
Le dimore storiche: occupazione, giovani, lavoro, filiere, identità e sviluppo del territorio	50
Giuseppe Di Vietri	
La domanda culturale pubblica. Riflessioni sugli strumenti del Codice dei contratti pubblici per la committenza di prodotti e servizi culturali e creativi	56
Pietro Graziani	
Il lavoro culturale	64
Stefano Karadjov	
Domanda e offerta culturale	68
Salvatore Claudio La Rocca	
Il lavoro culturale: una tematica da contestualizzare	72
Ester Lunardon, Marina Minniti	
La cultura dello sfruttamento. Le condizioni di lavoro nel settore culturale	82
Francesco Mannino	
Cosa si può ancora dire sul valore sociale del lavoro culturale	88
Stefania Monteverde	
Il valore della partecipazione culturale è l'energia solare	94
Emanuele Montibeller	
Il lavoro culturale: alcune opportunità	104
Vincenzo Pascale	
Cultura e Democrazia	108
Elena Pelosi	
Musei come luogo di lavoro e formazione	110

Sommario



Centro Universitario Europeo
per i Beni Culturali
Ravello

Francesca Velani	
Il lavoro culturale: nuova produzione e nuovi ambiti di intervento.	
Elementi di riflessione sulla <i>governance</i>	114

Roberto Vicerè	
Cultura come riferimento identitario	122

Alessandra Vittorini	
Lavorare con le persone, lavorare per le persone	126

Panel 2: La finanza per la cultura

Felice Scalvini	
La finanza per la cultura	134

Salvatore Amura	
Proposta di progetto di conservazione programmata	142

Francesca Bazoli	
Rapporto tra impresa e istituzioni culturali	146

Serena Bertolucci	
In arte l'economia è sempre bellezza	148

Irene Bongiovanni	
Cambiare sguardo per le nuove sfide culturali	150

Francesco Caruso	
Opportunità di finanziamenti in campo culturale da parte delle organizzazioni internazionali	154

Francesco Cascino	
Ravello LAB 2022: dalla vista alla Visione	158

Mario Eboli	
Il finanziamento pubblico della Cultura al tempo del neoliberismo	162

Alberto Garlandini	
Musei e patrimonio culturale per la difesa della diversità e della democrazia	166

Antonello Grimaldi	
Preservare per valorizzare	170

Alessandro Leon	
Crisi economica e finanza d'impresa in ambito culturale	174

Marcello Minuti	
Cultura aziendale per le aziende della cultura: prospettive e limiti	188

Francesco Moneta	
Comunicazione d'impresa e cultura, nuove regole del gioco	190

Marco Morganti	
Un nuovo modello di valutazione per l'impresa culturale	194

Celestino Spada	
Strane scelte di finanza pubblica nel settore dell'audiovisivo italiano	198

Remo Tagliacozzo	
La rilevanza della fruizione ibrida	202

Appendice

Gli altri partecipanti ai tavoli	209
----------------------------------	------------

Patrimoni viventi 2022. La premiazione	226
--	------------

Il programma	229
--------------	------------

Comitato di Redazione



Centro Universitario Europeo
per i Beni Culturali
Ravello

Presidente: Alfonso Andria

andria.ipad@gmail.com

Direttore responsabile: Pietro Graziani

pietro.graziani@hotmail.it

Direttore editoriale: Roberto Vicerè

redazione@qaeditoria.it

Responsabile delle relazioni esterne:

Salvatore Claudio La Rocca

sc.larocca2017@gmail.com

Comitato di redazione

Claude Albore Livadie Responsabile settore
"Conoscenza del patrimonio culturale"

alborelivadie@libero.it

Jean-Paul Morel Archeologia, storia, cultura

moreljp77@gmail.com

Max Schvoerer Scienze e materiali del
patrimonio culturale
Beni librari,
documentali, audiovisivi

schvoerer@orange.fr

Francesco Caruso Responsabile settore

francescocaruso@hotmail.it

"Cultura come fattore di sviluppo"

Territorio storico, ambiente, paesaggio

Ferruccio Ferrigni Rischi e patrimonio culturale

ferrigni@unina.it

Dieter Richter Responsabile settore

dieterrichter@uni-bremen.de

"Metodi e strumenti del patrimonio culturale"

Informatica e beni culturali

Matilde Romito Studio, tutela e fruizione

matilderomito@gmail.com

del patrimonio culturale

Adalgiso Amendola Osservatorio europeo

adamendola@unisa.it

sul turismo culturale

Segreteria di redazione

Eugenia Apicella Segretario Generale

univeur@univeur.org

Monica Valiante

Progetto grafico e impaginazione

PHOM Comunicazione srls

Per consultare i numeri
precedenti e i titoli delle
pubblicazioni del CUEBC:
www.univeur.org - sezione
Mission

Per commentare
gli articoli:
univeur@univeur.org

Info

Centro Universitario Europeo per i Beni Culturali

Villa Rufolo - 84010 Ravello (SA)

Tel. +39 089 857669 - 089 858195 - Fax +39 089 857711

univeur@univeur.org - www.univeur.org

Main Sponsor: 
Villa Rufolo | Festival

ISSN 2280-9376

Il finanziamento pubblico della Cultura al tempo del neoliberismo



Mario Eboli

Dal punto di vista della teoria economica, la Cultura è senz'altro un bene pubblico¹, cioè è (o si vuole che sia) un bene non *rivale* e non *esclusivo*. Un bene è non rivale se il suo uso da parte di un individuo non riduce la possibilità di utilizzo da parte di altri individui. Un bene è non esclusivo se non si può o non si vuole escludere dalla sua fruizione coloro che non possono o non sono disposti a pagare il prezzo di mercato per tale bene. I beni pubblici, per questa loro natura, non possono essere prodotti in modo efficiente dai mercati e devono essere realizzati dalla mano pubblica. I beni che, invece, sono sia rivali e sia esclusivi sono detti *beni privati*, ed i mercati sono in grado di realizzare la loro produzione in modo efficiente (se operano in condizioni concorrenziali). Sebbene la Cultura nel suo insieme sia un bene pubblico, la produzione di beni culturali e la gestione del patrimonio culturale spesso hanno caratteristiche di rivalità ed esclusività, sono (o possono essere) beni privati la cui produzione avviene mediante meccanismi di mercato. Un esempio ne sono la produzione di musica e di letteratura a fini commerciali. In modo simile, la gestione di un sito museale pubblico può essere assimilata alla gestione di un bene privato. Ne segue che il confine ottimale tra finanziamento pubblico ed investimento privato nel finanziare la produzione di Cultura resta opinabile.

Quali attività culturali finanziare con fondi pubblici ed in che misura, e quali invece affidare alla libera iniziativa privata, è una scelta di natura politica. Negli ultimi tre decenni, la progressiva affermazione dell'egemonia culturale neoliberista ha portato ad una riduzione delle risorse pubbliche devolute alla cultura e, soprattutto, ad assumere la gestione delle imprese private a fini di profitto come modello organizzativo esemplare da adottare anche nella produzione di beni e servizi pubblici. Il *New Public Management*, introdotto in Gran Bretagna e nei paesi anglofoni alla fine degli anni ottanta per poi essere adottato in varie forme nel resto dei paesi europei ed occidentali, ha imposto regole contabili finalizzate alla misurazione della performance e dell'efficienza nella gestione della cosa pubblica. Queste regole contabili sono, allo stesso tempo, una minaccia ed un'opportunità per il finanziamento pubblico della produzione e gestione della Cultura.

¹ Si veda Baumol, William J. (2011) "Application of Welfare Economics," Chapters, in: Ruth Towse (ed.), *A Handbook of Cultural Economics*, Second Edition, chapter 1, Edward Elgar Publishing.

La minaccia è quella che la letteratura accademica sulla *political economy of accounting* definisce 'colonizzazione contabile' (*accounting colonization*)², descritta come "the displacement of core values within this sector by the invasive influence of financial measures and imperatives." Il combinato disposto dei tagli ai finanziamenti pubblici alle attività culturali e dell'imposizione di una contabilità tesa a misurare la performance e l'efficienza ha esteso la razionalità mercantile neoliberista a settori che ben poco hanno in comune con i mercati concorrenziali. Ciò ha spinto gli operatori del settore culturale finanziati dallo Stato ad adottare criteri organizzativi ed obiettivi operativi sempre più simili a quelli delle imprese private generando, paradossalmente, gravi inefficienze. Sono noti, ad esempio, i danni che la colonizzazione contabile e finanziaria ha portato ai sistemi scolastici ed alla gestione della medicina sul territorio³.

Al pari di altri beni e servizi, la produzione di beni culturali e la gestione del patrimonio culturale presenta aspetti sia quantitativi che qualitativi. Va da sé che nel caso della cultura l'importanza dell'aspetto qualitativo è assolutamente predominante rispetto a quello quantitativo, sebbene quest'ultimo non sia da trascurare. La teoria economica ci insegna che quando si vuole incentivare l'efficienza nella produzione di beni o di servizi non riducibili ad una dimensione meramente quantitativa, beni e servizi per i quali la qualità resta un elemento fondamentale, ci sono solo due modi possibili per farlo⁴. Il primo è il modo *diretto*, garantendo incentivi e benefici alle produzioni in base al loro livello qualitativo. Questo metodo ha un limite: richiede che la qualità venga valutata. Laddove la quantità, per sua natura, si presta ad essere misurata con metodi semplici, poco costosi ed oggettivi, la qualità non può essere misurata, va valutata. Valutare la qualità richiede tempo, è costoso, e consiste nell'elaborazione di giudizi che possono essere arbitrari e non condivisi. Il secondo e meno efficace modo per incentivare la qualità è quello *indiretto*, che consiste nel non dare alcun incentivo alla quantità. In altre parole, la teoria economica ci dice che premiare la quantità inevitabilmente finisce con disincentivare la qualità. Cionondimeno, gli obiettivi di semplificazione burocratica e di miglioramento dell'efficienza, che hanno giustificato l'adozione del New Public Management, hanno portato all'introduzione di misure di performance di natura quantitativa nella fornitura di beni e servizi pubblici, incluso quelli di natura culturale⁵.

² Si veda, *inter alia*, Oakes, H., & Berry, A. (2009). Accounting colonization: three case studies in further education. *Critical Perspectives on Accounting*, 20(3), 343–378.

³ Si veda, *inter alia*, Poulsen et al. (2022) "(Dys)functionality of intentions or outcomes? Performance funding of Danish schools", *Accounting Auditing & Accountability Journal*.

⁴ I premi Nobel Bengt Holmström e Paul Milgrom dimostrarono questo principio in uno dei lavori fondamentali della Teoria dei Contratti. Si veda Holmström e Milgrom (1991) "Multi-task Principal-Agent Analyses: Incentive Contracts, Asset Ownership, and Job Design", *Journal of Law, Economics, & Organization*, Vol. 7, pp. 24-52

⁵ Per una disamina della recente letteratura su questo argomento, si veda Steccolini, Saliterer & Guthrie (2019), "The role(s) of accounting and performance measurement systems in contemporary public administration", *Public Administration*, Wiley.



Misurare la *performance* in termini di variabili osservabili, del tipo “quanti biglietti sono stati venduti”, o stimabili, qual è l’impatto dell’indotto economico sul territorio, spingono gli operatori della cultura ad adottare politiche di marketing che condizionano la natura del prodotto/servizio offerto⁶. Si finisce con premiare ed incentivare le attività culturali più adatte ad attrarre il grande pubblico ed il turismo di massa. Inoltre, si corre il rischio di mettere in concorrenza tra di loro operatori che offrono servizi simili e che insistono su medesimo territorio, invece di promuovere la collaborazione sistemica tra di loro, applicando principi adatti solo a mercati di tipo concorrenziale. In conclusione, l’estensione della ragione mercantile neoliberista alla produzione e gestione della Cultura minaccia di premiare, mediante il finanziamento pubblico, quelle operazioni che meglio si prestano ad apparire ‘efficienti’ secondo misure che penalizzano la qualità.

A fare da contraltare a queste inefficienze dovute alla pretesa ricerca dell’efficienza attraverso l’*accountability* introdotta dal New Public Management ci sono i vantaggi che derivano, o possono derivare, per gli operatori culturali dal tenere una contabilità simile a quella delle imprese private. Si noti che la parola ‘*accountability*’ in Inglese ha il duplice significato di essere in grado di far di conto ed anche di dar conto delle

⁶ Diversi autori analizzano criticamente questo fenomeno. Si veda, inter alia, Oakes, H., & Oakes, S. (2012), “Accounting and marketing communications in arts engagement: a discourse analysis.” *Accounting Forum*, 36(3).

proprie azioni⁷. L'essere *accountable* crea i presupposti affinché ci sia fiducia tra chi finanzia e chi è finanziato. Quanto maggiore è tale fiducia, tanto più ampi potranno essere i margini di autonomia gestionale di cui potranno godere gli operatori culturali finanziati dalla mano pubblica⁸. Inoltre, l'*accountability* può migliorare il rapporto tra gli operatori culturali ed il mercato bancario. In presenza di una contabilità simile a quella delle imprese private, in cui si definisce il profilo temporale dei rendimenti attesi e del fabbisogno finanziario, facilita il finanziamento di quest'ultimo da parte di banche o altri prestatori secondo criteri non dissimili da quelli adottati nei confronti delle imprese private.

Per le ragioni fin qui descritte, ritengo fondamentale che coloro che producono beni e servizi culturali e gestiscono il patrimonio (*heritage*) culturale mediante finanziamenti pubblici non lascino all'interlocutore politico la definizione del linguaggio della contabilità applicata alle loro gestioni. La colonizzazione contabile e finanziaria di tali settori va mitigata, ribadendo la necessità di contemplare gli effetti sociali ed intangibili di tali attività nella computazione del loro valore e della loro efficacia, riducendo l'importanza attualmente attribuita alla loro efficienza economica ed alle performance misurate in modo meramente quantitativo.

Mario Eboli

Si laurea in Economia e Commercio alla Federico II di Napoli per poi proseguire gli studi presso l'Università di Cambridge (UK). Inizia la sua carriera accademica insegnando Economia presso la School of Economics della University of East Anglia in Norwich (UK). Dal 1995 al 1998 è "visiting scholar" alla Stanford University (California) ospite del premio Nobel Kenneth Arrow, sotto la cui direzione conduce ricerche su temi di Economia dell'in-formazione ed Intelligenza Artificiale. Attualmente insegna Economia presso il Dipartimento di Economia Aziendale dell'Università "G. d'Annunzio" (Pescara). Si occupa prevalentemente di efficienza e stabilità dei sistemi bancari.

⁷ "The more accounting the man, the more accountable his behaviour", scrisse Jeremy Bentham a chiare lettere.

⁸ Si veda Bogt, H. & Sandra Tillema (2016) "Accounting for trust and control: Public sector partnerships in the arts", *Critical Perspectives on Accounting* 37, 5–23.