



Andrea Granelli: LE RISORSE DEL PATRIMONIO CULTURALE E LA LORO VALORIZZAZIONE

Il mio contributo a questa giornata di studio mira a fare una riflessione su un tema oggi di particolare attualità: la valorizzazione del patrimonio culturale.

C'è stata fino ad oggi grande attenzione verso tutte le tecniche finalizzate alla conservazione e all'archiviazione dei documenti, ma molto poca su come estrarre valore da questi documenti, sia esso il valore culturale/formativo sia esso quello economico.

Il tema è particolarmente caldo ed ha diverse sfaccettature e non è questa l'occasione per affrontarle in maniera sistematica, soprattutto con tesi conclusive. Per comprendere il senso e le problematiche legate a questo dibattito può essere però utile metterlo in una prospettiva storica.

La questione comincia ad essere affrontata in maniera decisa verso la fine dell'Ottocento, quando si discute il tema del commercio con l'estero dei beni culturali, praticato diffusamente dagli antiquari. La bilancia dei pagamenti di quel periodo evidenziava come voce rilevante l'export di materiale culturale del nostro paese. Per questo motivo, quando si parla di valorizzazione economica del patrimonio culturale italiano, molti intellettuali pensano ad una sua mercificazione, alla vendita (all'estero) dei suoi beni. Questo è certamente un aspetto, ma oggi marginale nel dibattito; non si può quindi ridurre il tema della valorizzazione economica alla "svendita" del nostro patrimonio culturale.

Per contenere l'uscita delle opere d'arte dall'Italia, il governo Giolitti si fece promotore, nel 1909 di una legge rivoluzionaria ("Per le antichità e le belle arti") che per la prima volta stabilì che un manufatto artistico di pregio, se in mani private, possiede alcuni vincoli in quanto patrimonio dell'intera nazione. Il suo proprietario non ha solo diritti, ma anche alcuni doveri e limitazioni, tra cui non vendere l'opera d'arte all'estero (o perlomeno dover seguire uno specifico iter) oppure restaurarla quando necessario.

Una delle motivazioni forti all'approvazione della legge fu l'idea che il genio italico si fosse in qualche modo interrotto ("la cava non dava più marmo", come disse Rosadi, uno dei proponenti della legge). Pertanto ciò che era stato prodotto nel passato doveva essere assolutamente difeso, perché non sarebbe stato più reintegrato. Questa mentalità è certamente molto diversa dallo spirito che ha sempre attraversato l'arte italiana, che "saccheggiava" e riutilizzava in contesti diversi il materiale artistico prodotto nei tempi precedenti (basti, per esempio, pensare a quante chiese romaniche sono state costruite con materiale di riporto proveniente dai tempi romani).

La cultura della conservazione ha quindi al suo interno istanze fortemente difensive (come, d'altra parte, la parola conservazione richiama) che vanno talvolta messe in discussione. La conservazione del patrimonio è certamente un fatto importante, ma non deve essere interpretato in maniera "letterale" (oggi diremmo "fondamentalista"), soprattutto quando le risorse finanziarie a disposizione del settore culturale tendono ad essere particolarmente limitate.

Oggi infatti in Italia c'è un'attenzione perfino eccessiva alla conservazione, al "preservare a futura memoria", prescindendo da come, quando e se i futuri cittadini vorranno fruirne. Questo atteggiamento è comprensibile in un paese come l'Italia, che ha forse la maggiore densità al mondo di patrimonio culturale e che, vedendolo sgretolare a causa del passare del tempo, ma anche dell'incuria, dell'inquinamento e della "voglia di progresso", giustamente concentra la propria attenzione sulla sua conservazione. Tale processo, tuttavia, può risultare problematico se gestito in maniera acritica.

Valorizzare un patrimonio culturale significa estrarre flussi economici anche o almeno per finanziare una parte della sua conservazione. La fruizione "consuma" il bene culturale. Ad esempio, in una giornata di visita alla Cappella Sistina, i visitatori con la loro perspirazione e respirazione producono oltre 250 litri d'acqua, che, se non adeguatamente eliminati con sistemi appositi di deumidificazione, rovinano irrimediabilmente gli affreschi. Una prima considerazione è che l'intervento degli economisti non è necessariamente teso a mercificare, a "contaminare" la cultura, ma che la cultura stessa, per essere mantenuta e portata "a futura memoria", richiede la generazione di un flusso economico che copra parte di queste spese.

Una seconda riflessione riguarda la valorizzazione come sistema complessivo atto a creare ricchezza diffusa nel nostro paese. L'Italia fa spesso cose straordinarie, ma quasi sempre isolate: piccole realtà, piccoli musei, centri universitari dispersi, romantici imprenditori solitari. Molto, troppo spesso, queste esperienze rimangono piccole, locali: non sono messe a sistema. Risulta pertanto fondamentale aumentare il livello di condivisione e diffusione di tali esperienze, non solo fra scienziati e studiosi. Il processo deve essere più ampio e coinvolgere molti più attori.

Probabilmente l'approccio più corretto alla valorizzazione considera il bene culturale non come un'entità fine a se stessa, ma come un attrattore di flussi turistici su uno specifico territorio. Può certamente generare un reddito di per sé (per esempio, i biglietti del museo), ma soprattutto consente di costruire un'offerta integrata (culturale, turistica, enogastronomica, di artigianato) che può essere veicolata direttamente sul territorio. Questo approccio è molto diverso dal ritenere che il valore economico che un'opera d'arte può generare sia esclusivamente dato dai biglietti e dai *bookshop*: questi ultimi di fatto hanno generato pochi introiti e sono economicamente rilevanti solo nei grandi musei. Il museo, l'artefatto, l'oggetto culturale sono quindi un elemento integrante e valorizzante di un paesaggio, di un territorio; sono un attrattore, una motivazione a visitare un posto, un'occasione da cogliere. Questa ragione economica trova una giustificazione anche nel modo in cui l'opera d'arte è stata concepita e deve essere fruita. Osserva Salvatore Settis che "quello che l'Italia offre non è solo la somma dei suoi monumenti, musei, bellezze naturali, ma anche e soprattutto il loro comporsi in un tutto unico, il cui legante non saprei chiamare meglio che 'tradizione nazionale' o 'identità nazionale', cioè la consapevolezza del proprio patrimonio, della sua unità e unicità, della necessità di conservarlo *in situ*". Ciò che in Italia abbiamo di più prezioso è il contesto, il "continuum fra i monumenti, le città, i

cittadini". Questa potenzialità va declinata utilizzando i più sofisticati strumenti di marketing (chiamati da alcuni "marketing territoriale"). I Francesi in questo sono maestri, perché hanno la capacità di raccontare il patrimonio che possiedono, anche quello minore: ad esempio, nelle loro autostrade si vedono indicazioni turistiche anche di località situate in alta montagna, mentre sulle nostre strade può accadere di passare nei pressi di luoghi che custodiscono capolavori senza che questo venga segnalato. Bisogna stare attenti a non banalizzare: il marketing territoriale costruito sul patrimonio culturale non è semplicemente fare cartellonistica o segnaletica. È avere la consapevolezza che il bene culturale ha uno straordinario potere di attrazione e quindi occorre saper costruire un meccanismo (alcuni lo chiamano "circuiti di senso") che dia significato all'esperienza del bene culturale e valorizzi anche il suo legame con il territorio e con la sua storia.

Questo aspetto, da sempre molto importante, è oggi – con l'affermarsi dell'economia post-industriale – addirittura strategico. Molti economisti sostengono infatti che l'Italia, più di ogni altra nazione, abbia in questo nuovo contesto una grande opportunità economica, poiché possiede un territorio straordinario, un territorio unico, caratteristico, non imitabile; questa peculiarità le consente di "ancorare" l'offerta di servizi al territorio, impedendone la "copiabilità". Uno dei problemi che sta emergendo nell'economia globale è infatti il cosiddetto *offshoring*. Si utilizza progressivamente manodopera non più del proprio paese, ma di altre nazioni dove il costo del lavoro è meno elevato. È un processo che si è sempre verificato, ma il dato preoccupante è che ora si applica anche a risorse "pregiate". Ad esempio, in America nella famosa Silicon Valley, che è considerata tuttora l'epicentro delle competenze informatiche nel mondo, si stanno perdendo decine di migliaia di posti di lavoro, perché le società americane utilizzano programmatori di software direttamente in India. Questo accade perché i servizi prodotti non sono "ancorati" al territorio: a Silicon Valley c'è solo una macchina produttiva, non c'è la fruizione territoriale che pone vicoli di localizzazione.

C'è un secondo elemento del patrimonio culturale di cui è bene parlare, vista la sua importanza: l'indotto economico che l'artefatto genera. Sta infatti nascendo una vera e propria industria incentrata sulla gestione, conservazione e valorizzazione dei beni culturali che sviluppa competenze sofisticate di fisica, chimica, biologia, climatologia, geologia, informatica ecc. e produce strumentazione software, metodologie di impiego e formazione di operatori specializzati (dal restauratore all'esperto di digitalizzazione, dal *conservation scientist* al manager di museo): una vera e propria filiera produttiva. Ad esempio, nel Veneto è stato creato recentemente il distretto dei beni culturali, in cui operano circa 900 aziende con 4.000 addetti che generano un fatturato complessivo di quasi un miliardo di euro.

A questo proposito alcuni studiosi hanno osservato che in Italia i beni culturali potrebbero avere lo stesso ruolo che negli Stati Uniti ha giocato la difesa militare, che, come è noto, crea occasioni per fare sperimentazione di innovazioni tecnologiche finanziate dallo Stato. *Mutatis mutandis* questo ruolo in Italia potrebbe essere assolto dai beni culturali, in quanto le caratteristiche, le specificità, le ricchezze e la sfida scientifica che la valorizzazione di questo patrimonio pone, possono diventare un straordinario laboratorio di sperimentazione tecnologica. D'altra parte il nostro paese è indissolubilmente legato al gusto, all'estetica. Il made-in-Italy deriva dalla nostra storia, dalla nostra cultura artigiana e permeata dal senso estetico. La valorizzazione del patrimonio culturale deve aiutarci ad

attualizzare la nostra storia, a orientare la nostra cultura verso il futuro. Un uso intelligente dei beni culturali certamente può e deve andare in questa direzione.

Dobbiamo (re)inventarci modi creativi per valorizzare adeguatamente il patrimonio culturale. Se ciò non dovesse avvenire, mancheranno i flussi economici per conservarlo e per valorizzare le persone che lavorano in questo ambito. Rimane comunque aperto il dibattito su che cosa conservare e archiviare: ci si sente quasi in dovere di proteggere tutto. Dobbiamo necessariamente renderci conto che l'evoluzione della storia è legata anche alla distruzione, non solo alla conservazione sistematica.

Joseph Schumpeter, famoso economista austriaco, sostenne che l'innovazione è distruzione creatrice. Non si può creare il nuovo, se non si distrugge un po' del vecchio. La distruzione non necessariamente deve essere fisica. Può essere anche comprendere l'importanza del passato, ma capire anche che è "passato" e va quindi superato. Talvolta tendiamo un po' troppo a crogiolarci nel nostro straordinario passato, che diventa pretesto per non fare.

Un intellettuale italiano molto scomodo, Tommaso Marinetti, fondatore del futurismo, da grande provocatore qual'era disse una volta: "Distruggiamo Roma, Firenze, Venezia, distruggiamo il nostro opprimente passato". Una frase paradossale, ma dal significato profondo. Noi dobbiamo attingere dal passato, che è ricchissimo, ma evitare di farci stritolare da esso. Il passato è importante, ma c'è soprattutto un futuro da percorrere e questo equilibrio va costruito di volta in volta.

La seconda considerazione che vorrei fare riguarda le tecnologie digitali, che oggi possono giocare un ruolo straordinario per la conservazione e soprattutto per la fruizione del patrimonio culturale. Queste tecnologie sono una grande opportunità, ma devono essere maneggiate con cura: il loro utilizzo presenta molti rischi, spesso poco apparenti e quindi non sufficientemente considerati. Il primo rischio è la difficoltà di digitalizzare le opere senza avere idea del modo in cui l'immagine digitale verrà utilizzata. Ci sono moltissimi esempi di documenti convertiti in forma elettronica, che poi non sono stati utilizzati o che hanno richiesto una seconda digitalizzazione (per esempio, con una maggiore risoluzione). Il secondo rischio riguarda la veloce obsolescenza del digitale, problema molto importante però poco discusso. La criticità non è legata solo ai supporti fisici e all'*hardware* (un tavoletta di argilla dura da almeno 5.000 anni; un supporto ottico non dura più di 50 anni), ma è soprattutto il software il grande problema. Oggi il software è ancora un prodotto artigianale; siamo infatti nella fase iniziale del suo sviluppo. Il problema è avere dati comprensibili attraverso lo sviluppo di applicazioni adeguate. Si vuole poter conservare tutte le applicazioni sviluppate, ma nel contempo si creano applicazioni sempre più sofisticate, che diano per esempio "intelligenza" al documento che devono gestire. Si pensi, ad esempio, ad un foglio elettronico. In questo caso il documento è un "banale" insieme di righe e tabelle con numeri e testo. Ma dietro alle tabelle c'è un software che le interpreta, che fa calcoli, simula modelli e crea automaticamente grafici. Potrà accadere che i nuovi fogli elettronici non saranno più in grado di interpretare le vecchie tabelle. Non basta più conservare i documenti. Devono essere conservate anche le applicazioni che li manipolano.

Siamo pertanto di fronte a un grave problema: stiamo digitalizzando in maniera massiva il nostro patrimonio documentale, utilizzando, tuttavia, tecnologie che sono all'alfa della loro

storia, ancora in fase embrionale e quindi molto instabili. Non intendo affermare l'inutilità del processo di digitalizzazione dei dati, ma solo porre l'accento sul fatto che bisogna stare molto attenti, perché il futuro si dirige verso la creazione di applicazioni sempre più intelligenti, che a parità di documento aggiungano funzionalità, arricchiscano la consultazione. Proprio questo aspetto rende la digitalizzazione un'attività da gestire con attenzione.

Un terzo problema riguarda i motori di ricerca. C'è un falso mito, secondo il quale su Internet si troverebbe tutto. Non è vero. Di recente ho fatto una ricerca utilizzando un famoso motore di ricerca – *Google* – inserendo la parola Roma (volutamente famosa). Il sistema ha trovato 850.000 documenti disponibili. Naturalmente, dopo la consultazione del quindicesimo documento, ho interrotto la ricerca. Questo è un comportamento tipico di chi usa i motori di ricerca: si tendono ad analizzare solo i primi documenti proposti dalla lista di ricerca. Magari il documento che stiamo cercando è effettivamente presente in Internet, ma, se è citato nella millesima posizione della lista prodotta dal motore di ricerca (e l'unico modo per trovarlo in rete è utilizzare il motore di ricerca), questo documento è nei fatti inaccessibile: è entrato nell'oblio digitale.

Recentemente ho fatto un'altra prova: ho condotto una ricerca, ottenendo un elenco dei files che contengono la parola che mi interessava. Ho eseguito la stessa ricerca a distanza di un mese e i risultati della ricerca sono stati differenti: informazioni più recenti hanno "spinto in basso" nella lista i documenti precedenti, riducendone pertanto l'accessibilità. L'affermazione "in Internet si trova tutto" è quindi falsa. Probabilmente "tutto è in Internet", ma questo "tutto" non è sempre accessibile e l'informazione, man mano che invecchia, perde priorità ed è sempre più difficilmente recuperabile. Si corre il rischio che i motori di ricerca (ribattezzati *gatekeeper* dell'informazione) – tra l'altro tutti americani – tendano a controllare la conoscenza e a stabilire che cosa è accessibile e che cosa no (il che è molto simile a definire che cosa è vero e che cosa è falso).

Un ultimo rischio poi è legato alla protezione intellettuale e al diritto d'autore. Si sta diffondendo sul mercato una tecnologia per condividere i contenuti, chiamata *Digital Right Management – DRM*–: consiste in piattaforme software che controllano come vengono diffusi e utilizzati i contenuti. La loro finalità dichiarata è impedire le copie pirata. Oggi tutti i grandi fornitori di contenuti, le case editrici, le *major* di Hollywood, le grandi case discografiche, stanno andando in questa direzione. In questi mesi, nella Commissione Europea, c'è un dibattito caldissimo su questo tema: due mondi, quello dei consumatori e quello dei produttori di contenuti, stanno facendo una guerra senza esclusione di colpi che determinerà gli assetti della futura industria culturale (terribile ma efficace espressione). I consumatori temono fortemente queste tecnologie, poiché la loro *privacy* (e alcuni diritti sanciti dalla Costituzione come il *fair use* delle copie) verrà fortemente ridotta. Per esempio, questi sistemi potrebbero impedire le copie per uso personale, oppure potrebbero "tracciare" i contenuti effettivamente letti da uno specifico utente (e quindi dedurre interessi o simpatie politiche). Si apre dunque un tema costituzionalmente molto delicato.

Il mio intento, con questa riflessione, è di sottolineare che il mondo digitale è oggi una grande opportunità, un'opportunità probabilmente straordinaria, che però si porta dietro moltissimi problemi di ordine politico, giuridico, economico, psicologico e di marketing, che occorre conoscere e opportunamente affrontare.

Il mio suggerimento è questo: procedere nella digitalizzazione, soprattutto per gli oggetti che stanno degradando (per esempio le pellicole, perché, quando un manufatto degrada, bisogna certamente intervenire – se ciò è possibile. Ma la raccomandazione, la riflessione da fare è che dietro la straordinaria potenza delle tecnologie digitali ci sono molti aspetti complessi, rischiosi, oggi non ancora sufficientemente compresi. A questo proposito, vorrei citare una riflessione recente di un autorevole costituzionalista della Stanford Law School, Lawrence Lessig, che sostiene che leggi non sono più scritte dai costituzionalisti, ma sono di fatto "imposte" dai *software* che, con le loro procedure, "normano" i comportamenti degli utenti.

La Berio, anno XLV, gennaio-giugno 2005