

Più Stato e più mercato, così la cultura produce sviluppo

Marco Capasso: gli spettacoli realizzati ai Fori Imperiali di Roma sono un caso di archeologia digitale
Stefano Biolchini

Il rapporto tra mondo della cultura e privati è lungo e complesso, e come tutte le "corrispondenze complicate", altalenante e a fasi alterne. A fare il punto sullo stato attuale è il presidente dell'Associazione imprese culturali e creative **Luigi Abete** - intervenuto al dibattito al Festival dell'Economia dal titolo "Cultura e sviluppo economico" - che dopo un colloquio con il ministro della Cultura, Gennaro Sangiuliano, così lo riassume: «Bene Sangiuliano quando dice più Stato e più mercato: si tratta di una collaborazione che può portare a grandi risultati. Ora la sfida è farla diventare operativa».

Eppure non è stato sempre così, come ricostruisce lo stesso **Abete**. «La prima fase comincia con la Legge Ronchey che concede ai privati di gestire i servizi nei musei, aumentandone la qualità della fruizione. Nel 2014, Franceschini considerava la cultura una miniera, con una presenza crescente dello Stato. Ovvero, più Stato, meno mercato. In realtà l'unico provvedimento utile è stato l'Art Bonus, così che i cittadini possano dare soldi direttamente allo Stato. Questo fenomeno mette in atto una serie di processi che riducono

l'operato dei privati nella gestione del patrimonio culturale pubblico. Ecco quindi che arriva Sangiuliano, che propugna più Stato nella gestione dei beni culturali, ma anche più mercato, in una logica sinergica che miri a una migliore compresenza. Ad esempio, la questione della bigliettazione: Sangiuliano ha affermato che consentirà a ogni museo di dotarsi del suo sistema di bigliettazione particolare che vada collegato in rete al portale ministeriale, utilizzando la tecnologia per avere un sistema unico. Serve una prospettiva positiva nei rapporti tra pubblico e privato: più Stato e più mercato all'unisono - e lo diceva già Confindustria negli anni Novanta». Ma non si tratta solo di un problema di ticketing, ma anche di narrazione, che non può limitarsi a Tik Tok. E bene lo spiega Luca Barbareschi, ceo di Eliseo entertainment: «Mi considero un imprenditore dello spettacolo, che ha vinto Premi Oscar. Franceschini, in qualità di ministro, non ha fatto molto per gli artisti come me, non consentendoci di lavorare al meglio. Vivendo nell'epoca dello scontro e della vergogna, del cosiddetto "shame", la narrazione non restituisce mai alla realtà il dato creativo capace di arricchirla. Il tema odierno - aggiunge - è fare impresa culturale con il supporto statale. Vorrei sentire alla Scala un'opera scritta da un musicista, da un nuovo Donizetti, un nuovo Schönberg. Perché se la narrazio-

ne non viene elaborata e costruita tenendo conto dell'identità del paese, ci ridurremo sulla superficie degli schermi. Tik Tok è un algoritmo di proprietà cinese che sottrae dati occidentali; intanto tra giovani nessuno guarda i tg, mentre la nostra governance litiga per le poltrone da assegnare». Gli fa eco l'architetto Marco Capasso, che si definisce un "artigiano digitale", e che per la Rai ha raccontato siti museali come quello di Pompei. «Per vendere all'estero la nostra bellezza, è necessario raccontarla esaustivamente. Piero Angela, ci definì una moderna bottega rinascimentale, proprio per la cura del bello che attraverso l'intelligenza artificiale riusciamo a restituire. Nelle nostre ricostruzioni virtuali badiamo al dettaglio, ossia impieghiamo una maniera umanistica in ambito archeologico, diversificando ogni elemento dei nostri modelli digitali. Un esempio: gli spettacoli realizzati ai Fori Imperiali sono un caso di archeologia digitale; il business plan sottoposto ai finanziatori privati aveva un rientro della spesa in quattro anni, ma già nei primi sei mesi abbiamo incassato il doppio dell'intera previsione». Chiosa di **Abete**: «la connessione tra l'ambiente virtuale e la fisicità del sito d'origine amplifica il coinvolgimento emotivo del visitatore rendendolo un'esperienza unica, incomparabile». Ovvero, quando la cultura produce sviluppo economico, e si vende anche all'estero.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



ALBERTO QUADRIO CURZIO

«L'Europa ha progettato molto bene ma non ha potuto eseguire altrettanto bene. Il progetto però c'è tutto. Next Generation Eu è un grande piano che si potrà realizzare»



EMILIA PUCCI

C'è un nodo che riguarda la misurabilità della sostenibilità. Nella rendicontazione al mercato c'è una grande disomogeneità dei parametri utilizzati e nelle decisioni dei valutatori



Superficie 70 %



A confronto. Da sinistra, Luca Barbareschi, Marco Capasso, Luigi Abete e Stefano Biolchini

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - L.1878 - T.1677