

# La cultura non dà pane se non dai pane alla cultura

**D**alla crisi del Paese non poteva essere esentato il sistema dell'arte. Anzi, è quello più penalizzato dai tagli lineari. Le Soprintendenze sono alle pezze. Sono già in molti a chiedere le dimissioni di Ornaghi: il «ministro assente» del governo Monti, che si ritrova contro voglia alla Cultura. Però se tutti i musei piangono, il contemporaneo sembrano l'anello più fragile. È opinione comune che l'arte «che si fa» nel presente sia oscurata dall'aura del «classico moderno» che ingloba l'Ottocento degli impressionisti e il primo Novecento dei «maestri del colore».

Succede così che nel 2010 (dal «Giornale dell'Arte» di aprile) la mostra più visitata in Italia (467.000) sia stata quella su Van Gogh al Vittoriano di Roma benché di livello piuttosto discutibile. Però al secondo posto si è collocata, con 400mila visitatori, la 54a edizione della Biennale internazionale d'arte di Venezia. E il MAXXI ha potuto vantare nel 2011 450.000 visitatori. Molto dipende dunque dalle capacità di richiamo mediatico e dalla qualità delle proposte.

Però bisogna essere chiari. Si fa presto ad indignarsi (giustamente) alla nota battuta tremontiana secondo cui «la cultura non dà pane». Ma le risposte non possono essere retoriche o illusorie. Si agita il miraggio dell'arte come «giacimento» da sfruttare, capace di attirare folle e di autofinanziarsi, se non addirittura produrre utili e posti di lavoro. Ora, che l'arte e la cultura abbiano bisogno di metodi moderni ed efficienti di gestione, non ci piove. Che il ritorno d'immagine sia fondamentale per l'industria del turismo culturale, è ovvio. Nuove professioni e articolate offerte di indotto sono promovibili dai musei. Ma le strutture per la cultura in generale e per l'arte contemporanea in particolare sono innanzi tutto una forma di servizio ai cittadini al quale le istituzioni devono provvedere, anche se hanno un costo. Perché contribuiscono alla crescita e allo sviluppo identitario delle comunità - in questo senso la cultura «dà pane».

È un principio consolidato in tutto il mondo avanzato ed avanzante. La cul-

tura visiva del contemporaneo non può inseguire lo sbigliettamento del déjà vu. Il ruolo suo proprio è quello di attivare creatività, aprire ed incrociare orizzonti di ricerca, esaltare le energie dell'intercultura, puntare insomma sul mondo che cambia. È un impegno antirecessivo che richiede intelligenza di operatori e continuità di sostegno. In Italia invece si approfitta delle difficoltà per dare l'assalto alle diligenze, per regolare conti, per invocare svolte demagogiche (a destra o a sinistra, non importa).

Anche qui soccorre qualche cifra. Secondo le tabelle fornite dal MAXXI nella sua polemica col ministero, in tutti i musei omologhi sorti in Europa i governi centrali o locali assicurano fra l'80 e il 90% dei finanziamenti necessari. Nessuno campa di biglietti e di gadget. Il MAXXI vanta addirittura di essere il più virtuoso: nel 2011 metà del budget è stato garantito dall'auto-finanziamento.

Sta di fatto che per tutto il sistema museale italiano (compresi Uffizi e Pompei, per dire) gli introiti da visitatori coprono in media solo il 20% del fabbisogno. Sono dati che possono e devono essere migliorati. Ma resta fondamentale l'apporto di risorse. Pubbliche, certo, ma non solo. Le nuove strategie del «dovere di servizio» sollecitano l'intervento dei privati, specie dei soggetti che hanno un rapporto stretto di dare e rendere con la società, come le Fondazioni bancarie. Su questa «etica sociale dell'impresa» alcuni passi si sono fatti. Molto si può fare anche in tempi di crisi. Ma l'importante è non smarrire il senso di marcia: l'interesse pubblico, il servizio primario alla comunità.

Per il Mezzogiorno è questione vitale.  
[p. mar.]

