



**2013**

**IL CAPITALE CULTURALE**

*Studies on the Value of Cultural Heritage*

**JOURNAL OF THE DEPARTMENT OF CULTURAL HERITAGE**

University of Macerata



**eum**

**Il Capitale culturale**  
*Studies on the Value of Cultural Heritage*  
Vol. 6, 2013

ISSN 2039-2362 (online)

© 2013 eum edizioni università di macerata  
Registrazione al Roc n. 735551 del 14/12/2010

*Direttore*  
Massimo Montella

*Coordinatore di redazione*  
Mara Cerquetti

*Coordinatore tecnico*  
Pierluigi Feliciati

*Comitato di redazione*  
Mara Cerquetti, Francesca Coltrinari, Pierluigi Feliciati, Umberto Moscatelli, Sabina Pavone, Mauro Saracco, Federico Valacchi

*Comitato scientifico - Dipartimento beni culturali*  
Giuseppe Capriotti, Mara Cerquetti, Francesca Coltrinari, Patrizia Dragoni, Andrea Fantin, Pierluigi Feliciati, Maria Teresa Gigliozzi, Susanne Adina Meyer, Massimo Montella, Umberto Moscatelli, Sabina Pavone, Francesco Pirani, Mauro Saracco, Michela Scolaro, Emanuela Stortoni, Federico Valacchi

*Comitato scientifico*  
Michela Addis, Alberto Mario Banti, Carla Barbati, Sergio Barile, Nadia Barrella, Marisa Borraccini, Rossella Caffo, Ileana Chirassi Colombo, Rosanna Cioffi, Claudine Cohen, Lucia Corrain, Giuseppe Cruciani, Stefano Della Torre, Maurizio De Vita, Michela Di Macco, Fabio Donato, Rolando Dondarini, Andrea Emiliani, Gaetano Maria Golinelli, Xavier Greffe, Alberto Grohmann, Susan Hazan, Joel Heuillon, Lutz Klinkhammer, Emanuele Invernizzi, Federico Marazzi, Fabio Mariano, Raffaella Morselli, Giuliano Pinto, Marco Pizzo, Edouard Pommier, Adriano Prospero, Bernardino Quattrociocchi, Mauro Renna, Orietta Rossi Pinelli, Roberto Sani, Girolamo Sciuillo, Simonetta Stopponi, Frank Vermeulen, Stefano Vitali

*Web*  
<http://www.unimc.it/riviste/cap-cult>  
*e-mail*  
[icc@unimc.it](mailto:icc@unimc.it)

*Editore*  
eum edizioni università di macerata, Centro direzionale, via Carducci 63/a - 62100 Macerata  
tel (39) 733 258 6081  
fax (39) 733 258 6086  
<http://eum.unimc.it>  
[info.ceum@unimc.it](mailto:info.ceum@unimc.it)

*Layout editor*  
Cinzia De Santis

*Progetto grafico*  
+crocevia / studio grafico



Rivista accreditata AIDEA

# Editoriale

In grandissima parte i contributi ospitati in questo numero, anche in questo numero, trattano argomenti “locali” e, peggio, a detta di molti, tipicamente italiani.

Sappiamo che, così facendo, si va ormai controcorrente, anche a rischio d’isolamento accademico. È che il *mainstream* della internazionalizzazione, per tanta parte sacrosanto, è stato rapidamente distorto, sia per ottusità che per ragioni di bottega, in un’idolatria furiosamente acritica, neppure consapevole che il prefisso di questo lemma composito non è “in”, come inabissarsi, ma “inter”, che vuol dire “fra”. Avvertire quanti possibili dei provincialissimi errori del culto corrivo appare dunque un dovere urgente, irrinunciabile per motivi etici e culturali in genere e, in specie, per deontologia aziendale. L’alienazione identitaria *would be* a fiasco, direbbero quelli che, del resto, mai ce l’hanno chiesta.

La questione è essenziale, nonché complessa. Comporta almeno d’interrogarsi se il globale sia da intendere come *glocalmente* composto, articolato in parti *place specific*, multidimensionalmente e vitalmente variegato, integrabile con l’apporto dello specifico nostro o come soluzione dieteticamente omogenizzata; se, in quest’ultimo caso, il solvente della nostra identità e dei nostri bisogni sia di specie anglosassone; se, pertanto, dei problemi del contesto italiano non ci si debba curare; se, inoltre, studio e ricerca siano in funzione del gioco accademico o debbano servire a creare valore per le comunità finanche locali e nazionale; se le regole del gioco accademico debbano essere ad utilità degli arbitri e a tale scopo mutabili all’occorrenza e se il loro corretto impiego possa prescindere dall’utile risultato. E, fra il molto altro che ci si potrebbe continuare a chiedere, significativo appare intanto il dato empirico del costante moltiplicarsi di indagini durate anni con soccorso tecnologico ingente e con scrupoloso metodo scientifico, matematico, statistico e su estesissimi campioni e sottoposte a rigorosi sistemi di misurazione, per mettere a fuoco l’ovvio o soltanto per friggere parole.

Eppure un'analisi SWOT potrebbe far pensare che la colonizzazione postbellica stia refluyendo e che magari può riuscire il progetto dell'Europa e che può venirgli utile il concorso dell'identità nostra. In tal caso bisognerebbe tenersi pronti con le proprie risorse distintive, costruite in un arco tale di secoli da determinare un vantaggio di marca e di sostanza non poi troppo facilmente imitabile. Anche stando ai dettami del marketing, a vincere non è l'indiano che in uno spot di qualche tempo fa, per imitare l'auto pubblicizzata nel manifesto di una celebrata marca straniera, fa sedere un elefante sul cofano della propria per abbassarne l'anteriore, accorcia il posteriore cozzando contro il muro, martella con una mazza i fianchi e così ottiene una copia ammaccata che esalta il lontano originale. Si fosse confrontato con la proposta straniera partendo dai peculiari bisogni del suo ambiente, avrebbe almeno soddisfatto questi, il che già sarebbe abbastanza, e forse avrebbe anche aiutato ad innovare e ampliare il mercato automobilistico mondiale.

Ammonita dallo spot e mai dimentica che fra i sinonimi di bizantino i dizionari, molti, mettono per primo "accademico", questa rivista, quali che siano i contributi accettati ogni volta, agisce sapendo che la nozione antropologica di cultura e il concetto di beni culturali sono un tratto distintivo non esclusivamente ma specialmente italiano, che i beni culturali servono a più che allo svago e alle ritualità posizionali e che per questa affermazione si passa dall'età moderna all'attuale e che il valore dei beni culturali viene accresciuto dalle attività di studio e di ricerca e che emerge piuttosto da approcci interdisciplinari e che, a farlo percepire quanto meglio a quanti più, anche grazie ad efficaci soluzioni aziendali, genera il valore economico immateriale dell'incremento delle risorse intellettuali e della qualità di vita delle persone, la qual cosa subito si traduce in mille modi in valore economico materiale macro, quanto all'economia della conoscenza e non soltanto, e micro, quanto ai diversi territori e alle innumerevoli organizzazioni coinvolte. Anche sappiamo che il tratto distintivo del nostro paese consiste nella minuziosa e incessante diffusione territoriale di un patrimonio culturale storico senza soluzione di continuità temporale e che questo vantaggio competitivo andrebbe intensamente coltivato.

Peculiarmente nostro e culturalmente ed economicamente rilevante è, ad esempio, il tema del recupero funzionale degli edifici storici. In paesi come non soltanto la Cina conservare vuol dire rifare. Altrove, come negli USA, la scelta fra restaurare e rifunzionalizzare o abbattere e ricostruire dipende solitamente dalla equazione di Heilbrun<sup>1</sup>:

$$V_n - C_n > 0 < V_0 + D_0$$

dove  $V_n$  è il valore di mercato,  $C_n$  il costo della costruzione di nuove strutture,  $V_0$  il valore di mercato con la utilizzazione attuale del terreno,  $D_0$  il costo della

<sup>1</sup> Heilbrun J. (1974), *Urban economic policy*, New York: St. Martin's Press.

demolizione. Ne discende con algebrica ineluttabilità che un edificio sopravviverà e verrà restaurato, se il costo di demolizione, sommato eventualmente a quello di acquisto, supera il valore del terreno riedificabile. Verrà invece abbattuto, se il valore di mercato del nuovo edificio da costruire al suo posto, sottratti i costi di demolizione e di nuova costruzione, supera il valore di mercato attuale. Questa formula, spesso utilizzata per i piani urbanistici americani, statuisce pertanto, come riassume Pennisi, che, «nell'ipotesi di concorrenzialità perfetta, il restauro e la conservazione non sono “efficienti” se: a) il valore corrente di mercato delle strutture esistenti diminuisce; b) il valore del terreno cresce; c) il valore delle nuove strutture aumenta ad un tasso più rapido di quello delle strutture esistenti, o d) in qualsiasi combinazione delle condizioni precedenti»<sup>2</sup>. A fronte di questa impostazione, concepita dapprima per i beni naturali e infine applicata ai centri storici, il teorema di Coase<sup>3</sup>, fondato sul principio della concorrenzialità dei mercati e sull'assunto che la distribuzione del reddito rispecchia le preferenze comunitarie nelle scelte fra conservazione e sostituzione, prevede che il solo modo perché restauro e conservazione prevalgano consiste nell'aumentare i redditi, già i più alti, di coloro che sono disposti a pagare per la conservazione. Capire, perciò, con quali aggiuntivi intenti e motivazioni siano stati affrontati ad Ascoli quali problemi per mantenere in vita un edificio che pure non è il Colosseo può essere, ci pare, di qualche aiuto anche rispetto alle tesi di studiosi internazionalmente celebrati come Heilbrun, Coase, Gold e via elencando.

Altro umbratile argomento italiano è la Ferrara degli scorsi anni Venti. Occuparsene, mettere tempo a parlare addirittura di un Roberto Melli sembra una ostinazione ottusa. Poco aiuta aggiungergli Achille Funi, assente dalla *top ten* degli artisti di allora. Va meglio man mano, includendo Carrà, De Pisis, Savinio e, soprattutto, de Chirico. Quest'ultimo, le sue opere fossero solo in musei italiani, parrebbe, *I presume*, un autore d'interesse non internazionale abbastanza. Ma sta, fra l'altro, al Centre Georges Pompidou, alla Tate Gallery, alla Kunstsammlung Nordrhein-Westfalen di Düsseldorf: e però Francia e Germania sono il cortile di casa. Per fortuna è esposto in Inghilterra, dove si parla inglese. E anche alla Art Gallery of Ontario, che è oltreoceano. E, finalmente, negli USA. Né solo alla Albright-Knox Art Gallery di Buffalo e al Philadelphia Museum of Art. Addirittura al MOMA di New York. Dunque assurge ad *asset* degno di un *paper* da sperare che compaia in una rivista di fascia A delle oligopolistiche catene editoriali che tessono la scienza universale. Nel sito web del MOMA la didascalia a corredo del *Great Metaphysical Interior* spiega che de Chirico «was one of the originators of Pittura metafisica» e che la definizione di “pittura metafisica” è «applied to the work of Giorgio De

<sup>2</sup> Pennisi G. (1986), *Valutazione economica dei Beni Culturali e Ambientali*, «Rivista di politica economica», aprile, pp. 566-567.

<sup>3</sup> Coase R. (1960), *The Problem of Social Cost*, «Journal of Law and Economics», 3, pp. 1-44.

Chirico and Carlo Carrà before and during World War I and thereafter to the works produced by the Italian artists who grouped around them». Infine dichiara il tempo, *by 1917*, e il luogo, *in Ferrara*, dove «he was painting in a simplified manner, in which crisp areas of colour outlined in black and a clear, dry modelling complement the disturbing subject-matter». Ma l'informazione è apparente, se quel numero e quel toponimo non riconducono a quello che a molti facilmente pare il provinciale tempo della Sarfatti nel discosto ambiente ferrarese con dentro i Funi, De Pisis, Soffici, Melli, Clavel e la sistemazione delle collezioni comunali nel palazzo dei Diamanti e poi la "I Mostra d'Arte Ferrarese" e quella del "Rinascimento Ferrarese". Farlo sapere in giro può magari creare valore per chi visiti finanche il MOMA e per tutti gli artisti citati e per le loro opere e per i musei che le conservano e, a proposito di marketing territoriale, per Ferrara e per l'Italia e, naturalmente, per le case d'asta: anche quando battessero un Melli.

E da principio italiano, ma davvero niente affatto provinciale, come chiunque facilmente comprende, è il tema dell'*Index librorum prohibitorum* promulgato da Clemente VIII nel 1596. Lo studio di quel che ne seguì mette in luce il patrimonio librario raccolto fino allora in Italia da prima di Cristoforo Colombo, le *librerie* e gli *Studia* di ordini religiosi, la circolazione libraria a partire dall'introduzione, nel 1455, della stampa a caratteri mobili, gli effetti della Controriforma e permette altresì di individuare i nuclei storici di molte raccolte: non poco per comprendere quel che avvenne poi e finora, dalla religione a tutto il resto che vi si lega, di qua e di là dell'Oceano.

Nulla in comune con continenti diversi e molto poco con altri paesi europei hanno invece i musei e le raccolte formate nella nostra penisola e, per esempio, in Puglia. Naturalmente è bene che studiosi italiani aiutino il MOMA, il British, la Tate, la National Gallery of Victoria di Melbourne a condursi meglio e a rallegrare i visitatori a forza di marketing esperienziale, di *recreational experiences*<sup>4</sup> e *introspective experiences*<sup>5</sup>. Ma, per converso, non si vede perché tenere in sottordine quelli che al contempo e magari ancor prima mettono impegno per risolvere i vincoli che patiscono i nostri tipici istituti civici, indicando soluzioni organizzative e strategie vincenti e socialmente meritorie in accordo con l'ambiente italiano e regionale, occupandosi di contabilità finanziaria e di risultati economico-patrimoniali in relazione a quella fattispecie pubblica di musei quasi assente altrove, indagando le interdipendenze fra il settore culturale e il sistema produttivo. Non di rado quel che può scaturirne, oltre a giovare alle comunità nostre, potrebbe servire, culturalmente e concettualmente, forse a Kotler perfino e a innumerevoli altri.

E di musei italiani si occupano, nello spazio dedicato ai risultati della

<sup>4</sup> Kotler N. (1999), *Delivering Experience: Marketing the Museum's Full Range of Assets*, «Museum News», May/June, <[http://www.aamus.org/pubs/mn/MN\\_MJ99\\_DeliveringExperience.cfm](http://www.aamus.org/pubs/mn/MN_MJ99_DeliveringExperience.cfm)>.

<sup>5</sup> Pekarik A.J., Doering Z.D., Karns D.A. (1999), *Exploring Satisfying Experiences in Museums*, «Curator: The Museum Journal», 42, n. 2, pp. 152-173.

didattica impartita nella nostra scuola, due allievi del corso di museologia tenuto da Nadia Barrella e da Patrizia Dragoni nell'ambito della Scuola di Specializzazione in beni storico-artistici. Ne sono oggetto i musei di Catania e di Ancona considerati nella prospettiva storica del dibattito museologico internazionale degli anni Trenta, al quale l'Italia partecipò, a cominciare dal convegno di Madrid, tanto più attivamente e fattivamente di quanto si è soliti pensare<sup>6</sup>.

Ma l'attenzione che «Il Capitale Culturale» rivolge ai problemi di casa nostra non significa, ovviamente, che ci si voglia chiudere fra le mura domestiche, che non si avverta l'esigenza di conoscere quanto è accaduto e accade altrove e che non si sia aperti al più largo confronto e pronti a cogliere ogni utile indicazione da qualunque parte proveniente. Non mancherà mai, infatti, la disponibilità di un ampio spazio per studi che, come quello applicato in questo numero allo sviluppo economico *culture-driven*, analizzino esperienze straniere.

Il direttore

<sup>6</sup> Cfr. Dragoni P. (2010), *Processo al museo. Sessant'anni di dibattito sulla valorizzazione museale in Italia*, Firenze: Edifir.

**JOURNAL OF THE DEPARTMENT OF CULTURAL HERITAGE**  
University of Macerata

**Direttore / Editor**  
Massimo Montella

*Texts by*

Antonio Agostini, Rosa Marisa Borraccini, Serena Brunelli,  
Ginevra Domenichini, Silvia Fissi, Elena Gori, Giovanna Granata,  
Francesca Imperiale, Enrica Petrucci, Raffaella Picello,  
Karl Polanyi, Roberto Rusconi, Valentina Terlizzi,  
Ilaria Tiezzi, Alessia Zorloni

[www.unimc.it/riviste/index.php/cap-cult](http://www.unimc.it/riviste/index.php/cap-cult)

