

PER LA RIPRESA

Ripartire concretamente dalla cultura

■ O tempora, O mores! - Che tempi! Che costumi! Tuonerebbe Cicerone alla vista di cotanto degenero cultural sociale dei nostri tempi e in quanto a rimarcare e potenziare codesta affermazione potrebbe unirsi in coro anche un qual certo Ovidio con un risuonante: «ignoti nulla cupido», espressione usata per chi non ha una certa cultura che lo porti a pensare, a ricercare a dubitare: e si sa che il dubbio è il principio della sapienza. E la sapienza è legata ancora alla conoscenza; circolo vizioso cui non si scappa.

Saper chi tutto move e nulla teme..

Quel saper che porta credibilità e crea un valore aggiunto.. la cultura e il paesaggio possono diventare un volano di sviluppo economico e sociale in una stagione segnata dalla crisi economica e di valori.

Il recupero della coscienza di sé, è questo il vero problema che si ha di fronte per far ripartire l'economia. Quell'identità che andrebbe recuperata in quanto è andata perduta. Problema culturale prima ancora che politico ed economico. Si dovrebbe far acquisire al Paese maggiore consapevolezza della forza che ha e di tutte le risorse di cui dispone, perché averne consapevolezza è la chiave giusta per utilizzarle nel modo migliore, sviluppandone tutte le potenzialità e assicurarne anche i migliori benefici. Questa è la questione vera, e su questo si basa la responsabilità di tutti: chi governa, il sistema della produzione culturale e il sistema delle imprese. Vale nella maniera in cui il medesimo mostra la propria identità, la porge, la fa conoscere e ne fa un punto di forza e affermazione. Questo vuol dire soprattutto imparare ad interpretare in modo più sano e maturo il nostro tanto amato individualismo.

Perché la cultura torni ad essere presa sul serio ed amata dalla nostra opinione

pubblica, deve riconquistare la sua valenza di bene comune e non di proiezione, per quanto splendida e affascinante, di tante realtà autoreferenziali, come cita Pier Luigi Sacco professore ordinario di Economia, e continua «è la riconquista di questo spazio comunitario la vera priorità di questo difficile momento». Beh che dire se non un proverbiale... solito dirsi che poi vien meno..

Fatte queste premesse è d'obbligo e suona quasi immediato chiedersi.. L'Italia che verrà riparte dunque dalla Cultura? Una domanda che suona quasi retorica, ma ultimo rapporto **Symbola/Unioncamere** restituisce un'Italia produttiva e strutturata nel settore culturale che può traghettare il Paese fuori dalla crisi, solo a condizione che si torni a valorizzare e riscoprire la propria identità di nazione operosa e ingegnosa, senza perdere le sfide internazionali. Speranza sulla quale, nell'incresciosa incertezza futura, ci si ancora fortemente. Non sapendo se questo avverrà o meno, nel dubbio possiamo però intanto chiederci... qual è dunque al momento il motore trainante dell'Italia? Dati alla mano con grande sorpresa scopriamo che non è né la chimica, né tantomeno la cantieristica, ma lupus in fabula.. in pole position troviamo la cultura: l'industria culturale e della creatività forma il 4,9% del Pil, occupa 1.400.000 persone (il 5,6% del totale) e coinvolge 400.000 imprese. E frutta ogni anno 76 miliardi di euro.

È quanto emerge da l'Italia che verrà, il Rapporto 2012 sull'Industria culturale in Italia pubblicato da **Symbola** e Unioncamere. Certo, i 117 miliardi di Euro (7,6% del Pil) prodotti dall'industria metalmeccanica restano distanti, ma la performance dell'industria culturale è tra le maggiori voci nella composizione della ricchezza nazionale. E vale da sola molto più di interi settori del manifatturiero. Insomma, è questo il petrolio a cui dovremmo attingere. Carlo Cattaneo, sostenitore del Federalismo, dichiarava che «non v'è lavoro, né capitale che non cominci con un atto di intelligenza». La recente iniziativa di ItaliaCamp con il progetto Wethink ha riunito intorno allo stesso tavolo un'assemblea intergenerazionale di realtà associative, centri di ricerca e fondazioni con il comune obiettivo di diffondere «la cultura della

cultura», ovvero divulgare il dibattito intorno al valore strategico della cultura per il posizionamento del nostro Paese nell'arena internazionale.

Ma veniamo dunque al concreto... La ricerca di **Symbola**, Fondazione per le qualità italiane e Unioncamere ha presentato «L'Italia che verrà. Industria culturale, made in Italy e territori» nel seminario annuale dal titolo «La Bellezza è ecologica. Cultura e green economy contro la crisi», a Treia in provincia di Macerata. Non possiamo che puntare su innovazione, ricerca, green economy, e incrociarle con la forza del made in Italy.

Il rapporto, realizzato descrive un trend nel quale le performing arts e l'arte contemporanea solo nel 2011 sono cresciute del 1,3% in termini di valore aggiunto. «In risposta alle sfide dell'economia si sta affermando progressivamente un nuovo modello di sviluppo - aggiunge Ferruccio Dardanella, presidente di Unioncamere - in cui è crescente l'interesse verso la valenza strategica della cultura e della creatività, con incremento del 3,6% in termini di occupazione».

Fatte le dovute premesse e introduzioni generali arriviamo al punto cardine: cosa si può far per incentivare e promuovere la cultura in Italia?

A mio parere le considerazioni dette finora servono come input propedeutico a tale realizzazione. Ma da sole si sa... non bastano...

Concretamente bisognerebbe attivare forme di cittadinanza attiva promuovendo e incentivando forme d'arte libera, teatri, musical.

Riscoprendo il patrimonio artistico culturale, inscenando costumi e personaggi storici con monologhi anche in piazze per diffondere il principio della cultura tradizionale letteraria.

Organizzando itinerari ludici e stand informativi di sensibilizzazione, alla riscoperta delle tradizioni, dietro progetti di Comuni, territori e Regioni; con slogan di tipo: educocultura «diffondi saper, raccoglierai buon frutto». Soltanto recuperando il valore della cultura si avvalorerà la cultura del valore che questo grande Paese possiede, il qual storia e antenati han tramandato come preziosa eredità nel tempo.

**Silvia Gilardoni
Pilzone d'Iseo**