

# Alcune riflessioni economiche sulla fruizione dei beni culturali\*

Amedeo Di Maio,\*\* Elina De Simone\*\*

## Abstract

*The supply of cultural goods determines an increment of social welfare in the territory, in terms of higher education of the civil society together with the restoring and conservation of goods and values inherited from the past. The good “culture” distinguishes from the fact that, in opposition to the basic needs, it comes from relational needs, which are derived from social interaction: being this relational goods “common goods” that ask for a common action also in the act of use, their effect on utility is not directly determined from an increment of quantity, like it happens for the majority of consume goods, but it could be mostly connected to the modalities through which these goods are put into the market.*

*The current supremacy of “cultural tourism” instead of the “culture of travelling”, the making of “cultural districts” instead of organizing the cultural resources of a territory in the sense of “environment” of everyday life and symbols of stratified “community values”, testify a way of appropriation of the cultural good which seems to undervalue the deepest meaning of it.*

*In this work the authors try to investigate the mechanisms that determine the value and the consequent utilization of the cultural goods through the most considered economic theory.*

## 1. Il consumo dei beni culturali

Le lingue, per loro natura si evolvono e spesso modificano il significato originario di un termine. Può tuttavia anche accadere che esso non muti nel tempo ma lo si applichi, apparentemente o meno, in modo parzialmente o totalmente, non appropriato. Ci sia permesso partire da lontano, ponendoci la questione della relazione tra il concetto di “consumo” e la natura economica e modalità di fruizione dei “beni culturali”. Naturalmente, l'intento non è l'applicazione di un espediente retorico, quanto il desiderio di comprendere alcuni meccanismi economici che la letteratura di settore non ci sembra abbia considerato, almeno in modo esplicito.

Consumare (dal latino *consummare*) letteralmente significa “portare a termine”, “finire a poco a poco con l'uso, logorare, esaurire”.<sup>1</sup> Ne deriva che il “consumo dei beni culturali” rappresenta un evidente ossimoro. Come può, infatti, essere *consumato* (esaurito) un bene che per la sua natura si chiede che venga “conservato” (tutelato)? È solo un modo linguisticamente scorretto, non elegante, sebbene frequente e generale, di intendere la domanda di “fruizione” dei beni culturali o è un indicatore di significati più profondi, utili per l'analisi economica del settore?

A nostro avviso, l'idea del “consumo” (sostanzialmente coincidente con il più ambiguo ed abusato termine “valorizzazione”) di beni culturali è recente e coincide con l'affermarsi della tesi che questi beni possono, anzi devono, essere gestiti

---

\* Questo lavoro è frutto di comuni riflessioni degli autori. Tuttavia, i paragrafi 1 e 2 sono di Amedeo Di Maio ed i paragrafi 3 e 4 sono di Elina De Simone.

\*\* “Università degli Studi di Napoli L'Orientale”.

<sup>1</sup> Cf. il dizionario Devoto Oli. Che dal punto di vista economico il significato sia questo appare evidente anche se solo si volessero considerare i problemi che la “società dei consumi” ha prodotto relativamente allo smaltimento dei rifiuti.

secondo le regole di efficienza proprie delle imprese che operano nel mercato. Al contrario, l'antecedente insistenza sul bisogno di conservazione e di tutela nasce dall'idea che lo Stato deve sottrarre questi beni al mercato, luogo dove hegelianamente si assiste all'"arringo dell'interesse privato di tutti, contro tutti".<sup>2</sup> Inoltre, la società dei consumi può esser definita tale solo se il consumo è di "massa", ovvero coinvolge, nell'unità di tempo considerata, un considerevole numero di individui. In questo senso, ad esempio, la "fila agli ingressi dei musei" è un fenomeno contemporaneo, nato e sviluppatosi nel secolo appena trascorso e che tuttavia non è, secondo noi, del tutto compatibile con le riflessioni "predittive" che Keynes esprime quando scrive della crescente importanza, nelle società moderne, dei bisogni "relativi" che oggi chiamiamo "relazionali" (quelli derivanti dalle interazioni sociali), rispetto ai *basic needs*.<sup>3</sup> È invece più il frutto della grande trasformazione della società fordista-taylorista, che dal lato del consumo assume la nota forma dell'*affluent society*, per usare la definizione coniata da Galbraith.<sup>4</sup> In altre parole, la riorganizzazione del lavoro che si realizza in questo tipo di società determina radicali trasformazioni anche nel consumo. Accade che l'alienazione del lavoro (perdita di senso) si cerca di compensarla con l'opulenza del consumo. Per capire, secondo noi, cosa è accaduto nel settore dei beni culturali, si rifletta sul significato attribuito a quella speciale attività di consumo che è il turismo. Il turismo di massa assume il significato di momentanea discontinuità della quotidiana monotonia del lavoro parcellizzato ed alienante. Il turista attua una "fuga a tempo" dal lavoro, tuttavia rigidamente concordata con il suo datore di lavoro. L'odierno vacanziero assume il ruolo che Barthes e Foucault definiscono di "deviante tollerato",<sup>5</sup> così come un tempo lo assumeva la maschera tollerata dall'autorità politica e religiosa solo nel breve tempo della festa di carnevale. Una "fuga a tempo" ben diversa dalla "fuga dal tempo" che è propria della originaria idea della "vacanza". In questa organizzazione sociale, l'attività turistica (comprensiva della fruizione del bene culturale) diviene "consumo" (logoramento) del lavoro, perché con esso si sottrae tempo alla produzione di beni e servizi. Si consuma il tempo altrimenti impiegato nel lavoro. Il valore del tempo dedicato all'attività turistica è pari, quindi, al costo opportunità del tempo sottratto al lavoro, quello notoriamente stimato con il diffuso criterio del "costo del viaggio". Anche dal lato della produzione, l'idea che il settore dei beni culturali e delle *performing arts* sia colpito da un "morbo"<sup>6</sup> che non consente alle imprese di essere

---

<sup>2</sup> Hegel 1979.

<sup>3</sup> Keynes 1972.

<sup>4</sup> Galbraith 1959.

<sup>5</sup> Citati in Bruni, Zamagni 2004, p.124.

<sup>6</sup> Baumol, Bowen 1966.

autosufficienti non è estranea, a nostro avviso, al rapporto tra il tempo e la produzione, nel senso che nel settore dei beni culturali non è possibile aumentare la produzione in un tempo dato di lavoro. Ne deriva che in questo settore, il valore del tempo impiegato nel lavoro non aumenta per via della costanza della produttività marginale.

In questo sintetico rapporto illustriamo le diverse modalità di fruizione del bene culturale osservando che alcune di esse possono snaturarne le caratteristiche base, soprattutto quelle che inducono un alto “tasso di consumatività”.<sup>7</sup> Il contrasto a quest’ultimo effetto ci conduce alla tesi che una efficace lettura economica dei beni culturali deve far riferimento agli argomenti propri di quella che viene chiamata “economia civile”, recente riscoperta e rilettura di teorie sviluppatesi in senso moderno nel XVIII secolo<sup>8</sup> e al concetto di bene di merito,<sup>9</sup> felice connubio, quest’ultimo, secondo noi, della filosofia morale smithiana e di quella kantiana.

## **2. Le modalità di fruizione**

È possibile individuare analisi ed interpretazioni economiche della fruizione della “cultura”, se si vuole fin da Socrate che nell’interpretazione di Mill<sup>10</sup> in termini utilitaristici osserva che l’effettivo apprezzamento del bene e dell’attività culturale diviene possibile solo attraverso un consumo prolungato. In altre parole, per avvertire un effettivo bisogno di fruizione di questo bene, occorre un’adeguata preparazione culturale. È questo un ragionamento che ovviamente riflette una visione elitaria che rifiuta gli “imbarbarimenti” della fruizione tipica del turismo di massa. Il filosofo ed economista inglese argomenta che chi raggiunge i livelli idonei di preparazione culturale non è necessariamente più felice di chi si ferma a livelli di formazione culturale ben più bassi, tuttavia un giudizio di valore gli impone di preferire lo studio superiore di acculturazione. Insomma, è meglio essere un “Socrate infelice” piuttosto che un ignorante rozzo e felice. Hare rifiuta la motivazione esclusivamente basata su giudizi di valore e riflette che uno stadio superiore di acculturazione offre maggiori opportunità e quindi più numerose occasioni di conseguimento di benefici dalla vita. In altre parole, “Socrate preferisce la filosofia al gioco della morra, perché ha una capacità di provare utilità maggiore del proletario e quella dà maggior soddisfazione di questo, a chi ha sviluppato la

---

<sup>7</sup> Gershuny 1993.

<sup>8</sup> Per una recente rilettura, si veda Bruni, Zamagni 2004. Il riferimento “obbligatorio” di storia del pensiero economico è Genovesi 1824 e 1984.

<sup>9</sup> Musgrave 1987.

<sup>10</sup> Mill 1989.

propria sensibilità e intelligenza. Egli ha, al margine, una più alta utilità marginale, perché ha una maggiore capacità di godimenti e quindi consegue una maggiore utilità totale. La sua insoddisfazione, dunque non gli impedisce di preferire il proprio stato, perché gli dà globalmente di più”.<sup>11</sup> Sia con riferimento a Mill che a Hare la formazione culturale non implica spostamento delle preferenze individuali ma il loro ampliamento. Tuttavia, se consideriamo la tesi espressa da Stigler e Becker,<sup>12</sup> si può ritenere che le preferenze non solo si ampliano ma si modificano anche in funzione delle quantità consumate dei beni superiori in questione. Chi coltiva certi bisogni superiori come ad esempio l’ascolto della musica sinfonica, modifica il suo ventaglio di bisogni e di sensibilità, “specializza le sue preferenze e si preclude i godimenti propri delle anime semplici”. Non è inoltre dimostrabile che i godimenti che Socrate considererebbe grossolani siano necessariamente meno intensi di quelli forniti dalla filosofia e dalla scienza, per chi a tali godimenti grossolani si dedica. Non si può affermare che i piaceri di chi gioca alla morra siano poco intensi. Eppure questo gioco non è considerato un bene superiore. Sembra pertanto impossibile decidere circa i beni superiori come meritori senza ricorrere a giudizi di valore generalmente condivisi nella società. Anche il padre della moderna scienza economica, Adam Smith<sup>13</sup> tratta delle attività culturali (comprehensive della musica e del teatro) e vi riconosce capacità di incivilimento delle popolazioni (esternalità positive, le chiameremmo oggi, consistenti nella riduzione della litigiosità).

Questi aspetti, nella letteratura economica sono riferiti solitamente alle attività culturali ed è bene chiedersi se le conclusioni siano estendibili ai beni culturali. La ragione per cui il riferimento è alle attività culturali risiede nel fatto che è moderno il concetto di bene culturale, non solo dal punto di vista economico. È l’ideale estetico quello che per primo guida la realizzazione di collezioni appartenenti alle famiglie nobili del Rinascimento italiano e che prevarrà fino a tutto il XIX secolo. L’idea del bene culturale come testimonianza storica, indipendente dal valore estetico, nascerà molto dopo e servirà a tutelare non solo le opere di grandi artisti ma anche modesti oggetti. La maggior parte dei principali musei d’Europa altro non sono che i contenitori dei beni artistici e culturali dei regnanti che, attraverso i

---

<sup>11</sup> Hare 1984.

<sup>12</sup> La tesi più moderna, comunque già avanzata da Marshall, è espressa da Stigler e Becker, Riprendendo l’osservazione di Socrate i due economisti ritengono che il consumo di alcuni beni (l’esempio che fanno è quello della musica “alta”, come la sinfonica o il jazz) si apprende consumandoli, fino a raggiungere le condizioni di “dipendenza” così come, simmetricamente accade per i “mali” (droghe, alcol, ecc.). In altre parole, non sono beni che producono utilità la prima volta che sono “consumati”. Nei “mali” c’è bisogno che l’organismo umano si adatti attraverso processi di tipo biologico, mentre nel nostro caso l’adattamento avviene attraverso processi di apprendimento culturale Becker, Stigler 1978.

<sup>13</sup> Smith 1977, p. 784.

processi politici tendenti alla democrazia, si aprono al popolo (Gli Uffizi dei Medici, El Prado dei regnanti di Spagna, il Louvre dei re di Francia, L'Ermitage voluto dalla zarina Caterina II, ecc.). Senza nulla togliere ai significati simbolici, che spesso assumono un'importanza fondamentale nelle scelte, dal punto di vista economico queste collezioni soddisfano un bisogno (di vario tipo, appunto l'espressione simbolica del potere, un autentico interesse artistico) del "principe" finanziato dal popolo. Un "dono forzato" che continuerà ad essere finanziato dalla fiscalità generale quando è finalmente consentito l'accesso a tutti, e solo più tardi vi si aggiungerà il prezzo pagato dai visitatori, benché di livello tale da non consentirne la copertura totale dei costi.

Il termine maggiormente adoperato oggi dal legislatore e dall'operatore nel settore dei beni culturali è "valorizzazione", intendendosi con esso il tentativo di rendere questi beni produttivi (fonte di reddito). Questo obiettivo si persegue soprattutto incentivando il turismo culturale.

Il turismo culturale è un fenomeno moderno, così come il turismo inteso in generale. I monumenti italiani più famosi sono sempre stati la meta preferita nei viaggi di nozze dei nostri antenati e solo più di recente una maggior diffusione del reddito e lo sviluppo dei trasporti ha modificato le preferenze a favore di mete più lontane e, spesso illusoriamente, esotiche. Il turismo culturale è stato storicamente preceduto dal "viaggio", una sorta di obbligatoria iniziazione culturale ideata dall'aristocrazia e dall'alta borghesia europea per i propri rampolli. Le differenze tra "viaggio" e turismo sono molte e profonde, a cominciare dal fatto che il "viaggio" non ha bisogno dell'aggettivo "culturale" perché lo contiene in sé.<sup>14</sup> Un'altra differenza rilevante è che con il "viaggio" si affrontano esperienze autentiche, irripetibili. La motivazione è la soggettiva scoperta di luoghi nuovi e il desiderio di fare esperienza. Il turista, al contrario, è "avverso al rischio", ripercorre luoghi già da altri percorsi e la potenziale esperienza può essere resa vana dall'industria turistica che tende a standardizzare l'offerta indipendentemente dal posto. Inoltre, il "viaggio", se non solitario, si compie con pochi amici, mentre il "pacchetto" offerto dall'agenzia si effettua in numerosa e anonima "comitiva". Ancora, c'è chi osserva che chi non fa turismo deve giustificarsi (per esempio, è malato, ha esigenza di risparmiare), mentre all'epoca del "viaggio" accadeva il contrario.<sup>15</sup> Sulla natura del turismo in quest'epoca definita di "globalizzazione", una interessante tesi è espressa da Zamagni.<sup>16</sup> Nell'epoca fordista il turismo è visto come attività di consumo che si

---

<sup>14</sup> Secondo noi, un calzante esempio di viaggio è quello narrato nel recente film di Salles, "I diari della motocicletta" dove si narra della crescita intellettuale dei due protagonisti, uno dei quali è Che Guevara, avvenuta attraverso l'esperienza del "viaggio" compiuto nell'America Latina.

<sup>15</sup> Zamagni 2001.

<sup>16</sup> Zamagni 2001, v. anche Bruni, Zamagni 2004, p. 243 e ss.

contrappone all'attività di lavoro, intesa come tempo nel quale si produce. In altri termini, l'attività di consumo è un antidoto all'alienazione del lavoro. Oggi emerge un dilemma nuovo consistente nel conflitto generato dall'impiego del tempo. Con riferimento a Cross,<sup>17</sup> si può osservare che oggi il povero ha scarsità di denaro e abbondanza di tempo, mentre il ricco ha abbondanza di denaro e scarsità di tempo. Il povero di un tempo non aveva denaro (salario di sussistenza) e non aveva tempo (sfruttamento intenso della forza lavoro),<sup>18</sup> il ricco aveva tempo e denaro e per questo si poteva permettere lunghi e duraturi viaggi. La nuova situazione di distribuzione tra tempo e denaro si combina con l'accresciuta produzione di beni, derivandone che la quantità di beni da consumare nell'unità di tempo è sempre maggiore. Ne discende una scarsità del tempo non solo dal lato della produzione, bensì anche dal lato del consumo. A parere di Gershuny<sup>19</sup> ciò conduce alla necessità di incremento continuo del "tasso di consumatività", possibile solo con la creazione (invenzione) di nuovi beni e servizi che consentono un risparmio di tempo nel processo di consumo. Si pensi al fast food, all'e-commerce, ai monumenti delle città d'arte visti dal torpedone in corsa, ecc. Il consumo ideale è quindi quello che avviene istantaneamente, nel senso che i beni dovrebbero generare soddisfazione senza presupporre l'apprendimento di particolari abilità (si rifiuta il presupposto milliano di cui si è detto) e la soddisfazione deve cessare in fretta per far posto ad altri desideri appagabili da altri beni di consumo (si evita l'effetto "dipendenza" di Stigler e Becker). Il paradosso che ne deriva è che oggi gli individui sembrano essere più consapevoli di un tempo della necessità di fare turismo culturale o di dedicarsi di più ad attività ricreative, ma possiedono meno tempo per poterlo fare. Ne discende il senso di frustrazione di una vita assorbita dal tempo di lavoro e dal tempo di consumo, al contrario di un tempo quando quest'ultimo era considerato unicamente rivolto alla soddisfazione dei bisogni. Il consumo è diventato, secondo gli autori citati, una sorta di "fattore di produzione" perché i beni hanno "necessità" di essere consumati.<sup>20</sup>

L'organizzazione attuale della società tende pervicacemente a ridurre il tempo libero (definiamo così quello delle libere scelte) perché considera il consumo l'attività economica per eccellenza. L'effetto più vistoso riguarda la riduzione del tempo dell'esperienza, nel senso della riduzione delle occasioni per fare esperienza di consumo. Ma come abbiamo già riferito, questo effetto è addirittura stravolgente

---

<sup>17</sup> Cross 1998.

<sup>18</sup> Parliamo al passato sebbene siamo consapevoli che situazioni del genere sono presenti anche oggi, soprattutto nei paesi a intensa e veloce trasformazione verso il capitalismo.

<sup>19</sup> Gershuny 1993.

<sup>20</sup> Barman 2000.

quando si verifica nella fruizione dei beni e delle attività culturali poiché tende ad eliminare le proprietà particolari descritte da Mill (la necessità dell'acculturazione, propedeutica alla fruizione) e da Stigler e Becker (l'effetto dipendenza). Si vive nel "tempo della fretta",<sup>21</sup> che significa vivere protesi verso il futuro incapaci di godere il presente e per quanto concerne i beni e le attività culturali illudersi di "consumarli", essendo la "lentezza" (proprio quella descritta da Kundera come virtù) elemento necessario dei beni "relazionali".

### 3. Considerazioni sul welfare

È noto che il beneficio che può derivare dal consumo di un bene o servizio non dipende solo dalle sue caratteristiche tecniche ma anche dall'intensità del coinvolgimento e della partecipazione alla scelta dei soggetti. Sen<sup>22</sup> evidenzia efficacemente questo aspetto, quando osserva che il criterio dell'efficienza non può essere il solo al quale riferirci per la scelta di "cosa" produrre. L'argomentazione di Sen discende dal fatto che non è vero per tutti i beni di consumo che il loro aumento accresce l'utilità totale e lo è raramente per i beni "relazionali". Ciò significa che è erronea l'idea, espressa soprattutto da North,<sup>23</sup> che il progresso economico e civile sia strettamente correlato alla capacità delle istituzioni di estendere il principio dello scambio di equivalenti a tutti gli aspetti della vita economica. È questa l'idea di fondo, a nostro parere, che ispira l'inserimento di meccanismi di mercato nel settore dei beni culturali, a fini di efficienza. Ma così facendo si corre il rischio di ridurre sempre di più il contenuto "meritorio" e "relazionale" dei beni e delle attività culturali per esaltarne la natura di bene di "consumo" e, seguendo Scitovsky,<sup>24</sup> rendere vana la ricerca della felicità (*joiless*). Come è noto, questo autore, distingue il *comfort* dalla *stimulation* (creatività). Questi due elementi entrano in conflitto tra loro, nel contribuire al "benessere" degli individui, perché le risorse rivolte all'uno si sottraggono all'altro. Scitovsky osserva che "noi indugiamo troppo sul comfort" dato che "le economie di scala impongono i gusti della maggioranza all'intera società, e quando la maggioranza sceglie di sacrificare lo stimolo per il comfort, succede che la creazione di novità e la ricerca, da parte della minoranza, di nuovi modi per ottenere una vita buona sono entrambi impediti".<sup>25</sup> È difficile non riconoscervi un parallelismo con l'avvenuta supremazia

---

<sup>21</sup> Bartolini 2004.

<sup>22</sup> Sen 1997.

<sup>23</sup> North 1994.

<sup>24</sup> Scitovsky 1976.

<sup>25</sup> Scitovsky 1976, p. 283.

del “turismo culturale” rispetto al “viaggio”, la progettazione di “distretti culturali”, agriturismo inclusi, rispetto alle risorse culturali di un territorio intese come “ambiente” della vita quotidiana e simboli di stratificati “valori di comunità”. Questi “valori di comunità” giustificano la proprietà “meritoria” dei beni culturali, oltre l’altra caratteristica di “bene relazionale”. Lo spazio non ci consente di entrare nei dettagli delle problematiche presenti in letteratura, ci sia pertanto permesso, per una sintetica comprensione del significato di “beni relazionali” di limitarci a ricordare la distinzione svolta da Taylor<sup>26</sup> tra “beni convergenti” che possono essere prodotti solo dallo sforzo congiunto, ma che possono essere fruiti individualmente e “beni comuni” che richiedono un’azione comune anche nell’atto della fruizione. I “beni relazionali” appartengono a quest’ultima categoria. Egli osserva che “Mozart con te è più di Mozart da solo”, il più di utilità è dato dalla condivisione. I “beni di merito” derivano dalle “preferenze di comunità” e si riferiscono a situazioni nelle quali gli individui accettano determinati valori o preferenze comunitarie anche quando le loro preferenze potrebbero differire. Oltre il citato Musgrave, possiamo richiamarci a Sen,<sup>27</sup> quando dimostra che quel che l’individuo sceglie non necessariamente è ciò che preferisce. Ciò perché le scelte sono guidate, oltre che dalle preferenze, dai valori filtrati dalla coscienza del soggetto e dalle norme sociali della società di cui egli è parte. Per un felice connubio tra “beni relazionali” e “beni di merito” non possiamo far altro che riportare quanto scrive Keynes nel 1936, quando entrambi questi beni non erano stati ancora definiti: “Guardiamo alla conservazione dei monumenti nazionali ereditati dal passato come a una faccenda che debba dipendere dalle donazioni precarie e insufficienti di individui più attenti al bene pubblico di quanto non lo sia la stessa comunità. Dal momento che la Cattedrale di Lincoln, la quale incorona l’altura che per duemila anni è stata uno dei centri focali dell’Inghilterra, potrebbe rovinare al suolo prima che il Tesoro prenda in considerazione un proposito troppo antieconomico da meritare un finanziamento pubblico, non c’è da meravigliarsi che le altre autorità non costruiscano più giardini pensili di Babilonia, non più piramidi e partenoni, colossei, cattedrali, palazzi e neanche teatri lirici, palcoscenici, boulevards e piazze pubbliche.... Ancora più importanti rispetto agli eterni monumenti di dignità e bellezza attraverso i quali ogni generazione dovrebbe esprimere il proprio spirito per rappresentarlo lungo la parabola del tempo, sono le effimere cerimonie, gli spettacoli e i divertimenti da cui l’uomo comune può trarre piacere e svago dopo aver compiuto il proprio lavoro, e che gli possano fare sentire, come nient’altro può, che egli è in sintonia con, e parte di, una comunità più raffinata, più dotata, più radiosa, più spensierata di quanto egli potrebbe essere da solo. La nostra esperienza

---

<sup>26</sup> Bruni, Zamagni 2004, p. 163.

<sup>27</sup> Sen 1993.



ha dimostrato chiaramente che tali attività non possono essere portate a compimento, se dipendono dal motivo del profitto e del successo finanziario. Lo sfruttamento e l'eventuale distruzione del dono divino dell'uomo di spettacolo che viene fatto prostituire all'obiettivo del guadagno finanziario è uno dei peggiori crimini dell'odierno capitalismo. Come lo Stato potrebbe nel modo migliore svolgere il proprio ruolo è difficile da dire. Dobbiamo imparare per tentativi. Ma ogni cosa sarebbe meglio dell'attuale sistema".<sup>28</sup>

#### **4. Beni culturali e sviluppo territoriale**

Molti programmi di sviluppo territoriale riguardanti le regioni dell'"Obiettivo 1" del Q.C.S. (Quadro Comunitario di Sostegno), si basano sull'idea di "valorizzazione" dei beni culturali. Più specificamente la maggior parte dei P.I.T. (Piani Integrati Territoriali) delle regioni meridionali si basano sulla integrazione delle attività economiche dei diversi settori produttivi attraverso il collante costituito da una "idea forza" (la risorsa locale più rilevante e caratterizzante il territorio) che appartiene al settore dei beni culturali e si dovrebbe concretizzare in un incremento significativo del turismo culturale. A monte del processo di creazione di tali piani integrati si può scorgere la volontà di implementare il concetto di "distretto culturale"<sup>29</sup> e quindi la speranza di "mettere a sistema" tutte le risorse economiche presenti nell'area di riferimento. Per distretto culturale si intende, infatti, un'area ad alta densità di bellezze artistiche e ambientali, in cui è possibile rintracciare effetti sinergici derivanti dalla stretta intercomplementarietà tra i servizi, culturali e turistici, rivolti all'utenza e le attività produttive collegate. L'implementazione di un tale modello di sviluppo si traduce, principalmente, nella promozione del cosiddetto turismo culturale mediante progetti tesi a migliorare il livello di articolazione, qualità e integrazione delle risorse territoriali nel rispetto delle determinanti storiche che le caratterizzano.

La compatibilità e sostenibilità nonché la coerenza degli interventi rispetto al contesto in cui debbono trovare applicazione può avvenire solo mediante l'integrazione orizzontale tra il sistema territoriale (ambiente, paesaggio, sistemi socio-produttivi, ecc.) e tutti gli attori locali (istituzionali e non) coinvolti: solo in questo modo è possibile avviare un processo di valorizzazione del patrimonio culturale (conoscenza, tutela, conservazione, gestione e fruizione) in linea con lo sviluppo locale.

Il problema che, secondo noi, emerge in tentativi di tal sorta risiede nella difficoltà di creazione "ex novo" di un sistema a rete laddove questo non si sia già

---

<sup>28</sup> Keynes 1989, p. 343.

<sup>29</sup> Per le diverse definizioni di distretto culturale, cfr. per tutti, Santagata 2000.

autonomamente ed endogenamente determinato per effetto di un utilizzo costante dei beni culturali volto a coniugare gli aspetti tradizionali con quelli maggiormente tesi all'innovazione.

Si pensi, ad esempio, al centro storico di una città come Siena: la sua condizione artistica e culturale attuale è il “naturale” risultato di un lungo e particolare processo storico di promozione delle bellezze artistiche verso cui premono non solo le file di turisti giapponesi ma anche, se non soprattutto, la consapevolezza, insita nella coscienza dei cittadini, dell'elevato valore civile, inteso in termini di patrimonio educativo da tutelare ma soprattutto da trasferire alle generazioni future della propria comunità.

Analizzando il contenuto di alcuni Progetti Integrati delle nostre regioni meridionali la cui realizzazione rientra nell'ambito dell'Asse 2 “Risorse Culturali”, si nota spesso l'estrema generalità nella definizione degli obiettivi da realizzare a cui contribuisce l'utilizzo di un formulario predefinito che, sebbene serva ad uniformare gli schemi di identificazione dei progetti, tuttavia corre il rischio di svilire il significato stesso dell'intervento che trova la sua specifica ragion d'essere nella realtà territoriale a cui si riferisce.

In realtà è facile che si evidenzii un chiaro squilibrio tra strumenti ed obiettivi: dai documenti di riferimento relativi a molti progetti integrati si evince la volontà di promuovere un turismo su vasta scala poiché si ritiene che la valorizzazione di una determinata area possa misurarsi solo in termini di successo di pubblico. In realtà un turismo basato sui grandi numeri è oggettivamente prevedibile e forse auspicabile solo per quelle zone che già godono di un forte potere di attrattiva a livello nazionale ed internazionale e che si prestano a soddisfare più tipologie di visita (da quella “mordi e fuggi” dettata dalla curiosità a quella dell'esperto colto e raffinato), ovviamente sulla base delle caratteristiche del visitatore.<sup>30</sup> Questo discorso, che può valere, ad esempio, per il P.I.T. “Pompei-Ercolano, Sistema archeologico vesuviano” che riguarda un'area caratterizzata da un forte afflusso di visitatori (basti pensare che, relativamente al 2004, il solo Circuito di Pompei -scavi vecchi e nuovi- ha avuto complessivamente un numero di ingressi pari a 2.259.656<sup>31</sup>), mentre non è certo applicabile a quelle realtà territoriali che, pur dotate di risorse culturali di grande valore, mirano a guadagnare (e a conservare) una posizione di prestigio almeno su scala locale.<sup>32</sup> In altre parole, è possibile individuare aree che hanno

---

<sup>30</sup> La domanda di ricreazione, come si è detto, è funzione del costo opportunità del tempo sottratto al lavoro, ma può essere letta, senza contraddizioni, anche in funzione del rapporto tra reddito ed istruzione (Frey, Pommerehne 1991).

<sup>31</sup> Fonte: Ministero per i Beni e le Attività Culturali, Ufficio di Statistica, anno 2004.

<sup>32</sup> Si pensi, ad esempio, al sito archeologico di Buccino, recentemente aperto al pubblico, di cui la maggior parte della popolazione regionale ignora l'esistenza.

caratteristiche di attrattività turistica diverse: in un caso, la domanda esiste ed è consistente e consolidata (per es. Pompei), ma non produce gli effetti sperati nel territorio per la modalità generale di fruizione (quella della “fretta”) e nell’altro caso, la domanda è insufficiente ed il suo sviluppo non può essere tale, comunque, da garantire da sola il progresso economico dell’area.

Quest’ultimo aspetto nasce dalla nota considerazione relativa al tasso di crescita della produttività nullo, o molto basso, che caratterizza le imprese che si occupano di manifestazioni dal vivo (ma che è facilmente estendibile anche al comparto dei beni culturali) per cui è necessario operare un continuo controllo sui costi per garantire la sopravvivenza del settore. L’attività di “valorizzazione” e quindi, di consumo dei beni culturali non è così immediata come sembra: a nostro parere non basta utilizzare alcuni strumenti ed un linguaggio di stampo economico per poter parlare di gestione profittevole: le caratteristiche dell’oggetto da promuovere (bene culturale nella sua accezione *tout court*), la tipologia della domanda e le peculiarità del territorio di riferimento fanno sì che non si possa mai ragionare a contesto invariato: uno studio approfondito, fatto caso per caso, magari sacrificando alcune velleità imprenditoriali da “aree emarginate”, può essere, probabilmente, l’unico strumento affidabile di intervento sul territorio. Il punto fondamentale da chiarire resta, pertanto, quello relativo al consumo: diventa importante stabilirne la tipologia dal momento che, se l’obiettivo è quello di un utilizzo “veloce” dei beni, che ricorda un pò la logica del *fast food* e ne snatura il senso più profondo, dobbiamo essere comunque in grado di assicurare una modalità di fruizione che sia altrettanto rapida: è la logica del fuggente *kairòs* che i greci rappresentavano con i capelli sulla fronte affinché lo si potesse afferrare davanti e trattenerlo anche se solo per un istante.

## Bibliografia

- Barman 2000 Z. Barman, *Dentro la globalizzazione*, Bari, 2000.
- Bartolini 2004 S. Bartolini, *Una spiegazione della fretta e della infelicità contemporanee*, in L. Bruni, P.L. Porta (a cura di), *Felicità ed economia*, Milano, 2004, pp. 30-45.
- Baumol,  
Bowen 1966 W.J. Baumol, W.G. Bowen, *Performig Arts: The Economic Dilemma. A Study of Problem Common to Theater*, The Twentieth Century Fund, New York, 1966.
- Becker,  
Stigler 1977 G. Becker, G. Stigler, *De Gustibus Non Est Disputandum*, in "American Economic Review", 67, 2, 1977, pp. 76-90.
- Bruni,  
Zamagni 2004 L. Bruni, S. Zamagni, *Economia civile*, Bologna, 2004.
- Cross 1998 G. Cross, *Tempo e denaro. La nascita della cultura del consumo*, Bologna, 1998.
- Frey,  
Pommerehne 1991 B.S. Frey, W.W. Pommerehne, *Muse e mercati. Indagine sull'economia dell'arte*, Bologna, 1991.
- Galbraith 1959 J.K. Galbraith, *La società opulenta*, Torino, 1959.
- Genovesi 1824 A. Genovesi, *Lezioni di commercio o sia di economia civile (1765-76)*, Milano, 1824.
- Genovesi 1984 A. Genovesi, *Scritti Economici (1753)*, Istituto Italiano per gli Studi Filosofici, Napoli, 1984.
- Gershuny 1993 J. Gershuny, *L'innovazione sociale. Tempo, produzione e consumi*, Soveria Mannelli, 1993.
- Hare 1984 R.M. Hare, *Teoria etica e utilitarismo*, in A.K. Sen, B. Williams (a cura di), *Utilitarismo e oltre*, Milano, 1984, pp. 112-141.
- Hegel 1979 G.W.F. Hegel, *Lineamenti di filosofia del diritto (1821)*, Bari, 1979.
- Keynes 1972 J.M. Keynes, *Economic possibilities for our grandchildren (1930), Essays in persuasion, The collected writings*, Royal Economic Society, London, 1972.
- Keynes 1989 J.M. Keynes, *Art and the State, The collected writings*, Royal Economic Society, London, 1989.
- Mill 1989 J.S. Mill, *Utilitarismo*, Milano, 1989.

- Musgrave 1987 R.A. Musgrave, *Merit Goods*, in J. Eatwell, M. Milgate, P. Newmen (eds.), *The New Palgrave's Dictionary of Economics*, New York, 1987, pp. 830-845.
- North 1994 D. North, *Istituzioni, cambiamento istituzionale, evoluzione dell'economia*, Bologna, 1994.
- Santagata 2000 W. Santagata, *Distretti Culturali, Diritti di Proprietà e Crescita Economica Sostenibile*, in "Rassegna Economica", 1-2, 2000, pp. 31-62.
- Scitovsky 1976 T. Scitovsky, *The Joyless Economy: An Inquiry into Human Satisfaction and Consumer Dissatisfaction*, Oxford, 1976.
- Sen 1993 A.K. Sen, *Capability and Well-being*, in M. Nussbaum, A. K. Sen (eds.), *The Quality of Life*, Oxford, 1993, pp. 180-203.
- Sen 1997 A.K. Sen, *Maximization and the Act of Choice*, "Econometrica", 65, 1997, pp. 745-780.
- Smith 1977 A. Smith, *Indagine sulla natura e le cause della ricchezza delle nazioni*, Milano, 1977.
- Zamagni 2001 S. Zamagni, *Verso il superamento della concezione economicistica del turismo: elementi per un turismo relazionale*, in V. Negri Zamagni, M. Mussoni, G. Benzi (a cura di), *Per un turismo autenticamente umano*, S. Arcangelo di Romagna (Rimini), 2001, pp. 223-234.