

Sarah Siciliano
Università del Salento

La cultura come bene comune

*La cultura è l'unico bene
dell'umanità che, diviso fra tutti,
anziché diminuire, diventa più
grande*

(Hans Georg Gadamer)

Abstract

What happens if we look at culture as commons? My effort is to “capture” sense of culture as commons in an ever new “practice of everyday life” (De Certeau 2005). The aim of this paper is not to explore the concept of culture and commons, rather to investigate, through three good practices, the consequences that culture, seen as a common good, can bring to places. The three cases presented show what it means to invest in culture as a common asset and resource of difference. To manage culture as a common good, therefore, means investing in the revolutionary force of culture. It is possible to compare, in a certain sense, the revolutionary force of culture to the revolutionary demands of art recalled by Walter Benjamin. Benjamin hypothesizes the possibility of a political use of art.

Keywords: *Culture, communication, commons, cultural heritage, empowerment*

1. Introduzione

Nell'immaginario collettivo, la cultura si confronta sempre più spesso con il tema della propria rilevanza sociale, e sembra soccombere nel campo di battaglia che vede schierati due orientamenti opposti.

Da una parte, ci sono la liturgia della politica italiana e il totalitarismo tecnocratico. La politica, con toni messianici, impone la religione del mercato e vede la cultura come una spesa a fondo perduto (Sgarbi, Tremonti 2017)¹. L'onnipresente totalitarismo tecnocratico, invece d'integrarsi nella cultura, mira a diventare cultura, così si autolegittima con le sue narrazioni, facendo diventare il mondo del pensiero tradizionale invisibile, e perciò irrilevante (Mc Luhan 1968; Postman 1993).

Dalla parte opposta c'è il mondo degli intellettuali, che riconosce alla cultura un ruolo centrale, in quanto senza istruzione non c'è progresso e ricchezza sociale (Canfora 2004; Settis 2005; Montanari 2015; Settis 2015; Settis 2016; Bennato 2017) nella «filosofia dell'ordinario» (Donatelli 2018).

Cosa è dunque la cultura, il cui significato mobilita visioni dicotomiche e antitetiche? Cultura² è un concetto astratto. È il

¹Riassume la storia degli slogan governativi sul patrimonio culturale Tomaso Montanari (*Privati del patrimonio*, Einaudi, Torino 2015). Su questo tema si veda anche T. Judt, *Guasto è il mondo*, Laterza, Roma – Bari 2011.

²La parola cultura deriva dal verbo latino *colere*, che significa coltivare, avere cura di (in riferimento all'agricoltura); abitare; aver cura di, ornare, abbellire (in riferimento al corpo); curare (spiritualmente); occuparsi di, tenere a, praticare; onorare (una divinità), riverire, venerare, adorare; osservare, solennizzare; riverire, rendere omaggio, servire. Il verbo latino ha tanti significati, che si riferiscono ad ambiti diversi. Ciò che accomuna tutti questi significati è che alla base c'è sempre una trasformazione che implica cura. Per una ricostruzione critica del concetto di cultura si rinvia a: M. Arnold, *Cultura e anarchia. Saggio di critica politica e sociale* (Londra 1869), Torino 1946; E.B. Tylor, *Primitive culture*, Londra 1871, T.W. Adorno, *Prismi. Saggi sulla critica della cultura* (Francoforte s.M. 1955) Torino 1981; H.

modo in cui l'uomo vive la vita. Per questo la cultura è virale, e rappresenta l'unico bene dell'umanità che, diviso fra tutti, anziché diminuire, diventa più grande, come ci ricorda il filosofo tedesco Hans Georg Gadamer citato in epigrafe. Cultura e beni comuni s'incontrano nel patrimonio culturale, inteso come "ogni bene che costituisce testimonianza materiale avente valore di civiltà" (Commissione Franceschini, l. 26 aprile 1964, n. 310). Secondo questa definizione i beni culturali, che rappresentano la sintesi di cultura e bene comune, non sono semplicemente un reperto storico e la testimonianza del passato, ma rappresentano il fattore costitutivo dell'identità collettiva. Come tali, cultura e beni culturali vanno resi riconoscibili e salvaguardati in un processo produttivo che li fa rivivere nel presente, li ibrida, ne fa sempre nuova storia. Li reifica. La definizione di patrimonio culturale è frutto di un lungo cammino giuridico, legislativo, economico, culturale, politico, su cui si riflette a livello nazionale e internazionale da molti anni³. Sviluppa e accresce il significato di patrimonio culturale la *Convenzione quadro del Consiglio d'Europa sul valore dell'eredità culturale per la società*, conosciuta come convenzione di Faro dal nome della città portoghese in cui si

Marcuse, *Cultura e società. Saggi di teoria critica 1933-1965* (Francoforte s.M. 1965), Torino 1969; Z. Bauman, *Cultura come prassi* (Londra 1973), Bologna 1976; F. Crespi (a cura di), *Sociologia e cultura. Nuovi paradigmi teorici e metodi di ricerca nello studio dei processi culturali*, Milano 1990, L. Gallino, *Dizionario di Sociologia*, voce: "cultura", pp. 185-193, Torino Utet 2004, R. Williams, *Culture*, in Id., *Keywords: a vocabulary of Culture and Society*, Fontana, London 1983, pp. 87-93; Griswold W., (1994) 1997, *Sociologia della cultura*, il Mulino, Bologna.

³Non è questa la sede per ripercorrere la storia della definizione di *patrimonio culturale*, mi sembra però utile indicare le tappe più significative: Convenzione Aja 14 maggio 1954, art.1; Commissione Franceschini, l. 26 aprile 1964, n. 310; Convenzione UNESCO 1972, art. 1 (beni materiali); Convenzione UNESCO 2003 (beni immateriali); Codice dei Beni Culturali e del Paesaggio (d.l. 22 gennaio 2004, n.42); Convenzione di Faro, 27 ottobre 2005.

sono riuniti gli Stati membri il 27 ottobre 2005. Questo testo, entrato in vigore il primo giugno 2011 e sottoscritto nel 2013 dall'Italia, ma non ancora ratificato dal Parlamento italiano, è l'ultimo nato tra le convenzioni culturali internazionali. Nell'articolo 2 evidenzia che "l'eredità culturale è un insieme di risorse ereditate dal passato che le popolazioni identificano, indipendentemente da chi ne detenga la proprietà, come riflesso ed espressione dei loro valori, credenze, conoscenze e tradizioni, in continua evoluzione. Essa comprende tutti gli aspetti dell'ambiente che sono il risultato dell'interazione nel corso del tempo fra le popolazioni e i luoghi", e restituisce centralità ai cittadini nel processo osmotico rispetto al quale luoghi e comunità si scambiano la propria impronta. Ci ricorda anche che "una comunità di eredità è costituita da un insieme di persone che attribuisce valore ad aspetti specifici dell'eredità culturale, e che desidera, nel quadro di un'azione pubblica, sostenerli e trasmetterli alle generazioni future"⁴.

A partire dalla cornice di riferimento delineata, mi domando: cosa succede se guardiamo alla cultura come bene comune? Scopo di questa riflessione non è tanto quello di cogliere il significato di cultura come bene comune, piuttosto, il mio lavoro vuole esplorare, attraverso tre buone pratiche, le conseguenze che la cultura, vista come bene comune, può apportare ai luoghi, in una sempre nuova "invenzione del quotidiano" (De Certeau 2005).

2. La cultura come bene comune in Francia

In Francia, tra la fine del Settecento e gli inizi dell'Ottocento, l'ideologia egualitarista indotta dalla Rivoluzione sancisce

⁴Convenzione di Faro (STCE n°199):

http://www.ufficiostudi.beniculturali.it/mibac/multimedia/UfficioStudi/documents/1362477547947_Convenzione_di_Faro.pdf.

“l’inizio di un mondo nuovo anche per gruppi sociali non alfabetizzati”. [...] “La stessa istruzione nazionale si trasforma in un tentativo di *istruzione di massa*, i cui caratteri sintetici (dispensati attraverso giovani insegnanti e grazie a manuali scolastici concepiti per creare valori e opinioni dominanti fin dall’infanzia) diverranno altrettanti simboli della nuova e inedita realtà” (Cristante 2011: 222). Questo processo avvia un’operazione politica rispetto alla quale oggi in Francia la pratica del sapere è inderogabile e la cultura irresistibile. Come sancisce la Carta Costituzionale, tutti i cittadini devono poter partecipare alla vita culturale del Paese, perché la cultura promuove lo sviluppo economico e sociale e lo sviluppo personale di ogni cittadino.

La Francia guarda alla cultura come fattore chiave per garantire la qualità della vita e la realizzazione di ogni attore sociale, e una delle strategie realizzate per raggiungere questo scopo è stata volta a fare diventare *glamour* la cultura. Simbolo di museo come portatore di cultura è il *Louvre*. Un antico, continuo, inesorabile disegno ha innestato l’idea che organizzare e mantenere una mostra al *Louvre* sia più un privilegio, che un onere, e fino a venti anni fa era considerato un sacrilegio coinvolgere *sponsor* per questo incubatore culturale. Questo disegno politico ha reso irrinunciabile la liturgia di massa di visitare il *Louvre* per chi va a Parigi. Non sempre, però, il viaggiatore del terzo millennio sceglie di partecipare a questo rito collettivo perché mosso dal desiderio di allacciare una relazione critica con le opere d’arte e crescere culturalmente: a volte la scelta è spinta dal desiderio di partecipare a un rito sacro, accontentandosi di stare vicino all’aura delle opere d’arte (Abruzzese 2002). Anche in questo caso, la liturgia diventa produttiva, visto che il feticcio muove le masse e la

partecipazione emotiva di quanti non varcherebbero mai le soglie di un museo.

3. *La cultura come bene comune a Lake District*

In Inghilterra, i mutamenti del XIX secolo indotti dalla rivoluzione industriale preoccupano gli intellettuali, spaventati dal nuovo modello di economia che si va delineando e che sconvolge la vita della gente comune. Per “salvare” il suo mondo dalla contaminazione del progresso, fare scoprire il fascino delle cose di ogni giorno e risvegliare le menti dal letargo dell’assuefazione, William Wordsworth nel 1810 scrive, per i residenti di Lake District, la *Guida ai Laghi*. Lake District si trova nell’attuale contea di Cumbria, nell’estremo Nord Ovest dell’Inghilterra, ed è famosa per i suoi laghi e le colline, che la delimitano e isolano. La *Guida ai Laghi* la prima guida turistica al mondo dedicata agli abitanti, più che ai turisti. Con questa operazione culturale Wordsworth vuole infondere amore per la cura e conservazione di Lake District e dei luoghi familiari. Insieme ai poeti inglesi dell’Ottocento, e in particolare ai cosiddetti *Lake Poets*, Wordsworth architetta un costrutto sociale per sollecitare gli abitanti alla cura e all’amore per il proprio territorio, seriamente preoccupato dalle trasformazioni socio-ambientali indotte dal processo d’industrializzazione. I risultati di questa operazione culturale si sentono ancora oggi: gli abitanti di Lake District sono estremamente conservatori. Questo dato emerge dalle cento interviste semistrutturate rivolte agli abitanti e turisti di Lake District nell’ambito di una ricerca sociologica condotta da Lab.COM (Laboratorio di *Comunicazione ed Empowerment dei Luoghi* dell’Università del Salento), pubblicata in *D.O.M.U.S. M.E.A. Comunicazione ed empowerment dei luoghi* (Milano, Mimesis 2016). L’analisi dei

dati mostra che per i suoi abitanti Lake District è “il Paese di Dio”, quindi deve restare così come è, e ogni traccia estranea a questa realtà diventa una minaccia per l’identità locale. Così avviene per lo straniero, per il cibo internazionale o per modelli di vita che non sono caratteristici di questo luogo. Anche le tracce di antiche civiltà che l’hanno occupato (l’Impero romano nel I secolo dopo Cristo e i popoli norvegesi nel X secolo dopo Cristo), sembrano eclissarsi per lasciare spazio alla cultura anglosassone. A partire dall’operazione politico-culturale avviata dagli intellettuali dell’800, gli abitanti di Lake District hanno sviluppato una concezione di razzismo *sui generis*. Razzismo è, a Lake District, il disprezzo dello straniero e il rammarico per il fatto che in strada s’incontrano uomini e donne di tutte le razze, ma pochi autoctoni. Lo straniero viene visto come chi contamina l’identità del luogo. Si teme la perdita dell’identità del luogo attraverso la multietnicità. Così, la xenofobia ha un’accezione positiva per gli abitanti del luogo a Lake District, ed è vista come difesa dell’identità culturale (Siciliano, Wilson 2016).

Naturalmente, sarebbe riduttivo banalizzare il ruolo degli intellettuali dell’Ottocento richiamando il modello dei “bei tempi antichi”. Cercare soluzioni ai problemi di ieri come a quelli di oggi semplicemente tornando indietro è solo un automatismo istintivo che trova breccia nel consenso popolare: il rischio della banalizzazione della cultura è in agguato quando gli schemi interpretativi si mostrano incapaci di rispondere a domande di senso che ci spingono ad andare avanti. Banale, del resto, è ciò che, essendo stato messo al bando ed espulso, viene abbandonato e destinato come tale al degrado. La cultura come bene comune assume piuttosto il significato di condiviso, partecipato, ancorato all’identità del luogo, ed è proprio in questa

direzione che si sono mossi i letterati inglesi dell'Ottocento (vedi *infra*, paragrafo 5).

4. La cultura come bene comune a Bilbao

Negli anni Novanta del secolo scorso il governo spagnolo pianifica un'operazione strategica per riqualificare il comprensorio di Bilbao, territorio gravemente depresso dal punto di vista economico a causa della crisi siderurgica e navale, dove regnava incontrastato il terrorismo dell'ETA. La Spagna sceglie così di caratterizzare culturalmente quest'area e orientarla nella direzione dello sviluppo sostenibile, portando avanti in un orizzonte temporale di medio termine un piano sovralocale. Nel 1991 l'amministrazione basca e la Solomon Guggenheim Foundation, titolare del famoso Solomon Guggenheim Museum di New York, sanciscono un accordo, formalizzato l'anno successivo. Il progetto è appaltato in breve tempo grazie all'accordo tra gli enti amministrativi locali e la grande istituzione artistica privata americana. Il 19 ottobre 1997 apre al pubblico il Guggenheim Museum Bilbao. Realizzato in brevissimo tempo, il Guggenheim di Bilbao è firmato da Frank O. Gehry e si è rivelato uno dei più grandi trionfi mondiali nel settore culturale. Per far funzionare al meglio in un'ottica sistemica la regione di Bilbao, insieme al Guggenheim, sorgono numerose infrastrutture: la nuova linea del metrò, progettata da Norman Foster, il "Ponte Blanco" e l'aeroporto internazionale, di Santiago Calatrava, il centro polifunzionale di Cesar Pelli, e molte altre ancora, che hanno trasformato completamente il territorio, rendendolo facilmente raggiungibile. Sono tutte opere a firma di architetti di fama internazionale, per dare un *imprinting* di grande attrazione in cui l'immagine estetica

corrisponde alla funzionalità ed efficienza d'uso per abitanti e turisti.

La rapidità operativa dell'operazione si spiega nel disegno strategico complessivo tracciato dallo stato spagnolo e attraverso la straordinaria sinergia d'intenti tra le due parti coinvolte. Bilbao guardava oltre l'interesse artistico, culturale ed educativo del museo, presagendo l'utilità di un incubatore culturale che, con il suo splendore e il suo prestigio, sarebbe stato un forte richiamo turistico. Dal suo canto, la Solomon Guggenheim Foundation mirava a creare un network internazionale di musei sparsi nel mondo, così da far circolare le sue grandi mostre e rendere dinamica la colossale collezione permanente. La buona riuscita dell'operazione è stata determinata anche dall'apparato scientifico, organizzativo e promozionale del Guggenheim, che ha fornito all'intervento un'attenzione privilegiata da parte dell'opinione pubblica e dei mezzi d'informazione. Il successo su tutti i fronti dell'operazione ha fatto discutere gli studiosi di economia dell'arte. Gli elevati costi dell'intervento sono stati completamente ammortizzati: si è registrato un effetto "calamita" sulla città, ben superiore alle previsioni. Il Guggenheim è un contenuto che si attraversa, si percorre, si consuma: è uno dei più grandi successi in campo culturale. L'architettura mossa e fluida dell'edificio diventa metafora del movimento e del dinamismo che ne ispira le funzioni. La ricaduta dal punto di vista economico e culturale è stata enorme: ha contribuito a incrementare il giro d'affari complessivo delle varie attività della città e a riqualificare il tessuto sociale della regione di Bilbao. Il Guggenheim è testimonianza dell'assioma secondo il quale ogni singolo oggetto non è realizzato per se stesso, ma nasce all'interno di un processo, di un sistema in cui diverse tracce coesistono e si pongono in relazione. Oggi, per

merito dell'operazione compiuta, Bilbao è un luogo d'interesse turistico e culturale, *best practice* di arte come produzione di senso (Siciliano 2008). Ovviamente, non è stato sufficiente costruire un grande museo di arte moderna e contemporanea internazionale, edificio spettacolare in titanio, pietra e cristallo, per attrarre flussi turistici e trasformare il territorio. Un disegno strategico complessivo, mosso da più fattori, ha concorso a determinare il successo di questa iniziativa, che molti vorrebbero duplicare in altri situazioni.

5. *Cultura e (è) sviluppo*

I tre casi presentati mostrano in tre modi diversi in che modo la cultura determina lo sviluppo di un luogo, e cosa può significare investire in cultura come bene comune e risorsa della differenza. Cultura è un processo d'identità che può portare allo sviluppo sostenibile del territorio attraverso l'affermazione della difesa e la diffusione della sua conoscenza. Così, dunque, pianificare strategicamente un progetto di sviluppo sostenibile basato sulla cultura, o costruire un incubatore culturale che rappresenta il nodo di una rete, non serve solo a tramandare il *genius loci* o a mostrare il vissuto del patrimonio culturale, a decodificarlo, a comprenderlo, ma permette di creare una nuova storia condivisa, costruita in comune, partecipata. Questo è possibile attraverso un processo che permette di accompagnare il ritmo delle continue pulsazioni “capaci di volta in volta di assorbire frammenti o cellule o sostanze del passato e rielaborarle, metabolizzarle nel presente” (Abruzzese 1998: 7). La letteratura (Boltanski, Esquerre 2017; Böhme 2017) ha messo in luce come sia in atto una profonda trasformazione della dimensione culturale, nelle sue forme tangibili e non tangibili, essa stessa divenuta sempre più intensamente fattore di

produzione / estrazione del valore, terreno chiave del modo in cui il capitalismo contemporaneo ha innovato il processo di valorizzazione ed empowerment.

La cultura vista come bene comune è condivisa, virale, è lo spazio di tutti coloro che si riconoscono in essa. È una creazione sociale che si costruisce insieme giorno per giorno, quella in cui chi riconosce il proprio segno ha lasciato traccia di sé, è frutto di tutto ciò che l'uomo apprende e crea. A questo modello guarda storicamente la Francia, dove la cultura come bene comune si traduce in strumento politico di innovazione nella tradizione. A Lake District, la cultura vista come bene comune è uno scudo che protegge dalle contaminazioni esterne e nutre l'identità locale, mentre a Bilbao è un costrutto politico scelto per riqualificare un'area depressa. In ciascuno di questi tre casi, cultura e sviluppo camminano insieme, perché la cultura sollecita sviluppo, si apre alla collettività e diventa sostanza ed espressione di mondi condivisi e partecipati.

La cultura come bene comune non è mai banale. Nessuno è disposto a riconoscersi, a mobilitarsi e investire nella cultura banalizzata, perché le *banalità* sono letteralmente territori di senso "messi al bando", e quindi abbandonati. Così, "se il condiviso è lo spazio di tutti, il banale è lo spazio post-comunitario di nessuno, in cui parti sempre più consistenti di mondo perdono di significato agli occhi dei soggetti e precipitano al di fuori del raggio di interesse dei loro mondi vitali, nella zona amorfa, ambigua e repellente dell'im-mondo" (Borrelli 2008: 53-54). Banalizziamo la cultura quando la spogliamo del suo significato originario, omologandola e privandola della sua impronta.

Il concetto di cultura come bene comune è lo spazio di tutti, aperto a chiunque si riconosce e vuole partecipare. Potrebbe

essere questa la strada vincente per costruire il cambiamento che vogliamo, come ha riconosciuto anche Umberto Eco nella *lectio magistralis* tenuta alla Conferenza internazionale degli 83 Ministri alla Cultura per EXPO 2015: “investire in cultura, in istruzione è la chiave per tornare a crescere. Il sistema produttivo ha bisogno di personale altamente preparato”. Eco era profondamente convinto che “con la cultura si mangia e si può arginare il terrorismo... la cultura è fondamentale per la comprensione reciproca in un mondo in cui le culture vivono in continuo contatto”.

Eppure, molti politici che si sono susseguiti in Italia negli ultimi trent'anni, “profeti e apostoli del dio mercato” (Montanari 2015), hanno rischiato di compromettere alla radice le basi della cultura⁵. Tra tutti, ricordiamo lo *slogan* di un Ministro dell'Economia al Governo italiano, Giulio Tremonti, che, per giustificare i continui tagli alla cultura, ha architettato un piano di comunicazione finalizzato a mettere in atto una tecnologia di governo la cui *ratio* consiste nel legittimare politiche miranti a generare strozzature economiche e normative che restringono i margini di critica da parte dell'opinione pubblica, sotto l'egida dell'*head line*: “Di cultura non si vive, vado alla *buvette* a farmi un panino alla cultura, e comincio dalla Divina Commedia”. “Democrazia confiscata” e “potere governamentale” in questo modo esonerano i cittadini da ogni scelta e responsabilità, impedendo loro di prendersi cura della *res publica* (Borrelli, Gavrilà, Siciliano 2013).

Certamente con la cultura non si mangia, ma è molto nutriente, in quanto è la chiave che consente di produrre

⁵Per una puntuale ricostruzione storica degli slogan governativi anticulturali in Italia rinvio a: Tomaso Montanari, *Privati del patrimonio*, Giulio Einaudi, Torino 2015, pp. 5-17.

ricchezza ai luoghi, perché rappresenta un indotto indiretto: quando io vado a Parigi per il Louvre, o a Bilbao per il Guggenheim, pago un biglietto aereo o ferroviario per raggiungere la mia meta, oppure faccio carburante e pago i pedaggi autostradali, pago il luogo dove alloggio, il cibo che mangio, le attività che scelgo di fare e i servizi che consumo. In questo senso la cultura rappresenta un motore dell'economia. Del resto, la cultura mette in equilibrio ambiente, aspetti morali, norme legislative, profitto economico, pubblicità, professionalità. Quando questi fattori sono in equilibrio, tutto funziona. Per questo con la cultura si esce dalla crisi (economica, di identità, di civilizzazione, di legittimazione dei saperi, normativa). Per questo la cultura è un serbatoio d'interferenze. Per questo la cultura non rappresenta un costo. Lo sa bene il governo francese, che stanziava ogni anno ingenti capitali a fondo perduto in favore della cultura (<http://www.louvre.fr/fonds-de-dotation>), e, come abbiamo visto, legittima, promuove e finanzia fortemente l'intervento pubblico in ambito culturale, consapevole che il patrimonio è un bene comune da condividere, tutelare e promuovere, e che è necessario per la comunità sostenere, custodire e diffondere il patrimonio culturale. Lo ha intuito bene il governo spagnolo, che ha strategicamente scelto di offrire il Guggenheim di Bilbao come richiamo turistico all'interno di un processo di sviluppo sostenibile per trasformare la realtà sociale di un luogo prima degradato.

In ciascuno dei casi presentati, la cultura viene vista e praticata come serbatoio d'interferenze, e trova sempre nuova linfa vitale all'interno della vita quotidiana e dei consumi. Non si limita alla contemplazione visiva, ma permette di abitare, partecipare il processo. Il territorio si offre così come ecosistema

in cui in cui diverse tracce coesistono e si pongono in relazione (Siciliano 2008). Tutto avviene contemporaneamente in questo prima e dopo, sopra e sotto. Quando guardiamo alla cultura di un luogo, e in particolare ai beni culturali che la rappresentano, in un'ottica ecosistemica, vediamo i beni culturali come “relazioni sociali”, in quanto sono inseriti in sistemi più o meno grandi, dove incontrano esperienze negative (resistenze, ostacoli, talora opposizioni), ma dove ottengono possibilità, successi, acquisiscono buone pratiche. Quanto più la comunità riesce ad attribuire senso ai beni culturali, tanto più i beni culturali rafforzano i vincoli comunitari (Toscano 2003).

Tutto ciò vuol dire che, se guardiamo ai luoghi non semplicemente come spazio geografico, ma come spazio di condivisione in cui uomini, ambienti, oggetti, tradizioni, vissuti e culture s'incontrano e si scambiano la propria impronta, finendo per assomigliarsi, e, con la sociologa tedesca Martina Löw, guardiamo allo spazio come orizzonte di significati, come “atmosfera” costituita da esperienze soggettive di cose materiali (Löw 2016: V), rifiutando a priori l'idea di spazio come “contenitore”, se esploriamo lo spazio non solo nelle sue dimensioni fisiche, ma soprattutto relazionali e simboliche, capiamo bene che, quando parliamo di luoghi, ogni territorio, anche quello apparentemente più povero, ha potenzialmente la forza di crescere e superare il traguardo dei propri limiti puntando sulle proprie potenzialità, consapevoli o latenti che siano, a partire dai significati culturali che ingloba. Apparentemente, sostiene la Löw, il concetto di “atmosfera” è esterno a noi, è qualcosa che non si vede, ma si percepisce. La percezione dello spazio porta ad un processo che Martina Löw chiama “sintesi”, l'atto interpretativo d'immaginazione che, mettendo insieme uomini e beni, crea lo spazio. Lo spazio

organizza beni sociali e persone, articolando i beni materiali in una scena potenziale caratterizzata culturalmente attraverso le relazioni e le connessioni che ciascuno di noi è capace di attivare, mantenere nel tempo e curare.

Per questa ragione guardiamo ai territori come spazi comunicativi e comunitari di azione, relazione, costruzione di pratiche e saperi. Di empowerment, appunto, inteso come crescita che nasce dall'autoconsapevolezza delle proprie potenzialità, dall'autostima, dalla scoperta (o riscoperta) della propria unicità (Speer, Hughey 2006, Hagino 2012; Siciliano, Wilson 2016). Se non cominciamo a ripensare l'*empowerment* in modi diversi, proprio come hanno fatto Wordsworth e altri visionari come lui, non possiamo fare passi avanti. La cultura può restituire senso al nostro essere e divenire, perché, come ci ricorda Michel De Certeau, una sempre nuova "invenzione del quotidiano" è intrinseca a ogni bene culturale, i cui codici, non diversamente da quelli sociali, "sono trasformati da chi li usa in metafore ed ellissi delle loro caccie di frodo" (De Certeau 2005: 19). Riciclare il patrimonio culturale come fanno i "cacciatori di frodo", permette a ciascuno di noi di ricostruirlo, appropriandosene in una nuova esperienza. Il patrimonio culturale diventa allora un organismo dinamico, sempre pronto a reinventarsi sollecitato da interferenze, spunti, buone pratiche esterne. Esserne consapevoli permette a tutti noi di guardare alla cultura, e al patrimonio culturale di cui essa è espressione, non semplicemente come mero accumulo di conoscenze, ma come interiorizzazione di significati, con-fusione, rinascita continua. In questo processo di reificazione senza fine, il riprodotto diventa un'entità autonoma (Canclini 1998), un soggetto d'interazione sociale portatore di significato: un significato che può produrre ricchezza, reti di relazioni, sviluppo sostenibile.

6. Conclusioni: la forza rivoluzionaria della cultura

La ricognizione intrapresa esplora alcune conseguenze che la cultura, vista come bene comune, può apportare ai luoghi, e mostra tre diverse modalità rispetto alle quali la cultura umanistica, e il patrimonio culturale di cui è espressione, possono offrirsi come strategia capace di produrre previsioni efficaci e pianificare politiche strutturate capaci di costruire attivamente il presente.

Forse, per comprendere le dinamiche di senso che ci fanno vedere la cultura come bene comune, non è del tutto incongruo paragonare la potenziale forza rivoluzionaria della cultura, vista come bene comune, alla forza rivoluzionaria dell'arte, richiamata dal tardo Benjamin, quando ipotizza la possibilità di un uso politico dell'arte (Benjamin 1955). Stando al sociologo tedesco, con la riproducibilità tecnica la funzione dell'arte cambia: anziché fondarsi sul rituale, si fonda sulla politica, entra nel processo di produzione, di scambio e consumo nel quale si può e si deve agire promuovendo il potenziale progressivo dell'arte politicizzata e collettivizzata. La riproduzione tecnica e le caratteristiche della fruizione dell'opera d'arte riprodotta alterano inevitabilmente il senso e il significato individuali e sociali dell'arte, ma ciò non comporta solo perdite, visto che al fruitore arriva qualcosa di profondamente mutato, inadatto a promuovere le sensazioni, i sentimenti e le attività intellettuali cui era destinato. Allo stesso modo, rendere accessibile la cultura in quanto bene comune e disseminarla, rende possibile un atteggiamento critico e conoscitivo verso la realtà, e rappresenta un punto di partenza produttivo, in cui la cultura non è ancorata ad una tradizione sterile e autoreferenziale, ma diventa uno strumento complesso per affrontare al meglio l'evoluzione sociale. Come ci ricorda Martha Nussbaum, "ci si

sente ripetere che questi non sono tempi per credere nella cultura, sono invece proprio questi i tempi in cui non possiamo non crederci” (Nussbaum 2011): la conoscenza nutre la libertà di pensiero e di parola, l'autonomia del giudizio, la forza dell'immaginazione. Coltivare la cultura come bene comune può essere la chiave per generare ricchezza sociale.

Bibliografia

1. Abruzzese A., 1998, *Archeologie dell'immaginario*, Liguori, Napoli.
2. Id., 2002, *Spazi museali. Le discariche del mondo moderno e il loro perturbante*, in: *I musei dell'iperconsumo*, Atti del convegno, Accademia Nazionale di san Luca, a cura di P. Ciorra e S. Suma, Roma.
3. Arnold M., 1946 [1869], *Cultura e anarchia. Saggio di critica politica e sociale*, Einaudi, Torino (ed. orig.: *Culture and Anarchy*, Cornhill Magazine, Londra).
4. Böhme G., 2017, *Critique of aesthetic capitalism*, Mimesis Milano
5. Boltanski L., Esquerre A., 2017, *Enrichissement, Une critique de la marchandise*, Gallimard, Paris
6. Bauman Z., 1976 [1973], *Cultura come prassi*, Il Mulino, Bologna (ed. orig.: *Culture as Praxis*, Routledge & Kegan Paul, London).
7. Bennato D., 2017, *A che serve la cultura umanistica nell'era della tecnologia*, in: *Agenda digitale*, 28 dicembre 2017 <https://www.agendadigitale.eu/cultura-digitale/a-che-serve-la-cultura-umanistica-nellera-della-tecnologia/>
8. Benjamin W., 2000 [1955], *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, Einaudi, Torino (ed. orig. *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*, in *Zeitschrift für Sozialforschung*).

9. Borrelli D., 2008, *Il comune da inventare. Il Mezzogiorno alla prova della seconda modernità: il caso di Cavallino*, in: *Un paese da sfogliare: Cavallino di Lecce alla luce della ricerca sociale* (a cura di Sarah Siciliano), FrancoAngeli, Milano.
10. Borrelli D., Gavrila M., Siciliano S., 2013, *Prove di democrazia energetica. La comunicazione in «movimento»*, in *Rassegna Italiana di Sociologia* / a. LIV, n.4, ottobre-dicembre 2013 <http://www.rivisteweb.it/doi/10.1423/76022>.
11. Canciani N.G., 1998 [1989], *Culture ibride. Strategie per entrare ed uscire dalla modernità*, edizioni Angelo Guerini e Associati, Milano.
12. Canfora L., 2004, *Noi e gli antichi. Perché lo studio dei Greci e dei Romani giova all'intelligenza dei moderni*, Rizzoli, Milano.
13. Crespi F. (a cura di), 1990, *Sociologia e cultura. Nuovi paradigmi teorici e metodi di ricerca nello studio dei processi culturali*, FrancoAngeli, Milano.
14. Cristante S., 2011, *Prima dei mass media. La costruzione sociale della comunicazione*, Egea- Bocconi, Milano.
15. De Certeau M., 2005 [1990], *L'invenzione del quotidiano*, Edizioni Lavoro, Roma (ed. orig.: *L'invention du Quotidien. Vol. I. Arts de Faire*, Editions Gallimard, Paris).
16. Donatelli P., 2018, *Il lato ordinario della vita. Filosofia ed esperienza comune*, Il Mulino, Bologna.
17. Gallino L., 2004, *Dizionario di Sociologia*, voce: "cultura", pp. 185-193, Utet, Torino.
18. Griswold W., 1997 [1994], *Sociologia della cultura*, Il Mulino, Bologna.
19. Judt T., 2011, *Guasto è il mondo*, Laterza, Roma – Bari.

20. Löw M., 2016, *The Sociology of Space. Materiality, Social Structures, and Action*, Translated from the German by Donald Goodwin, Palgrave Macmillan.
21. Marcuse H., 1969 [1965], *Cultura e società. Saggi di teoria critica 1933-1965*, Einaudi, Torino.
22. Mc Luhan M., Fiore Q., 1968 [1967], *Il medium è il messaggio*, Feltrinelli, Milano.
23. Hagino H., 2012, *Practice-Based Innovations at 'Sendan No Oka': Motivation Management and Empowerment Management*, in: Melkas H., Harmaakorpi V., 2012, *Practice-Based Innovation: Insights, Applications and Policy Implications*, Springer - Verlag Berlin Heidelberg, Chapter 20, pp. 393-415 (doi: 10.1007/978-3-642-21723-4).
24. Montanari T., 2015, *Privati del patrimonio*, Einaudi, Torino.
25. Morcellini M., 2013, *Cultura. La sociologia della comunicazione alla luce del nodo cultura/media*, in: *Media che cambiano, parole che restano*, FrancoAngeli, Milano, pp. 19-24.
26. Nussbaum M.C., 2011, *Perché le democrazie hanno bisogno della cultura umanistica*, Il Mulino, Bologna.
27. Postman N., 1993, *Technopoly. La resa della cultura alla tecnologia*, Bollati Boringhieri, Torino.
28. Sgarbi V., Tremonti G., 2017, *Rinascimento. Con la cultura (non) si mangia*, Baldini Castoldi, Milano.
29. Settis S., 2005, *Battaglie senza eroi. I beni culturali tra istituzioni e profitto*, Electa, Milano 2005.
30. Id., 2015, *Il mondo salverà la bellezza? Responsabilità, anima, cittadinanza*, Ponte alle Grazie, Firenze.
31. Id., 2016, *Il diritto alla cultura nella costituzione italiana*, Forum edizioni 2016.

32. Siciliano S., 2008, *Mediamorfosi del patrimonio culturale*, Ipermedium, Napoli.
33. Id., 2018, *Ri-mediare I luoghi. Comunità e cambiamento sociale*, FrancoAngeli, Milano.
34. Siciliano S., Wilson N.P., 2016, *D.O.M.U.S. M.E.A. Comunicazione ed empowerment dei luoghi*, Mimesis, Milano.
35. Speer P.W., Hughey J., 2006, *Mechanisms of Empowerment: Psychological Processes for Members of Power-based Community Organizations*, Wiley Blackwell (John Wiley & Sons), “Journal of Community & Applied Social Psychology”, Year, vol. 6, issue 3, pp. 177-187.
36. Toscano M.A., 2003, *Per una sociologia dei beni culturali*, in “Sociologia e ricerca sociale”, n. 71, anno XXIV, pp. 5-28.
37. Tylor E.B., 1871, *Primitive culture*, Murray, London.
38. Williams R., 1983, *Culture*, in *Id., Keywords: a vocabulary of Culture and Society*, Fontana, London, pp. 87-93.
39. Wordsworth W., 1906 [1810], *Guide to the Lakes*, Henry Frowde, London.