Economia civile: Economia e cultura

Rapporti tra economia e cultura

I rapporti tra economia e cultura, estesa anche a pratica e fruizione artistica, sono uno dei campi dove si avverte più forte l'attitudine trasformativa dell'economia sulle nostre vite, e non necessariamente in senso manipolatorio, opaco o comunque negativo.
Un tempo, a testimoniare la relazione tra economia e cultura, emergeva solo la figura del mecenate, della persona facoltosa che con disinteressata liberalità sosteneva arti e scienze.
Un ruolo affermatosi fin dalla Roma antica, grazie a Gaio Cilnio Mecenate, appunto, amico e collaboratore di Ottaviano Augusto.
La realtà nella quale siamo immersi è molto più articolata: la partecipazione alla vita culturale è entrata tra le condizioni che definiscono l'esercizio attivo della cittadinanza e molti la ritengono un requisito di inclusione e coesione sociale, un aiuto indispensabile per la costruzione di senso –civile e individuale, tanto da riconoscere la sua scarsità tra le componenti della accezione corrente di povertà.
L'accesso di fasce sempre più estese di cittadini alla cultura e all'arte è diventata un tratto caratteristico delle società contemporanee, quantomeno di quelle prossime alla nostra.
Non poteva che derivarne, sotto il profilo dello status sociale e politico, l'assunzione della cultura nel sempre più affollato mondo dei diritti, con immediato coinvolgimento della intrigante coppia pubblico/privato.
Cultura ed economia sono mondi intrecciati in una crescente molteplicità di interazioni che coinvolgono -di volta in volta a diverso titolo- corpi intermedi, istituzioni pubbliche, organizzazioni private sia *profit* sia *not for profit*, autonomie locali, singoli cittadini.
Attivare la collaborazione tra soggetti così diversi è impegnativo, richiede che ogni parte sia affidabile per l'altra e quindi che il necessario impiego di risorse, pubbliche e private, sia svolto e documentato in modo professionale, attingendo al vasto repertorio di tecniche e buone pratiche gestionali ora disponibili.
Non mi riferisco solo alle risorse finanziarie, al denaro, ma a tutto il mondo di competenze necessarie alla realizzazione di un progetto culturale: occorre infatti suscitare consapevolezza e consenso sugli obiettivi, pianificare con ragionevole precisione risultati intermedi e risultati finali oltre a entità e tempi delle operazioni, serve trovare il supporto finanziario alla realizzazione, bisogna informare diverse categorie di interlocutori sullo stato di avanzamento dei lavori e sui risultati raggiunti, e così via.
Chi sostiene un progetto culturale -un premio letterario, una mostra o un ciclo di conferenze- si tratti di un ente pubblico o di un grande *sponsor*, piuttosto che di una moltitudine di piccoli donatori, si attende un rafforzamento della propria reputazione e quindi non solo deve essere buona l'idea di fondo, il *concept*, ma la realizzazione stessa del progetto deve essere una rappresentazione vivente, una metafora, dell'integrità e della visione di chi decide di condividere, almeno per un po', il cammino dell'organizzazione culturale che sta sostenendo.
Il vincolo è reciproco, il successo di una parte si riflette direttamente sull'altra, così come l'inciampo della prima fa vacillare anche la reputazione della seconda.
La diffusione della cultura è una grande impresa sociale che richiede a tutti i partecipanti trasparenza e correttezza, mettendo in pratica competenze mutuate in gran parte dagli ambienti *profit*, dove la loro elusione porta all'esclusione per inaffidabilità, un moltiplicatore insidioso di incertezza.

Non sto sostenendo che il mondo del *business* sia "trasparente e corretto", anzi proprio la necessità di migliorare giorno per giorno tecniche, norme deontologiche e norme vere e proprie testimonia del contrario. Rilevo solo che la promozione della cultura su grande scala ha un carattere necessariamente aziendale, nel senso letterale del termine, come complesso coordinato di beni e competenze destinati a soddisfare bisogni umani. Come tale va trattato.
Sotto questo profilo le tecniche manageriali hanno piena cittadinanza nel mondo della cultura.
Dobbiamo però tener conto anche delle "istruzioni per l'uso", perché l'impiego di un dato complesso di competenze, quale esso sia, produce sempre un "alone" di modi di fare, di mentalità, di valori che tendono a diventare una sorta di filtro, attraverso il quale la caotica molteplicità dei fati quotidiani viene ordinata, riceve un significato, costruendo in definitiva uno schema –tra i tanti- di comprensione del mondo.
Siamo al paradosso della associazione *not for profit* costruita su una chiara proposta valoriale e sviluppata con la personale dedizione dei suoi membri: le motivazioni ideali fortemente condivise fanno superare le prime difficoltà e l'ambito di azione della associazione si espande.
La scala più ampia delle operazioni richiede tuttavia forme di organizzazione prima non necessarie e l'adozione di competenze non legate al nucleo valoriale originario: dall'esclusiva presenza dei tratti ideali che definiscono l'appartenenza (*membership*) si passa all'influenza delle ragioni del *management*.
Non siamo di fronte a un processo di irreversibile contaminazione, di tendenziale asservimento alla logica economica di tutti gli altri aspetti dell'esperienza umana, a condizione che si decida di governare l'equilibrio dinamico (come facciamo andando in bicicletta) tra perseguimento delle motivazioni istituzionali, tipicamente estranee alla logica del profitto, e obbligo a non sprecare risorse –tanto più se pubbliche- offrendo un servizio, una prestazione complessiva, di qualità elevata.
L'esperienza delle fondazioni museali che hanno meglio interpretato la loro ragion d'essere (organizzazioni di diritto privato che perseguono obiettivi pubblici) sta ad illustrare che è possibile sviluppare un'offerta culturale di qualità all'interno di un profilo economico e gestionale che ne permetta la continuità a valere nel tempo.
La continua ricostruzione dell'equilibrio tra missione culturale e vincoli economici viene perseguita attraverso l'immissione di nuove competenze e originali modelli di *governance*, cioè criteri di attribuzione di prerogative di decisione e controllo ai diversi organi della fondazione.
È al servizio di queste esigenze, a cominciare dalla reciproca conoscenza dei due ambiti di attività, che si sono mosse da circa venti anni le istituzioni formative, universitarie in particolare, con corsi di laurea e programmi master dedicati alla gestione delle attività e dei beni culturali.
A distanza di tempo, il cambiamento portato dalla nuova generazione di professionisti comincia a dare risultati significativi.

Prof. Bruno Bernardi