



Valorizzare le risorse

STATI GENERALI DELLA BELLEZZA

Nei giorni e nelle settimane scorse, in questo spazio, diversi opinion maker (a cominciare da Andrea Kerbaker, che ha ricordato il recente rapporto annuale di Federculture, sottolineando come il «bilancio» 2011 sulla fruizione del patrimonio artistico del Paese riveli, un po' a sorpresa, numeri in crescita, per tutte le voci) hanno dibattuto sui temi della cultura, dell'arte e sul ruolo che Milano potrebbe, e dovrebbe, recitare in questo settore. Non voglio certo ripetere quello che è già stato sottolineato con precisione e lucidità. Piuttosto, vorrei prendere spunto dalle diverse considerazioni per rilanciare una proposta alla quale, da tempo, sto pensando. Direi una cosa davvero banale, se ricordassi come il patrimonio artistico e culturale del nostro Paese rappresenta un «asset» - come si usa dire oggi - e direi una cosa altrettanto scontata se dovessi sottolineare come uno dei peccati capitali dell'Italia è quello di non sfruttare appieno tale patrimonio. Ma vorrei fare un passo avanti. Mi vado sempre più convincendo che «restringere» il concetto di patrimonio culturale all'arte, alla musica, ecc. ecc., non rende forse giustizia piena a quello che il nostro Paese possiede e

può offrire in termini di attrattiva. Per questo, credo che sia più consono e adeguato parlare di «bellezza» in senso lato. Bellezza sono il paesaggio, la natura, i monumenti, le opere d'arte, certo. Ma lo sono anche le incredibili creazioni di artigiani che, usando materiali diversi, ottengono manufatti che il mondo intero ci invidia. Così come avviene anche per il design e per la moda, due voci che ci vedono protagonisti indiscussi del bello e del «fatto in Italia», in tutto il globo. Ma bellezza è anche gustare il vero risotto con l'ossobuco alla milanese (il migliore, nel miglior posto), piuttosto che il culatello di Zibello, o il gelato al gianduia di Saluzzo. Bellezza può essere giocare a scopa in una bocciofila in Toscana con gli anziani che masticano il tabacco, piuttosto che visitare una bottega artigiana di Gubbio o di Messina, e così via. Insomma, l'elenco potrebbe continuare a lungo. Ecco allora la proposta: lanciare una sorta di grande momento di riflessione e di confronto sulla bellezza. Fare «il punto» e, sostituendo i fatti alle parole, dare avvio a una grande campagna, permanente, sulle bellezze del nostro Paese. Senza retorica, con sguardo lucido e disincantato. Con proposte concrete perché davvero si dia vita a una svolta nella gestione e nella valorizzazione del nostro inestimabile patrimonio. Chiamando a un confronto serrato tutti gli uomini diciamo «di buona (o bella, in questo caso) volontà», tutti coloro, cioè, che hanno titolo e competenza per impegnarsi in questa campagna, siano essi italiani o stranieri, purché amanti delle bellezze del nostro Paese. Forse Milano, se stiamo agli stereotipi del «bello», non potrà magari competere con altri luoghi (inutile ricordarli, ci vorrebbe un'enciclopedia più che due colonne di giornale), ma la nostra città - nel bene e nel male, piaccia o non piaccia - ha sempre dimostrato, in ogni campo, di saper precorrere i tempi, e di dare il «la» a molti fenomeni. Dunque, potrebbe anche ospitare e lanciare gli «Stati generali della Bellezza». (**Guido Galimberti** - fondatore di Opera Art Solutions)

