

Nel poco tempo a disposizione desidero concentrarmi su due concetti che, durante gli anni che mi hanno visto operare come assessore alla cultura (e anche come presidente dell'associazione delle Città Italiane d'Arte e Cultura), mi si sono via via rivelati come prioritari rispetto a tanti altri pur importanti. Due concetti strettamente intrecciati l'uno all'altro.

Il primo ha a che fare con il ruolo da assegnare alla cultura nelle politiche pubbliche. Quello che viene ormai da tempo considerato "il caso Torino" può essere un esempio molto chiaro a cui fare riferimento per esprimere questo primo concetto. Durante la campagna per le amministrative del '97 era circolata con insistenza la seguente considerazione: "la prossima amministrazione dovrà rendere il più indolore possibile l'inevitabile declino della Città". La causa di una simile diffusa convinzione era la difficoltà, quasi l'impossibilità, di immaginare che una città vissuta per un secolo di automobile potesse sopravvivere alla fine della medesima. Dopo la riconferma il sindaco Castellani mi assegnò un assessorato di nuova concezione dedicato alla "promozione della Città" e ebbi così la fortuna di partecipare alla fase in cui si decise di seguire l'esempio di quelle città europee, confrontabili con la nostra (molto di più di qualsiasi altra città italiana), che avevano saputo reagire alla crisi industriale cambiando profondamente mentalità e visione: le città che, come si diceva allora, "ce l'avevano fatta". Insieme a tutte le componenti attive del sistema-città si elaborò e si co-firmò un piano strategico decennale che in seguito si rivelò utile non solo come programma di lavoro ma anche, cosa ancora più importante, come nuovo linguaggio condiviso. Forse per vizio professionale, data la mia origine di uomo di scuola, considero il segno più evidente della trasformazione avvenuta nella nostra città proprio il cambiamento delle parole: quelle con le quali i torinesi parlavano di se stessi e della loro città e quelle con le quali i forestieri parlavano di Torino e dei torinesi.

In quel piano la cultura era indicata come una delle cinque linee strategiche fondamentali. I motivi di quella scelta erano diversi: alcuni molto noti come la fondamentale importanza per una città italiana di conservare e valorizzare l'immenso patrimonio che le è stato affidato dalla storia, la necessità di aiutare i cittadini ad avere occasioni di formazione per tutto il corso della loro vita, la ricaduta economica sull'occupazione e sulle attività connesse all'accoglienza; altri meno scontati. Uno in particolare a me pare fondamentale e può essere espresso così: la vita culturale di una città costituisce lo strumento di comunicazione più rapido ed efficace per diffondere nel mondo globalizzato l'immagine della forza, dell'affidabilità, della simpatia di quella città e quindi la convenienza di rapportarsi con essa; a vantaggio non tanto degli ambienti culturali quanto di tutto il sistema-città a partire dalle sue componenti economiche. Questo non perché non siano fondamentali altri aspetti come le infrastrutture o il welfare o la pubblica istruzione ma perché essendo la sicurezza ontologica degli abitanti e la stima internazionale nei loro confronti (rilevate proprio dalle idee e dalle parole con cui si pensa e si parla di quella città dentro e fuori le sue mura) le precondizioni per qualsiasi forma di sviluppo e di progresso, è ovvio che lo strumento più efficace per il cambiamento sono le politiche culturali perché è proprio la cultura ad occuparsi di idee e di parole.

Ebbene un ragionamento all'apparenza così ovvio alla prova dei fatti non passa o passa con molta difficoltà. Anche nelle situazioni più favorevoli è difficile andare oltre giustificazioni del tipo: "scelta di civiltà", "qualità della vita", "ricaduta sull'economia". Evidentemente il principio secondo il quale ciò che conta di più per l'uomo non è

tanto la realtà quanto la sua rappresentazione fa molta fatica a trasformarsi in strategia politica. Eppure il caso Torino è un esempio lampante di quanto sia vero quel principio. La bellezza del paesaggio, il patrimonio culturale, la serietà e l'affidabilità dei suoi abitanti hanno sempre caratterizzato la nostra comunità ma chi di noi è in azione da tanto tempo sa bene come quei dati di realtà, per tutto quel tempo, non siano riusciti a coagulare, all'esterno ma neppure all'interno, in una visione paragonabile a quella che oggi ha preso finalmente forma e consistenza.

La difficoltà con cui si concepisce il ruolo delle politiche culturali, e questo è il secondo concetto, ha prodotto e continua a produrre confusione e improvvisazione quando si passa alla programmazione e in particolare alla spinosa questione delle risorse. La crisi che stiamo attraversando non deve indurci a sottovalutare una questione di questo tipo, a cominciare dal fondamentale aspetto del fabbisogno. Se è vera la priorità di cui ho prima parlato è davvero poco comprensibile il motivo per il quale nel nostro paese non si quantifichino mai i bisogni culturali di un territorio. Sarebbe inconcepibile non quantificare i bisogni di istruzione, di servizio sanitario, di trasporto pubblico. L'individuazione dei bisogni non sempre porta, come sappiamo, al soddisfacimento dei medesimi ma almeno costituisce un traguardo a cui tendere. Per la cultura nulla del genere si fa nel nostro paese; il che autorizza non solo tagli al primo sintomo di crisi, e cioè quasi sempre, ma anche sottovalutazione e molto spesso disprezzo e derisione. Un assessore alla cultura, ma anche un ministro, nel nostro paese è senza sestante e quindi è il più esposto agli attacchi più svariati. Credo che sarebbe di grande utilità e fortemente innovativo lo sforzo per indicare punti di riferimento quantitativi (e qualitativi ovviamente) circa i fabbisogni culturali di una certa popolazione in modo che si sappiano dosare gli interventi (pubblici o privati o misti che siano) e si sappia valutare, specie in momenti di difficoltà come quelli che stiamo vivendo, che cosa si perde tagliando e azzoppando le politiche culturali. Che almeno si sappia...

Fiorenzo Alfieri