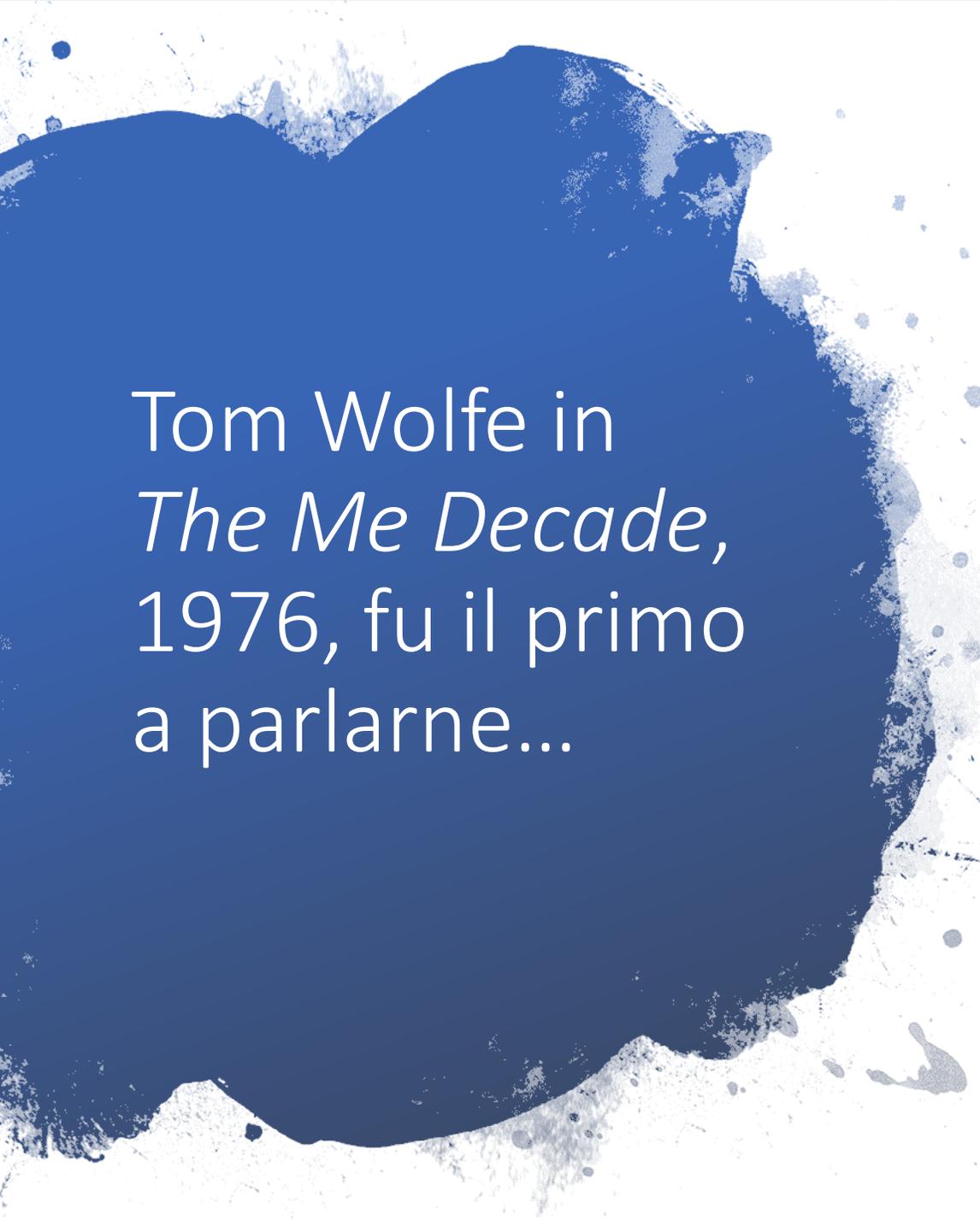


PER UNA LETTURA CONTEMPORANEA DEL PATRIMONIO

Roberto Balzani



Tom Wolfe in
The Me Decade,
1976, fu il primo
a parlarne...

- Il **narcisista** ha perduto «l'antica fiducia umana nell'immortalità seriale»: non sentendosi vincolato ad una catena generazionale, non ha il problema di raccogliere eredità provenienti dagli antenati, né si pone il tema di lasciare qualcosa ai posteri.
- L'autodeterminazione assoluta spinge verso una **privatizzazione del tempo**. Ciascuno vuol gestire il proprio in via autoreferenziale. Da qui deriva il senso dell'**eterno presente** in cui viviamo e la percezione costante di **non avere tempo**.
- A far le spese della **presentificazione** sono in primo luogo le istituzioni create per sopravvivere nel tempo alle generazioni: BAM. Questo contribuisce a spiegare perché è più facile trovare denaro per l'**attività puntuale** di un museo (una mostra) che per un'**attività di mantenimento** (catalogazione, deposito, ecc.).

Rispetto al “patrimonio selettivo” di un tempo (destinato a durare), assistiamo ad una crescente “patrimonializzazione” di cose, oggetti virtuali, pratiche: un nuovo “**paesaggio patrimoniale**”

L’esperienza del grande «**inverno demografico**»: si allunga la vita; si allunga la giovinezza; la morte «invecchia». La durata si trasferisce dalle cose che ci circondano a noi stessi

La **lunga giovinezza** altera le scelte di vita. La scansione tradizionale giovinezza/maturità/vecchiaia è cambiata rispetto alle generazioni precedenti. La questione patrimonio/eredità muta in senso biologico

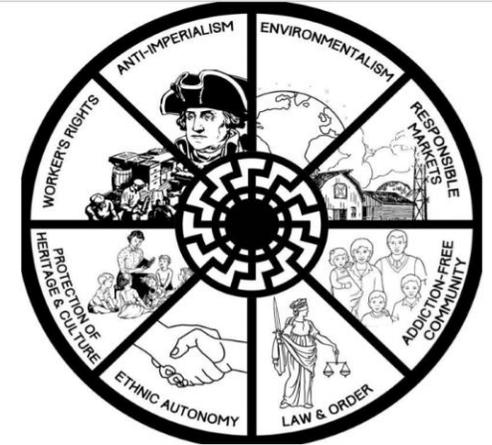
La **sovrapposizione di diverse identità** scandisce la nostra vita, insieme alla **presentificazione**, che toglie spazio ad una lettura prospettica della propria vita. La «memoria culturale» diventa fragile

I CAMBIANTI GENERAZIONALI INFLUISCONO
SULLA PERCEZIONE DEL PATRIMONIO?



II PATRIMONIO NELL'ETÀ DELLA SOGGETTIVITÀ E DELLE RELAZIONI

- **Il trionfo della soggettività.** Il pluralismo museale lo testimonia. Incremento consistente della “domanda” di museificazione, a partire da percorsi “dal basso”. Effetto del nuovo “paesaggio patrimoniale”.
- **Centralità retorica, marginalità economica.** Il patrimonio non è mai stato così presente nel lessico e nella produzione normativa (Codice dei BB.CC., Unesco, UE). Tuttavia *l'investimento culturale* va da un'altra parte (solo il 10%, in media, arriva all'ambito BAM – dato Stato/Regioni).
- **La performance di BAM è di solito misurata da due indicatori (insufficienti):** visitatori/bigliettazione; indotto turistico.
- **Però che cosa si chiede oggi a BAM?** Integrazione sociale (immigrazione, disabilità); attivazione di percorsi educativi innovativi; processi di solidarietà territoriale. C'è un **allargamento del campo del patrimonio** dagli oggetti alle relazioni.
- **Occorre quindi riflettere** sul fatto che il patrimonio BAM è **un'infrastruttura culturale a crescente valore sociale**. Come tutte le infrastrutture costa, ma i criteri di sostenibilità delle infrastrutture non sono quelli delle imprese. E poi ci sono le **attività creative, i servizi, le imprese culturali**, che hanno bisogno del patrimonio BAM per svilupparsi e per generare valore. Sono due cose **diverse**.



Sfide & Rischi/1
Il patrimonio come
magnete identitario
delle comunità
STABILITA'/DURATA

- Versione etnocentrica: da quella tradizionale, basata sulla conservazione «assoluta», fino a quella «paranoica» di Brenton Tarrant
- Versione «paesaggistica»: beni e contesti in armonia producono senso (materiale/immateriale)

Sfide & Rischi/2
Il patrimonio come
espressione del
nomadismo culturale di
cose, idee, persone
CONTAMINAZIONE/
MUTAMENTO

- Versione «cosmopolitica» estrema: dematerializzazione degli oggetti. Contano solo i contesti performativi
- Versione innovativa: oggetti e narrazioni, attraverso ricerca e tecnologia, rifondano una relazione fra materiale e immateriale



OBJECT :
01001011010010110100101101001001011
10100101HISTORY,1010010110100101101
11010010110100110100101HERITAGE10100
10100101101001011010010110100101101
MEDIATION00101101001011010010110100
011010010101001011010010110IN THE10
110100101101DIGITAL AGE001011010010
101011010010110100101101001011010010