Siponto, basilica paleocristiana di Tresoldi. Occasione perduta?

Author : Geppe Inserra

Date : 17 Ottobre 2016



Inchiostronline, testata web della *Scuola di giornalismo Suor Orsola Benincasa*, pubblica, a firma della brava **Rossella Grasso**, una intervista veramente memorabile a **Giuliano Volpe**, presidente del Consiglio superiore per i beni culturali e paesaggistici. Il rettore emerito dell'Università di Foggia, dove insegna tuttora archeologia, parla a tutto tondo sul marketing dei beni culturali, con particolare riferimento al Mezzogiorno.
L'aspetto veramente interessante e suggestivo della chiacchierata tra Volpe e la giornalista sta nel punto di vista, che è quello dell'emozione che un reperto, un oggetto del passato riescono a suscitare, più che nell'aspetto culturale fine a se stesso. Una rivoluzione copernicana, o quasi.
"I musei e le aree archeologiche devono suscitare curiosità, piacere ed emozioni, aiutarci a vivere meglio e non farci sentire inadeguati", si legge nell'incipit dell'intervista, che vi invito a leggere integralmente, a questo link.
Nell'intervista si parla anche della provincia di Foggia. Ampio spazio viene riservato alla *lectio magistralis* tenuta da Volpr in occasione della XIII Edizione de "Le idee per Accadia", il piccolo borgo medioevale dei Monti Dauni.
Parlando a tanti rettori delle Università del Sud, "Volpe - scrive la giornalista - li ha invitati a incentivare la formazione per i beni culturali e a non dissuaderla perché è questo l'unico settore in crescita in Italia. Lo dichiara il Rapporto Symbola-Unioncamere 2016 che sottolinea come alle industrie culturali, al patrimonio storico artistico, e alle arti performative si deve il 6,1% della ricchezza prodotta in Italia: in altri termini 89,7 miliardi di euro. Ma non finisce qui, perché la cultura ha sul resto dell'economia un effetto moltiplicatore: per ogni euro prodotto dalla cultura, se ne attivano 1,8 in altri settori.

Investire su gestioni innovative potrebbe far aumentare questi numeri. "È questo il vero tema su cui l'Italia non ha fatto niente, concentrandosi solo sulla tutela, imponendo vincoli", spiega Volpe. Secondo il professore, la gestione è vista come qualcosa di negativo e il marketing come "una bestemmia".

L'aspetto paradossale è che l'invito rivolto da Volpe ai rettori meridionali è stato disatteso proprio dalla suo Ateneo, quello di Foggia, che ha bocciato la proposta di una laurea specialistica in archeologia e comunicazione culturale. Ma questo è un altro discorso...
Nella intervista rilasciata ad *Inchiostronline,* Volpe entra nel merito di politiche di marketing che dovrebbero essere più attente al *genius loci*, parlando per esempio del caso di Pompei dove il solo punto ristoro offerto ai turisti è un autogrill: “Suggerisce al visitatore che stare in autostrada o a Pompei, è praticamente la stessa cosa. Eppure un ristorante ben fatto, magari con menù a tema potrebbe arricchire la qualità di quel luogo, non annullarla rendendolo un non-luogo.”
Tra le occasioni sprecate, **Rossella Grasso** inserisce anche la ricostruzione della basilica paleocristiana di Siponto che ha attirato a Manfredonia tra la primavera e l’estate scorsa ben 100.000 visitatori. Con ricadute scarse, però. “Qui sono stati investiti molti milioni di euro per il restauro dell'antica area archeologica dove sorge una chiesa paleocristiana. L'amministrazione ha avuto la lungimiranza di affidare la riqualificazione del sito a un architetto di 28 anni, **Eduardo Tresoldi**. Il giovane professionista ha costruito una struttura in ferro che riproduce la fisionomia dell'antica chiesa, ne protegge i resti ed è essa stessa un'opera d'arte. "Peccato che non ci sia nessuno ad accogliere i visitatori e a spiegare qualcosa su quel sito", testimonia Giuliano Volpe. Una vera occasione mancata considerato che fin ora l'opera ha accolto 100.000 turisti che probabilmente avrebbero anche pagato per saperne di più.”
Si parla tanto di valorizzazione dei beni culturali, poi quando li si valorizza, e potrebbero veramente produrre reddito ed occupazione, ci si dimenticxa di farlo. È una delle più acute contraddizioni che angustiano il Mezzogiorno.