

il Giornale ed. Roma

DAL 23 SETTEMBRE

La Paolina imbrattata risveglierà le coscienze

Parte da Roma il tour del Canova in versione «trash» contro il degrado dei monumenti

Emiliano Leonardi

● È una campagna eclatante, quella lanciata dalla Fondazione CittàItalia, ma siamo certi che riuscirà a smuovere le coscienze dei cittadini. Anche se osservare una statua come quella di Paolina Borghese imbrattata e incorniciata da sacchetti della spazzatura, lattine e bottiglie di plastica, non è certo un'istantanea distante dalla quotidianità offerta dai monumenti del Belpaese.

Ne deriva che, con una campagna studiata dalla Renzi e Partners, a partire dal 23 settembre (e fino al 1° ottobre) la statua di Paolina Borghese - la celebre figura scolpita da Antonio Canova, simbolo di bellezza universalmente riconosciuto, assunta quale migliore interprete della citazione di Fedor Dostoevskij «La bellezza salverà il mondo» che accompagna l'iniziativa sin dalla sua nascita - si trasformerà in un testimonial d'eccezione: in dieci giorni raggiungerà altrettante città, in modo da sensibilizzare i cittadini sullo scempio subito dai nostri beni culturali. Si partirà da Roma e si tornerà nella capitale, dopo aver toccato piazze importanti (Viterbo e Frosinone fra queste) e soprattutto dopo aver chiesto ai cittadini, ai corpi intermedi della società e al mondo dell'associazionismo di scegliere una (possibilmente quella giusta) fra le due strade che si trovano davanti: la prima, lasciare che i beni culturali rimangano «cosa loro»; la seconda, proseguire nell'impegno perché maturi nella società civile la consapevolezza che la cura del patrimonio artistico è compito tanto delle istituzioni quanto dei cittadini.

«Noi della Fondazione CittàItalia - ha spiegato il Segretario generale Ledo Prato - abbiamo scelto la seconda strada. Per questo siamo impegnati, da tre anni a questa parte nella realizzazione delle Giornate dell'Arte, una grande campagna di sensibilizzazione e di raccolta fondi per il restauro dei beni culturali. Attraverso il coinvolgimento molte amministrazioni comunali, di molti gruppi organizzati (gli artigiani, le libere professioni, gli agenti di viaggio, le aziende pubbliche locali, ndr) e di alcune primarie imprese, intendiamo sensibilizzare i cittadini perché si prendano cura, ciascuno in prima persona e secondo le proprie possibilità, dei beni artistici che gli appartengono, nella convinzione che le risorse pubbliche, da sole, non consentano la piena salvaguardia dei beni culturali e che occorre ricercare forme di più intensa e fattiva collaborazione tra pubblico e privato. Insomma: la nostra è una battaglia per difendere la bellezza e costruire un futuro migliore per il nostro Paese».

«Non prendersi cura dell'arte è come buttarla via», questo lo spot che accompagnerà la campagna-tour, una provocazione fatta sulla scia del successo di critica che ha riscosso l'immagine del David di Michelangelo mutilato ad una gamba («Senza il tuo aiuto in Italia potrebbe mancare qualcosa») nel 2005. Le Giornate dell'Arte si svolgono sotto l'Alto Patronato del Presidente della Repubblica, con il Patrocinio del Ministero per i Beni e le Attività Culturali, della Commissione Nazionale italiana dell'Unesco, dell'Anci, dell'Upi e del Segretariato Sociale Rai.



La Paolina Borghese del Canova tra la spazzatura