

CAPITOLO 4

La cultura della collezione

Gestire una collezione oggi significa trasformare il patrimonio in conoscenza condivisa e memoria viva, coniugando metodo, responsabilità e visione



di **Giulia Tosetti**
Founder & CEO di Emblème

Quando l'anno scorso, per questo stesso inserto, scrivevo dell'importanza di una cultura della collezione, intendevo un insieme di pratiche e di attenzioni che consentissero di guardare ai beni artistici e culturali non solo come oggetti da conservare, ma come nodi di una rete viva di relazioni, significati e responsabilità. Quella riflessione resta oggi più attuale che mai. Negli ultimi anni il contesto è profondamente cambiato: la gestione di un patrimonio culturale – che sia pubblico o privato – è diventata più complessa, più tecnologica, ma anche più consapevole. Le collezioni corporate e istituzionali, cui questo inserto in buona parte si riferisce, si muovono ormai dentro logiche di governance culturale, integrate con i criteri ESG e con le strategie di sostenibilità. La domanda che sempre più spesso ci viene rivolta è come trasformare il possesso di un bene in conoscenza condivisa, e la tutela in valore sociale.

Il principio di partenza resta invariato: non si può tutelare ciò che non si conosce. La conoscenza è la prima forma di cura e passa attraverso un lavoro di mappatura, catalogazione e restituzione narrativa che consente di leggere la collezione come un sistema e non come un insieme di oggetti. La conoscenza genera responsabilità: solo comprendendo la natura di ciò che si possiede è possibile adottare politiche di conservazione efficaci, di prestito consapevole e di valorizzazione rispettosa. Oggi più che mai, la documentazione, la conservazione preventiva e la digitalizzazione non sono attività accessorie, ma strumenti di tutela attiva. Ogni informazione aggiunta, ogni collegamento tracciato, ogni relazione messa in evidenza contribuisce a dare senso al patrimonio e a trasmetterlo alle generazioni future. In un tempo in cui la cultura del dato attraversa tutti i settori, anche quello dell'arte è chiamato a dotarsi di strumenti di gestione e analisi che consentano di rendere le collezioni non solo più accessibili, ma anche più «intelligenti», capaci cioè di dialogare con altri archi-

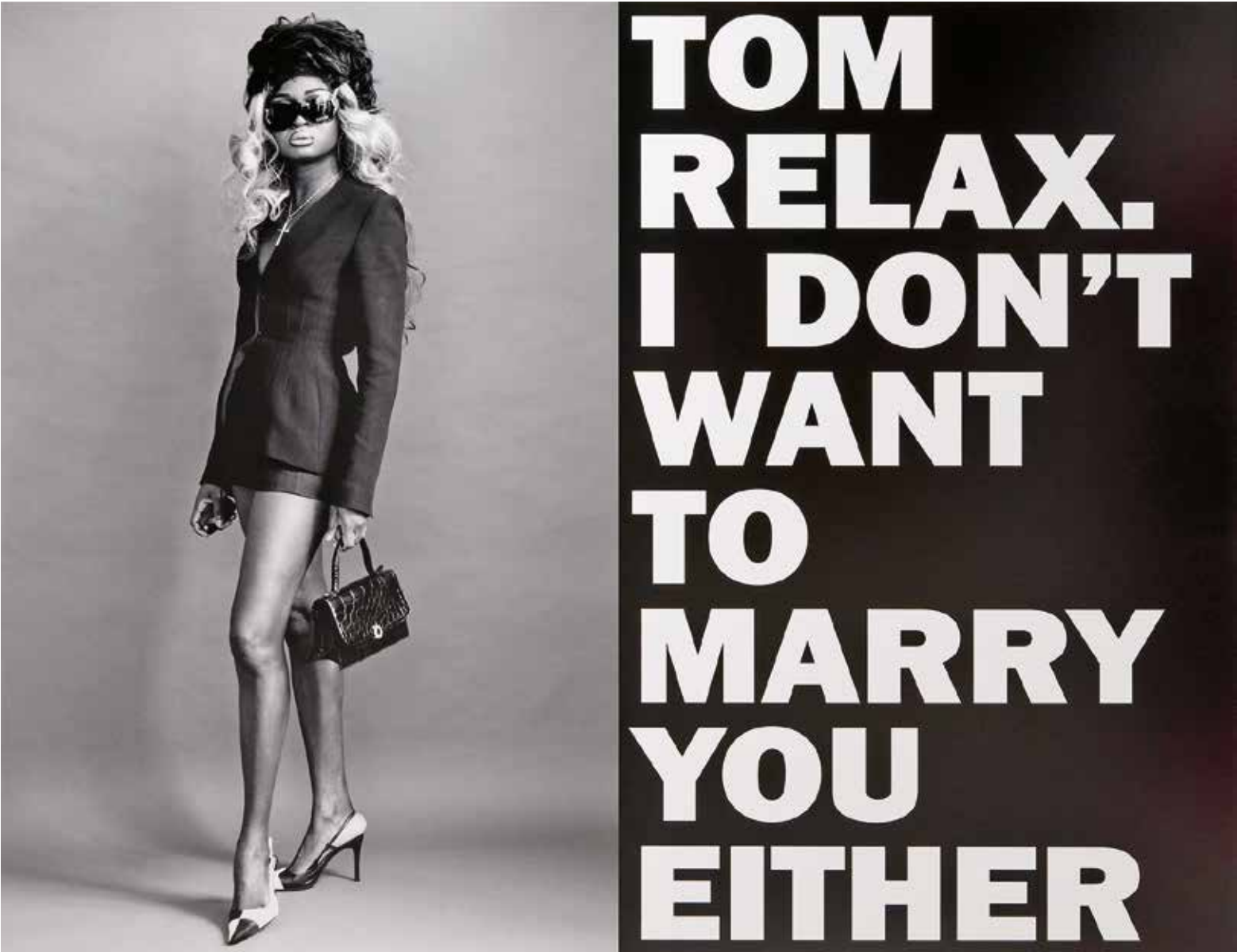


Rossella Biscotti, *The Journey*, Premio Tosetti Value, Artissima 2024

vi, con le reti museali e con la ricerca. La digitalizzazione, se ben governata, rappresenta una delle grandi opportunità di cui disponiamo: permette di custodire la memoria in forme nuove, di ampliare il racconto e di restituire le connessioni tra opere, luoghi, artisti e vicende collezionistiche. Tuttavia, la tecnologia da sola non basta: deve essere accompagnata da una metodologia chiara e da una consapevolezza etica, affinché il dato non diventi semplice informazione, ma strumento di conoscenza condivisa. È necessario disporre di un metodo strutturato per gestire e valorizzare collezioni e archivi, restituendo a ciascun bene la sua componente identitaria e relazionale. Alla base del lavoro ci deve essere un approccio che unisca rigore tec-

nico e interpretazione culturale: l'oggetto va posto al centro di una mappa di connessioni materiali e immateriali, attraverso le quali è possibile ricostruire la storia di una collezione e il suo significato nel tempo. Per questo è importante adottare un modello operativo interdisciplinare, che combini competenze archivistiche, curatoriali e digitali. Ogni progetto, pubblico o privato che sia, dovrebbe essere affrontato da un gruppo di lavoro capace di integrare conoscenze diverse: dal censimento dei beni alla loro contestualizzazione storica, dalla pianificazione conservativa alla costruzione di archivi digitali sicuri e interoperabili. Solo una visione corale, fondata sulla collaborazione tra esperti, garantisce risultati duraturi e coerenti.

Alla base di tutto vi è una consapevolezza culturale: la collezione è un dispositivo narrativo attraverso il quale istituzioni e imprese possono raccontare sé stesse in modo certamente laterale, forse addirittura più autentico e sicuramente duraturo. In un'epoca segnata da trasformazioni rapide e da un'economia dell'immateriale, il patrimonio artistico diventa una forma di continuità, un ponte tra memoria e futuro. Ed è in questo senso che si può parlare di «Memoria Viva». Le opere non raccontano soltanto la storia dell'arte, ma anche quella di chi le ha scelte, commissionate o prodotte. Ogni acquisizione, ogni progetto, ogni committenza diretta lascia tracce preziose di un momento aziendale, di una visione o di un'idea condivisa. Ricostruire quando, come e perché un'opera sia entrata in una collezione significa restituire la dimensione umana del collezionare: l'incontro tra l'artista e l'impresa, la relazione tra l'opera e il luogo per cui è nata, il pensiero che ha guidato una committenza. È in questa stratificazione di ricordi e documenti che la collezione si fa viva: non semplice archivio, ma racconto di esperienze, decisioni e valori che definiscono la storia stessa dell'istituzione o dell'azienda che la custodisce. Negli ultimi anni, inoltre, la gestione delle collezioni è entrata a pieno titolo nelle strategie di sostenibilità e reputazione. Sempre più imprese inseriscono il patrimonio artistico tra gli indicatori non finanziari del proprio impatto culturale e sociale, riconoscendo all'arte la capacità di generare valore condiviso. La collezione diventa così non solo un deposito di opere, ma un ecosistema relazionale, un insieme dinamico che contribuisce a costruire senso di appartenenza, dialogo con il territorio e memoria collettiva. In fondo, la sfida è proprio questa: coniugare metodo e sensibilità, rigore e visione. Gestire una collezione significa prendersi cura del tempo – del passato che le opere custodiscono e del futuro che esse possono ancora generare. Perché una collezione viva non è mai solo un'eredità: è un racconto in continua evoluzione, che chiede di essere aggiornato, interpretato e condiviso.



Oroma Elewa, *Tom Relax No.1: I Don't Want to Marry You Either*, 2021, Premio Tosetti Value, Artissima 2023