

ASSESSORATO ALLA BELLEZZA

La Bellezza di Viterbo deve diventare ricchezza. Tradurre questo principio è la missione di Vittorio Sgarbi, come ben noto, e dei suoi collaboratori. La più consistente traduzione di questo atto si può ammirare a Sutri, che grazie alle attività poste in essere dall'amministrazione Sgarbi, dal 2018 e nonostante due anni di dure restrizioni dovute alla pandemia, è stata condotta fuori dall'eterna provincia, salendo alla ribalta nazionale. Il museo di Palazzo Doebbing, che ha ospitato opere dei grandi dell'arte mondiale, mai ammirate nella Tuscia, come Ligabue, Guttuso, Giotto, Henry Rousseau, Tiziano, per citarne alcuni, le numerose iniziative culturali – come le “Estati sutrine” o il Beethoven Festival, o il Festival d'autunno, nel corso del quale sono state inaugurate oltre venti nuove vie cittadine dedicate a grandi maestri della letteratura, della politica e della cultura italiana, raccontate, ogni volta, da ospiti importanti del panorama culturale italiano - conducono regolarmente le troupe di Mediaset e Rai, o i giornalisti dei principali quotidiani italiani e stranieri – come El Pays spagnolo - in città, permettendo di amplificare incredibilmente il nome e l'identità di Sutri. Un lavoro meticoloso e altamente professionale di comunicazione, decoro e visione che non opera, meramente, per la diffusione della Bellezza, ma che produce ricchezza. Scrive, a proposito, Il Sole 24 Ore: “Tutto merito dell'onda culturale. Che, con mostre, eventi e iniziative, è riuscita a far crescere l'economia moltiplicando il numero di turisti. E a tenere in piedi il piccolo tessuto economico locale. A Sutri, comune di 6.800 abitanti in provincia di Viterbo, quella che è stata definita la “rivoluzione artistico culturale” ha più che quadruplicato il numero dei visitatori e turisti e assicurato la crescita di un'economia complementare a quella tradizionale fatta di buste paga derivanti da amministrazione pubblica”. Solo nel 2021, nonostante le restrizioni, sono stati contati oltre 21mila ingressi al museo di Palazzo Doebbing, senza contare altri eventi e manifestazioni. Un successo, quello di Sutri, che incarna due semplici considerazioni: si può trasformare la Bellezza in ricchezza, ma soprattutto cultura è conoscenza, non improvvisazione, è visione e programmazione, è una rete di rapporti, di relazioni importanti, è professionalità sommate, questioni che appartengono a Vittorio Sgarbi e ai suoi collaboratori. È giunta l'ora di proseguire questa rivoluzione nella città dei Papi. L'incredibile patrimonio storico e artistico di Viterbo, costituisce la sua identità nei secoli, ma deve trovare compimento. Solo grazie al suo patrimonio, se adeguatamente comunicato al mondo, Viterbo potrà esistere. Ma occorre, necessariamente, che vi sia un punto di partenza stabile per far sì che questo accada, che deve essere individuato in una nuova diramazione dell'amministrazione comunale, dedicata interamente all'identità cittadina, come mai accaduto prima: l'assessorato alla Bellezza, che si affiancherà all'assessorato alla Cultura e si occuperà dei grandi eventi, di comunicare la città in maniera degna rispetto alla sua storia e di riportare Viterbo al posto che merita nella storia, nel complesso dei lavori e delle visioni del nuovo governo cittadino. Far uscire la città dal degrado, dall'abbandono e dalla dimenticanza, con una programmazione mirata e sostenibile – poiché non spettano alla politica i miracoli – che metta a frutto il suo maestoso patrimonio. Cominciare a costruire un percorso di apertura al mondo e a una rinnovata mentalità. Il tempo è alleato di chi ha una visione. Parole come turismo non sono una magia. È giunto il momento di trasformare Viterbo nella capitale della Tuscia e della cultura italiana. Per farlo, occorre aumentare la consapevolezza della potenza del patrimonio e dell'identità cittadini, e aumentando di molto, per

mezzo di precisi interventi. Le parole d'ordine? Identità, comunicazione, inclusività, professionalità.

Tema: Una Rosa per la fioritura di Viterbo

Il Trasporto della Macchina di Santa Rosa, patrimonio immateriale dell'Unesco, è una manifestazione che merita di valicare i confini di Viterbo e di arrivare agli occhi di ogni italiano, poiché incarna in sé, specie in un'epoca di forte materialismo, una testimonianza di fede incondizionata, frazione di spazio e di tempo capace di sopravvivere al relativismo, di superare la dicotomia tra sacro e profano, generando armonia. Un popolo si carica Dio e la sua santa sulle spalle, come a condividere il peso dell'umanità e della divinità insieme. Come può tutto questo rimanere per pochi? Per celebrare degnamente la visione di chi fa sì che tutto questo accada, per tributare un evento di portata mondiale, l'assessorato alla Bellezza e il suo rappresentante, Vittorio Sgarbi, si impegneranno, nel corso dei cinque anni di legislatura, ad avviare i lavori che porteranno il trasporto della Macchina di Santa Rosa in diretta sui canali Rai, incarnando lo spirito di questo nuovo settore dell'amministrazione, dedito al rafforzamento e all'amplificazione dell'identità di Viterbo. La spiritualità di Viterbo sarà al centro del nostro operato. Dalla devozione per Santa Rosa, all'età dei Papi. Una linea che compone il volto della città nei secoli, che va necessariamente e adeguatamente raccontato all'Italia e al mondo, senza più trascurarlo, né relegarlo all'improvvisazione.

Tema: Un festival per Viterbo: da Spoleto, alla città dei Papi

Un festival che renda Viterbo un riferimento culturale e artistico, italiano e internazionale, e che comprenda una lettura delle dimensioni dell'uomo nel suo tempo, dalla letteratura, alla musica, dalla danza, alla poesia, fino ad esplorare i nuovi linguaggi del presente (uno spazio dedicato, ad esempio, alla musica elettronica o all'arte digitale). Il festival si articolerà all'interno della città coinvolgendo tutto il centro storico e varie aree cittadine esterne, e sarà motivo di valorizzazione di ambienti del patrimonio che meritano di essere rivitalizzati o sottratti al degrado e alla dimenticanza, come il teatro dell'Unione o l'anfiteatro di Ferento, o palazzi di proprietà del Comune ridotti a tana per piccioni, come il Palazzo dei Calabresi, operando così una riqualificazione che potrà essere sostenuta finanziariamente da fondi pubblici e privati. Il festival, che sarà supportato dal lavoro di uno staff di professionisti, soprattutto per le operazioni comunicative, e di una direzione artistica di pregio, sarà il mezzo necessario, assieme ad altre importanti iniziative, per creare in città un fermento culturale capace di sostenere dall'esterno l'economia cittadina, mettendo in moto le maestranze locali e permettendo agli esercenti viterbesi di attingere ad un più ampio bacino di clienti, grazie alla numerosa partecipazione di artisti e turisti che, in quei giorni, popoleranno la città. Nel contesto del festival, sulle orme del premio Efebo di Sutri, sarà istituito un riconoscimento a coloro i quali si saranno impegnati per il bene della comunità viterbese e per la sua evoluzione culturale.

Tema: Nasce il polo museale di Viterbo e il museo della Macchina di Santa Rosa

Accentrare la capacità artistica di una città per renderla facilmente comunicabile e visitabile, generando il cuore della sua identità. Attraverso i suoi musei, Viterbo si apre al mondo e al grande turismo. Un turismo colto, consapevole, non più casuale. L'assessorato alla Bellezza, guidato dall'esperienza internazionale e ben nota di Vittorio Sgarbi in questo settore, si propone di creare un polo museale a Viterbo che racchiuda, al suo interno, diverse realtà espositive di alto livello. Individueremo una sede adeguata alla musealizzazione per concentrare il museo civico e due spazi destinati, rispettivamente, al museo della Macchina di Santa Rosa (che ospiti in maniera completa la storia della più importante tradizione e devozione viterbese) e a mostre di maestri dell'arte. Questa operazione permetterebbe di ottimizzare l'offerta artistica della città, concentrando le opere e i visitatori in un'unica sede, con un unico biglietto, che può essere integrato anche con altre esperienze culturali viterbesi (ad esempio, le zone archeologiche). Questo permetterebbe una maggiore facilità comunicativa degli eventi legati al polo museale e delle ricchezze del patrimonio artistico cittadino, aumentando di fatto la visibilità e la fruizione delle stesse. Allo scopo, verrebbe creato un apposito staff tecnico e comunicativo, capace di estendere alla stampa nazionale e internazionale, agli addetti ai lavori e ai cittadini, gli eventi espositivi. Con il polo museale così strutturato, il museo civico di Viterbo e il neonato museo della Macchina di Santa Rosa, costituirebbero la parte permanente di questo spazio, sempre aperta alle visite, mentre la terza ala sarebbe destinata a mostre di rilevanza nazionale – come accaduto per il museo di Palazzo Doebbing di Sutri – capaci con la loro forza e con una adeguata, professionale e costante comunicazione, di essere centro di attrazione per i visitatori da tutta Italia e dall'estero, garantendo al museo civico e a quello della Macchina di Santa Rosa, e quindi all'identità più profonda della città, di essere sempre al centro dell'interesse. Il polo museale andrebbe a sostenere, fungendo da centro di attrazione principale del turismo cittadino e da slancio per il resto dell'offerta culturale viterbese, le realtà museali già presenti in città, come il museo della Ceramica, per citare un esempio. Tutto questo, se correttamente posto in essere, concorrerebbe a trasformare Viterbo in una città realmente viva e attrattiva, permettendo, così, di poter pensare a un piano di riqualificazione del centro storico, operando sul decoro in maniera urgente e programmata (eliminazione dei cavi penzolanti o a vista, laddove possibile, utilizzo di vasi in terracotta all'esterno delle attività o nelle vie, maggiore controllo della Polizia Locale per evitare atti di vandalismo, insegne in ferro battuto uguali per le attività commerciali a prezzi agevolati per gli esercenti, e quanto di utile e necessario vi sia per generare un centro storico, specie nella zona di San Pellegrino, che sia degno del nome e della storia della città) affinché vi siano i presupposti esterni per poter investire al suo interno, pensando a un piano di agevolazioni per chi sceglie di farlo. Ci vuole coraggio per costruire la Viterbo del futuro. Perché non immaginare l'esposizione delle opere di Sebastiano del Piombo nel Palazzo dei Papi, centro dell'identità di Viterbo, dialogando con la Curia Vescovile, come accaduto a Sutri per il museo di Palazzo Doebbing?

Tema: Viterbo è per tutti

Viterbo deve essere accessibile a tutti. Non è pensabile che una delle più importanti città italiane, con uno dei maggiori centri storici d'Europa, non sia attrezzata per accogliere le persone diversamente abili. L'assessorato alla Bellezza, in accordo con le maggiori associazioni sindacali di categoria, profonderà il massimo degli sforzi nell'istituzione di una Commissione per l'accessibilità delle persone diversamente abili al patrimonio e alla città, che si occupi di progettare la Viterbo che tutti vorremmo, libera e aperta, che possa accogliere chiunque. Immaginiamo marciapiedi accessibili a tutti, con una pavimentazione specifica per ipovedenti, percorsi "culturali" per persone in carrozzina che mostrino la bellezza della città, un centro diurno per disabili e per la terza età, l'installazione di una cartellonistica con linguaggio braille e video LIS e, magari, giardini pubblici, a partire da Prato Giardino, inclusivi.

Tema: Comunicare (Viterbo) per esistere (davvero)

Tutto è come lo si comunica. Come si può pensare di esporre le opere di Sebastiano del Piombo e trarne un importante rientro in termini economici e turistici, senza poi darne notizia al resto d'Italia? L'assessorato alla Bellezza si propone di costituire un ufficio comunicazione degno di questo nome, o di valutare un potenziamento delle esistenti strutture comunicative del Comune di Viterbo, che possa reclutare, per mezzo di appositi bandi pubblici, figure professionali dedicate alla corretta visibilità della città, del suo patrimonio, della sua identità. Dai social network, ai rapporti con la stampa nazionale e internazionale, dal sito internet istituzionale, a quello dedicato alla promozione della città di Viterbo – che verrebbe appositamente creato - sino all'elaborazione di una nuova linea comunicativa, culturale e turistica, organica e ragionata.

Tema: Il passato è il nostro bene più importante

Viterbo è il comune più importante del Lazio, dopo Roma, anche per quanto riguarda la sua storia millenaria. All'interno del comune sono quattro i siti archeologici etruschi più importanti, dove si possono visitare necropoli monumentali assieme ai corrispondenti centri abitativi, altrettanto ricchi, di Ferento, Norchia, Castel D'Asso e Poggio Giudio. L'assessorato alla Bellezza si pone l'obiettivo di fare in modo che queste aree, che rappresentano le origini, le tradizioni e le radici storico-culturali dei cittadini di Viterbo, costituiscano dei veri e propri gioielli del passato, al fine di richiamare viaggiatori, escursionisti e professionisti del settore generando grandi introiti per il territorio, favorendo lo sviluppo economico dell'intera zona e della stessa città. Affiancato a una promozione pubblicitaria di forte impatto, sia social che tradizionale, uno strumento molto apprezzato in Europa è la c.d. "Custodia del Territorio". Un progetto plurisoggettivo, integrato e moderno, volto alla realizzazione diretta di quelle politiche europee inerenti la protezione, la manutenzione e la valorizzazione diretta di determinate zone, armonizzando la gestione dei beni culturali e paesaggistici tramite il coinvolgimento diretto dei soggetti interessati, siano essi pubblici o privati, abbandonando, in definitiva, le vecchie considerazioni che vogliono che dei beni culturali si occupino esclusivamente i comuni. Si potrà contare sempre più sull'apporto creativo e materiale di professionisti del settore, capaci di poter gestire, organizzare e promuovere il patrimonio locale in modo tale da rafforzare l'identità cittadina e creare un modello gestionale dove si avrà una

sempre maggior sinergia tra pubblico e privato, tra cultura e recettività turistica, volta all'apertura della città di Viterbo al mondo moderno.

Tema: Termalismo e futuro

Molte città si fregiano del nome delle loro terme. Viterbo dispone di tre stabilimenti termali (Terme dei Papi, Terme Salus e Terma Oasi) oltre alle strutture a cielo aperto, prima fra tutte il parco del Bullicame, ma anche le Terme Carletti, il Bagnaccio e il Parco del Paliano. Esiste lo stabilimento ex Terme INPS che giace chiuso e inutilizzato, ormai in rovina. Ma non finisce qui: è importante, in questo ambito, occuparsi di recuperare i siti termali delle Terme del Masso o i Massi di S. Sisto, per non parlare delle Terme del Bacucco e della Lettighetta. Con azioni mirate al recupero e alla valorizzazione anche di questi siti, di interesse archeologico oltre che termale, l'assessorato alla Bellezza si pone come obiettivo di rendere accessibili i benefici delle acque termali a tutti i cittadini. Il parco del Bullicame giace in uno stato di abbandono che deve essere superato, potenziando le vie di comunicazione, prevedendo la creazione di spogliatoi e bagni con acqua corrente, zone attrezzate per i bambini, promuovendo eventi a cielo aperto che possano giovare del meraviglioso panorama del parco. Immaginare trasporti cittadini continuati e adeguati che conducano alle terme senza disagi, una pubblicità esterna specifica e mirata al termalismo viterbese (con un nuovo sito internet dedicato e una programmazione comunicativa istituzionale), la creazione di uno specifico brand in merito e l'organizzazione di eventi stagionali e culturali nei siti termali, che possano andare dalla musica, alla poesia, alle arti corporee. I siti termali archeologici saranno rivalutati e posti al centro di un sistema di promozione che inviti cittadini e turisti a visitare questi luoghi all'interno di un percorso che metta in rete tanto il termalismo privato quanto quello pubblico, con iniziative volte specificamente alla rivalutazione paesaggistica e al benessere dei turisti. L'intero settore deve essere reimmaginato nell'ottica di una maggiore accessibilità e di un decoro che renda degni questi luoghi ormai abbandonati. È inconcepibile, per una città dotata di una ricchezza tale, presentarsi al mondo con questo degrado, con questa superficialità nello sfruttamento di quello che è un bene prezioso apprezzato in ogni angolo d'Italia e di Europa.

Tema: La storia diventa presente. Rievocare per rivivere l'identità di Viterbo

La rievocazione storica è un elemento fondamentale dell'offerta culturale di molte comunità, mirata all'amplificazione dell'identità di un luogo: raccontarne la storia, facendola rivivere, per tramandare e generare tradizione viva. Nella Tuscia, solo per citarne alcune, da Nepi, con il Palio dei Borgia, a Soriano nel Cimino, con l'evento rievocativo che si svolge per la sagra delle castagne, vi è grande traccia della storia che diventa presente. Queste manifestazioni animano i centri storici, attirano molti visitatori dall'esterno e stimolano fortemente l'economia locale. Nella prospettiva di rivalutazione del centro storico di Viterbo, l'assessorato alla Bellezza, di concerto con l'amministrazione comunale, si propone di progettare una rievocazione storica, esatta nella ricostruzione, che porti in scena gli atti principali della storia viterbese, ambientata, di volta, in volta, nei luoghi originali dell'accaduto: dal Conclave, all'omicidio di Enrico di Cornovaglia, a Piazza del Gesù. Eventi diffusi e ricostruiti nei minimi dettagli teatrali e scenici, condotti da professionisti,

comunicati sapientemente, con la giusta promozione, in grado di condurre in città numerosi appassionati e visitatori per ravvivare le vie della città.