



L'INDIPENDENTE ◆ sabato 6 maggio 2006

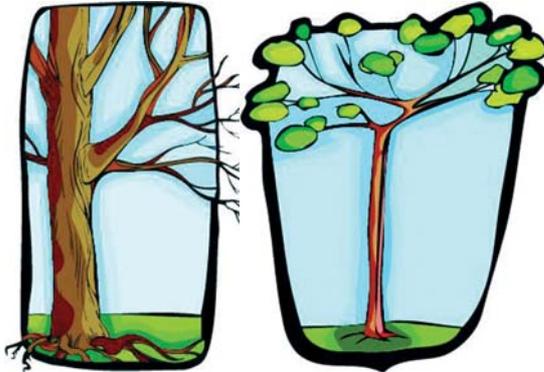
Riflessioni. Gli under 30 in Parlamento sono pochi e poco "innovativi". Si grida alla gerontocrazia ma si fa poco per risolvere il problema

Largo ai giovani. Purché abbiano qualcosa da dire

In più la classe dirigente usa una terminologia da dopoguerra che i futuri trentenni assimilano e riproducono

I PADRONI NON scendono in piazza con i «lavoratori». «Padroni» e «lavoratori». Ne è passata di acqua sotto i ponti, dall'ultima volta che qualcuno l'ha detto. Almeno 8 giorni. Bruno Ferrante questo nostalgico flash back ce lo ha regalato una settimana fa, quando ha definito inopportuna la partecipazione di Letizia Moratti (la padrona) alle manifestazioni del primo maggio. Ma di acqua sotto i ponti ne è passata, dicevamo. E infatti dopo quel «padroni e lavoratori» si sono sentiti ben altri neologismi: regime, fascisti, comunisti, partigiani, repubblicani e via così. La guerra è finita, sì. L'altro ieri. Carosello e la tv in bianco e nero non ci sono più, e nemmeno le prime Cinquecento con gli interni bordeaux. Per il resto è tutto, o quasi, com'era una volta. Ma la moda vintage non c'entra.

La classe dirigente di oggi si esprime con una terminologia ferma a qualche decennio fa, negli anni Ottanta i ragazzi nelle scuole imparavano a suonare quel curioso strumento che è la deammonica a suon di *Fischia il vento (urla la bufera) e Bella ciao*. Lunedì scorso al concerto di piazza San Giovanni a Modena City Ramblers si sono azzardati a modificare le parole di *Contessa* di Paolo Pietrangeli e s'è aperto il cielo (invece di «prendete la falce, portate il martello, scendete giù in piazza, picchiate con quello», hanno cantato «scendete giù in piazza per



manifestare, qualcosa di nuovo ora può cominciare». Il processo che si è innescato è potenzialmente deleterio: da una parte tutto ciò che è "idea nuova" si scontra con una resistenza quasi impossibile da scon-

figgere, dall'altra sono gli stessi ragazzi, i più giovani, ad assorbire e riprodurre le logiche di una società vecchia, superata, così come viene loro spiegata e rappresentata. Basta fermarsi a dare uno sguardo ai cortei degli

studenti: che siano vestiti di rosso o di nero, sembra di vedere i fotogrammi dei cortei dei loro genitori. Solo più sbiaditi. Perché le esigenze della società cambiano e loro invece danno l'impressione di guardare indietro. Gli anni della passione scolastica nella maggior parte dei casi restano solo un ricordo, è vero. Ma fa comunque riflettere.

La domanda non è "quando" i giovani avranno la possibilità di slegarsi da schemi obsoleti e pesanti, ma "se" riusciranno mai a farlo. Perché prima ancora di invocare il ricambio generazionale o di parlare di gerontocrazia, va risolta una questione preliminare: per quale ragione l'attuale classe dirigente dovrebbe farsi da parte e lasciare il posto alle stesse idee che loro sostengono, agli stessi comportamenti che li contraddistinguono? Per una questione estetica, forse? Per il colore o la quantità di capelli? Enrico Letta, per definizione "il ragazzo" della nostra politica, sostiene che il voto dei giovani debba valere doppio. È una provocazione, ovviamente. «Dato che l'elettore tenderà a invecchiare sempre di più», ha detto, «i politici ascolteranno sempre meno le istanze degli under trenta». Non solo. Ma chi si premurerà di avanzarle, queste istanze? Un under trenta o al massimo un under quaranta, si dovrebbe presumere. Cioè lo stesso Letta ancora per qualche mese e pochi, pochissimi altri. I giovani appena elet-

ti in questa legislatura sono dei perfetti alter ego dei loro leader. Il che non sarebbe neanche un male, se il problema non stesse proprio in quei leader (non tutti, è chiaro). Il fatto però è che quello che ci si aspetta da chi è lungi dai cinquanta e dai sessanta, è un'assoluta diversità, una lontananza di vedute. Fattori che dovrebbero tradursi in una nuova strategia di guida del Paese, sorretta da idee nuove. Non rivoluzionarie. Nuove. Finalmente libere dall'eredità del dopoguerra e da quegli stereotipi stantii, anche terminologici, stile "padroni" e "lavoratori".

L'importante, comunque, è che si resti quanto più lontani possibile dall'eventualità di trattare i giovani come la prossima categoria allo stesso "genere" che si vuole ritenute capaci o peggio obbligate a una politica trasversale in molti casi assolutamente improbabile. Largo ai giovani, purché i giovani abbiano qualcosa da dire e siano in grado di farlo. Particolare niente affatto scontato.

MARIAGRAZIA GRECO

Analisi. In uno studio di Andrea Granelli evidenziato il ruolo delle nuove tecnologie per capitalizzare l'aumento del turismo culturale

È il "vecchio" museo la nuova passione degli italiani

Nell'ultimo decennio il numero di visitatori di esposizioni temporanee è raddoppiato. È ora di investire sulla cultura

I PATRIMONIO culturale tricolore è la leva principale per l'identità italiana e costituisce una risorsa economica fondamentale per il Belpaese e la sua competitività. Con l'intervento *ad hoc* delle nuove tecnologie, in modo differenti e declinazioni diverse, l'intera filiera del patrimonio culturale italiano ha tutte le potenzialità per creare ricchezza, opportunità di lavoro e guadagno diffuso, cessando di essere solo una "voce di spesa" nel bilancio dello Stato: tutto richiede manodopera, dai contenuti, alla comunicazione, all'organizzazione e alla gestione dei beni. Come ha ricordato Giuliano Urbani, ex ministro e presidente della Fondazione Cotec, ogni euro investito in cultura arriva a renderne altri sette: nessun'altra attività è così potenzialmente redditizia.

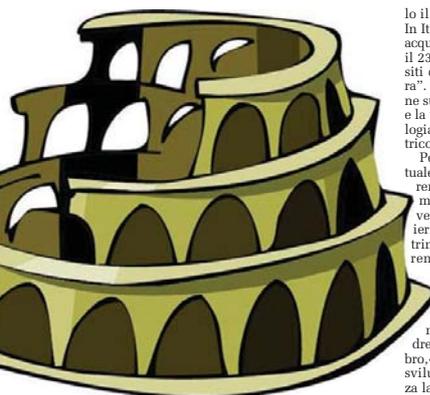
Per questo occorre creare una comunità di buone pratiche e avere il coraggio di investire. È da considerazioni come queste che è nato il libro *Innovazione e Cultura*, promosso dalla Cotec - Fondazione per l'innovazione tecnologica

- con l'intento di sostenere e orientare la capacità innovativa e industriale italiana (ed. Sole 24 ore). Un progetto cui la Presidenza della Repubblica ha inteso dare il proprio patrocinio. Innovazione e Cultura offre un quadro approfondito delle principali tecnologie applicate nei modelli di fruizione e gestione dei beni culturali, analizza casi nazionali e internazionali interessanti come buone prassi da imitare e traccia delle linee guida sul futuro, mettendo in evidenza i deficit da colmare e le potenzialità delle nuove tecnologie per sostenere la crescita del settore.

«Dal libro dei sogni al Libro Bianco sulle nuove tecnologie applicate ai beni culturali», potremmo riassumere. Che, nel dettaglio, offre interessanti spaccati sulla realtà del nostro patrimonio. Tanto per cominciare, la domanda culturale in Italia è in costante aumento, a fronte di un continuo calo di presenze turistiche in generale. L'affluenza in siti di proprietà statale dal 1996 al 2004 è passata da 25 a 32 milioni di visitatori. Il tur-

ismo culturale e verso le città d'arte costituisce il 28,1 per cento del turismo in Italia, sia autoctono che straniero.

La domanda culturale è rivolta sia al patrimonio fisico (28,5 per cento degli italiani: musei, monumenti, aree archeologiche...) sia a fenomeni circoscritti nel tempo quali mostre ed esposizioni (preferito dal 22,6 per cento degli italiani, tra i quali il 18 per cento ne fa occasione di viaggio). È una domanda in espansione continua: il numero degli italiani che hanno visitato mostre temporanee è raddoppiato nel decennio 1990-2000 (siamo al 23 per cento), anche se in Europa la media di chi ha visitato almeno una volta all'anno un museo è del 30 per cento, col picco svedese al 52. L'importanza, strategica, del settore è evidente. Ancora dati: i visitatori nel 2004 al Circuito archeologico Colosseo Palatino sono stati 3.523.315; 2.267.939 quelli andati agli Scavi vecchi e nuovi di Pom-



pei, 3.457.412 sono stati i visitatori dei Musei Vaticani. Oltre 16 milioni, nel biennio 2004-2005, i turisti che hanno visitato la Capitale. I grandi musei italiani attirano soprattutto visitatori stranieri (il 54 per cento, di cui europei nel

55 per cento dei casi). Il pubblico italiano, in una indagine del 2000, risulta composto nel 79 per cento da visitatori laureati e diplomati. Il 16 per cento dei visitatori sono studenti: il dato è interessante, perché gli studenti rappresentano so-

lo il 9,9% della popolazione. In Italia, il 28 per cento degli acquisti di ingressi è on-line, e il 23 usa Internet per visitare siti dedicati ad "arte e cultura". Questo apre la discussione sul rapporto tra gli italiani e la tecnologia, e tra la tecnologia e il patrimonio culturale tricolore.

Perché se oggi la realtà virtuale e l'innovazione continuano a renderlo giorno per giorno, minuto per minuto, ormai è vecchio e superato ciò che ieri era nuovo il nostro patrimonio culturale, pur perennemente, non deve rimanere prigioniero di torri d'avorio, né del freddo marmo o di qualche inaccessibile corridoio museale. Come dice Andrea Granelli, curatore del libro, «la cultura è il "terreno di sviluppo" dell'empatia, senza la quale la civiltà non può funzionare, perché su essa si fonda la fiducia sociale». Parliamo di patrimonio esclusivo ma di fruibilità diffusa. La rivoluzione copernicana dei valori e delle priorità della civiltà industriale prevede una sempre maggiore quota di vita

dedicata al tempo libero: con l'emergere di questa "economia dell'esperienza" non si produrranno sempre più servizi e ricordi. L'economia dell'esperienza sarà una delle principali determinanti della domanda di tecnologie digitali di nuova generazione, quelle centrate sulla fruizione. Tecnologie dell'informazione e della comunicazione, ma anche dell'elettronica di consumo e di apparati e sensori, di cartellonistica digitale e targhe elettroniche, fino alla creazione dell'Osservatorio sull'applicazione delle tecnologie digitali al patrimonio culturale a Venezia.

Tecnologia e cultura sembrano dunque fattori non solo compatibili, ma via via sempre più reciprocamente necessari per ridare all'Italia, cuore politico e culturale del Mediterraneo, una rinnovata dimensione di potenza e ricchezza, con un sistema-Paese votato a proteggere, valorizzare ed esaltare un patrimonio unico ed esclusivo al mondo, inimitabile, non copiabile, né esportabile, né deperibile.

FERDINANDO CRESPI

"È nata la TV degli Italiani nel Mondo"

italiani nel mondo

CHANNEL

SKY 888

www.italianinelmondochannel.it

WWW.GENOMA.BIZ

L'INDIPENDENTE

CAPOREDATTORE RESPONSABILE:
Francesco Insardà

INDIRIZZO REDAZIONE:
C.so Vittorio Emanuele, 21 00186 Roma
Tel.: 06 69760411 Pax
Fax: 06 69789991
www.indipendenteinrete.it
redazione@indipendenteinrete.it

SOCIETÀ EDITRICE:
Edizioni de L'Indipendente Srl
Via G. Carducci 10 00187 Roma

PUBBLICITÀ:
A. Manzoni & C. Spa
Via Nervesa 21 20139 Milano

STAMPA:
NAPOLI: Grafic Processing
Via G. Ferraris 146, 80100 Napoli

DISTRIBUZIONE:
Società Europea di Edizioni Spa
via G. Negri 4, 20123 Milano

ABBONAMENTI:
Ordinario € 300,00
Sostenitore € 500,00
Benemerito € 1000,00

TESTATA:
Cronache de L'Indipendente
REGISTRAZIONE TRIBUNALE DI SALERNO N. 919 DEL
6/05/95
Anno XII nr. 123
ISSN 1827-8817

Questo numero è stato chiuso
in redazione alle ore 19.00

