

ricerche/1

Un sondaggio, condotto dallo Iulm e dal Fai, tra tremila studenti delle scuole superiori, soprattutto licei del nord Italia, rivela una grande sensibilità per l'ambiente. La maggioranza ritiene che la tutela sia «un guadagno» per il Belpaese

DI LEONARDO SERVADIO

Che in Italia, densa quanto nessun altro paese di pregi paesaggistici, artistici e architettonici, manchi la cultura dei beni culturali è un fatto dolorosamente assodato. Ma che la speranza stia nei giovani si è rivelato più di un'ovvietà: è significativo che ben 3000 studenti delle superiori (in prevalenza licei del nord Italia) abbiano riempito un questionario distribuito in 5000 copie dalla Libera università di lingue e comunicazione di Milano (Iulm) e dal Fondo per l'ambiente italiano (Fai). «Sono dodici domande cui non si poteva rispondere in modo superficiale - ha spiegato ieri Mauro Ferraresi, il sociologo che ha condotto il sondaggio - e il fatto stesso che il 60% dei ragazzi si sia preso questo impegno rivela quanto essi si sentano coinvolti: di solito in sondaggi di questo genere si considera un successo ottenere risposte dal 5% degli intervistati». Pur tra pregiudizi e preoccupazioni, dalle risposte traspare qualcosa di nuovo, che sfugge alla usuale tendenza al disinteresse per la cosa pubblica, così diffuso nel Belpaese. Per esempio, alla domanda «Quando ti senti parte integrante di un paesaggio?» il 44,1% dice «quotidianamente»; più di coloro che (il 41,1%) ha scelto l'opzione «in vacanza». È il primo passo: riconoscere che paesaggio è il volto dell'ambiente in cui viviamo. Alla domanda se la tutela sia un costo o un guadagno per lo Stato, la maggioranza assoluta ha risposto «un guadagno»: tra i giovani si comprende come il turismo culturale possa essere fonte di una circolazione economica di grande rilevanza - il che ancora sembra sfuggire ai più, per quanto da diversi anni quello culturale sia l'unico turismo in espansione. I tre quarti dichiarano di ritenere che il paesaggio italiano sia in pericolo; se due quinti sostengono che fonte della minaccia siano i rifiuti (di Napoli o in generale) è ovviamente frutto della campagna massmediatica che imperversa su tale ferita aperta. Mentre sorprendere appare che solo il 5,5% affiderebbe la tutela alla pubblica amministrazione: la stragrande maggioranza preferirebbe affidarla alle associazioni e ai tecnici specializzati. Dietro tale risposta si nasconde il disagio della lontananza tra cittadini e una pubblica amministrazione vista come inefficiente se non addirittura inutile. Un argomento scottante e cruciale: se il paesaggio è percepito come un bene comune - come indicano le altre risposte al questionario - come è possibile sopprimere che chi si occupa della cosa pubblica non abbia la capacità di svolgere tale funzione? Carla Di Francesco, direttore del nuovo dipartimento per la tutela del paesaggio del Ministero per i Beni e le Attività Culturali, ha

Com'è verde lo sguardo dei giovani



spiegato il problema. Da quando negli anni Settanta si è intrapreso il cammino della decentralizzazione, si sono moltiplicate le leggi in materia di paesaggio: ogni ente locale ha la propria regolamentazione. Ma queste a volte sono indirizzate, ha specificato la Di Francesco, a sanare i bilanci locali. Alcuni Comuni abbondano in concessioni edilizie - in tal modo aumentando drasticamente la cementificazione del territorio - per raccogliere i fondi necessari per la gestione corrente o per la realizzazione di opere sociali importanti (scuole, asili, eccetera). A questo penoso stato di cose, si aggiunge l'incuria radicata nel costume diffuso, di interessarsi degli affari propri ignorando il bene pubblico. Il rettore della Iulm, Giovanni Puglisi, nella sua appassionata requisitoria ha tra l'altro stigmatizzato che nella costiera amalfitana vi siano 24mila richieste di condono edilizio, mentre i cittadini residenti sono 21 mila: una delle zone dove maggiore dovrebbe essere l'impegno di pubblica

amministrazione e cittadini, è invece terreno di vivacissima attività edilizia speculativa. In tali condizioni, non può sorprendere che la maggioranza degli studenti intervistati, alla domanda «Che cosa può essere definito paesaggio?» risponde «la foresta amazzonica» (per il 32%) o «i parchi naturali», quasi che solo il miraggio di una natura «incontaminata» sia paesaggio. Ma il risultato prevalente del sondaggio, che tra l'altro ha portato alla costituzione di un Osservatorio permanente sul Paesaggio e i giovani, è la testimonianza di coinvolgimento. Giulia Mozzoni Crespi, presidente del Fai, ha sottolineato come, per quanto forse poco ci si possa aspettare da una classe politica che sinora non ha dato prova di sensibilità - malgrado l'Italia abbia recentemente firmato la Convenzione europea del paesaggio - si è detta fiduciosa perché, i giovani di oggi giungeranno alla età adulta più sensibili al problema di quanto lo siano coloro che oggi sono al potere.

Prevale però la sfiducia verso la pubblica amministrazione: solo il 5,5% dei ragazzi le affiderebbe la cura dei beni ambientali

ricerche/2

Effetto festival: tante idee, ma anche marketing

DI ANTONIO GIULIANO

Con la kermesse di Sanremo hanno in comune l'etichetta: festival. Per il resto, le rassegne di Mantova, Gorizia o Bergamo portano alla ribalta altri interpreti. Qui le voci protagoniste sono quelle di scrittori, storici, filosofi o scienziati. Negli ultimi dieci anni c'è stata una vera esplosione dei festival di approfondimento culturale. Secondo alcune stime sono oltre 1200 quelli che si svolgono ogni anno in Italia. Come si spiega questo fenomeno? Quali sono i segreti di questo boom? Se n'è parlato ieri al Circolo della Stampa di Milano a proposito dell'indagine «Effettofestival. L'impatto economico dei festival di approfondimento culturale», promossa dalla Fondazione Cassa di Risparmio della Spezia e curata da Guido Guerzoni, docente di Economia e management delle istituzioni culturali all'Università Bocconi di Milano. Oltre a Guerzoni, all'incontro hanno partecipato: Matteo Melley, presidente della Fondazione Cassa di Risparmio della Spezia; Marco Cammelli, presidente della Fondazione del Monte di Bologna e Ravenna; Gian Arturo Ferrari, direttore generale della divisione libri gruppo Mondadori; Stefano Mauri, presidente e amministratore delegato del gruppo Mauri Spagnol. «Stiamo parlando - ha spiegato Guido Guerzoni - di un fenomeno che fino a qualche anno fa era solo internazionale. Ora invece interessa anche il nostro Paese. Mancava finora sia un censimento che una ricerca sugli effetti economici. Abbiamo cercato di colmare questa lacuna prendendone in esame 27, tra cui quelli della letteratura a Mantova, della storia a Gorizia, della scienza a Bergamo... Oltre il 60% di essi - ha continuato Guerzoni - si svolgono nel Nord Italia, solo l'11% al Sud. Colpisce la durata media, circa sei giorni, con oltre 90 "sub-eventi" (spettacoli, concerti...). Prevengono gli ingressi a pagamento, ma ci sono esempi di festival di qualità con prezzi popolari: non mi sembra una cifra elevata sette euro per ascoltare un premio Nobel rispetto



Negli ultimi dieci anni le kermesse culturali sono diventate ben 1200, con forti indotti sul piano economico e su quello occupazionale

per esempio a un biglietto di 345 euro per un concerto di Celin Dion... E con una buona programmazione i ritorni economici in media sono cospicui». Matteo Melley ha sottolineato l'azione propulsiva degli istituti di credito: «Ogni anno le nostre fondazioni bancarie stanziavano mezzo miliardo di euro per la cultura. Però oggi rivestono un ruolo di investitori culturali piuttosto che quello passivo di sponsor. Si preoccupano non solo del mero ritorno economico di queste iniziative, ma anche dell'impatto sociale. Ecco perché, ad esempio, stiamo sostenendo in Liguria una serie di progetti scolastici legati al Festival della mente di Sarzana. Vogliamo essere dei mecenati non solo per le risorse, ma anche per l'aiuto nel far fruttare le competenze specie dei giovani». Gian Arturo Ferrari e Stefano Mauri hanno da par loro evidenziato come i festival siano un'occasione per gli editori: «Il pubblico che li frequenta è un pubblico colto, i laureati superano spesso il 50 per cento dei presenti. Sono loro i principali acquirenti dei libri. Grazie a queste manifestazioni i lettori conoscono gli autori e tramite il passaparola decretano il successo anche di libri fuori dai grandi circuiti di vendita». Giulia Cogoli, direttore del Festival della Mente, ha testimoniato: «Cinque anni fa la nostra rassegna poteva contare su 250 mila euro di budget e 12 mila presenze. Oggi il budget è raddoppiato e le presenze si sono triplicate. C'è ancora molto da lavorare sulla qualità, ma abbiamo fatto grandi passi avanti coinvolgendo il pubblico e radicandoci sul territorio. È questa la chiave del successo».

APPUNTAMENTI

IL QOËLET DI RAVASI

«L'amore difficile» si intitola la lettura del libro di Qoëlet con la quale l'arcivescovo Gianfranco Ravasi, Presidente del Pontificio Consiglio della Cultura, concluderà in Duomo a Milano, oggi alle ore 21, i Dialoghi di Quaresima 2008. Sarà l'ultima tappa del ciclo «Perdere il cuore. I racconti dell'amore vero» promosso da Duomo di Milano, Ambrosianeum, Centro Culturale Corsia dei Servi e Fondazione Culturale San Fedele. Ad accompagnare monsignor Ravasi sarà l'attore Carlo Rivolta, che interpreterà il testo biblico su musiche di Giacomo Carissimi, Carl Gottlieb Reissiger e alcune composizioni di Luciano Migliavacca realizzate per l'occasione, ispirate all'espressione del testo biblico «Vanità delle vanità, tutto è vanità».

SOCIETÀ E CULTURA



la recensione

Grande, viaggi sulle più alte vette per toccare il cielo

DI CLAUDIO TOSCANI

Esco da questo polifonico racconto di Carlo Grande, collega torinese de "La Stampa", con il felice rilassamento di chi ha compiuto una scalata per *Terre alte*, giusto il titolo del suo "libro della montagna": bellezza, fatica, solitudine e silenzio; ossia, spiritualità, conquista, contemplazione e magnificenza. Sono una quindicina di ariosi capitoli di dinamico saliscendite montano con il retaggio intellettuale e morale di un uomo che sa tutte le implicazioni (pratiche, culturali, mitiche, metaforiche e simboliche) dell'alzarsi in quota sulla condanna agli oramai globali e piatti livelli cittadini. Non solo, ma dentro il mirabile orizzonte di citazioni, tra letterarie e artistiche, filosofiche e sociologiche, di uno che, scalando monti o scavalcando colline, ha visitato una invidiabile mappa planetaria, non tanto di valli e di rilievi, creste e dirupi e cime, ma, parallelamente, di libri e scritti, saperi ed esperienze da convogliare in pagina assieme al bene della natura, alle sue profonde verità e alle sue variabili quote fisiche e metafisiche. Circola subito, sin dal prologo, in questa sua plurima avventura di scalatore-giornalista, l'aria pura, sospesa e antica delle altitudini, siano esse di casa (già Torino ha intorno a sé centottanta gradi di gogaie), sia del mondo intero (più facile dire dove Carlo Grande non sia stato che viceversa): dal Bianco al Rosa del giornaliero panorama, dall'Everest alle Ande al Kilimangiaro di ben altra latitudine e difficoltà. Ma il lettore non s'aspetti una pur trascendente rassegna di imprese: l'autore scala anche vette immaginarie assieme ai più grandi scrittori della terra, di tutti i tempi e di tutti i paesi; contorna, ripassa e ridisegna capolavori d'arte che sono "terre alte" della creatività umana e del divino respiro del suo animo. Canzone e cantico, verrebbe da dire, a ogni risvolto; suite e gregoriano, talmente varia è la tonale espressività del testo che suona frasi e perifrasi come spartiti musicali. Salire per creste e pilastri e rostri rocciosi fino a quando lo sguardo si arresta sugli azzurri e dentati remoti orizzonti, al di sopra dei quali non altro ci si può immaginare se non un sogno d'arcangeli nunzianti, ecco, di questo l'autore scrive o a questo allude ogni volta. Ma ricorda i rischi, le vittime, l'imponderabile della montagna, la paura, il precipitare di una slavina, la morte che distrae nel gelido abbraccio delle alte quote. Ha riletto tutto il mondo dal punto di vista dell'amante della montagna, bella e brutale, tremenda e stupenda: il distacco e il decollo, la scalata la sommità la discesa. E vette e valli, rughe, solchi e ossa della terra: villaggi, nuvole, animali, sentieri. Quando è là in alto, non vicino al cielo, ma nel cielo. Un libro che vale una pungente denuncia della alienante dissipazione cittadina e della cementizia demenza che ingoiano ogni diversa dimensione di vita.

Carlo Grande
TERRE ALTE

Ponte alle Grazie
Pagine 222. Euro 12,00

Dorfles, se la moda mette a nudo l'identità



leggere, rileggere
di Cesare Cavallari



Gillo Dorfles: già nel nome c'è l'eleganza della sprezzatura, un calmo altare di farfalla. Leggendarie, anche, le cravatte a farfalla di questo critico d'arte, già docente di estetica nelle università di Milano, Trieste e Cagliari, che, con la straordinaria disinvoltura dei suoi 98 anni, non manca all'inaugurazione di una mostra importante (quando non l'ha egli stesso promossa), a una prima teatrale. Milano l'ha festeggiato il 28 aprile

lo scorso anche con la proiezione di un video nel quale Dorfles si racconta con misura e con grazia, testimone di un secolo che l'ha visto protagonista della scena artistica anche come teorizzatore del Mac, Movimento Arte Concreta, nato nel 1948 in contrapposizione sia al realismo politicamente impegnato sia all'irrazionale informale. Al Mac aderirono, fra agli altri, Fontana, Dorazio, Munari, Sottsass, Soldati, in nome di un'arte «basata sol-

tanto sulla realizzazione e sull'oggettivazione delle intuizioni dell'artista, rese in concrete immagini di forma-colore, lontane da ogni significato simbolico, da ogni astrazione formale, e mirante a cogliere solo quei ritmi, quelle cadenze, quegli accordi, di cui è ricco il mondo dei colori». Ma Dorfles è anche, da sempre, un attento osservatore del costume, e in un piccolo libro intitolato *La (nuova) moda della moda* (Costa & Nolan, pagine 144, euro 16,80) ha riunito e aggiornato alcuni articoli pubblicati negli an-

ni sui giornali, intorno a un fenomeno meno precario di quanto sembri. Perché lo «sconcertante settore» della moda, anche della moda vestimentaria, nasce dall'incontro di aspetti estetici con aspetti economici, e può diventare «uno dei parametri di confronto tra le arti dure e quelle effimere, tra la non arte commercializzata e l'arte ritenuta indipendente e sovrana». Dorfles non ha l'originale levità di analisi di Roland Barthes il cui *Sistema della moda* (1970) resta insuperato testo di riferimen-

to, ma si fa apprezzare per l'equilibrio con cui osservando il fenomeno-moda restando al passo coi tempi. Certo, abomina il piercing e i jeans sfilacciati, e a proposito dei costumi teatrali trova salutarmente detestabile «l'Amleto in smoking»; ma profetizza per l'immediato futuro la diversificazione tra «l'abito di tutti i giorni» e l'abito per circostanze speciali, da sera, da viaggio o da turismo, questi ultimi ispirati alla più sbrigliata fantasiosità. Nel quotidiano, invece, verranno imponendosi «abbigliamento standardizzati, quanto

più possibile funzionali, probabilmente di tipo unisex; e, ipotesi non difficile da proporre, provvisti di alcune segnalazioni (di grado, di professione, di indirizzo) che permettano l'immediato riconoscimento del livello professionale di chi li indossa». I nostri pronipoti indosseranno dunque delle tute di tipo spaziale, con tanto di mostrine? Quello che Dorfles sostiene, comunque, è l'ineliminabilità dei segnali di appartenenza a un ceto che il vestiario dichiara. I nostri bisnonni ci appaiono rivestiti di abiti «estremamente cristalliz-

zati e formalistici», così come i costumi tradizionali erano specifici per le nubi, per le spose, per le vedove e per chi era stato colpito da un lutto. In futuro, forse, l'abbigliamento sarà analogamente denotativo, come, del resto, già oggi avviene attraverso la gerarchizzazione delle marche dei jeans e la qualità delle lane dei pullover. Agli eccessi dell'esibizionismo di minigonne e di nude-look Dorfles non oppone considerazioni moralistiche, ma le motivazioni del buon gusto. L'estetica, del resto, è stretta parente dell'etica.