



# ITALIANITÀ VIA **web**

Dall'Australia alla Danimarca, gli emigrati fanno comunità con siti, micro web tv e blog

**Q**uando l'8 febbraio la centrale a energia pulita di Middletown, una piccola cittadina del Connecticut, fu sconquassata da una potente esplosione che provocò morti e feriti, l'eco fu vasta anche in Sicilia. Dall'una e dall'altra parte dell'oceano in un baleno si attivarono i media iperlocali. Micro web tv e videoblog al servizio della comunità. Middletown è detta «la piccola Sicilia», coacervo di vite dei nostri connazionali espatriati, come i Corvo (numerossissimi) o i Giuliano (a cui appartiene anche l'amato sindaco Sebastian).

Ecco, ci sono fatti che scuotono le coscienze da un capo all'altro del mondo, senza che quel fatto sia necessariamente globale. La patente di internazionalità oggi viene conferita perché attorno a un fatto confluiscono sentimenti condivisi. E le distanze si annullano quando è in ballo lo stesso sangue.

Storie di italiani all'estero, nascono tra le pieghe di una rete che trasuda italianità. Anche perché di connazionali nei cinque continenti ce ne sono tanti. Milioni. E molti hanno abbandonato da un pezzo la valigia di cartone sostituendola con mouse e connessione. Rigorosamente a banda larga.

Da quattro anni la Fondazione Migrantes nel suo rapporto racconta l'emigrazione nostrana. E i dati aggiornati al 2009 registrano quattro milioni di italiani all'estero. Considerando però le persone di origine italiana compresi i discendenti si potrebbero superare i 60 milioni. Un'altra Italia fuori dall'Italia.

Il rapporto evidenzia come il maggior numero di espatriati sia in Europa, con Germania e Svizzera in testa. A seguirli l'America e l'Oceania. Stati Uniti e Argentina sono le mete prescelte. Popolazione giovane, quella degli italiani all'estero. Più della metà ha meno di 35 anni e di questi il 30% sono minorenni.

In rete si possono scorgere micro fenomeni, piccoli grandi miracoli digitali. Matteo Rizzi, quarantenne trapiantato a Bruxelles, ha creato nel marzo 2003 Italiansonline.net, idea nata da una pizza con Beppe Severgnini. Oggi vi sono sviluppate 80 aree geografiche e ci si

collega da oltre cento paesi. Obiettivo: creare una rete di accoglienza. «Per chi vive all'estero è essenziale il network, l'aiuto per la ricerca di un lavoro o di una casa, oltre al coinvolgimento per gli eventi della comunità» precisa Matteo. Ma all'estero opportunità fa rima anche con difficoltà. «Una su tutte, il riconoscimento professionale e la crescita della famiglia in un paese straniero. Poi c'è la famosa fuga dei cervelli». Così si sono moltiplicati portali informativi, micro web tv e videoblog. Strumenti di comunicazione generati dal basso mappati dall'osservatorio interuniversitario Altratv.tv: a oggi all'estero se ne contano quasi un centinaio, senza includere le pagine e i gruppi su social network, da Facebook a Xing. Alti gli accessi, diversificati i progetti. E il giro del mondo è multilingue. Voglia di far sentire la propria voce. Di fare comunità. Unitamente a una orgogliosa nostalgia di casa.

I canali di informazione hanno la meglio. Tra questi c'è la rassegna stampa creata da un network trasversale di studenti universitari. Cliccando su Italiadallestero.info si legge ciò che si dice del Belpaese.

A seguire i canali di servizio, come quello di Aldo Marcegaglia, quarantenne di Borgo San Dalmazio, partito a 19 anni per l'Australia. Aldo è l'artefice di Italianinfuga, piattaforma di sopravvivenza per gli italiani all'estero. Spazio poi all'amarcord, con i racconti del paese natio. È il caso di Serate-italiane.dk, un portale per favorire l'integrazione con la cultura danese.

Gli italiani dell'altro mondo spesso sono manager. E approdano in Oriente. Nasce così Vivishanghai.com, per la comunità di lavoratori italiani in Cina.

Ma non c'è solo informazione e servizio. Anche il business trova spazio. È il caso della community del caffè. Siamo in Calabria e un portale nato con investimenti contenuti sta scardinando gli assetti dell'e-commerce. Su Calabriacafè.it, progetto del Caffè Guglielmo, è possibile acquistare caffè calabrese. Il legame tra prodotto e clientela è la calabresità. D'altronde i calabresi nel

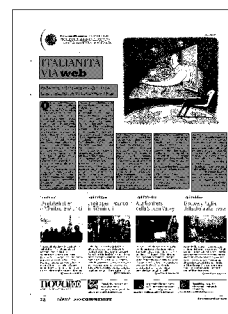
mondo sono in Francia, Inghilterra, Stati Uniti e Canada.

Gli italiani all'estero sono anche in «Jersey Shore», format di Mtv, dipinti con luoghi comuni: in onda le avventure tra fitness e sesso. Ma questa è davvero tutta un'altra storia. Lontana anni luce dalla rete.

**Giampaolo Colletti**

giampaolo.colletti@altratv.tv

MINISTERO DELLA GIUSTIZIA





# FABBRICHE creative

In Europa l'industria culturale non crescerà a tavolino  
Ma coordinando le sperimentazioni

DI PIER LUIGI SACCO

**U**n'industria culturale fuori dagli schemi pensati a tavolino ma espressione di un ecosistema di innovazioni, di relazioni creative tra soggetti diversi, dalle università agli enti locali. Così si tratteggia l'Europa della conoscenza, dopo la conferenza governativa per il semestre di presidenza spagnola della Ue sulle industrie culturali e creative. La qualità della rappresentanza istituzionale a Barcellona il 29-30 marzo (sei ministri e cinque direttori generali della cultura di vari paesi europei più il Commissario europeo alla cultura e alla formazione Androulla Vassiliou) offre un segno evidente del peso politico che questo tema sta assumendo oggi in Europa.

Lungo i lavori del convegno si aveva la chiara sensazione che questo settore sarà una delle forze trainanti dell'economia e dello sviluppo locale europeo del prossimo decennio. Non è un caso che sia stata la Spagna a ospitare questa iniziativa, che si pone come un evento di primissima importanza nel programma del semestre di presidenza. Malgrado la crisi economica, il paese sta puntando con decisione sullo sviluppo delle industrie creative e questa scommessa si poggia su precise scelte anche politiche: il ministro della Cultura è una regista 44enne, Ángeles González-Sinde, che ha una conoscenza di prima mano delle problematiche del settore. Il direttore generale del ministero è un 39enne con una solida esperienza internazionale. Il sindaco di Barcellona, Jordi Hereu, non ha fatto un discorso di circostanza o autocelebrativo sul primato storico della città sui temi dello sviluppo locale a base culturale - e si che ne avrebbe avuto motivo - ma ha annunciato un ulteriore, ambizioso piano di investimenti in infrastrutture culturali, già in corso di realizzazione, che mira a portare la città nella ristretta élite mondiale delle *global creative cities* a fronte di una competizione internazionale sempre più accanita, proveniente ormai non soltanto dai paesi

più sviluppati ma anche da un crescente numero di paesi emergenti.

Al momento, l'Italia è del tutto assente da questo scenario. La mancata presenza di rappresentanti istituzionali italiani tra gli speaker del convegno non è purtroppo causale, se si considera che l'Italia non ha al momento una direzione ministeriale dedicata alle industrie culturali e creative, e di conseguenza non ha nemmeno una *country strategy* in merito. Il tema delle industrie creative è del resto praticamente assente dal dibattito nazionale (e a maggior ragione dall'agenda politica), ancora tutto incentrato sul tema vetusto e strategicamente secondario della valorizzazione. Colpa forse del fatto che in Italia manchino i talenti? È vero semmai il contrario: l'Italia si è trasformata in questi anni in un formidabile esportatore di talenti creativi, formati spesso con grandi quantità di risorse pubbliche, che fanno la felicità di tanti produttori stranieri che offrono loro opportunità e risorse impensabili nel nostro paese (ma disponibili e abbondanti per tanti altri scopi).

Perché ci troviamo in una situazione del genere? Una spiegazione abbastanza semplice emerge dai risultati delle riflessioni presentate nel convegno di Barcellona: il vero fattore chiave di successo di una strategia di sviluppo delle industrie creative non va cercato tanto nell'applicazione dei convenzionali paradigmi di sviluppo industriale al nuovo macro-settore, che in gran parte sfugge a queste logiche e richiede nuovi modelli e strumenti in tema di difesa della proprietà intellettuale, sostegno ai processi creativi e ideativi, organizzazione e motivazione del team work, selezione dei modelli organizzativi, e così via. Il punto centrale è piuttosto la capacità di collocare i nuovi modelli creativi all'interno di un contesto sociale che esprima il proprio orientamento alla conoscenza: un contesto caratterizzato cioè da elevati livelli di accesso e alfabetizzazione culturale e tecnologica, da un elevato livello di coordinamento tra politiche culturali e politiche del welfare e della sostenibilità ambientale, da una forte interazione tra sperimentazione culturale e percorsi formativi nella scuola dell'obbligo, nell'università, nella formazione continua. Ed è qui che emerge con evidenza il nostro gap, che ha a che fare soprattutto con la cultura della cultura: per noi, per la nostra opinione pubblica, cultura vuol dire ancora e soprattutto intrattenimento, rendita turistica c/o autocelebrazione identitaria, e non formazione, innovazione, sviluppo umano, qualità

della vita. Se non ci sforziamo di superare al più presto questi sostanziali limiti di visione, rischiamo di trovarci a giocare un ruolo irreversibilmente marginale proprio all'interno di una di quelle arene su cui, a parole, contiamo di più per assicurare un futuro alle nuove generazioni, ma dalla quale facciamo di tutto per scomparire.

## 2,6%

### IL PIL DELLA CULTURA IN EUROPA

Il *green paper* sull'industria culturale che sarà presentato dalla Ue a fine aprile delinea l'economia della conoscenza al 2020.

### RESPONSABILITÀ DELLA CULTURA

Viene presentato oggi al MAMbo di Bologna il progetto «culturability» della Fondazione Unipolis.

### SETTIMANA DELLA CULTURA

I luoghi italiani dell'arte aperti gratuitamente per la Settimana della cultura (dal 16 aprile).





# LA STORIA DIVENTEREMO noi

Le domande lasciate in sospeso per il mestiere dello storico dei media

GABRIELE BALBI

A COLLOQUIO CON

LUCA TREMOLADA

«C' è un paradosso a monte: si vogliono conservare in maniera permanente oggetti e informazioni che sono effimeri per natura, che sono nati per morire rapidamente. La specificità dei dati digitali è l'interazione, il continuo intervento degli utenti o, in altri termini, quello che Henry Jenkins chiama la cultura partecipativa: le fonti digitali sono quindi oggetti fluidi e dinamici che cambiano nel corso del tempo anche in ragione di questa natura interattiva e collaborativa». Il mestiere dello storico dei media non può che partire da questa osservazione: a differenza di lettere, documenti e libri, alcune fonti digitali vivono in un ecosistema che dà loro senso e da cui sarebbe scorretto isolarle. Gabriele Balbi è uno storico dei media, studia all'Istituto di Media e Giornalismo dell'Università della Svizzera italiana di Lugano e data la giovane età ha una idea chiara su cosa, come e dove conservare i documenti digitali.

«Senza dubbi - spiega - per narrare la storia dei mass media, delle telecomunicazioni e dei nuovi media nel tardo XX secolo gli studiosi dovranno confrontarsi anche con le fonti digitali». Non solo loro. Molti fatti di cronaca, moltissimi eventi nazionali e internazionali sono rac-

contati, commentati e denunciati sui social network, nei filmati di Youtube, nei blog. Dai terremoti alle elezioni americane, il ruolo che ricoprono i social media è diventato tale da non poter sfuggire un domani all'analisi di uno storico.

«Proprio per questo occorre porsi da subito due domande: chi e come conservare. Può sembrare anche qui paradossale. Sebbene apparentemente ci troviamo di fronte a una sovrabbondanza di fonti rispetto al passato, è altrettanto vero che se nessuno si occupa di archiviare queste informazioni, di salvare, per fare un esempio, i video di youtube, allora questi dati digitali rischiano di venire cancellate e anche molto velocemente».

Da qui la prima domanda da porsi nei panni di uno storico. Chi professionalmente conserverà il racconto digitale di questo inizio secolo? Per rispondere a questa domanda occorre però guardare al passato. «Considerando schematicamente la storia della conservazione analogica, almeno fino all'invenzione della stampa nel XVI secolo il monopolio della conservazione del passato è stato sostanzialmente detenuto dalle istituzioni religiose. Questo potere è diventato via via più laico nei secoli XVIII e XIX, quando sono stati istituiti musei e archivi pubblici. Nel XX secolo il potere della memoria è stato condiviso da istituzioni pubbliche e aziende private, come ad esempio radio ed emittenti televisive. Con la digitalizzazione, e qui arriviamo all'oggi, il potere di conservazione sembra essere stato messo di nuovo in gioco e, probabilmente, il significato stesso di potere derivante dalla preservazione del passato è destinato a cambiare. Con le vecchie fonti la regolazione era nazionale o locale. Un museo o una biblioteca ha il dovere di conservare almeno una copia delle fonti che hanno fatto la storia del proprio paese. Con inter-

net e con le fonti si perde il concetto nazionale. Che nazionalità ha un sito web? I soggetti pubblici paiono meno interessati a spendere soldi per conservare materiali che non sono strettamente nazionali. Le aziende private, dal canto loro, hanno lanciato diversi progetti (ad esempio The Internet Archive) ma è giusto affidare la conservazione del passato in mani private? Se un domani per questioni di bilancio una aziende editoriale dovesse essere costretta a spegnere i propri server cancellando pezzi di storia non solo del suo giornale ma del suo paese il danno per la cultura sarebbe immenso. Che fare? O si decide che conservare è un asset politico internazionale. Oppure ci si affida a partnership tra pubblico privato che però non sempre hanno funzionato bene. L'altra strada è quella di lanciare iniziative con i migliori storici del presente: gli utenti ovvero coloro che gelosamente nelle loro mediateche conservano pezzi di storia».

Dopo esserci domandati "chi" è bene chiedersi cosa conservare e come. «Anche qui ci troviamo di fronte a un paradosso. I dati digitali diventano rapidamente obsoleti sia causa dell'hardware sia della loro organizzazione. Paradossalmente lo storico ambisce da un lato a mantenere l'informazione digitale come è stata creata, dall'altro vuole accesso a questo dato dinamicamente con gli strumenti più avanzati. «In altre parole - precisa - pur aspirando a conservare l'originalità della fonte digitale, ci scontriamo con un'inevitabile obsolescenza dell'hardware e del software: quindi, se vogliamo mantenere i materiali digitali realmente nella loro forma originaria, essi a breve possono diventare inaccessibili, impossibili da leggere proprio per la mancanza di supporti in grado di decifrarli».

Paradossi e problemi di politica





della conservazione a parte c'è una domanda a monte. Fino a ora l'archiviazione del passato era un'attività svolta da chi in qualche modo deteneva il potere (Stati nazionali e Chiesa). Il digitale rischia di sovvertire questo ordine. Se è vero che la narrazione della storia e dei fatti passerà sempre più attraverso i server collegati a internet, chi possiede le macchine è il custode di una mole di dati che negli anni diverranno oggetto di studio degli storici. Sarà bene domandarsi se la digitalizzazione scoglierà a favore degli utenti la memoria collettiva oppure si concentrerà in mani privati. In altri termini: chi ricoprirà nel 2060 il ruolo che nel medioevo hanno svolto i monasteri?

## **3 miliardi** **Le fotografie sul web**

Secondo i dati Nielsen nel mondo vengono pubblicate 3 miliardi di foto al giorno. Archivi digitali come Flickr o anche Facebook raccontano per immagini le storie personali e sociali del loro tempo

## **25** **Commenti su Facebook**

Un utente medio scrive 25 commenti al mese su Facebook. È difficile qualificare le forme di espressione che sono ospitate sui media sociali. Alcune potrebbero aiutare gli storici per comprendere determinati fatti

## **200 milioni** **I siti nel febbraio 2010**

Secondo la NetCraft, nel febbraio 2010 internet conta più di 200 milioni di siti, di cui poco più di 70 milioni attivi. Le pagine o documenti web, indicizzate e accessibili dai motori di ricerca sono poco più di 3 miliardi

Politiche culturali. La difesa del patrimonio intellettuale

# L'italiano guarda dietro ma non è lingua passata

di Gaetana Marrone

**T**empo fa, l'intervento di Francesco Sabatini, presidente dell'Accademia della Crusca, sul dibattito fiorito dalle brutte notizie sulla lingua italiana provenienti da Bruxelles, andava letto con grande attenzione, perché il contenuto era preoccupante e non andava confuso con una mera difesa nazionalistica dell'italiano. Oggi più che mai si pone il problema di come tutelare la lingua italiana dalla crescente irrilevanza nei contesti internazionali. Ultimo caso in ordine di tempo, la decisione dell'Unione Europea di usare nei bandi di concorso per la selezione del personale (Epsa) solo tre lingue: inglese, francese, tedesco. Ovvio la scelta dell'inglese, ma perché poi solo francese e tedesco?

Un discorso sulla lingua nazionale e il modo in cui viene oggi recepita dalla comunità europea è interessante proprio perché offre l'occasione di fare il punto su di un dibattito ormai maturo. Un dibattito su cui esisteranno tante opinioni e che anche nel nostro paese sta ormai dando origine a una serie di polemiche, proprio perché sembra cogliere di sorpresa un settore della cultura italiana.

Il documento forse più portante è fornito dall'esperienza personale. Nel settembre del 1985 sono arrivata all'università di Princeton appena assunta nel dipartimento di lingue e letterature romanze, che si piazzava allora al primo posto in America per il francese e lo spagnolo. Per l'italiano, era un'altra storia: non c'era neanche il *major*. Ma grazie a uno sforzo collettivo e al sostegno amministrativo del dipartimento, già all'inizio degli anni Novanta non solo avevamo il *major*, ma anche un corpo studentesco in continuo aumento. Di fatto, questo rifletteva quanto le statistiche della Modern language association veniva a pubblicare durante il decennio: l'italiano era al secondo posto (dopo lo spagnolo) per incremento di popolazione studentesca nelle maggiori università americane. Chi vuole imparare l'italiano in un'università dell'Ivy League, a numero chiuso e con poca affluenza italo-americana? Futuri avvocati, dottori, diplomatici, economisti, politici. Pochi versati alla carriera accademica. I nostri studenti seguono corsi di cultura, cinema, letteratura, che spaziano da Dante a Eco, da Rosi a Bertolucci e Cavani.

Il fatto è che la nostra politica governativa, a differenza di quella francese, ad esempio, ha sempre visto con molta cautela questo uso degli strumenti di cultura all'estero. Si sono inviati fondi per pro-

muovere i corsi di lingua per i bambini di italo-americani, ma si è fatto poco per la promozione della cultura su scala (inter) nazionale. I nostri centri culturali operano nelle città maggiori e sono poco equipaggiati per assistere nei programmi. Ogni manifestazione italiana a Princeton è interamente finanziata dall'università e spesso aiutata dal Gruppo esponenti italiani di New York. Il governo francese ha invece creato centri di cultura in università selezionate (tra cui Princeton) versando ingenti quote annuali per la promozione della cultura francese in America. Lo stesso discorso si potrebbe fare per il tedesco. Ammesso che i nostri istituti di cultura siano insufficienti a promuovere la diffusione dell'italiano, perché non investire nelle comunità scientifiche che formano i cittadini di domani? Se il motto di Princeton è *Princeton in the nation's service and in the service of all nations*, l'italiano di oggi è più vivo che mai, e bisogna tutelarla nelle sedi istituzionali europee e internazionali.

Il ricorso presentato dall'Italia a Bruxelles è una pura formalità. Non avrà seguito. La preminenza linguistica e culturale dell'italiano si costruisce mattone per mattone. Siamo rimasti indietro. L'italiano non è la lingua del passato, di Dante o del nostro grande Rinascimento. È la lingua del presente che deve essere tutelata negli ambienti culturali e accademici, che formano i dirigenti politici di domani.

Gaetana Marrone è docente alla Princeton University

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## IL CASUS BELLI

## Il Sole 24 ORE

La battaglia romana si spinge a sud. Prenta la resistenza del ministro Andrea Riccio

### Lingua italiana esclusa, ricorso alla Ue

L'italiano diventa a un anno il secondo più studiato in Europa. Ma il governo non ha fatto nulla per promuoverlo. Il ricorso alla Ue è un tentativo di far sentire la voce italiana. Il governo non ha fatto nulla per promuovere la lingua italiana. Il ricorso alla Ue è un tentativo di far sentire la voce italiana.

Sul Sole 24 Ore del 7 aprile la denuncia dell'Italia contro la Ue che ha scelto come lingue del bando di concorso e delle prove d'esame per funzionari inglese, francese e tedesco. Bruxelles ha assicurato: dal 2011 le prove di pre-selezione saranno nelle 23 lingue della Ue.

