
L'Italia vista da fuori

Autore: Michele Zanzucchi

Fonte: Città Nuova

DESIGN E SPAGHETTI Un premio alla eccellenza degli italiani: il movimento culturale La casa delle identità, presieduto da Rossana Pace, ha promosso la prima edizione del Premio nazionale Profeti in patria, allo scopo di sviluppare la creatività italiana. La manifestazione si è tenuta nella cornice delle Scuderie del Quirinale, come occasione per offrire una panoramica di tutti gli ambiti della eccellenza italiana spesso ignorati o sottovalutati. Al di là della parata, più o meno discutibile, è stata resa nota una ricerca, o per meglio dire un monitoraggio, per usare un neologismo di molto dubbio buon gusto, sui media stranieri, per verificare qual è l'immagine da essi veicolata della nostra Italia. Per vedere se siamo ancora la nazione degli spaghetti e della mafia o siamo diventati altro. 1100 articoli e un migliaio di siti sono stati passati al vaglio dei ricercatori. Risultati: né Italietta, né Italiaccia, né Italiona. Siamo semplicemente l'Italia, con i nostri pregi e i nostri difetti. Certamente si nota il passaggio da una visione un po' folkloristica e riduttiva a una maggiore attenzione al paese che crea, alla patria della fantasia. Ferrari e le case di moda sono largamente in testa ai risultati della ricerca, seguiti da personaggi quali Renzo Piano, un nome ormai assolutamente internazionale. Resta da chiedersi, al di là del valore scientifico della ricerca - assolutamente aleatorio -, se l'Italia sia anche un paese di idee, di cultura. Ebbene, sembra emergere sì un paese ricco d'arte e cultura, ma piuttosto orientate al passato. Il presente è solo moda e glamour e stile. C'è di che riflettere. WIRELESS Mi connetto, quindi sono Persino Newsweek ne ha decretato il successo, forse perché le colonnine che ne sono i punti di collegamento sono sempre più presenti negli aeroporti e negli hotel di mezzo mondo. Il Wireless, il Wi-fi, sostanzialmente un modo di collegarsi a Internet e ad altre reti telematiche senza strumenti complicati, fili interminabili e procedure complicate, pare proprio avere conquistato l'interesse del mondo che lavora e di quello che si diverte. Scopo delle straordinarie evoluzioni tecnologiche informatiche è quello di arrivare ad essere perennemente collegati col mondo, in qualsiasi posto ci si trovi. Un sogno di connettività totale, con conseguenze sulla vita pratica della gente, anche nella propria casa; in effetti, legato al progetto c'è anche il progetto, che da tempo solletica tanti industriali, di una casa-elettrodomestico dove tutto sia sotto controllo grazie ad una semplice schermata sul computer di casa. La potente Federal communication commission americana ha così sintetizzato le potenzialità del Wireless: Costa poco e non implica grandi investimenti. Per l'efficienza americana è più che una approvazione. Restano i dubbi sulle conseguenze antropologiche di questi sistemi tecnologici che, volendo favorire la comunicazione, restringono sempre più il campo della comunicazione interpersonale diretta, quella che richiede tempo e che obbliga a compromettersi con l'altro. Ma questo è un altro discorso... O forse è proprio il discorso centrale della comunicazione? IN LIBRERIA Vendere la guerra Sheldon Rampton e John Stauber, legati al mondo del pacifismo statunitense, ci offrono un volume altamente provocatorio (Vendere la guerra, Nuovi Mondi Media, euro 16.00) un'analisi approfondita dell'aggressiva campagna di pubbliche relazioni e, almeno in parte, di disinformazione, promossa dall'amministrazione di George W. Bush per vendere al mondo la guerra all'Iraq e al terrorismo internazionale. Per tale progetto ha assoldato le migliori agenzie pubblicitarie e i colossi mediatici, sfruttando la paura per criminalizzare il dissenso e limitare i diritti civili. Se tutto risultasse vero, ci sarebbe di che rimanere terrorizzati. E tanto, purtroppo, è proprio vero. Con la consolazione che la democrazia americana è capace di accettare e digerire denunce del genere, valutandone la veridicità e poi sposandone eventualmente la denuncia.