

Il mondo è un libro
e quelli che non viaggiano
ne leggono
solo una pagina

Sant'Agostino

i lunedì al sole

GANDHI E TELECOM: CHI VEICOLA L'ALTRO?

Beppe Sebaste

Mentre le festività natalizie raddoppiavano le pubblicità televisive ai telefoni cellulari e alle altre tecnologie informatiche, la tragedia asiatica evidenziava l'insufficienza della rete di comunicazione. Comunicare è scambiarsi esperienze, ma anche avvertire il prossimo del pericolo, nella leopardiana catena umana disegnata dalla *Ginestra* del grande poeta. È noto che oggi possiamo comunicare ovunque e in ogni momento, anche i sordomuti possono telefonarsi, ma altrettanto nota è la vanità (la virtualità) di tutto questo, visto che non abbiamo (più) niente da dirci: la povertà delle esperienze umane viaggia di pari passo col dileguare della parola e del racconto. Da qualche mese però una pubblicità girata da un grande regista, Spike Lee, ha destato commozioni e adesioni. Mi riferisco allo spot di Telecom Italia in cui si immagina in mondovisione il nobile messaggio di Gandhi, il celebre ribelle liberatore dell'India, teorico della non-vio-

lenza. In un bianco e nero contrastato e nostalgico che cattura l'anima, vediamo su schermi e monitor di ogni luogo della Terra - da Washington Square ai deserti africani, dall'Asia all'Europa - l'immagine di Gandhi che parla all'Umanità tutta. Una voce fuori campo sintetizza lo spot: che cosa sarebbe stato del messaggio di Gandhi se avesse potuto diffondersi così? Oltre la metà degli abitanti della Terra (gli studi dicono due terzi) è attualmente del tutto priva di un qualsiasi collegamento telefonico, figuriamoci Internet. Per esempio, la stragrande maggioranza degli Indiani, un telefono non l'ha neanche mai visto. Ma il punto non è questo. Se lo spot smuove così bene i sentimenti delle anime belle - istillando nelle menti e nei cuori dei teleutenti l'utopia commovente di un mondo in cui siamo tutti connessi, poveri e ricchi, di una comunità globale, di una globalizzazione buona - esso mistifica la verità che è alla base del suo



successo commerciale: se il messaggio di Gandhi fosse stato trasmesso in presa diretta in tutto il pianeta, la sua efficacia sarebbe stata nulla, e l'umanità si sarebbe dimenticata da un pezzo della sua esistenza. La legge «fatale» della comunicazione comporta infatti che il massimo della presenza produca il minimo di efficacia. L'eccessiva presenza annulla il messaggio, il successo rende insignificanti o irrilevanti i contenuti. E l'utopia, se di utopia si tratta, è il vertiginoso fluire della comunicazione nel divenire merce - immateriale - di quello che non da oggi si chiama «capitalismo culturale», o spirituale. Viceversa, è grazie alla mancanza di un supporto universale che la Storia e le storie - come i miti - si possono tramandare nella parola. E nell'assenza, nel «divenire minoritari», che il Cristianesimo, per fare un macroesempio, ha potuto diventare «cattolico», cioè universale. E intanto, ci si dimentica che non sarà mai Telecom a veicolare Gandhi, ma sono Gandhi e l'idea della pace (l'ultima icona assimilata) a veicolare la merce Telecom, rischiando in questa sovraesposizione di perdere per sempre ogni forza di comunicazione e di trascinamento.

IL CALENDARIO DEI BAMBINI

Un'idea di Sergio Staino per la "Consulta Rodari" in edicola con l'Unità a € 3,90 in più

orizzonti

idee | libri | dibattito

IL CALENDARIO DEI BAMBINI

Un'idea di Sergio Staino per la "Consulta Rodari" in edicola con l'Unità a € 3,90 in più

Francesca De Sanctis

QUANTO COSTA LA CULTURA/3

MUSEI
Arte, è diventata un lusso?

Immaginate una lunga fila di turisti, italiani e stranieri, davanti alla Galleria degli Uffizi o agli scavi archeologici di Pompei (tanto per citare due luoghi d'arte tra i più visitati in Italia). A un certo punto uno dei visitatori sgattaiola in mezzo alla folla tentando di entrare nel museo, convinto di passare inosservato e quindi di riuscire a introdursi senza pagare il biglietto d'ingresso. Purtroppo per lui, la sua incursione viene fermata dai custodi e quando gli viene chiesto perché lo ha fatto la sua risposta è: «Non posso permettermi 6 euro per ogni museo che voglio visitare...». Pura fantasia, ma ci pensate se accadesse davvero? Una, due, tre persone stupefatte di pagare l'ingresso a mostre, musei, scavi archeologici che iniziano a fare slalom tra i corridoi di palazzi e istituti. Lo slalom, intanto, lo fanno i dati sull'affluenza dei visitatori nei musei italiani, in continua flessione dal 2000 a oggi secondo il «Dossier Musei 2004» del Touring Club Italiano. Il motivo di questo calo, a quanto pare, non è un aumento dei prezzi dei biglietti, che oscillano tra i 2 e i 10 euro, a parte qualche picco più alto (per esempio una visita agli Scavi di «Pompei di notte» costa 24 euro, una alla Torre di Pisa 15 euro a persona!). Piuttosto, c'è da chiedersi se con il passaggio all'euro, con l'aumento del costo della vita, con la crisi economica del nostro Paese gli italiani abbiano scelto o no di salvare la cultura. Domanda: una famiglia media può permettersi di spendere 4, 6, 10 euro a persona per una mostra? Oppure, potendo, preferisce spenderli per una pizza?

Intanto vediamo di restringere il campo della nostra inchiesta. L'ultimo censimento disponibile sui musei italiani ne rileva 4.120, il 13% dei quali di proprietà dello Stato, il 43% dei Comuni, il 17% dei privati, il 13% degli Ecclesiastici, il 6% delle Università, il 2% delle Regioni, il 2% delle Provincie, il 4% di altri enti. Solo per i musei statali esiste una struttura dedicata alle rivelazioni statistiche sull'affluenza di pubblico, prodotta dal Sisten (Sistema Statistico Nazionale) tramite l'Ufficio di Statistica per i Beni e le attività culturali, che ci ha fornito - appunto riguardo ai soli siti statali - i dati relativi a prezzi, numero di visitatori e introiti di musei, monumenti, aree archeologiche e circuiti museali. Vediamo.

Dal tariffario 2003-2004, che include una lista di 255 musei, scavi e circuiti, risulta che soltanto 13 sono gratuiti. Tra i luoghi della cultura gestiti dallo Stato ricordiamo

In Gran Bretagna si paga per le mostre temporanee e non per le collezioni permanenti. In Irlanda funzionano le «card» integrate

”

che l'ingresso è gratis solo nelle Biblioteche e negli Archivi. Ci permettiamo di sottolineare quel «solo» perché basta guardare al resto dell'Europa per capire quanto siamo rimasti indietro. In Inghilterra, per esempio, l'ingresso è gratuito in tutti musei, in Irlanda e non solo ci sono biglietti integrati che permettono di visitare più mostre... ma

flussi turistici

Le nuove mete? L'Elba di Napoleone e tesori appartati, come quelli d'Abruzzo

Chi frequenta in Italia i musei e le loro collezioni permanenti? Dall'indagine effettuata dal Ministero per i Beni e le attività Culturali nel periodo 1998-2000, nei dodici principali siti di Stato, risulta che il pubblico è in prevalenza - al 64,4% - adulto, tra i 25 e i 59 anni, e al 56% femminile. Il 41,6% dei visitatori sono italiani, poi arrivano gli statunitensi, con il 18%, seguono francesi, inglesi e tedeschi. Il 25% del totale è costituito da visitatori extra-europei.

Il pubblico internazionale ama di più i musei fiorentini e quelli di Venezia, meno l'Egizio di Torino e Castello Diramare a Trieste; gli americani preferiscono la barocca Galleria Borghese a Roma, i giapponesi gli scavi di Ostia Antica.

La città più visitata dagli stranieri resta Roma, con l'atout dei musei Vaticani e del Colosseo, ma come città «più amata», stante un'indagine effettuata nel 2001 dal Touring Club, è Venezia, seguita da Firenze. Il pubblico internazionale muta con le sta-



duatoria diffusa da KwArt, c'è stato un vero tracollo, 33,91 % dei visitatori in meno rispetto al 2001 con in testa la città di Roma. Per il Touring Club italiano, che nella sua indagine si rivolge ad un campione di 37 musei (statali, privati, civici ed ecclesiastici), nel 2003, poi, i musei hanno accolto 11.057.403 visitatori, contro gli 11.269.268 dell'anno precedente, una flessione pari all'1,9%, inferiore insomma a quella registrata nel 2002 rispetto al 2001 (-2,2%). In base ai dati forniti dal Ministero la flessione c'è stata nel 2001 (29.543.000 visite), e da allora gli afflussi turistici sono rimasti pressoché stabili. Dunque, se a fronte di una mancata crescita dei prezzi dei biglietti non corrisponde un aumento dei visitatori, significa che qualcosa non va... Le famiglie italiane non possono più permettersi di andare al Museo? Eppure ci sono tante formule che potrebbero facilitare l'ingresso nei musei, per esempio i biglietti integrati, come, dicevamo, funziona in tutti gli altri Paesi europei. In Italia le città che hanno introdotto card o biglietti cumulativi si contano sulla punta delle dita: Genova, Napoli, Milano, Torino, Venezia, Ravenna, Firenze, Arezzo, Roma, Perugia. Ecco, l'Umbria è una regione in cui il circuito museale introdotto quest'anno ha funzionato bene: i primi nove mesi del 2004 segnano un balzo in avanti del 70% dei visitatori. L'introduzione di un biglietto integrato nei musei pubblici e privati del capoluogo umbro ha permesso ai turisti di scegliere tra un biglietto della durata di uno (7 euro) o tre giorni (12 euro) e un abbonamento annuale individuale che consente il libero accesso nei musei al costo di 20 euro o un abbonamento annuale familiare (35 euro). A questo progetto aderiscono dodici musei, statali, comunali e privati. Ancora indietro, invece, la

I primi mesi del 2002, secondo la gra-

città di Roma, dove ci sono per ora tre circuiti: circuito archeologico 20 euro (Anfiteatro Flavio, Palatino, Palazzo Massimo, Palazzo Altemps, Terme di Caracalla, Crypta Balbi, Terme di Diocleziano, Tomba di Cecilia Metella, Villa dei Quintili); circuito Museo Nazionale Romano 9 euro (Palazzo Massimo, Palazzo Altemps, Terme di Diocleziano, Crypta Balbi); circuito archeologico 8 euro (Colosseo, Palatino). Dal Comune il vice sindaco Maria Pia Garavaglia fa sapere che a gennaio sarà firmato un protocollo d'intesa col Ministero dei Beni culturali per introdurre una card che consenta ai turisti di entrare in tutti i musei della città, ma prima che venga introdotta bisognerà aspettare almeno fino alla primavera.

«Come al solito l'Italia arriva tardi rispetto agli altri Paesi europei, ma poi finisce per fare delle cose decisamente all'avanguardia» spiega Claudio Strinati, soprintendente speciale per il Polo museale romano. «È tipico di noi italiani, ci mettiamo i secoli ma poi siamo invidiati da tutti. Prendiamo per esempio gli orari: per molti anni ci siamo flagellati... ora non esiste al mondo un paese dove i musei sono aperti come in Italia. A Parigi per Capodanno è tutto chiuso, a Roma tutto aperto. Il biglietto integrato sarà presto la caratteristica dell'Italia...». Sarà, intanto siamo noi ad invidiare gli altri Paesi. «È vero, attualmente ci sono differenze notevoli con gli altri paesi dell'Europa» continua Strinati. «Noi facciamo pagare l'ingresso alle gallerie permanenti dei musei nazionali e, a parte, anche le mostre temporanee. In Inghilterra i musei nazionali sono gratuiti e in parte anche negli Stati Uniti», che ora però detiene il triste record del biglietto più caro al mondo per via del Moma, che da quando ha riaperto al pubblico dopo il restauro ha portato il costo del biglietto d'ingresso a 20 dollari. «Gli anglosassoni puntano sulla sollecitazione etica» aggiunge Strinati. «Non hanno un biglietto d'ingresso, ma chiedono un'offerta per il museo. Alcuni danno indicazioni su quale può essere l'offerta, altri no. Chi si reca al museo di solito è ben disposto a dare dei soldi, quindi con questo sistema si riesce a raggranellare parecchio. Il risultato comunque è che nella realtà il biglietto costa poco, circa la metà di quello che il pubblico pagherebbe se ci fosse un biglietto fisso. Di solito il costo si aggira attorno ai 3, 4 euro, un delicato ricatto morale da parte dello Stato... Le mostre però costano molto. La National Gallery per esempio è gratuita, ma la mostra di Raffaello al Sainsbury Wing costa 9 euro. I nostri biglietti sono mediamente elevati, ma l'ingresso dell'euro non ha inciso molto sull'aumento dei prezzi. In Italia il sistema inglese non funzionerebbe, non perché la gente non sarebbe disposta a fare delle offerte, ma perché noi abbiamo una mentalità più sistemica. La cultura è un servizio e va pagata e assistita, non può essere esclusivamente pagata, né esclusivamente assistita. Come la salute». Il problema è proprio questo, che per ora la cultura è abbastanza costosa e per nulla assistita. Vogliamo citare tutte i problemi irrisolti? La gestione delle opere, il personale, l'accessibilità ai musei... ma per questo ci vorrebbero delle inchieste a parte.

Le precedenti puntate dell'inchiesta, dedicate al costo dei libri, sono uscite il 10 e il 17 dicembre 2004

Claudio Strinati soprintendente del Polo museale romano: «Per la nostra mentalità la cultura è un servizio Come la sanità»

”