



le condizione culturale. De Mauro racconta di un'altra inchiesta condotta in Sicilia nel 1876 dal giovane Sidney Sonnino, futuro primo ministro della destra storica. In merito alle miserevoli condizioni di vita dei contadini del Mezzogiorno, Sonnino ammoniva su quanto fosse pericoloso «insegnar loro unicamente a leggere e a scrivere, perché essi sappiano bene che sono infelici». Miglioriamo pure la loro condizione, ma guai a renderli consapevoli del loro stato, ragionava Sonnino; se lo faremo «avremo seminato vento per raccogliere tempesta», avremo fatto cioè di essi dei potenziali rivoluzionari.

In materia di formazione e di politica culturale è ancora questa la mentalità che ispira l'indirizzo squisitamente reazionario - non c'è altra parola - dei governi di destra succedutisi in questi ultimi due decenni. Parola chiave è quell'*inculcare* pronunciata tempo fa dall'attuale nefasto inquilino di Palazzo Chigi: una dichiarazione di guerra a un'educazione indipendente dal potere, che formi una coscienza civile e un pensiero critico non controllabili.

Purtroppo in questa guerra, l'attuale destra di governo vanta alleati molto più potenti e duraturi di un piccolo quanto devastante despota ormai in vista del capolinea. Berlusconi passerà, ma i templari dell'ignoranza resteranno a guardia di questo paese i cui inestimabili patrimoni d'arte e cultura finiscono in malora davanti agli occhi sbarrati del mondo intero. A meno che.... A meno che gli italiani non facciano una rivo-

luzione culturale.

Proprio così. Gli ultimi resoconti non ci lasciano scampo. I consumi culturali degli italiani sono drammaticamente sotto la media europea. L'Ocse sentenza che fra i 34 paesi presi in esame, l'Italia è al penultimo posto nella percentuale di spesa pubblica destinata alla scuola. Rivoluzione culturale fa ridere. Eppure basterebbe che un numero crescente di italiani capisse che, per come stanno le cose, leggere un libro, comprare un giornale, andare al cinema, a teatro, a un concerto, a una mostra, a una conferenza, sono gesti che rivestono un grande significato politico. Ma se siamo così poveri, si dirà. Poveri sì, eppure per abbigliamento, cosmetici o generi di lusso spendiamo molto di più dei nostri concittadini europei. Bisognerebbe iniziare a fare scelte diverse; soprattutto insegnare a fare scelte diverse: una griffe in meno e un libro in più, un cellulare in meno e una sera a teatro in più. Far capire che l'uscire di casa, entrare in una libreria o in un cinema sono comportamenti che oggi acquistano un valore civile tutto particolare. Significano ribellarsi a quel trincerarsi in casa nella rassicurante narcosi televisiva; disobbedire ai vari «ministri della paura» che continuano a ripeterci che fuori per strada c'è l'inferno, la giungla dei clandestini che ti violentano e ti derubano. Diventare meno buzzurri e più europei, questo ci serve. Non possono farlo i politici, possono e devono farlo i cittadini, la società civile e la scuola, la grande nemica di chi ci «governa». È un obiettivo per raggiungere il quale occorreranno generazioni. Però: se non ora quando? Se quei milioni che oggi firmano e poi votano i referendum, iniziassero a spegnere la tv, a bloccare la diossina mediatica che inquina così gravemente la nostra esistenza... È una vecchia idea, eppure è una delle poche armi che restano a questa nostra democrazia rantolante. ●

Dati cinema 2010 Il box office è nelle mani delle donne

È il pubblico dei «fedelissimi» che va in sala tra le 15 e 20 volte l'anno. Il 48% degli italiani, invece, non ci ha messo mai piede in tutti i 12 mesi

GABRIELLA GALLOZZI

ggallozzi@unita.it

Chi va al cinema in Italia? Sempre gli stessi. O meglio sempre le stesse, visto che sono in maggioranza donne le grandi consumatrici di cinema. Donne fra i trenta e i quaranta anni, fruitrici «multimediali»: radio, tv, carta stampata e rete dalla quale scaricano pure i film. Sono loro, in maggioranza, i cosiddetti cine-mad, spettatori che amano il cinema d'autore, vanno in sala 15-20 volte l'anno, ma i film se li vedono anche nel salotto di casa, in tv coi canali tematici a pagamento. È questo il risultato dell'approfondita ricerca «Sala e salotto. Le tipologie del pubblico dei film nei cinema e in casa», presentata l'altro giorno all'Anica dalla Digital monitor e condotta su un campione di 3mila persone.

Il dato di fondo, ossia la «notizia», è che il box office è nelle mani di pochi: circa il 21% della popolazione italiana che acquista la stragrande maggioranza dei biglietti venduti. Nel 2010 ne sono stati staccati 120 milioni, acquistati da 27 milioni di persone.

Mentre altri 25 milioni, il 48% della popolazione sopra i 15 anni, non sono mai andati in sala nell'arco di tutto il 2010. E tra questi circa 14 milioni ci hanno messo piede l'ultima volta più di 5 anni fa. I motivi? I film li vedono in tv (più gratis che a pagamento), problemi di distanza, costi

elevati. Altro dato interessante è sulle fonti di informazione usate dal pubblico per scegliere i film: il tam tam e la tv, i siti specializzati e, ultimi - ahinoi - i quotidiani.

La ricerca svela dunque come la fruizione non sia omogenea, ma la domanda molto concentrata. Dei 27 milioni di utenti più della metà (il 56%) è andata al cinema tra 1 e 4 volte l'anno, smossi evidentemente solo dai blockbuster. Un terzo (9.3 milioni) ci è andata tra 5 e 14 volte, solo il 6% (1.6 milioni) ha comprato tra i 15 e i 20 biglietti. In sintesi 87% milioni di biglietti su 120 venduti sono stati comprati dal 40% degli utenti totali. Cioè quel 21% che determina la concentrazione della domanda.

Mentre i «cine-mad» sono stabili, gli spettatori da 5 a 14 film l'anno stanno subendo una flessione che potrebbe arrivare ad un 4% in meno entro l'anno. Molto diversa è la fruizione del cinema in casa che, con diverse modalità (poco cinema a pagamento, molto cinema free in tv e in grande crescita il download dalla rete) è distribuita in maniera più omogenea. Intanto solo un quarto della popolazione non vede film in tv. Circa un terzo degli italiani vede almeno un film al giorno sulle reti generaliste. Oltre sei milioni vedono almeno un film al giorno sul digitale terrestre gratuito, circa 4 su Sky, circa 1.2 su Premium. Risultato: gli spettatori di cinema in tv non sono concentrati tra gli amanti del cinema in sala, ma distribuiti proporzionalmente rispetto alla popolazione. «I vari settori di consumo non sono in concorrenza tra loro -

spiega il presidente dell'Anica Riccardo Tozzi - La nostra nemica, dunque non è la televisione, ma la sala quando non è abbastanza attraente». ●



4,6% Spesa per l'educazione rispetto al Pil italiano nel 2008 (media Ocse: 5,4%). 9,4% quella sulla spesa pubblica complessiva (media Ocse 12,9%)

29,5 Donazioni in Italia La cifra (in milioni di euro) erogata da privati nel 2009 per il settore culturale. Il totale delle donazioni dei privati era di 7,5 mld.

13,3 Donazioni in Usa La cifra (in miliardi di dollari) per «arts-culture-humanities». Il totale delle donazioni private nel 2010 era di 291mld di dollari.