

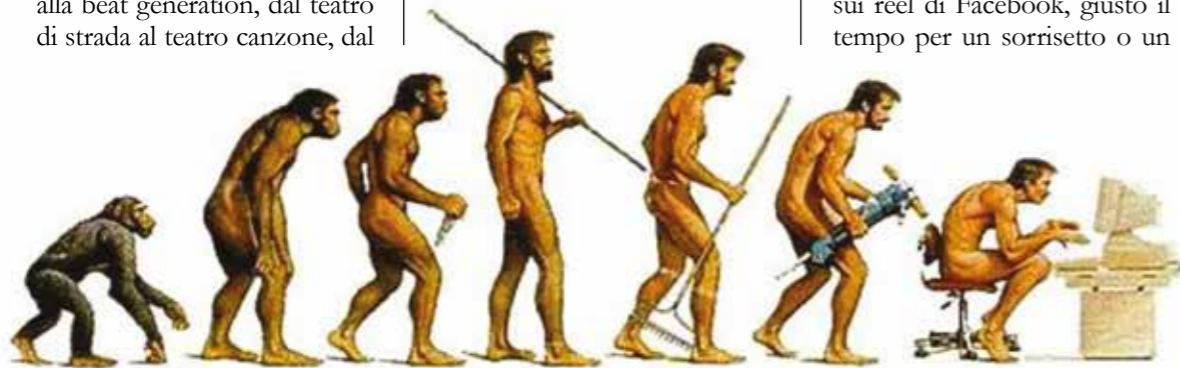
IL RITORNO DEGLI OMINIDI

ROBERTO MANFREDI

SONO TORNATI GLI OMINIDI. Mangiano, dormono, si riproducono, litigano e hanno paura della luna. Vivono in Italia e sono privi di memoria. Sembra una pubblicità di Gianni Sassi della seconda metà del Novecento, ma è in parte credibile. Il Novecento è chiamato "secolo breve" non perché sia durato meno degli altri, ma perché è accaduto di tutto, soprattutto in campo culturale e artistico. Dal futurismo alla pop art, dall'esistenzialismo alla beat generation, dal teatro di strada al teatro canzone, dal

rock'n'roll al rap, dalla musica contemporanea all'elettronica, dal cinema neorealista al cinema tridimensionale, solo per citare alcuni esempi. Un secolo straordinario che ha plasmato intere generazioni. Pare che tutto questo sia scomparso nella memoria collettiva del nostro Paese. Gli ominidi vivono in un "secolo click" dove tutto si consuma in un nano secondo e poi sparisce. Tutto si crea e tutto si distrugge in modo compulsivo e istantaneo. Click come scatto, frazione di un secondo, colpo secco.

Nel migliore dei casi: la notizia che si brucia in una riga, la canzone che non dura, il film che sparisce dalle sale dopo pochi giorni, il libro che si legge in un'ora durante un viaggio in treno ad alta velocità. Tutti cinguettii che creano un rumore di fondo indistinto, confuso e disordinato per una utenza frettolosa, casuale e priva di memoria perché la memoria non viene esercitata poiché è sostituita dai dispositivi mobili. L'appagamento delle nuove generazioni avviene sui format da 10 secondi su Tik Tok o sui reel di Facebook, giusto il tempo per un sorrisetto o un



sussulto del culo. Veniamo al dunque: parliamo della cultura sparita, della memoria smarrita, di tutto quello che il Nove-

cento, il "secolo breve", ci ha regalato e insegnato. Alcuni esempi: nel 2022 ricorreva il ventennio della scomparsa di un certo Carmelo Bene, avvenuta il 16 marzo 2002. Bene è stato il più importante esponente del teatro e del cinema d'avanguardia italiano. Nessuno, Rai compresa, se lo è ricordato. Nel mio piccolo, ho proposto a privati, fondazioni ed enti pubblici di supportare un docufilm su Carmelo Bene da distribuire anche nel circuito universitario, oltre che in tv e nelle sale cinematografiche, come ad esempio il Polobibliomuseale di Lecce, la Regione Puglia e la presidenza del Centro Studi Phoné. Dopo un promettente scambio di mail, tutto si è fermato improvvisamente, senza alcuna spiegazione. I miei solleciti e richieste di incontri non hanno avuto

alcuna risposta. Anche la Rai non si è accorta del mezzo secolo della scomparsa dell'artista e dell'intellettuale più rivoluzionario del Novecento italiano. Nel 2022 ricorreva anche il centenario della nascita di Pierpaolo Pasolini (5 marzo 1922). Anche questo anniversario è caduto nel dimenticatoio. L'unico media a ricordarlo è stato Rai Cultura che a ore impossibili e senza alcuna promozione, ha mandato in onda alcuni film e speciali su Pasolini. Per il resto nebbia fitta e silenzio agghiacciante. È come se si volesse passare un colpo di spugna sulla nostra memoria, trattare la cultura italiana come materiale di scarto.

DITTATURA DELL'INTRATTENIMENTO

Così ho cominciato a studiare questa strana anomalia che non ha alcun precedente storico nel nostro Paese. Una delle spiegazioni che ho cercato di darmi, in parte assurda, in parte giustificabile, è che la cultura nell'ultimo decennio interessa a ben pochi e più passa il tempo, più la memoria dell'utenza si accorcia. Evidentemente la maggior parte dei funziona-



Carmelo Bene



ri e dirigenti dei broadcast tv, Rai compresa, così come degli editori della carta stampata e digitale, così come quella dei pochi discografici rimasti, appartengono a quella generazione nata tra gli anni Ottanta e Novanta, cioè persone attratte da tutto ciò che è stato prodotto in quegli anni. Ciò che è accaduto prima non gli interessa, semplicemente perché non l'hanno vissuto e probabilmente neanche studiato. È tutta gente che ha assimilato altro: riflusso, passaggio tra cultura analogica e digitale, la tv commerciale, l'esplosione del mercato pubblicitario, le mode passeggiare, il business dell'effimero, la dittatura dell'intrattenimento che ha battezzato la cultura come fenomeno "di nicchia", che interessa a pochi vecchi babbioni, giudicati un target poco competitivo sotto il profilo commerciale. Così nell'industria culturale sono entrate figure professionali tarate più sul management che sulla formazione e competenza. Nelle case editrici ha avuto più importanza la famigerata categoria degli editor (una volta correttori di bozze) di quella degli stessi scrittori e autori. Costoro si sono presi la briga di tagliare decine di pagine dalle opere scritte, sostenendo che il pubblico legge ormai solo libri di non oltre 200 pagine, perché la lettura oggi dev'essere veloce, immediata, sintetica e meno

impegnativa possibile. Lo stesso criterio di produzione "al basso" è stato applicato al settore della televisione e del cinema. Pochi contenuti ma ripetuti all'infinito. Grande sviluppo della tecnologia visiva, effetti speciali, 4k, 8k, ultra definizione sonora, interattività al massimo potenziale, tutto però a discapito della narrazione, dei contenuti artistici, del linguaggio registico. La pandemia ha poi dato il colpo di grazia alle sale cinematografiche, così tutto si produce a low budget e per lo schermo casalingo. Fateci caso... da quanto tempo non vedete una sequenza in campo lungo in un film o una serie tv? Probabilmente da anni, ma è probabile che non ve ne siate neanche accorti.

INFLUENCER, TUTTOLOGI DEL NULLA

Questo scadimento verso il basso ha contagiato tutto il settore culturale, informazione e giornalismo compreso. Vediamo in tempo reale sedicenti influencer spacciati come professori ed esperti che distribuiscono badilate di certezze su avvenimenti straordinariamente complessi come i vaccini e le guerre, di cui forse sapremo qualcosa tra dieci anni o più. Così il ricambio generazionale, politica compresa, è stato devastante. La nuova classe dirigente è incolta, arrogante, incapace e soprattutto generalista. Gli



influencer sono tuttologi del nulla, mostri a sette teste che passano con estrema disinvoltura dal gossip alla politica, dallo spettacolo alla scienza, senza alcuna specializzazione. In tv vediamo tutor che insegnano musica, cucina, danza per due mesi all'anno a schiere di dilettanti e apprendisti da eliminare, chiamati però talenti. Non parliamo poi delle istituzioni, della classe politica, dei nuovi sindaci, assessori e ministri, perché il confronto con quelli della prima Repubblica è impietoso. Basta citare i Governi Conte e Draghi che durante la pandemia hanno affossato totalmente l'intero settore culturale, chiudendo per due anni cinema, teatri, musei, auditorium, librerie, tenendo però aperti centri commerciali, megastore, supermercati e chiese, tanto per ricordare agli italiani che la cultura è solo un bisogno secondario di cui si può fare a meno. Imbarazzante il commento di Conte in tv: «Gli artisti ci fanno divertire». Altrettanto devastante è stata la politica dell'ex ministro alla Cultura Franceschini che ha

devoluto piogge di milioni ai teatri senza alcun criterio sul loro utilizzo. Milioni solo per pagare personale e spese o anche per ricominciare a produrre e a investire? Stesso

discorso per il finanziamento milionario alla piattaforma digitale It's Art pomposamente definita la Netflix Italiana, andata in deficit e in amministrazione controllata dopo appena un anno e poi liquidata dal nuovo ministro alla Cultura Gennaro Sangiuliano.

In verità Franceschini inviò un appello a tutti i broadcast italiani invitando loro a incentivare programmi culturali e musicali. Appello però rimasto del tutto inascoltato perché non puoi chiedere a imprenditori dell'intrattenimento iperpopolare di produrre format culturali che a Mediaset suonano come blasfemi, dimenticando poi che il servizio pubblico è compito principale della Rai che però si è dimenticata di farlo, inseguendo la concorrenza sul terreno dell'intrattenimento generalista. Questa sciagurata politica ha provocato la totale disaffezione degli italiani nei confronti della cultura, dei cinema, dei teatri, dei concerti. Ma criticare solo le istituzioni, la classe dirigente e i media non basta. Ora è il caso di porsi seriamente due doman-