



ITALIAOGGI MEDIA AWARDS - MIGLIOR QUOTIDIANO REGIONALE ITALIANO  
IL SECOLO XIX è stato premiato come miglior quotidiano regionale del 2008 nella prima edizione dei Media Awards. Il riconoscimento, promosso da ItaliaOggi, è stato assegnato da una giuria di 58 esperti di comunicazione. La scelta, come si spiega nelle motivazioni, è andata "all'impresa editoriale che, con il concorso di tutti, è riuscita ad esprimere il prodotto di migliore qualità e più innovativo"

Fax: Staff Centrale: 010.5388630  
Fax: Cronaca di Genova: 010.5388627  
Fax: Economia-Politica-Marittimo: 010.5388628  
Fax: Sport: 010.5388631; Cultura: 010.5388626  
Fax: Interni: 010.5388632; Liguria: 010.5388633  
Fax: Album: 010.5388634

Red. Basso Piemonte: tel. 010.5388414  
Red. Chiavari: tel. 0185.36881  
Red. Imperia: tel. 0183.76971  
Red. La Spezia: tel. 0187.77861  
Red. Sanremo: tel. 0184.590911  
Red. Savona: tel. 019.840261

Editrice Proprietaria S.E.P.  
Sede Legale 16121 Genova Piazza Piccapietra, 21  
Il responsabile del trattamento dei dati di uso redazionale è il Direttore Responsabile (D. Lgs. 30/06/2003 n.196)  
Direzione Generale, Amministrazione, Tipografia  
16121 Genova Piazza Piccapietra, 21 - Tel: 010.53881

Stampato da SAN BIAGIO STAMPA SpA  
Via al Santuario N.S. della Guardia 43P-43Q  
tel. 010.7231711 - Fax 010.7231740  
Registrazione Tribunale di Genova N. 7424 del 17-06-1924



Certificato N.6792 del 01-12-2009

# editoriale

LETTERE AL SECOLO XIX: Piazza Piccapietra, 21 - rubrica "Lettere" - 16121 Genova. Fax: 010.5388587

# opinion

## Bertarelli un critico? Ma mi faccia il piacere...

DINO COFRANCESCO

Occuparsi del critico cinematografico del Giornale, Massimo Bertarelli, non avrebbe alcun senso se il suo caso fosse limitato al cinema e non rivelasse un degrado morale e culturale avanzato. Bertarelli non ama affatto la decima arte ma ha scoperto che la provocazione paga, nel senso che fa uscire dall'ombra chi, per stile e cultura, sarebbe condannato a restarvi per l'eternità. «Parlate male di me, ma parlatene!». E gli insulti piovuti dai vari blog su Bertarelli sono tanti che quasi viene la voglia di difenderlo. Senonché, nonostante gli attacchi di cui è oggetto, talora non meno beceri delle sue recensioni filmiche, è proprio impossibile non dico prendere le sue parti, ma altresì concedergli le attenuanti generiche. Bertarelli, infatti, è il tipico esempio di un antintellettualismo plebeo, insolente con l'establishment culturale non per quello che fa ma per quello che è: la sua è la rabbia impotente dell'uomo del risentimento che diventa il vendicatore di tutti gli incompetenti che come lui sono stati messi alla porta.

Si veda quel che scrive di uno dei geni del Novecento: «Chissà se qualcuno dei venerabili censori avrà trovato il coraggio di ammetterlo: con i film di Bergman nel buio della sala mi sono fatto le più lunghe dormite della mia carriera cinematografica». Da buon liberale, mi guardo bene dal criticare i gusti di chi va al cinema «solo per divertirsi»: c'è chi si annoia ad assistere a una partita di calcio, c'è chi cade nelle braccia di Morfeo nel vedere "Fanny e Alexander". Il cinema è un'industria che fornisce a ogni tipo di pubblico i prodotti richiesti: quel che conta è la sovranità del consumatore e il rispetto che si richiede a tutti in virtù

## Il censore di film del Giornale è il tipico caso di antintellettualismo plebeo e incompetente

della varietà dei gusti e dei bisogni. Per il critico, però, è diverso: se, in letteratura come nel cinema, fa questione di generi - serio, leggero, commerciale, intellettuale - rivela soltanto la sua totale mancanza di professionalità.

Che un film faccia sbadigliare chi non ama l'impegno e non apprezza le raffinatezze dello spirito è irrilevante per il censore, al quale interessa solo, se all'interno di un dato genere, un film sia riuscito o meno. Il suo compito è quello di fornire al lettore delle spiegazioni tecniche che lo aiutino a capire, ad esempio, la differenza tra Totò e Boldi, tra Wenders e Bergman, tra il Maigret di Jean Gabin e quello di Bruno Cremer. Un film non è bello perché intellettuale e non è brutto solo perché fa cassetta. "Pane amore e fantasia", nella storia del cinema, potrebbe avere un posto migliore del film "L'anno scorso a Marienbad".

Per Bertarelli il cinema è un pretesto per infierire sugli intellettuali di sinistra, presi tanto sul serio, da farne un contromodello di giudizi estetici e culturali. La casta letteraria ama quel grossista della noia che è William Shakespeare? E allora esplodiamo anche noi nel grido liberatorio di Fantozzi: re Lear e Amleto sono due cagate pazzesche! Paolo Mereghetti e Morando Morandini esaltano "8" di Federico Fellini, giudicandolo, l'uno, «un capolavoro che si fa vedere e rivedere senza stancare mai», l'altro, «un Ben Hur del cinema d'avanguardia»? Sono vezzi snobistici, dileggia Bertarelli:

«più il popolo bue sbadiglia, più loro vanno in estasi».

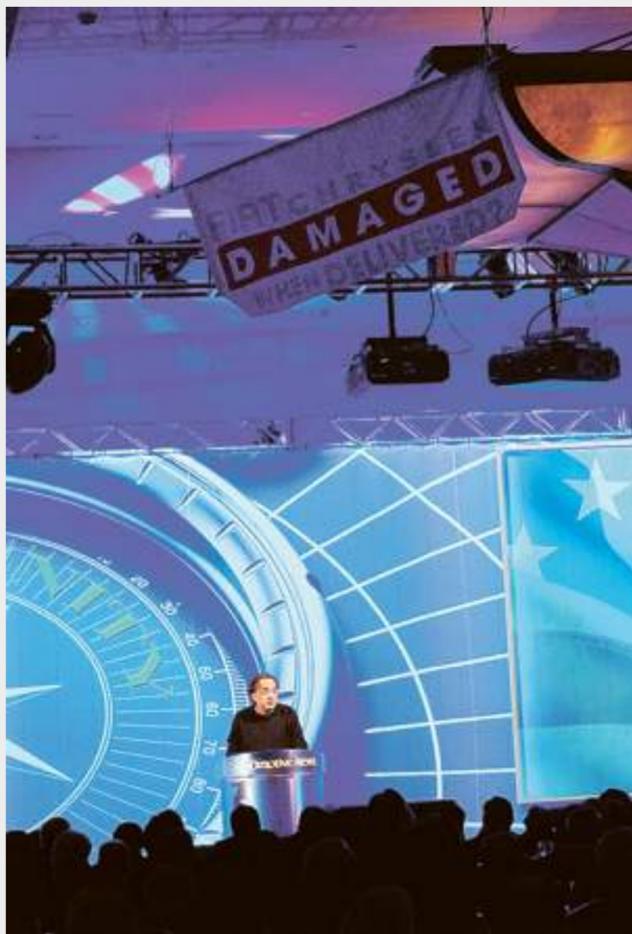
Chi scrive ha appeso alla parete del suo studio universitario dietro la scrivania, un poster di Totò - che, ne "I soliti ignoti" insegna come svaligiare una cassaforte - ha organizzato il primo convegno universitario sul Principe della risata, ha dedicato a Giovanni Guareschi due incontri nazionali, vede nel "populista" John Ford l'Omero del cinema, nutre un'inguaribile simpatia per l'"Uomo Qualunque". È il rispetto per l'"arte popolare" alle origini della sua indignazione per il terzismo del critico cinematografico che, invece di riconoscere a ciascuno la libertà di apprezzare quel che vuole, fonda sullo sbadiglio il diritto al vilipendio di quel che non gli piace o non capisce.

Le buone ragioni della vecchia critica liberale all'"impegno culturale" erano che la politicizzazione dell'arte faceva scendere quest'ultima a mera propaganda: ma non è quello che fa l'antimpegnato Bertarelli che, se dipendesse da lui, darebbe al macero i classici del cinema e, in genere, ogni prodotto troppo raffinato, troppo indigesto a un pubblico che esiste solo nella sua fantasia dal momento che il noiosissimo "8", solo nel 1965, incassò quasi 730 milioni!

A destra o a sinistra, noi italiani nasciamo con la fissa che dobbiamo pensarla tutto allo stesso modo, apprezzare le stesse manifestazioni artistiche e culturali, ascoltare tutti le lezioni di chi, come Umberto Eco, vuole elevarci, o di chi, come Massimo Bertarelli, vuole livellarci in basso. Tanti anni fa era in vendita una ceramichetta kitsch in cui era dipinto un water in rilievo con la scritta: «Saranno grandi i papi, saran potenti i re ma quando qui si siedono son tutti come me».

Forse è di qui che trae ispirazione la nuova "critica cinematografica".

DINO COFRANCESCO è docente di Storia del pensiero politico all'Università di Genova.



L'amministratore delegato della Fiat Sergio Marchionne al Salone di Detroit

## Da Detroit a Termini i giorni difficili della Fiat

dalla prima pagina

Chi ha seguito gli eventi del Salone non può non aver colto che Marchionne si è mosso come un manager perfettamente a suo agio nell'ambiente di Detroit, con la sicurezza di una personalità che negli Stati Uniti si sente probabilmente a casa sua più che in Italia. Del resto, quel linguaggio diretto fino alla brutalità in America viene apprezzato come un segno della determinazione con cui si pone mano alla gestione aziendale. Né Marchionne è uomo da sottrarsi al confronto, come si è visto quando ha affrontato la platea a lui apertamente ostile dei concessionari, risentiti con la Chrysler per la drastica razionalizzazione della rete di vendita.

Il manager italo-canadese sa che deve condurre una lotta contro il tempo se vuole dimostrare di possedere la strategia in grado di risanare la Chrysler, vittima della crisi più grave della sua storia. Nel 2009, l'annus horribilis del mercato americano dell'auto, le vendite della casa di Auburn Hills si sono contratte più di quelle di ogni altro produttore, con una diminuzione pari al 36%. Per la prima volta dal 1962 esse sono scese al di sotto del milione di unità e tutti gli analisti sanno quanto sarà difficile risalire la china.

In altre parole, Marchionne dovrà addirittura fare meglio di quanto fece negli anni '80 il mitico Lee Jacocca, che riuscì a evitare il tracollo dell'azienda con quello che allora parve un miracolo di capacità manageriale.

Sarebbe una missione impossibile se Marchionne dovesse assolverla facendo leva sulle forze di una Chrysler

ormai snervata. Ma proprio a questo serve l'alleanza con la Fiat: a creare delle opportunità che traggano la minore delle case di Detroit dal baratro in cui è finita. Ciò implica la creazione di un nuovo gruppo dell'auto dal respiro autenticamente globale, tale da attrarre in prospettiva nuovi soggetti e investitori, al di là del perimetro di

### LINEA DURA

**Le dure parole di Marchionne in Usa evocano il profilo di un'impresa che segue solo la logica della convenienza economica**

Chrysler e Fiat. Per questa ragione, è indispensabile dare prova di un rigore assoluto sui conti, senza badare più ai vincoli nazionali del passato.

L'atteggiamento di estrema risolutezza assunto da Marchionne a Detroit si scontra tuttavia con l'immagine e anche il ruolo che la Fiat ha consolidato in oltre un secolo di storia. L'acronimo Fiat,

come ricordava l'Avvocato Agnelli, contiene dentro di sé riferimenti estremamente impegnativi a Torino e all'Italia. Ecco perché le espressioni che si sono udite a Detroit hanno toccato i nervi scoperti del nostro Paese. Esse hanno immediatamente evocato il profilo di un'impresa davvero multi-

### RIGORE SUI CONTI

**È indispensabile dare prova di un rigore assoluto sui conti, senza badare più ai vincoli nazionali del passato**

nazionale e quindi sostanzialmente apolide, che opera in base a un'esclusiva logica di convenienza economica. Elementi che sono in contrasto con la storia della Fiat e con la sua progressiva identificazione con la storia d'Italia. Si crea così una situazione che lascia presagire giorni complicati per l'azionista, con il rischio per l'Exor (la finanziaria della famiglia Agnelli che controlla la Fiat) di dover recitare una parte scomoda, stretta fra la nuova configurazione globale del sistema dell'auto e le pressioni politiche e sindacali che insistono per un futuro ancora italiano per la produzione automobilistica.

GIUSEPPE BERTA

PAOLO DELLA SALA

John Brockman è un autorevole comunicatore del pensiero scientifico. Giovedì è intervenuto al Festival della Scienza di Roma e il suo sito Edge.org propone ogni anno una discussione collettiva. Quest'anno 120 scienziati si sono impegnati a rispondere alla questione "In che modo internet sta cambiando il nostro modo di pensare?"

Nel 2009 Edge.org è stato visitato da oltre 6 milioni di utenti, anche se non si tratta di un sito divulgativo. Ciò dimostra che le persone cercano nella rete contenuti e spiegazioni, non solo effetti ottici e gossip.

Brockman è diverso da Margherita Hack (anche lei ospite agli incontri di Roma). Hack diffida dal pensiero intuitivo e religioso, Brockman invece studia l'imprevedibilità e il paradosso, e ha collaborato con Andy Warhol e la sua Factory, famoso laboratorio artistico newyorkese.

Internet modifica la nostra attività mentale? Oggi l'opposizione cartesiana tra io pensante e materia è stata sostituita dall'idea di rete, originata da scienziati come il logico-matematico Kurt Gödel e incarnata dal telefono come res estensa dell'io.

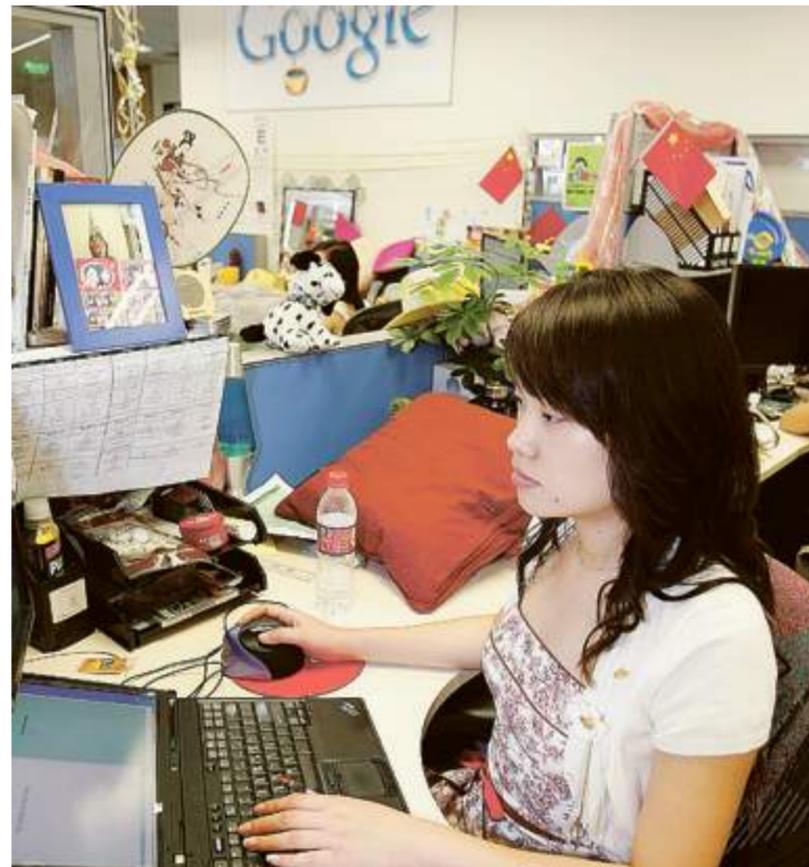
Internet è diventato una memoria esterna al corpo in cui ogni pensiero galleggia in un oceano comune, simile al "mondo delle idee" di Platone, anche se governato da una logica rigorosa.

Internet spinge verso la semplificazione del sapere, con la riconnessione tra scienza e coscienza, dopo la separazione nata nel periodo di Galileo e Cartesio. Il social networking modifica le relazioni sentimentali e crea amicizie virtuali reali di quelle del classico vicinato. Intanto cresce l'esigenza di un oggetto "Multitech" in grado di mettere insieme televisore, telefono, computer, carta stampata e videocamera.

Il prossimo passo è la I-slate della Apple, che permetterà di leggere i giornali senza passare dall'edicola. Negli Stati Uniti le tablet sono attese come un messia in grado di resuscitare l'intero mercato editoriale, così come l'iPod ha resuscitato quello discografico. I quotidiani avranno un'edizione digitale continua e non avranno più una dimensione gutenberghiana con stampa ogni 24 ore. Gli approfondimenti forse avranno un'importanza maggiore, e le edicole manterranno il loro mercato cartaceo.

La seconda era gutenberghiana è ancora ai primi stadi. L'idea del libro elettronico galleggia da anni, ma ora un esercito di ingegneri ha realizzato il prodotto e c'è a disposizione un warfare di vendita imponente, nato dai successi di iPod e iPhone. La Amazon ha fatto un passo decisivo con il Kindle, un lettore di libri digitale dotato di una tecnologia che facilita la lettura.

La tavoletta editoriale Apple sarà dotata di uno schermo da dieci pollici: la presentazione mondiale a cura di Steve Jobs è prevista tra dieci giorni. Il core business consisterà nella lettura digitale e mobile dei quotidiani, attraverso un



Una dipendente del motore di ricerca Google in Cina

## Sapremo tutto sui varani della Papuasias e magari nulla sui pesci del nostro mare, o i fiori del terrazzo

accesso flat o con micropagamenti (ecco un'altra rivoluzione in arrivo).

Alla Apple andrebbe il 30% di royalty, mentre gli editori eliminerebbero gli stratosferici costi della distribuzione, con buoni vantaggi per l'ambiente. Condé-Nast ha già predisposto una rivista digitale per la I-Slate Apple (se si chiamerà così). I nuovi lettori permetteranno anche la navigazione web e l'utilizzo della tv digitale: si va verso un unico prodotto multitech, come si diceva.

Negli Stati Uniti altre tablet saranno proposte da Time Warner, News Corporation e Hearst, mentre in Italia già ora si utilizzano i codici Qr

che, attraverso il telefono mobile, presentano video a commento di un articolo presente su carta. L'edicola digitale del gruppo Hearst ha il vantaggio di avere le dimensioni di un foglio di carta formato A4, e per giunta è ripiegabile.

Internet crea l'Avatar di una democrazia basata sulla condivisione delle idee, ma occorre evitare che ciò si traduca in una Doxa Universalis in cui tutto diventa relativo. Sono problemi ben noti ai genitori che si ritrovano con i figli eternamente collegati via sms, voce, web, tv, eppure scollegati dall'hic et nunc. Sapremo tutto sui laghi di metano su Giove o sui varani della Papuasias, ma rischiamo di non sapere più come si chiamano i pesci del nostro mare o i fiori del nostro terrazzo.

Arrivano intanto le prime risposte alle domande di Brockman. Secondo Nicholas Carr «Google può renderci stupidi», perché il web rende difficile la lettura di articoli lunghi e complessi. Inoltre il linguaggio è ragionamento, ma se attingeremo solo a sinapsi preconfigurate dalla rete, diminuirà la nostra capacità di dedurre, concatenare e creare.