

30 novembre 2012

L'HUFFINGTON POST

in collaborazione con il Gruppo Espresso

Edizione: IT

Cerca in Huffington Post

Mi piace 85mila

HOME

POLITICA

ECONOMIA

CINQUA

CULTURE

STILE

DIRITTI

Elezioni 2013 • Primarie centrosinistra • Primarie centrodestra • Fiat • Ilva • Salute • Gay voices • Fotografia • Cose divertenti • Natale



Luca Scandale
Economista

RICEVI AGGIORNAMENTI DA LUCA SCANDALE

FAN RSS EMAIL Mi piace 9

Con la cultura si mangia, ma se la mangia Google

Publicato: 30/11/2012 16:30

Rispondi > Straordinario Divertente Preoccupante Scottante Folle Importante Bizzarro

Segui > Culture, Facebook, Google, Internet, YouTube, Giulio Tremonti, Amazon, Franco-Bernabe, Tecnologia, Notizie

CONDIVIDI QUESTO ARTICOLO

Il collega blogger dell'Huffington Post, Giulio Tremonti apostrofando i giornalisti, stizzito sentenziò "con la cultura non si mangia!". Invece con la cultura si mangia e c'è anche il contorno. Non a caso il giornale degli industriali italiani (il Sole 24

Ore) ha adottato un "manifesto per la cultura" e alla presenza del capo dello Stato ha convocato gli "stati generali della cultura".

In una fase di crisi (prevalentemente di modelli economici) la cultura rappresenta *latu senso* il 15 per cento del pil, cresce dello 0,9% in termini di occupati, mentre il paese è in recessione e l'occupazione decresce (Symbola, Unioncamere, 2012).

L'Italia deve passare dunque da una logica di distretti industriali a quello dei *cluster* creativi, dal *made in italy* al *mind in italy* (Rizzo, Scandale, 2008). Per farlo occorre una pianificazione strategica degli investimenti pubblici, una politica economica e industriale per la cultura. Ma bisogna anche porre l'attenzione sulla questione fiscale relativa ai finanziamenti privati alla cultura nella logica del *tax credit* utilizzata per il cinema. All'orizzonte vi è infine una guerra culturale ed economica contro i grandi *gate-keepers* che va fatta su scala europea, seguendo il modello francese e la battaglia che sta conducendo la ministra della cultura Filippetti.

Facebook e Google (ma anche Amazon e Apple) sono diventati i più grandi accumulatori globali di profitti dell'industria creativa come sottolineato dal presidente di Telecom Bernabè recentemente sul *Corriere della Sera*. Non è solo una questione fiscale, è anche e soprattutto culturale. Google detiene YouTube che è il maggior *webcaster* del mondo da cui passano i contenuti culturali e creativi italiani ed europei. Amazon detiene un vantaggio competitivo e fiscale su tutti gli editori italiani che rischiano di scomparire. Apple con iTunes ha profitti enormi che derivano dall'industria musicale italiana ed europea.

Il punto è dunque quello del modello di business: la *prosumer innovation* (consumatori che diventano produttori) spezza le barriere tra produttori e consumatori, unendo entrambe le categorie in un sistema più ampio di cooperazione, generando nuove figure come nel caso di Twitter per i nuovi giornalismo o di Youtube per videomakers, artisti, cantanti. Vi è dunque una enorme massa di capitale culturale e cognitivo individuale al servizio di attenti osservatori che ne traggono sapientemente profitto. Emerge una modalità di produzione che non solo appiattisce la piramide organizzativa dell'impresa culturale, ma crea modalità di scambio apparentemente gratuito, ma che in realtà è a titolo oneroso e genera nuove forme di autorità invisibili.

PUBBLICITÀ

LA TUA COMMUNITY

Seguici



I PIÙ CLICCATI SU HUFFPOST

1 di 2

Isabella, la mamma "eroe" morta in silenzio, riscoperta da web e giornali

Raccomandare 1k

Era in una bara di acciaio

Mi piace 280

Primarie, il sondaggio Swg: "Bersani 53-57%, Renzi 43-47%". Ma 200 mila elettori in più potrebbero fare la differenza

Mi piace 59

Pdl, saltano la primarie e la rete prende in giro Berlusconi e la Meloni (FOTOMONTAGGI)

Mi piace 122

I più ricchi votano Renzi (GRAFICO)

Mi piace 303

Militia, volevano ricostituire il partito fascista: condannati Boccacci e Schiavulli

Raccomandare 399

Sondaggio Swg sui partiti. Pd al 30%. Pdl al 4% se ci fosse Forza Italia 2.0

Mi piace 39

Grillo: "In atto un colpo di stato all'italiana". La legge elettorale che "taglia fuori" M5s

Mi piace 184

Fornero: "Alcuni giovani? Un po' viziatelli" (VIDEO)

Mi piace 2k

A differenza delle strutture *top-down*, cruciali per la produzione industriale, i sistemi di accumulazione del capitale creativo sono eterarchici e dipendono dalla struttura isomorfa delle reti. Il valore aggiunto culturale e finanziario, però, è strettamente gerarchico e resta centralizzato negli Usa sia dal punto di vista dell'egemonia culturale di gramsciana memoria, che dello sviluppo economico di queste imprese globali. Come rilevato recentemente in una inchiesta di laRepubblica, questi player globali (Google su tutti) oggi raccolgono miliardi di euro in pubblicità, superando i vecchi broadcaster di tv, radio e giornali, e non pagando le tasse in paesi come l'Italia.

Oltre alla questione economica e quella di produzione culturale, vi è infine una questione cognitiva e di conoscenza: la gerarchia delle scelte individuali rimane nei nostri computer, resta nel ranking sia di Google che di Facebook, attraverso algoritmi operano una *filter bubble* (Periser, 2011) del tutto inconsapevole e costruita sull'individuo. Se ho ricercato o visionato profili, questi diventano prioritari e producono una forma di "You" o di "I-" che porta l'individuo a desiderare e quindi consumare cultura e informazioni in funzione di ciò che i *gate-keepers* desiderano che io consumi, ovvero in funzione delle preferenze che io stesso fornisco loro attraverso la navigazione sul web. Il mio capitale culturale diviene la premessa di un procedimento circolare che ripropone sé stesso in maniera solipsistica, inserendosi nelle fondamenta di un approccio assolutamente autoreferenziale che non consente la crescita cognitiva.

A questo si aggiunge, da ultimo, una retorica sulla partecipazione collettiva ai processi produttivi della conoscenza sul modello Wikipedia che non prevede un ritorno economico, perché spontanea. Il punto è che ancora una volta, nella presunta libertà del web (che non è la rete) c'è chi tiene per sé il ritorno economico e ne trae vantaggio. Per tutte queste ragioni, e molte altre ve ne sarebbero, è chiaro che bisogna porre cultura e tecnologia al centro del progetto di sviluppo industriale per l'Italia del futuro. Ma bisogna superare l'idea del "Paese con il più grande patrimonio culturale del mondo" o dei "beni culturali come petrolio", primo perché non è vero, secondo perché il petrolio è una risorsa inquinante e scarsa. La cultura va concepita come un gas nobile che per definizione occupa gli spazi liberi e si inserisce in una visione sistemica di Italia futura.

E' utile quindi riprendere alcune proposte del "manifesto della cultura", ma occorre un passo avanti, intrecciandolo ai progetti di smart-cities e agli investimenti nelle startup, nell'ambito dell'agenda digitale con un occhio attento ai programmi europei come "Creative Europe" che dal 2014 al 2020 avranno una dotazione di 1,8 miliardi di fondi europei. Il modello italiano di sviluppo va cambiato, va reso europeo sin dal suo processo di elaborazione della visione dell'Italia al 2020: in questa ottica occorre mettere al centro la produrre di senso e significato, ovvero le formazione di comunità culturali e cittadini smart, ribaltando dunque l'idea che "con la cultura non si mangia".

Con la cultura si mangia e c'è anche il contorno. Speriamo solo non se la mangi tutta Google.

SEGUI L'HUFFPOST

 Mi piace 85n
 Segui

Altro in Italy...

La mostra con i regali delle storie...

Yahoo, la classifica delle parole più cercate...

La profezia dei Maya: in Cina Lu...

Renzi e Bersani, fantasia degli italiani: nuovi...

Commenti

0

Commenti in sospeso

0

[Visualizza le FAQ](#)

Pubblica un commento

LA COMMUNITY HUFFPOST