

Tecnologia, non solo cinema

SE LA FESTA CONTINUA

di **GIANNI ORLANDI**

La festa del cinema è stata, com'è ovvio, spettacolo, mondanità, glamour. Ma anche incontro tra cultura e tecnologie. Un incontro che può diventare sempre più fecondo. Le tecnologie creano nuove potenzialità per il cinema. La vecchia pellicola di celluloido sarà progressivamente sostituita dalla produzione in digitale. Sarà semplificata la distribuzione, che avverrà attraverso la rete. Non vi saranno problemi di deterioramento nel tempo dei film. Crescerà ancora la qualità delle immagini e dei suoni. Ne deriverà una nuova trasformazione dell'industria cinematografica.

Tutto ciò vale per il cinema, ma anche per l'insieme delle altre attività culturali, dalla musica, alla televisione, alle produzioni audiovisive e multimediali in genere. Ma la rivoluzione tecnologica, specie delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione, consente ormai forme nuove e più potenti per valorizzare e fruire la stessa, immensa dotazione di beni culturali, archeologici, monumentali, architettonici, pittorici, librari, di cui è ricca Roma.

Nuove tecnologie per digitalizzare tutti i contenuti culturali, per renderli accessibili in ogni luogo e in ogni momento, per visitare in virtuale anche ciò che non è esposto al pubblico. Un

nuovo contesto, insomma, che trasforma il nostro patrimonio culturale in un vero e proprio giacimento di risorse preziose, destinato ad accrescersi. La più significativa e imponente materia prima a disposizione per dare vita ad un vero e proprio nuovo made in Italy, pregiato e assolutamente competitivo, se non esclusivo, nel mercato globale.

Una produzione che, per una volta, coniuga senza contraddizioni crescita economica, sviluppo della ricerca e dell'innovazione, opportunità di mercato per le imprese, nuova e buona occupazione, maggiore qualità sociale, ambientale e culturale, attrattività del territorio. Una catena del valore che attraversa i settori produttivi, da quelli tecnologici, a quelli culturali, fino a quelli turistici, dalle lavorazioni artigianali all'enogastronomia e, quindi, al commercio e all'agroalimentare. Occorre, però, una scelta forte delle istituzioni, a livello di governo centrale e a livello locale, che punti sul nuovo made in Italy come un asse strategico per la crescita e lo sviluppo. Quindi, destinazione di risorse, individuazione di strumenti, definizione di norme. Roma è candidata naturale ad essere capitale del nuovo made in Italy. Facciamo partire da qui la più significativa prospettiva di futuro per il paese.

