

Il web e la rivincita delle facoltà umanistiche

Il buon vecchio stereotipo del laureato in Lettere come lo sfigato tra gli sfigati che oggi si affacciano al mondo del lavoro è duro a morire. E' davvero così anche al tempo di Internet? Il web sta aprendo nuove opportunità anche a chi è destinato di rito alla disoccupazione o, nel migliore dei casi, indirizzato verso professioni di ripiego?

In un mercato del lavoro tradizionale come quello italiano, che ha tempi lunghi d'inserimento e stabilizzazione, la laurea è ancora considerata un passaggio obbligato. Per certi versi è percepita anche come un investimento contro la disoccupazione – alcuni pensano più amaramente che sia un 'parcheggio' temporaneo in assenza di occasioni lavorative concrete –, ma proprio non si giustifica la scelta, priva di logica e anacronistica, di un percorso di studi umanistico.

Eppure, se usciamo un attimo da schemi preconcepiuti, e guardiamo alle nuove opportunità della Rete per costruirci un'alternativa professionale mobile e indipendente, ci accorgiamo che Internet sta cambiando le regole del gioco anche per gli umanisti. Ormai non c'è azienda, libero professionista, associazione, privato o personaggio pubblico più o meno noto, che non abbia necessità di comunicare online. E di comunicare bene, per far conoscere e far crescere il proprio marchio, per promuovere la propria professionalità e i propri servizi e per crearsi un brand personale che sostenga un'attività offline. Non essere sul Web, non avere profili social o un sito Internet, per il cui successo è ormai imprescindibile associare un relativo blog, oggi equivale non solo a perdere in competitività, ma proprio a non esistere.

Il web è un immenso archivio d'informazioni sugli argomenti più disparati e le persone lo utilizzano per trovare soluzioni ai propri problemi, per soddisfare esigenze o per coltivare passioni. Che si tratti della ricetta del budino di riso o delle istruzioni di montaggio di un mobile o delle modalità di prenotazione di un servizio, solo per fare degli esempi, tutto ciò che le persone cercano sul web ha bisogno di essere comunicato in modo chiaro, semplice e comprensibile.

E serve una laurea in Lettere per far ciò? I detrattori più accaniti dei letterati accettino con rassegnazione che si sta andando in questa direzione. Non basterà più affidare a professionisti generici la comunicazione sul web, mettendoli tutti sotto il grande cappello del social media manager, magari relegandoli a latere delle principali attività di comunicazione. Sarà necessario avere professionisti così padroni della scrittura da saperla spogliare, alleggerire e conformare rispetto al singolo specifico contesto o argomento che si andrà ad affrontare e allo specifico strumento online che si utilizzerà per comunicare.

Naturalmente esistono delle regole precise per scrivere sul Web e su questo davvero non si improvvisa, ma non esistono limiti al tipo di informazioni che necessitano di bravi scrittori. Di bravi scrittori che siano capaci di testi corretti dal punto di vista formale e che siano fluidi, leggeri, piacevoli, creati a partire dalla raccolta e dall'interconnessione di informazioni verificate alla fonte, per arrivare a ipertesti leggibili secondo diversi livelli di approfondimento. E posso dire, per esperienza personale, che se c'è una cosa che s'impara a fare nelle aule delle facoltà di Lettere (probabilmente non solo lì), è proprio questa. E qui sta l'opportunità: sfruttare Internet per costruirsi un'alternativa professionale basata sulle nostre capacità e anche sul nostro curriculum di studi, senza ripieghi. Qualcosa che ci soddisfi, entusiasmi e spinga a puntare sempre più in alto, senza più quella terribile sensazione di doversi accontentare perché non si è abbastanza competitivi. Forza umanisti, l'occasione è arrivata!

BARGELLO VINCE SUL WEB LA HIT DELLA SODDISFAZIONE

Il museo che dà più soddisfazione in Italia è il Bargello, a Firenze. L'ex tribunale e carcere, dove brilla il David di Donatello, è il museo con il migliore grado di soddisfazione della visita, secondo i turisti che commentano sui social network. In una competizione mondiale in cui i viaggiatori non si fidano più solo della tradizionale guida ma cercano online, avere commenti positivi sul web significa trasmettere una bella immagine di sé. E la migliore in Italia è quella, appunto, del Museo Nazionale del Bargello, ma è tutto il "sistema" dei musei italiani ad avere un voto positivo. Peccato però che musei, gallerie e pinacoteche non sempre rispondano ai commenti positivi o alle lamentele dei turisti: semplicemente, li ignorano. E questo, a lungo andare, può essere un punto debole nel futuro dei musei italiani.

A stilare la classifica della soddisfazione dei turisti con i dati presi dalla rete è stata l'agenzia di marketing e comunicazione Travel Appeal. "Abbiamo preso i 20 musei statali che hanno cambiato i direttori adesso, quelli che hanno completa autonomia, ed abbiamo inserito altri 4 musei innovativi, come il Muse o il Museo del Cinema di Torino che non è neanche statale" spiega Mirko Lalli. Travel Appeal ha poi raccolto oltre 24 mila commenti, recensioni, tweet e post presenti sui vari social network e li ha confrontati con quelli di un anno fa. Il risultato è che il Bargello ha un grado di soddisfazione positivo del 94%, stacca la Galleria nazionale dell'Umbria di 4 punti così come la Reggia di Caserta e la Galleria Estense. Persino esperienze innovative come il bellissimo Museo delle Scienze di Trento, il Muse, è dietro, come lo sono gli Uffizi, con un risultato ottimo (77%) ma ben inferiore.

Il problema è che, a fronte di queste recensioni e commenti in gran parte positivi, non si sfrutta la possibilità di ri-twittrarli, commentarli a propria volta, o rispondergli. Un'attività che farebbe aumentare visibilità e fiducia. Ma perché solo lo 0,2% dei commenti ha avuto una risposta dagli stessi musei, con una media di attesa di almeno 6 giorni? "Alle recensioni non si risponde per un problema culturale. - spiega Lalli - Chi è che dovrebbe rispondere? Il direttore?". Forse ci vorrebbe una figura specifica. "Si tratta di un problema culturale. I musei dovrebbero essere pronti a gestire nuove situazioni. Però il dato positivo è che abbiamo una grande reputazione, tutti i musei hanno punteggi molto alti. Insomma, sono percepiti bene sul web nonostante siano poco attivi sulla rete". Verrebbe da dire: sono belli, basta quello. Ma la bellezza non basterà nel futuro.

"È importante agire sul web perché, esattamente come accade ad un hotel, vieni scelto dai turisti per come appari sulla rete. L'apprezzamento dei visitatori è importante perché la prima cosa che fai quando arrivi in un posto è digitare su Google e capire cosa puoi vedere. E anche quel motore di ricerca usa le recensioni per dare risultati" insiste Lalli. E se l'apprezzamento cade, cade anche nella graduatoria dei motori di ricerca. Certo, il quadro è confortante: rispetto ad un anno fa molti indicatori (accoglienza, spazi, servizi e postazione) sono rimasti stabili, alcuni, come gli eventi e l'accessibilità, sono migliorati. Peggiorata è solo la ristorazione. Ma il dato più strano è che i musei italiani, tra i meno costosi del mondo, hanno il "voto" peggiore proprio sui biglietti: "È la dimostrazione dell'errore di comunicazione. Se sai comunicare bene, il consumatore capisce il prezzo di cosa paga". Cosa ci sarebbe allora da fare adesso? "Vedere le recensioni intanto, e imparare a comunicare meglio con un sito web fatto bene e attraverso i social. E questo, purtroppo, nelle strutture italiane, è ancora molto lontano dalla realtà".

“Com’è a suo parere la musica attuale?” Un’intervista al maestro Riccardo Muti.

«È risaputo che da decenni conduco una battaglia in favore della cultura musicale. La ritengo una delle spine dorsali della storia del nostro Paese».

Non sembra che finora i suoi appelli siano stati ascoltati.

«Purtroppo no. Fa da freno l’atavica ignoranza musicale dei politici. Non lo fanno neanche apposta: semplicemente ignorano. Nei miei anni al Maggio fiorentino e alla Scala ne ho visti pochissimi. Se, come dicono, non ci sono risorse, che si lasci almeno fare ai privati. Ogni paese italiano ha il suo teatro e ha anche il suo ricco epulone che potrebbe aprirlo ai giovani locali, molto spesso dotati di idee più nuove delle cosiddette avanguardie, che sono più vecchie della vecchiaia».

Sospetto che pensi a qualcuno in particolare.

«Penso a una società che sta diventando sempre più visiva e che riduce tutto a “evento” svuotando l’arte del suo significato più profondo. Anche nella musica classica ormai fa più colpo il saltimbanco di turno di chi cerca di lavorare in profondità. Pianisti come Richter, Benedetti, Michelangeli o Pollini, violinisti come Ojstrach o Francescatti stanno lasciando il posto a tanti saltimbanchi. Eppure non mi stancherò di dire che è proprio con la musica che si può aiutare a costruire una società migliore».

È questa una frase che ripete spesso. Ma che, detta così, può somigliare a uno slogan. Vorrei che la spiegasse perché non cada ancora nel vuoto.

«Gianfranco Ravasi mi ha ricordato giorni fa una magnifica esortazione di Cassiodoro: “Se noi uomini continueremo a commettere ingiustizie, Dio ci punirà togliendoci la musica”. Ecco, io sono convinto che dall’universo scendano raggi di suoni che girano in armonia e investono il nostro pianeta. Qualcuno ne è attraversato di più, come Mozart che a 35 anni aveva scritto ciò che è impossibile scrivere in una vita, e tutti capolavori. Altri ne restano indenni. Le sembrerà un’ingenuità, ma sento che la musica non è una cosa che abbiamo inventato noi: fanno musica gli uccelli che cantano, il suono che rimbomba, il mare che si muove, le foglie che vibrano. Dal punto di vista scientifico la musica è una costruzione, ma da quello emotivo è semplicemente un’armonia che ci investe e ci fa diventare migliori».

Se la natura ha la sua musica, anche i popoli esprimono suoni diversi. Non pensa che la globalizzazione, mentre mischia le genti, finirà per produrre una nuova confusione delle lingue, una Torre di Babele musicale che farà nascere qualcosa di inedito?

«Non solo lo penso, ma ne sono convinto. La composizione contemporanea ha preso ormai completamente le distanze dal pubblico. Mozart parlava a persone che capivano il suo linguaggio, già l’ultimo Beethoven andava verso un mondo metafisico. Oggi è una musica per pochi eletti, generalmente divisa in isole: europea, orientale, americana, ecc. La globalizzazione porterà nuovi elementi ritmici, timbrici, melodici, armonici da cui nascerà una nuova alba».

C’è però una musica che ha già invaso il mondo: quella pop. Che rapporto ha con i generi popolari?

«Tutta la musica ha un suo valore, e ritengo il jazz una forma d’arte, ma è evidente che c’è quella che compiace e piace perché non fa pensare. Il pubblico divora queste invenzioni melodiche da spiagge romagnole. Prima c’era Modugno, c’erano le grandi canzoni napoletane. Ma oggi, tra la classica sempre più sofisticata e il semplicismo delle canzonette, c’è il vuoto. La globalizzazione lo colmerà e, dopo anni di crisi, di lotte e di sangue, si arriverà forse a un mondo migliore. Che probabilmente io non vedrò».