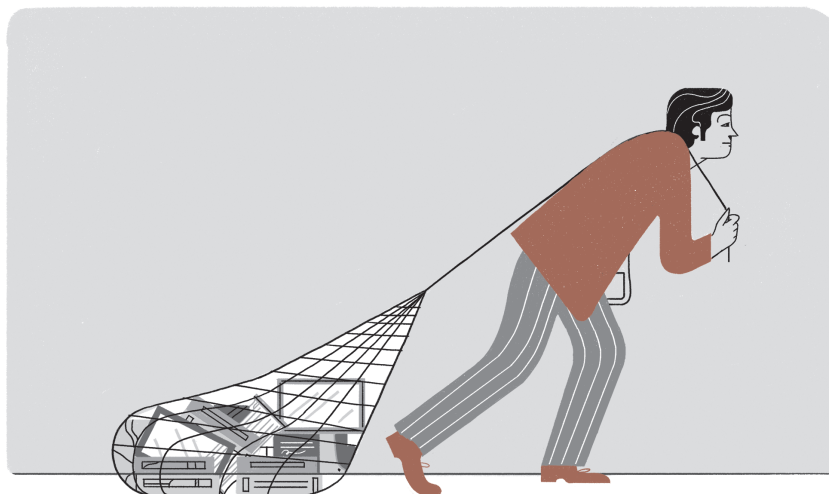


# editoriale



*In questo numero di Mondo Cinese l'attenzione si rivolge a quella che potrebbe essere definita una nuova rivoluzione, tutta cinese. Un cambio di rotta radicale che riavvicina il paese asiatico alla sua tradizione culturale millenaria, alla sua anima inventiva, alle sue antiche capacità di originare e plasmare oggetti, processi, pensieri.*

*Si tratta della Cina che promuove, accoglie e valorizza la creatività e tutte le attività culturali, economiche e imprenditoriali che ruotano attorno a essa. La si potrebbe definire una "rivoluzione creativa", che mira sia a riabilitare la tradizione cinese, sia a preparare un fertile terreno – sociale e culturale – su cui innestare e far germogliare nuovi percorsi di crescita del paese.*

È stato probabilmente l'approccio pragmatico della Cina a favorire l'accensione di questa miccia.

Da un lato, la crisi economico-finanziaria globale ha indotto il governo a elaborare politiche finalizzate a supportare la diversificazione dell'economia nazionale e a ridurre la forte dipendenza del paese dalle esportazioni. In questo contesto, oltre alla promozione dei settori high tech e al progressivo superamento delle tradizionali produzioni industriali a basso valore aggiunto, il governo ha iniziato a esplorare e stimolare il settore delle industrie culturali

e creative (Icc).

Dall'altro lato, nell'ultimo decennio, l'incapacità di innovare è emersa come una delle principali criticità delle imprese cinesi. Infatti, al di là dell'esplosione di brevetti e invenzioni, la Cina è stata spesso considerata incapace di generare innovazione radicale o davvero incrementale, a favore di meri processi di imitazione. Ecco allora che il rilancio della cultura e della creatività, anche attraverso le industrie legate a questo settore, può essere letto come il tentativo del governo di innescare una dinamica propulsiva della competitività e dell'innovazione dell'intera economia cinese. L'obiettivo è dunque quello di lasciarsi alle spalle l'idea del Made in China, del paese "fabbrica del mondo", e guardare avanti, promuovendo il Created in China.

Il governo ha avviato un complesso di politiche che, interessando il settore culturale, la formazione e la valorizzazione del patrimonio artistico, ha abbracciato l'economia e i vari segmenti del settore delle Icc: arte e cultura; news e pubblicità; broadcasting, tv e cinema; software, internet e computer service; live performance e mostre; commercio di arte; servizi di design; fino ad arrivare al turismo, all'intrattenimento (calcio incluso) e al divertimento.

Oltre alle politiche governative di supporto, il boom delle Icc va anche letto alla luce di ulteriori fattori. Pubblicità, videogiochi, software, musica, editoria, radio e tv sono trainati dalla progressiva digitalizzazione dell'economia cinese, dalla crescente qualità delle infrastrutture digitali del paese, nonché dalla quota elevata di connessioni web che i consumatori fanno registrare. L'architettura, l'arte, la moda, il design industriale e le arti dello spettacolo si espandono come riflesso della crescita fortissima sia dei consumi urbani, sia della domanda di intrattenimento da parte dei cittadini cinesi.

Questo numero di *Mondo Cinese* offre molteplici stimoli sul fronte settoriale e delle specifiche aree di sviluppo delle Icc.

Il contributo di Rosenthal, Spigarelli, Compagnucci si sofferma sull'industria dei video game, uno dei settori più emblematici e interessanti della nuova Cina. Il paese si è imposto in pochi anni come il principale mercato al mondo, superando gli Stati Uniti. L'articolo di Emma Lupano analizza il discorso ufficiale della Cina sulla riforma del calcio, ambito in cui l'attenzione dei media è stata fortissima soprattutto in Italia, mostrando l'interazione tra obiettivi economici e politici del progetto. Con il caso "iGuzzini", si esamina il tema dei musei e delle esposizioni culturali e artistiche, seguendo un'interessante prospettiva aziendale che rivela le grandi opportunità di collaborazione per l'Italia in questo settore. Con il caso "Rainbow" l'attenzione si sposta su animazione e cartoni animati,

uno dei settori in maggiore crescita in Cina ma che presenta notevoli insidie per gli operatori stranieri.

Il contributo di Luca Zan proietta il lettore verso il tema della valorizzazione del patrimonio storico e artistico cinese, in cui la dimensione di recupero e ripristino della memoria e delle tradizioni si interseca con quello del rilancio della creatività. Zan esamina politiche e prospettive di sviluppo della filiera del patrimonio in termini di protezione, scavi archeologici, conservazione, ricerca e fruizione di musei e siti in Cina. Un ambito, anche questo, di interesse grandissimo per l'Italia.

Recupero del patrimonio storico e incentivo della creatività spiegano anche la promozione sul territorio cinese di *cluster* creativi, che favoriscono la nascita di start up domestiche e attirano imprese internazionali in siti storici o di recupero industriale. Pechino, Shanghai, Hangzhou, Shenzhen, Qingdao, Fuzhou, Chengdu, Ningbo, Kunming, Xiamen, Nanjing e Changsha sono alcune delle città maggiormente interessate da questo fenomeno. Il contributo di Maria Paola Repellino, architetto, si focalizza sull'analisi dei distretti culturali, evidenziandone il potenziale. Spesso utilizzati come strumento per riattivare i vuoti lasciati dalla produzione, i cluster creativi stanno emergendo come dispositivo innovativo per la conservazione e la valorizzazione del patrimonio fisico e culturale nelle principali città cinesi. Il lavoro di Marco Meccarelli, storico dell'arte, riprende lo stesso tema ma in una prospettiva culturale e storica, soffermandosi sull'analisi dello sviluppo dei distretti-villaggi degli artisti (*huajia cun*).

Ovviamente, la lettura del fenomeno delle Icc passa anche attraverso il tema del *soft power*. Natalia Riva illustra il ruolo della cultura nel discorso ufficiale del governo cinese. Dai comunicati e dai documenti governativi prodotti nell'ultimo decennio emerge chiaramente l'intenzione della Cina di far leva sulle risorse culturali. Ciò allo scopo di dare impulso a meccanismi di cambiamento e aggiustamento che potrebbero ulteriormente rafforzare l'identità e la coesione nazionale, concorrere al soddisfacimento dei bisogni spirituali e culturali del popolo. Il contributo di Selusi Ambrogio si inserisce in una dimensione tipica della letteratura e del pensiero cinesi, portando il lettore a riflettere sulla strettissima connessione tra cultura, pensiero socio-politico e interessi economici in Cina. Il tutto attraverso l'analisi di un'operazione culturale di Cctv, principale canale di informazione cinese, ispirato al grande testo teatrale *Casa da tè*. L'Opinione di Michele Dantini sull'arte cinese contemporanea e quella di Massimo Torrigiani sul ruolo dell'arte cinese nel sistema dell'arte internazionale consentono di cogliere le direttrici dei principali movimenti culturali e artistici cinesi. I due esperti offrono un'interessante panorami-

ca su alcune iniziative che consentono di comprendere le ragioni di questa fortissima attenzione per il settore, da parte del governo centrale e locale. Su tale linea si inserisce anche la testimonianza di Francesco Cardinali relativa all'originale progetto Looking China, che ogni anno richiama nel paese asiatico studenti universitari da tutto il mondo. I giovani sono invitati a realizzare in Cina progetti di video making che comunichino l'immagine della Cina contemporanea, letta attraverso una prospettiva occidentale.

La contemporaneità della Cina emerge pienamente nell'intervista di Giovanna Puppini, che fa calare il lettore nel mondo della pubblicità, come espressione artistica moderna. Puppini ci illustra come anche in questo ambito sia molto forte la ricerca, guidata e supportata dal governo, di una creatività che legittimi e valorizzi gli elementi e i simboli culturali della Cina stessa. Una Cina che si sta sempre più affermando anche sul panorama internazionale.

Nel complesso, i vari contributi di questo numero di *Mondo Cinese* ci fanno comprendere un aspetto ancora spesso sottovalutato o ignorato del cambiamento cinese. Un cambiamento sempre più orientato a un *new normal* in cui sostenibilità, benessere, creatività e cultura sembrano sempre più allineati e interconnessi. La Cina cambia e si evolve, ulteriormente e incessantemente.

Ovviamente, il processo non è privo di contraddizioni e ombre, di sfide per il governo, per gli artisti e le imprese. È ancora forte l'interferenza delle autorità nazionali, il cui atteggiamento censorio ha un impatto notevole sui contenuti. Ciò limita lo sviluppo di molte industrie culturali e creative e la loro apertura verso l'estero. Spesso, le imprese domestiche non riescono ad adattare i propri prodotti alle esigenze dei mercati internazionali e restano marginali sulla scena mondiale. Sulle imprese straniere, invece, pesa il controllo delle autorità, le quali tendono a esercitare in via diretta la propria influenza rendendo particolarmente complesso l'operare nel paese.

Certo è che il settore delle Icc rimane centrale e strategico nello sviluppo del *new normal* cinese e ulteriori, rilevanti, cambiamenti potrebbero interessarlo. Ciò anche considerando le fortissime opportunità che si schiudono – sia per la Cina, sia per i paesi stranieri – alla luce della Belt and Road initiative che sempre più intende essere, nella visione del governo cinese, non solo infrastrutturale ma anche e soprattutto culturale e creativa. ■

*Francesca Spigarelli*