

▲ I PROGETTI

Un sito web per gestire appuntamenti e proposte



Un brand chiamato Salento

di **Claudia PRESICCE**

Se i punti di partenza possono essere i più diversi, quello di arrivo si può riunire sotto un unico lemma: programmare cultura. E tuttavia non è detto neanche che questo significhi per tutti la stessa cosa, ma attorno a quel tavolo delle trattative ieri c'erano proprio tutti e, va detto, ognuno con le sue buone intenzioni.

Università, Conservatorio, Accademia delle Belle Arti, Museo Castromediano, Teatro pubblico pugliese, Apulia film Commission accanto a Curia, Provincia di Lecce, Regione Puglia, Confindustria, Federcultura: tutti insieme come mai si erano visti prima. E, di fronte, un pubblico fatto di addetti ai lavori, più o meno accreditati, che hanno guardato spe-

ranziosi a questa iniziativa.

Se il presidente della Provincia di Lecce Antonio Gabellone era lì ad onorare l'impegno di promuovere una concertazione culturale tra gli enti e le associazioni del territorio, il suo operoso assessore alla cultura Simona Manca si è impegnato subito a lanciare sul tavolo tre proposte che potessero smuovere le paludi del panorama culturale salentino. Tre i nerbi fondamentali del

suo intervento: «Programmare cultura ha detto - significa partire da un dialogo tra le istituzioni e i privati per progettare insieme e rendere corresponsabili tutti i soggetti in campo. Per questo occorre intanto creare un Osservatorio permanente che parta da qui e per tutto l'anno, grazie anche ad un sito internet, mantenga in contatto tutti i soggetti, sollecitando confronti e proposte. Poi creare un piano comune di programmazione e fare in modo che i finanziamenti trovino casa in una Banca della cultura, aperta ai privati».

Soddisfatta del lavoro fin qui svolto e fiduciosa nel futuro si è detto l'assessore regionale Silvia Godelli, mentre una spinta in avanti è stata chiesta da Carmelo Grassi del Tpp: «Non si può pensare più ad attività episodiche sparse - ha detto - bene creare un osservatorio che diventi volano di crescita di questo settore, ma bisogna trasformare

le iniziative culturali in veri e propri brand da vendere. Perché la Puglia non è più la terra dei trulli e delle spiagge, ma è una meta cui guarda l'Europa».

«Noi produciamo cultura - ha detto il rettore dell'università del Salento Laforgia - abbiamo creato sette musei e ora ci manca chi li gestisce. Vogliamo mettere i nostri studi a servizio del territorio, fare utilizzare i nostri cervelli. Il marchio Salento lo esportiamo anche con i tanti studenti stranieri che sono qui e piangono quando devono tornare a casa».

E se Giuseppe Schiavone, presidente dell'Accademia delle Belle arti di Lecce, spera che «questa riunione possa esaltare le responsabilità di tutti», Pierluigi Camicia direttore del Conservatorio sostiene che «bisogna rimanere quelli che siamo, ma dobbiamo farci conoscere al

mondo: non è un caso che i festival di questa terra siano tutti a sfondo musicale».

«Sorprende il trovarsi in un consesso in cui si parla di investire in cultura quando la spesa viene continuamente tagliata - ha detto Giandomenico Mangione in rappresentanza di Federcultura - questi sono investimenti che migliorano davvero la qualità della vita».

Una luce nuova è arrivata dall'intervento di Pietro Montinari, presidente di Confindustria, quando ha proposto di portare qui, sul territorio, la cultura internazionale capace di attrarre il turismo.

«Parlo da imprenditore, ma credo molto nel valore della cultura all'interno di un piano di sviluppo - ha detto Montinari - ho cercato tempo fa di far arrivare nel nostro territorio la mostra di Mantegna, un evento di grande portata capace anche di convogliare un flusso turistico alto. Basterebbero due eventi di questo livello all'anno e in cinque anni riscrivemmo la storia di questi luoghi. Pur rispettando tutte le piccole programmazioni locali, credo che bisognerebbe comunque puntare in alto».

«Non sono grandi eventi che ci interessano - ha chiosato l'assessore Manca - noi dobbiamo valorizzare nella quotidianità le risorse del territorio».

▲▲
Un osservatorio permanente, un sito internet e un piano che funzioni tutto l'anno
▲▲

▲▲
Qui parliamo tutti di investire in cultura ma intanto si continua a tagliare la spesa in questo settore
▲▲