




Liguria effimera e terapeutica

Liguria - ephemeral and therapeutic

Sergio Di Paolo

La moltiplicazione di eventi e manifestazioni, l'aumento degli spazi e dei tempi di divertimento, il potenziamento dell'effimero (vuol dire "transitorio", "inconsistente", di "breve durata"), secondo alcuni psicologi sociali, sono una sorta di terapia collettiva per riempire le ansie del tempo libero. Ci si immerge in un paradiso in cui tutto è possibile, bere un buon vino, consumare cultura, fare festa. Certo è che, se non rendesse, questa industria in Liguria non sarebbe mai partita. Ci eravamo promessi di indagare sul fenomeno e lo facciamo in questo numero con inchieste e servizi sui festival regionali, la Film Commission e l'industria dello spettacolo.

Le città diventano calamite energetiche grazie al proprio codice genetico, alle caratteristiche culturali e ai circuiti sociali interni. Questo ha portato Genova a produrre eventi ricchi di creatività organizzativa, geniali nella proposta culturale e indiscutibilmente di "business" (nel 2004 ricaduta stimata in 250 milioni di Euro).

Come cambiano le città e le metropoli lo descrive un reportage su Barcellona, che malgrado la crisi ha molto da insegnare (e dove Blue viene distribuita). Un servizio sul Cep di Genova Prà mostra invece come una nostra periferia finora degradata possa rinnovarsi completamente. Ancora in tema di sviluppo urbano, Ventimiglia che diventa zona franca. Per i paesi dell'entroterra, la promozione della Regione con l'iniziativa "Borghi da gustare". A proposito di cibo, in questo mese l'associazione Palatiferi ci invita a provare i piatti a base di castagne, prelibatezze originali della cucina ligure. Un esempio? le "piccagge matte". 

The multiplication of events and exhibitions, the increasing space and time for enjoyment, the expansion of the ephemeral (i.e., 'temporary', 'inconsistent', of 'brief duration'), according to some social psychologists, are a type of collective therapy to fill the anxiety of free time. We are immersed in a paradise in which anything is possible: drinking good wine, consuming culture, partying. Certainly, if it wasn't worth it, in Liguria this industry would never even have started. We had promised ourselves we would investigate the phenomenon and we are doing it in this edition with surveys and articles on the region's holidays, the Film Commission and the show business industry.

Cities are becoming energetic calamities thanks to their individual DNA, to their cultural characteristics and to the internal social circuits. This has led Genoa to produce events that are rich in organisational creativity, genius in the cultural proposal and undoubtedly 'businesslike' (in 2004 the spin-off was estimated at 250 million euros).

How cities and metropolises change is described in a report on Barcelona, a city which, despite the crisis, has a lot to teach (and where Blue is distributed). On the other hand, an article on the CEPs (low-income housing) in Genoa Prà, shows how a once-degraded district of our city can completely renew itself. Still on the theme of urban development, Ventimiglia becomes a free zone. On the subject of food, in this edition, the Palatiferi Association invites us to taste chestnut-based dishes, original delicacies of Ligurian cuisine. An example? The '*piccagge matte*' (pasta made from chestnut flour). 