

Non è solo l'economia a far parlare dell'Asia. È solo una questione di tempo,

dicono gli esperti, prima che il potenziale del mondo artistico asiatico si trasformi in vero e proprio potere decisionale. Quello che domina e determina le tendenze. La 59esima edizione del Festival di Cannes è forse l'esempio più recente, con il regista di Hong Kong, Wong Kar Wai, quale presidente della giuria e, tra i membri, l'attrice cinese Zhang Ziyi, considerata dal Time una delle persone più influenti della scena artistica mondiale.

Non è un caso quindi che anche in Italia, si parli sempre più di Asia. Non solo le banche, le assicurazioni investono in Asia. I nostri cantanti ci vanno in tournée, gli stilisti ci pianificano il futuro. Giorgio Armani intende aprire 20-30 negozi nella sola Cina, entro il 2008. Leggendo i libri di Federico Rampini (*Il secolo cinese* e *L'impero di Cindia*) corrispondente della Repubblica, si rimane esterefatti dalle cifre, dai record, che Cina e India hanno già superato e anche dalle loro contraddizioni: i villaggi contadini ai margini dello sviluppo contrapposti ai luoghi in cui si stanno compiendo opere di ingegneria, mai tentate prima. I nuovi capitalisti, venuti dal nulla, il comunismo e la censura, contro cui gli artisti si battono. Forse, l'Asia fa paura perché è poco conosciuta; per questo studiarla, è l'unico modo per capirla e prepararsi a ciò che diventerà. C'è chi dice che Singapore, essenzialmente una città cinese con forti influenze occidentali, è un buon osservatorio, un facile punto di partenza per conoscere il continente del futuro.

I grandi proprietari terrieri, i milionari che contano a Singapore, sono tutti cinesi. Gli occidentali che vogliono conquistare l'Asia, cominciano da Singapore. La piccola Svizzera conta 250 compagnie nella città

SINGAPORE

osservatorio dell'ASIA



La nostra corrispondente Loretta Dalpozzo ha lasciato Londra e si è stabilita a Singapore. In questo reportage ci racconta le prime impressioni del suo impatto con un mondo completamente nuovo

stato e i grandi colossi bancari, come UBS e Crédit Suisse, vogliono assumere, rispettivamente, 1000 e 900 persone nei prossimi 18 mesi. Ong Ken Sen, figura di spicco del teatro di Singapore, è diventato un membro apprezzato del consiglio culturale asiatico di New York; mentre il Presidente dell'Esplanade di Singapore, Benson Puah, è stato eletto direttore della prestigiosa Società internazionale delle arti, anch'essa basata a New York. Nella città da 4,5 milioni di abi-

tanti si ritrovano meccanismi, che esistono anche nei paesi vicini, ma in dimensioni diverse.

Arendere interessante Singapore non è solo il clima tropicale, ma è la miscela di razze e religioni. Ci sono i Malesi, i Cinesi, gli Indiani, gli arabi. Diventata stato sovrano nel 1965, Singapore oggi è una città modernissima, un modello di servizi di comunicazione, telecomunicazione e trasporti pubblici. Malgrado gli lanci

tecnologici, mantiene il suo fascino esotico, visibile attraverso le case Peranakan, le ville coloniali costruite dagli inglesi nel secolo scorso. Chinatown piace per i suoni e i riti tipici di una città cinese, Little India è un microcosmo del subcontinente indiano, e in Arab Street il richiamo del muezzin dalla moschea regola ancora la vita degli abitanti.

Per oltre venti anni Singapore ha avuto una straordinaria crescita economi-

ca; il Paese non ha debiti, l'inflazione è bassa e la disoccupazione quasi inesistente. L'economia di questa città si basa sul commercio, sul traffico marittimo, sull'attività bancaria e sul turismo; attività importanti sono ancora la raffinazione del greggio che fornisce il petrolio a quasi tutto il sud-est asiatico, la costruzione delle navi e l'industria elettronica. Ma a Singapore, come altrove in Asia, gli ottimi risultati economici si scontrano con una finta democrazia, anche se a volte è difficile rendersene conto. L'efficiente governo, dominato dalla famiglia Lee, pianifica tutto, dalla crescita demografica agli obiettivi dello sviluppo industriale, organizza campagne a scopo socio-educativo per incentivare certi comportamenti, stabilendo a volte in modo autoritario ciò che si deve o non si deve fare. Il prezzo pagato per tale efficienza è una standardizzazione dello stile di vita degli individui. I media, anche quelli stranieri, non possono e non osano criticare il governo o la famiglia del Primo Ministro Lee Hsien Loong, figlio di Lee Kuan Yew, colui che ha fatto di Singapore ciò che è oggi. Poco si sa della criminalità, che, certo è limitata anche a causa delle pesanti pene, ma raramente viene riportata dai giornali. Lo stesso vale per l'estremismo islamico, nascosto, ma vivo.

Se downtown nei grattacieli moderni ci sono migliaia di persone in giacca e cravatta, nelle strade di Little India, ogni mattina si ammassano centinaia di indiani, in cerca di lavoro. La manodopera è preziosa nei numerosissimi cantieri, che dominano la città. Salgono sul primo camioncino che passa e che, ogni giorno, li porta su un cantiere diverso. Gli alberghi, gli appartamenti crescono come funghi. Alcuni saranno pronti a settembre, quando delegati di 184 paesi si riuniranno a Singapore per il summit del Fondo monetario internazionale.

A Singapore, come in altre parti del continente, le donne si proteggono dal sole con l'ombrellino, le orchidee abbelliscono parchi e giardini, i riscii sono sempre più rari, ma ancora condotti dagli anziani. Come ovunque in Asia, gli occidentali arrivano in massa, fanno affari, qualcuno fa anche fortuna, ma rimangono una minoranza. L'Asia in subbuglio conta più di 3,5 miliardi di persone, forse per questo fa paura, forse per questo sarà difficile conoscerla davvero.

Loretta Dalpozzo

Al Jazeera una sfida ai colossi occidentali

Diffondere in tutti i continenti un punto di vista non omologato all'ottica occidentale. Coprire maggiormente le crisi ignorate, i conflitti dimenticati, insomma andare oltre l'informazione classica, con un'interpretazione originale dei fatti. Questi gli obiettivi della versione internazionale e inglese di Al Jazeera, in onda dallo scorso 15 novembre. Una grande ambizione nell'era della globalizzazione, dove i tempi sono più importanti dei contenuti. Ma nulla può fermare una rete televisiva che in dieci anni di vita è diventata il quinto marchio più conosciuto del mondo, alle spalle di Apple, I-Pod, Ikea e Starbucks. Il bilancio sembra essere positivo, dopo poche settimane di diffusione; la nuova Al Jazeera si è differenziata dalle altre televisioni internazionali, come promesso. Le aperture dei suoi telegiornali si focalizzano su notizie che ricevono poca attenzione altrove. Inoltre le notizie che arrivano da Gaza o dal Medio Oriente hanno quasi sempre la priorità su

altre notizie, che invece aprono i telegiornali della competizione. Al Jazeera international o al Jazeera english, nessuno è sicuro di quale sia il nome definitivo, vuole sfidare i grandi colossi televisivi BBC, CNN, Fox, ma proprio da questi ultimi è stata snobbata. Mentre il lancio del canale televisivo è stato ampiamente coperto dai media europei, quasi nulla si è detto negli Stati Uniti. CBS ha liquidato la notizia dicendo che per molti americani Al Jazeera è la televisione di Osama Bin Laden. Ma dal quartiere generale di Doha, dove arrivano con una certa regolarità i nastri di Al Qaeda, si replica che il diffonderne le opinioni non significa dividerle.

Al Jazeera international si vuole distanziare dall'originale. Come il canale in lingua araba, diffonde notizie 24 ore al giorno, ma non è una versione tradotta dei servizi dell'emittente storica. Il linguaggio televisivo per un'audience araba è diverso da quello per un pubblico internazionale. Al Jazeera produ-

ce 12 ore di programmi dal suo quartiere generale e 4 ore al giorno dalle altre redazioni, Londra, Washington e Kuala Lumpur, a seconda dei fusi orari. Interessante senza dubbio la scelta di Kuala Lumpur, paese musulmano per la copertura di Asia e Australia. Anche se, entrando nella redazione malese, al 60esimo piano delle famose torri petronas, colpisce la maggioranza di occidentali e sicuramente non musulmani. Con 300 giornalisti, in totale, provenienti da emittenti quali BBC, Sky e CBS ci si chiede quanto davvero Al Jazeera sarà diversa dai suoi rivali. Interessante *Everywoman*, un programma che si concentra sulla condizione della donna e che, in un servizio, ha mostrato come in Malesia, le vittime di stupro, ricevono una mucca quale compensazione. Il verdetto spetta quindi ai dieci milioni di spettatori potenziali... soprattutto giovani, prevalentemente musulmani anglofoni a cui Al Jazeera si rivolge. (L.D.)