

## L'EFFICACIA DELLA FORZA PICCOLA. QUATTRO CHIACCHIERE SULLA CROSSMEDIALITÀ CON EDOARDO FLEISCHNER

Durante questa torrida estate di autoriflessione, vi proponiamo l'intervista che abbiamo realizzato al Salone del libro di Torino lo scorso maggio con Edoardo Fleischner, docente a Milano e Napoli di discipline che hanno molto a che fare con la comunicazione del futuro e il web: scrittura crossmediale, comunicazione digitale, format televisivi e crossmediali. Fleischner è consulente per la tv digitale, i new media, per progetti europei in area ICT e multimedialità. Autore e curatore di programmi tv, è anche progettista di nuovi canali tematici, sistemi di convergenza crossmediale, app ed ebook. Insomma, in aggiunta al fatto che è anche giornalista ed editore e dal 1976 crea e dirige riviste nel settore dei media, ci è sembrato il personaggio giusto al quale presentarci e parlare di Artintime e di quel che ha di fronte oggi.

**Artintime è un magazine che si propone di trattare informazioni approfondite nel mondo digitale. Quali potrebbero essere le strade per una rivista culturale e di approfondimento oggi sul web?**

Approfondimento è una bellissima parola: oggi le possibilità di approfondimento sul web sono immense perché, al contrario di media che sono molto ben definiti da una grammatica e da una sintassi di linguaggio, con modi di produrre ed esprimere contenuti molto forti e stigmatizzati – penso a teatro, tv

radio, cinema – quel che io chiamo “infrastruttura medium web” consente di creare negozi, piazze, slarghi, gallerie di tutti i tipi. Voi stando su un sito portale avete una potenzialità crossmediale pazzesca: potete gestire video, audio, scritti, tutti i media possibili e immaginabili. Una potenzialità enorme.

**E in quanto al tema che trattiamo, ovvero l'arte?**

Arte. Sappiamo che l'arte incassa poco, non intendo in termini economici, non solo, ma di attenzione e consenso. Sappiamo ormai anche, soprattutto dopo gli ultimi anni, che il grande capitale dell'Italia, che potrebbe farne il PIL – PIL culturale – è l'Italia stessa, il più grande deposito di arte del mondo. Ho detto deposito, non showroom, che sono i musei. Il problema dell'arte in Italia è su più fronti. Quello produttivo innanzitutto: sappiamo che produrre arte è una chimica difficilissima che avviene ogni tot secoli o decenni, e le capitali della chimica dell'arte si spostano seguendo le capitali dell'economia ma non solo, vanno anche dove c'è il libero pensiero, dove i creativi vivono bene. E poi c'è il lato di chi riceve questa attività, ovvero noi. Siamo sistematicamente disabituati da un oggetto che si chiama scuola.

**Più che un oggetto forse è un sistema...**

Ho voluto chiamarla oggetto, un

terribile oggetto un po' deforme che tende a farci dimenticare tutti i parametri grazie ai quali potremmo vivere in maniera stupenda, anche eticamente parlando, parametri declamati perfino da gente improbabile: la bellezza, la sostenibilità, la creatività, che soddisfa chi la fa e chi la riceve in maniera incredibile. La creatività va dal quadro al monumento alla piazza all'enogastronomia, si esprime al massimo in tutti i settori dell'umano. La scuola non vuole che amiamo le cose belle e artistiche: sulla letteratura ci massakra coi soliti quattro o cinque autori rispettabilissimi, che però non ci fa amare. E sulla bellezza, il disegno lo si fa solo in alcuni licei, ma tutti noi, tutti gli italiani dovrebbero sapere tutto di arte, musica, creatività bellezza. E farsene cosa se diventeranno ingegneri informatici? Ho incontrato un mucchio di ingegneri informatici che arrivavano dalla Corea del Sud, dagli Stati Uniti, dall'India: gente che è rimasta per mesi in Italia per lavoro. Mi hanno detto: “con voi si lavora benissimo, e poi come si lavora nella vostre – e sembrerebbe una bestemmia – città!”. Sono estasiati da come il loro cervello si ricarica, gli vengono nuove idee, capiscono cose nuove, e sono ingegneri informatici, o addirittura sviluppatori, che tutto il giorno fanno codici incomprensibili per le persone comuni. Eppure fanno capire una cosa importante, cioè che quando si dice arte non si dice museo, dove vado a vedere i singoli quadri e dico “che



belli” e poi c’è l’audioguida fatta da un professore d’arte che dice delle cose totalmente incomprensibili. No, hanno camminato e girato per le nostre città, sono anche entrati in qualche museo, ma si sono resi conto di qualcosa che noi italiani che ci siamo dentro non vediamo. Siamo circondati dall’equilibrio, dalla bellezza, anche da palazzi orribili costruiti nel secondo dopoguerra che sono una schifezza, è vero, ma tutto il resto è un peso talmente forte che non ce ne rendiamo conto. Arte è una parola enorme, la dobbiamo allargare, tanto è vero che si dice “fatto ad arte”, cioè fatto in modo equilibrato, sostenibile, bello, fruibile, di qualsiasi cosa, anche di una torta di mele. È chiaro che la parola arte è stupenda, ci dovremmo entrare tutti, ma sembra che questa nazione faccia il possibile perché nessuno ci entri e quei pochi che lo fanno si trovino male.

### **La soluzione è resistere e tentare di fare tanto e al meglio?**

La soluzione è anche vostra: piccoli ma infiltranti. Dobbiamo lavorare come se fosse un’infiltrazione, come l’acqua penetra nella parete di cemento armato e adagio lo sgretola. In questo caso parliamo del famoso bottom up, una manovra dal basso verso l’alto: è un bene, funziona! Se venti anni fa era impossibile, oggi se voi scrivete un articolo di quattro righe e aggiungete una foto ci sono - in questo momento - tre miliardi e duecento persone nel mondo che se lo sanno vi leggono. Accidenti! Quindi non avete problemi di distribuzione del vostro giornale, i costi sono minimi. L’abilità qui è essere crossmediali, lavorare sui social in modo che la vostra piattaforma - bottom - dal basso, si allarghi, e a un certo punto diventi puntuta e vada a finire, per esempio, sull’e-

dizione del New York Times online. E lì scattano i meccanismi di proliferazione. È un lavoro durissimo, vuol dire imparare bene come funzionano questi mezzi, però alla fine si riesce.

### **Ha qualche altro consiglio?**

Individuare una nicchia. Perché? Perché senno’ bisogna avere ottanta persone sui social che lavorano tutti i giorni. Va invece individuata una nicchia, o meglio una punta - in fisica si studia che una punta perfora, una palla no - perché la punta si insidia, serve un discorso preciso, su un punto chiave che individuate e su cui battete. Allora la forza piccola ha una sua efficacia, lo dice la fisica, non lo dico io.

*Alessandra Chiappori*