

CULTURA & SOCIETÀ



di Massimo Morasso

La forza della parola

Camogli ha ospitato il primo Festival della
Comunicazione, ideato e diretto da
Rosangela Bonsignorio e Danco Singer.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Codice abbonamento: 124113

150.000 persone coinvolte su Facebook e 9.000 like, 1.146 tweet e 772 followers su Twitter. L'hashtag #festivalcom14 che entra tra i 3 topic trend in Italia. Più di 15.500 visite di utenti diversi e più di 122.430 visualizzazioni della pagina nell'ultima settimana. 7 eventi in streaming (su Rainews, www.cultura.rai.it, www.repubblica.it e sul sito di Telecom www.liveon4g.tim.it). Tali, i principali numeri social della prima edizione del Festival della Comunicazione di Camogli (www.festivalcomunicazione.it). Numeri che valgono quasi da soli a dare evidenza del notevolissimo successo di questa intrigante "new entry" nell'affollato panorama festivaliero che anima il palinsesto delle attività a interesse turistico-culturale sparse sul nostro territorio. E si è detto "quasi", perché oltre al mondo più o meno virtuale dei cosiddetti social media - nel quale anno dopo anno si va incanalando con sempre maggior autorevolezza, anche in Italia, anche in Liguria, un tipo nuovo e fecondo di partecipazione attiva del pubblico -, esiste pur sempre, per fortuna, come una necessaria precondizione dell'altro, il mondo dei corpi e delle relazioni personali. Ma anche in questo primo (o secondo, dipende dal punto di vista) mondo, le 20.000 presenze (!) registrate nella settantina di eventi gratuiti fra incontri, workshop, laboratori, escursioni e mostre che hanno avuto luogo nel borgo tigullino nel weekend del 12, 13 e 14 settembre scorsi, raccontano, con un numero altissimo e addirittura inatteso, del grande, anzi grandissimo consenso della kermesse. Che non poteva non esserci, verrebbe da semplificare adesso, a cose fatte, quando fra gli ottanta ospiti tra giornalisti, blogger, social media editor, economisti, scrittori, filosofi, semiologi, scienziati ed esperti di pubblicità e comunicazione, allignavano non poche fra le personalità più influenti in Italia nei rispettivi ambiti professionali e non solo. Un Festival, che è il primo Festival dedicato alla comunicazione nel nostro paese, e che già nella sua prima edizione si permette "il lusso" di aprire con una lezione inaugurale di Umberto Eco, di chiudere con una conferenza di Federico Rampini, e di ospitare nell'arco di tre giorni (fortunatissimi anche sotto il profilo climatico, in un assolato scampolo settembrino di un'estate che quasi non c'è stata, quest'anno) relatori che rispondono ai nomi, tanto per farne qualcuno senza far torto agli altri, di Oscar Farietti, Andrea De Carlo, Alessandro Barbero, Carlo Freccero, Gad Lerner, Maurizio Ferraris, Gherardo Colombo, Furio Colombo, Piero Ottone, Francesco Profumo, Beppe Severgnini, Roberto Cingolani e Salvatore Settis, ha tutta l'aria, infatti, di essere predestinato per così dire "naturalmente" al successo. Cosa che non è affatto vera, tuttavia, perché al di là di qualità e appeal degli speaker - cose che sono un valore aggiunto, sì, non sufficiente, tuttavia, a ottenere da sé il risultato -, un Festival vive soprattutto in forza dell'idea che lo muove. E della capacità degli organizzatori di inserire i singoli interventi di questo o quel relatore, così come i singoli workshop e laboratori, in un tutto organico in grado di dar corpo, nel suo insieme, a un programma fertile di dialettiche e paesaggi ricreativi e intellettuali che corrispondano effettivamente alla domanda di interazione del suo pubblico. Un pubblico che, in questo caso, andava costruito. E che si è riconosciuto per così dire in corso d'opera inseguendo con curiosità e piacere i diversi punti di vista di chi, mentre rifletteva pubblicamente

e in varie splendide cornici - dal Salone a Mare del Cenobio dei Dogi a Piazza Colombo a Piazza Battistone - sui tempi e i modi in cui cambieranno la trasmissione dei saperi, la formazione, i media, il marketing, il nostro modo di relazionarci con gli altri, gli andava offrendo intanto un'occasione preziosa di confronto con il suo presente e il suo futuro prossimo, in un contesto planetario (solo pochi anni fa si sarebbe detto "glocale") sempre più aperto e connesso. Il merito per gli esiti così felici dell'iniziativa va, allora, soprattutto a Rosangela Bonsignorio e Danco Singer, gli ideatori e co-direttori di un Festival promosso da Comune di Camogli, Regione Liguria e Encyclomedia Publishers che ha saputo intercettare e assecondare una domanda latente in una parte illuminata della nostra società civile. E poi, come sempre in questi casi, il merito va agli sponsor e ai collaboratori. Ai main sponsor "nazionali", in primis, come Tim, Intesa Sanpaolo ed Expo 2015, ma anche agli sponsor con più salde radici liguri, una trentina in tutto, fra i quali Iren, Camera di Commercio, Coop Liguria, Banca Carige e Hofima, holding finanziaria Malacalza. La speranza, ma più che di una speranza si tratta già di una quasi-cerchezza, è che il Festival della Comunicazione di Camogli confermi anche nel 2015 la sua neonata eccellenza, e si attesti negli anni a venire come un piccolo-grande appuntamento imprescindibile nel panorama culturale italiano, radicandosi sul territorio anche attraverso le competenze che la Liguria sa esprimere in questo campo. Occorrerà aiutarlo. Ma l'impressione, al netto di questa beneaugurante prima edizione ormai alle spalle, è che ne valga davvero la pena. ●

