


 IL FESTIVAL DELLA COMUNICAZIONE DI CAMOGLI

Ecco alcuni 'flash' relativi alla nuova iniziativa sorta in Liguria a fine estate, ovvero il Festival della Comunicazione, che ha anche il merito di riproporre all'attenzione la bella zona di Camogli. Un argomento vastissimo, in cui non sono mancati spunti anche per il mondo radio-televisivo...

Ci prova anche la Liguria

di **Mariacristina Ferrarazzo**

L'incommensurabile maestosità di questo paesaggio ha sempre saputo far innamorare chiunque abbia avuto la fortuna di camminare sulla spiaggia acciottolata o si sia inerpicato fra le tortuose quanto sinuose curve di una salita ardua e possente.

Della zona di Camogli si ricordano alcune foto storiche di bimbi scalzi e poveramente abbigliati ma con un sorriso largo, sincero e guascone, con la voglia di giocare fra le sartie, le reti ed i galleggianti, magari con un tozzo di pane in mano o un'acciuga rinsecchita. Sono istantanee in bianco e nero realizzate della poetessa Antonia Pozzi, che fece di Camogli un ritratto intenso, cogliendone l'essenza.

Di questo mondo antico restano tracce sicure e testimonianze leggibili fra i muri sbeccati di alcune case, scalfite dal passaggio del tempo e del salmastro. Ma ora c'è anche altro... e sa di turismo, fatto da crocieristi che, scesi a Genova, raggiungono questo angolo di Liguria in battello, divorando in un attimo la centellinata esistenza dei luoghi.

Forse una location più adeguata non poteva essere scelta per il Festival della Comunicazione, organizzato nella sua prima edizione dal 12 al 14 settembre proprio a Camogli. Il successo di pubblico è stato notevolissimo, anche perché in Liguria il tema non è trattato quasi per nulla, nonostante abbia notevoli implicazioni culturali.

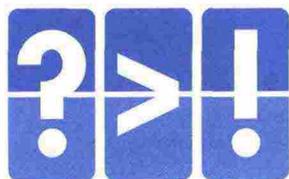
La nota caratteristica di questa iniziativa è stata la notevole diversificazione dei temi affrontati, con numerosi nomi di spicco a tracciare percorsi comunicativi e valutazioni di pregio. Ideata e diretta da Rosangela Bonsignorio e Daco Singer, la manifestazione si è articolata in tre sezioni: la comunicazione come linguaggio, segno, racconto, messaggio; la comunicazione come informazione, network, social media; la comunicazione come distribuzione e condivisione di saperi, risorse, sogni e cultura.

L'intervento di apertura è stato appannaggio di Umberto Eco, con una 'lectio' di semiotica sulla comunicazione hard e soft che ha appassionato molto, come è proprio del personaggio. Si sta dunque già affrontando il ruolo "della comunicazione della comunicazione", con la difficoltà, per esempio, a mantenere veri contatti on line, perché in realtà, non si sa veramente con chi si ha a che fare, in questo caso. L'azione e la reazione via mail esistono e possono essere assai veloci e non meditate, seppure rese per iscritto.

Passando alla Radio e alla Tv, considerati media estesi, si assiste al fenomeno dilagante della scarsa memorizzazione dei contenuti e dell'esigenza della registrazione per mantenerne traccia indelebile, anche se non si sa quanto effettivamente i mezzi attuali, rispetto al libro di atavica memoria, siano in grado di resistere all'usura del tempo.

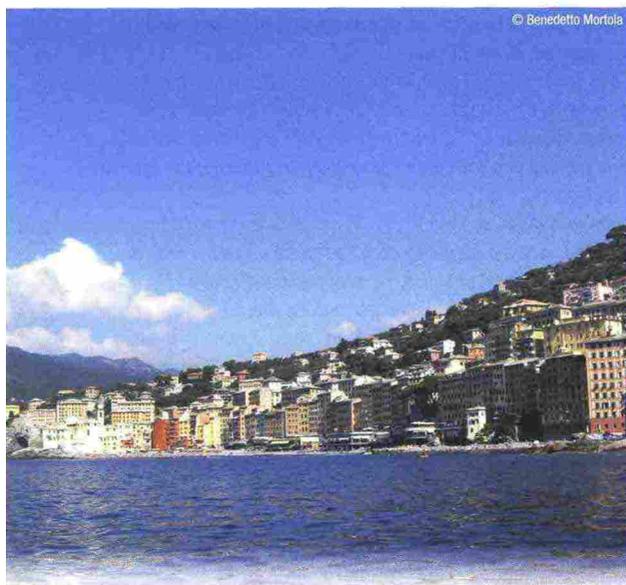
La Comunicazione alla prova

Fra i temi più affini a noi di Millecanali, sono stati interessanti gli interventi di Gherardo Colombo e di Nando Dalla Chiesa, coordinati dal giurista Vincenzo Roppo, sulla responsabilità sociale della comunicazione. In realtà il discorso è andato a finire sulla singola persona e sul rapporto



festival della
COMUNICAZIONE
Camogli, 12-13-14 settembre 2014

IL FESTIVAL DELLA COMUNICAZIONE DI CAMOGLI



© Benedetto Mortola

che ognuno di noi ha o dovrebbe avere con gli altri quando si occupa di comunicazione.

Nel corso dell'incontro si è dibattuto sul senso della libertà, che non deve debordare verso l'arbitrarietà o la diffamazione. Si tratta di valorizzare l'educazione che porta alla responsabilizzazione dei comportamenti, al rispetto dell'altro e in particolare della sua essenza.

Quello che è emerso dai relatori è stato che è possibile ancor oggi verificare che vigono principi in cui la discriminazione era (ed è) un 'valore', anche perché si verifica un trattamento differente in base alla scala gerarchica sociale di riferimento. Ma quale può essere il rapporto corretto fra i comunicatori e la politica? È necessaria in primis una buona qualità sociale della comunicazione, che si basi su regole deontologiche e di sistema, con assenza di interessi di parte. Per Dalla Chiesa è necessario che chi comunica lo faccia perché provvisto di grandi idee. Il discorso si è poi spostato su come si comunica e si parla, in quanto anche le modalità operative hanno un loro forte valore espressivo. È comunque molto importante anche lo spirito critico di chi riceve la comunicazione, in quanto se vi è semplice adesione, e non confronto critico, non si tratta di 'vera comunicazione'. L'importante è non fidarsi totalmente della bontà del comunicatore ma provvedere alla verifica di quanto costui afferma.

Bisogna dunque anche selezionare le fonti, ma di chi ci si deve veramente fidare? Scende in campo la cosiddetta controinformazione, che spesso non è affatto verificata o verificabile nei contenuti. In fin dei conti, bisogna valorizzare fin dall'inizio la consapevolezza ed il senso di responsabilità della comunicazione proprio in coloro che ne fanno uso. Interessante poi la relazione di Eleonora Andreatta, alla guida

di Rai Fiction, che ha spiegato gli elementi che connotano la modernità del racconto televisivo. Ha parlato del grande successo di alcune fiction di spessore, mettendo in evidenza le loro caratteristiche, che si basano su: il punto di vista della narrazione; l'originalità dei personaggi; la novità dello stile; la viralità sui social media. In particolare si è soffermata su "Braccialetti Rossi", "Gomorra" e "Una mamma imperfetta", prodotti che evidenziano queste caratteristiche innovative e una profonda introspezione sui e dei protagonisti.

A questo punto diamo spazio ad alcune interviste che abbiamo realizzato a Camogli.

La parola a Rosangela Bonsignorio Direttrice del Festival

Perché i punti interrogativi ma anche esclamativi nella comunicazione di questo Festival della Comunicazione?

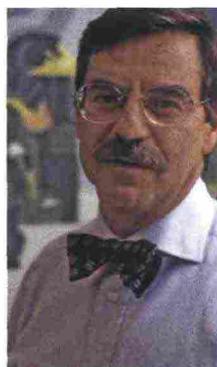
È stata un'idea del nostro grafico Luigi Berio di Arteprima, che ha impostato il logo, ed il senso è: domanda e risposta... la comunicazione.

Perché la scelta di Camogli?

Io abito qui ed è il luogo del cuore. Frequento eventi di questo genere e Camogli era adatta. I posti delle conferenze poi erano raggiungibili a piedi...

Ma perché concentrarsi sulla comunicazione? Il Festival di Dogliani già si occupa di questi aspetti...

Ma noi siamo complementari a Dogliani... Loro sono più concentrati sulla Tv e i nuovi media, noi più sulla comunicazione a 360 gradi. Questo Festival è il frutto di un anno e mezzo di lavoro ed è nato da una passione personale e da un desiderio, è un sogno che è diventato realtà.



La parola a Danco Singer Direttore del Festival

Come è nato il Festival?

La lampadina si è accesa perché tutti ci occupiamo di comunicazione, volenti o nolenti, e non mi riferisco solo agli addetti ai lavori, ai giornalisti e agli scrittori, ma anche a tutti noi, alle prese soprattutto con i nuovi strumenti che ci spingono a comunicare in continuazione. E ci sono persone che non fanno altro: mandano

twitter e postano foto sul profilo di Facebook, aprono account sui social media.

Si sono moltiplicate le modalità di comunicazione fra le persone e ciò ha spinto tutti noi a lavorare non solo dal punto di vista teorico ma anche dal punto di vista di chi usa, sfrutta, sviluppa o crea questi mezzi.



gli argomenti

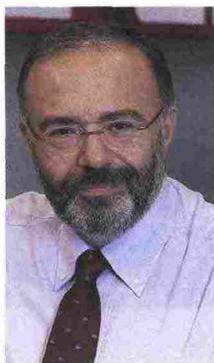
IL FESTIVAL DELLA COMUNICAZIONE DI CAMOGLI

Quanto le persone hanno bisogno di conoscere l'interazione?

La cosa appassiona la gente, che la vive con coinvolgimento e soprattutto aiuta a riflettere su questioni che appaiono scontate ma poi non lo sono affatto. Anche le ricadute sociali, educative, professionali e culturali si vedranno nei prossimi anni ma le basi sono state poste già adesso.

Per la prossima edizione quali cambiamenti?

L'idea su cui lavoreremo è quella di allargarci nel territorio e di allungare le giornate, proponendo delle analisi anche a livello internazionale.



La parola a Massimo Bernardini Rai

Massimo, anche tu a Camogli! Partiamo da 'Tv Talk': quanti anni, ormai... Sta per fare un decennio e con 'Il Grande Talk' si arriva ad un quindicennio...

Noi per ora siamo sempre in onda nel pomeriggio del sabato su Rai Tre ma c'è in ballo qualche idea di sperimentazione serale. È una cosa di cui si discute da almeno due anni ma che non è ancora diventata operativa.

Parlami invece di Rai Storia e della tua

esperienza di conduttore di questo tipo di trasmissioni. Il genere non è semplice...

Sono contento che l'azienda mi abbia chiesto di fare questa esperienza e di trasformarmi in divulgatore storico. Io parto sostanzialmente dall'essere un giornalista e comincio dall'unica vera molla che caratterizza i giornalisti: la curiosità, la voglia di sapere.

Mi muovo da questo ma in più, in questi quasi ormai 15 anni di Televisione, ho imparato anche ad usare un certo modo di rapportarmi con il pubblico. La mia posizione qual è? È quella di cercare, a partire dalla mia personale curiosità, di fare in modo che il pubblico si identifichi in me ed è come se avessi sentore delle domande che uno si fa a casa.

Poi uno impara anche dei piccoli trucchi facendo Televisione ed io ho appreso dai miei maestri (innanzitutto e soprattutto Giovanni Minoli) che la Televisione non è fatta di autoreferenzialità. Infatti quello che io faccio so benissimo che dà fastidio ad un certo tipo di mondo intellettuale. Abbiamo previsto 162 puntate. Al momento ne ho realizzate 2 e devo ancora farne 160 per la prossima stagione.

Progetti futuri...

Vogliono puntare su di me come divulgatore dell'azienda, anche con tentativi meno di nicchia rispetto a quanto fatto finora. Non so se l'azienda abbia ragione ma sono un uomo della Rai e sono disponibile. ■

argomenti

Il sottosegretario 'virtualmente presente'

Carlo Rognoni è stato protagonista a Camogli dell'incontro 'Rai e politica: un divorzio impossibile?', cui doveva intervenire il Sottosegretario al Ministero delle Comunicazioni Antonello Giacomelli. Il Sottosegretario però non era potuto venire di persona e Rognoni ha allora proposto un video con domande e risposte registrate in precedenza. Vediamone alcune.

Rognoni: 'Che tempi si è dato il Governo per affrontare la questione Rai?'

Giacomelli: "Pensiamo di affrontare il tema in anticipo rispetto a quella che sarebbe la scadenza naturale e di farlo dunque già in questo autunno, comunque entro la fine del 2014, come ci siamo impegnati a fare.

Il primo aspetto riguarda la riforma del canone. Noi abbiamo una situazione in cui è forse la tassa più odiata dai cittadini, avvertita come la più invasiva, certamente forse la più evasa e in ogni caso quella che ha meno caratteristiche di equità. Abbiamo bisogno di intervenire su tutti questi fattori e lo

faremo con una proposta fortemente innovativa che recupera la vocazione del servizio pubblico, introduce principi di equità nella contribuzione, dà elementi di certezza ed elimina l'odiosa evasione, che è anche imbarazzante dal punto di vista delle istituzioni.

Il secondo aspetto riguarda il rinnovo della Convenzione con la Rai. Il dibattito si è ormai aperto e non avrebbe senso aspettare la scadenza naturale. C'è bisogno di certezze ma c'è soprattutto bisogno di nuove linee-guida che aiutino e indirizzino il processo di trasformazione dell'azienda e dello stesso servizio pubblico".

Rognoni: 'Parliamo anche di RaiWay...'

Giacomelli: "Quanto alla partita di RaiWay, qui siamo davvero, a mio avviso, al paradosso e cioè: per lunghi anni RaiWay è stata condannata semplicemente alla contemplazione di se stessa, mentre il mercato veniva occupato da concorrenti privati. Noi abbiamo ritenuto che questo fosse francamente un errore.

Il primo motivo che ci ha spinto a intervenire su RaiWay e sulla sua valorizzazione non è di ordine finanziario, semmai è stata un'idea strategica. Era l'idea che RaiWay rappresenta un 'riferimento' che deve essere valorizzato e che deve misurare le sue potenzialità. Da questo punto di vista io mi aspetto certo un importante risultato economico, ma soprattutto mi aspetto che nasca una partnership e che si evidenzino una capacità di RaiWay di porsi non soltanto dentro il perimetro in cui ha sempre operato ma anche di sprigionare una capacità, che io sono convinto esista, di segnare una propria presenza dentro lo scenario complessivo, senza lasciare ad altri interamente lo spazio di mercato.

Su RaiWay, è cosa nota, non cederemo mai il controllo pubblico; semmai questo è solo il primo passo di una riflessione più complessiva sulle infrastrutture di comunicazione di questo Paese. In questo senso io penso che RaiWay abbia un ruolo di battistrada e di protagonista".