DOPPIOZERO

Tweet e letteratura fra le Langhe

Bertram Niessen e Marco Liberatore
13 Settembre 2013

È possibile tracciare un confine tra l'oggettività delle grandi opere della storia della letteratura e la soggettività di tutti quei lettori che, pagina dopo pagina e anno dopo anno, hanno fatto di quelle parole una parte di sé?
È possibile ricreare mondi testuali a partire dalla visione e dal linguaggio dei grandi autori? E soprattutto: è sensato? Ha un'utilità cercare di sviluppare questa riscrittura in modo collettivo? E quale ruolo possono avere i nuovi media sociali nel tentativo di rispondere a queste domande?

Su doppiozero abbiamo già affrontato alcuni di questi temi negli articoli di Tiziano Bonini e di Bogdan Hassan Pautàs sulla Twitteratura e la narrazione tramite Twitter. Ma, soprattutto, abbiamo messo in pratica noi stessi un esperimento di riscrittura con il canale @00SerialTW, attraverso il quale Marco Belpoliti ha illustrato e raccontato 100 Fiabe Italiane per 100 giorni, al ritmo di 5 link al giorno.

Tuttavia, non siamo i soli ad interrogarci su questo fenomeno: quando Tiziano Bonini e Michele Aquila di Tweetbook sono stati invitati a New York per il Twitter fiction Festival hanno scoperto un ecosistema globale di autori, editori e giornalisti che stanno provando a reimmaginare forme di scrittura, collettiva e non, in 140 caratteri.

Ci ha fatto molto piacere, quindi, che tra i progetti selezionati per la prima edizione di cheFare ci fosse anche #LunaFalò della Fondazione Cesare Pavese. Si tratta di un progetto di “riscrittura” de *La luna e i falò* che, a conclusione di una rilettura social su twitter, ha accolto una comunità di 60 riscrittori nell’ambito del Pavese Festival 2012 a Santo Stefano Belbo. L’evoluzione del progetto prevedeva cinque workshop sensoriali nelle Langhe di Cesare Pavese, dedicati al teatro e al tatto, al cortometraggio e alla vista, allo spartito musicale e all’udito, al libro e all’olfatto, all’enogastronomia e al gusto. L'obiettivo era quello di formare nuove comunità di lettori, dispiegandosi in un’opera multidisciplinare dentro e fuori dal web, per esplorare i confini fra arte e territorio. Abbiamo parlato di tutte queste cose con Pierluigi Vaccaneo, direttore della Fondazione.

Che significato ha, per una fondazione che porta avanti gli studi e la conoscenza su uno dei capisaldi della letteratura italiana del '900, confrontarsi con un percorso collettivo che attraverso i nuovi media coinvolge un pubblico molto più ampio di quello degli addetti ai lavori?

Significa correre un rischio e fare una scommessa. Il rischio che si deve correre è quello di abbandonare il consueto, e ormai desueto, modello comunicativo gutemberghiano, in base al quale il sapere viene divulgato da uno a molti, per sperimentare una nuova via di diffusione del sapere. La scommessa dei nostri giochi di riscrittura su twitter (#LunaFalò, #Leucò, #Corsari, #PaesiTuoi e adesso #Invisibili) è stata quella di togliere la Cultura dalle teche impolverate dei musei e metterla nell'unico luogo dove deve stare: tra la gente. La Cultura non è esclusivamente per gli "addetti ai lavori" non deve e non può più esserlo. La Cultura è, oggi, condivisione, partecipazione, scambio, comunità. In questo modo, il risultato ottenuto è stato che ci si è riappropriati di un contenuto preesistente (le opere di Pavese, i luoghi pavesiani, il territorio delle Langhe) attraverso un nuovo modo di pensare la diffusione del sapere. Il museo impolverato è stato riscoperto dal grande pubblico, perché il museo ha raccontato la sua storia in un modo diverso e innovativo. L'Italia è ricchissima di contenuti universalmente riconosciuti che non possiamo più permetterci di comunicare utilizzando un linguaggio che non è più compreso dai potenziali fruitori contemporanei. Abbandonare quel modello e sperimentarne nuovi sarà la il rischio e la scommessa degli enti preposti all'animazione culturale. "Ci salverà la bellezza" ma questa bellezza ha bisogno di un nuovo modello comunicativo che la Fondazione Cesare Pavese e twitteratura.it stanno sperimentando.

Un progetto culturale di innovazione sociale in cosa si differenzia da un normale progetto?

La Cultura deve sviluppare il senso etico, morale e civile della società: mai come oggi si sente la mancanza di un confronto dialettico, serio, profondo e onesto che educhi le generazioni al pensiero critico e non uniformato, libero e non determinato. I progetti culturali di innovazione sociale hanno al centro l'uomo, come singolo, e l'interesse della comunità in generale. Il futuro verrà dallo sviluppo del pensiero attuato attraverso l'individuazione di nuovi modelli comunicativi e di aggregazione: di innovazione sociale.

C'è un attenzione crescente al vostro progetto anche da parte dei mondi dell'impresa, dello sviluppo territoriale e del turismo. Avete già avuto modo di ragionare sull'impetto economico locale dei vostri progetti? Che sviluppi vi aspettate per il futuro?

L'interesse sta crescendo molto in quanto il nostro modello, pensato essenzialmente per una divulgazione letteraria, pensiamo possa essere replicato per ogni contenuto a partire da quelli culturali. Monumenti, musei, opere d'arte, dipinti, sculture, paesaggi, prodotti enogastronomici, territori: ogni bene culturale ha una storia da raccontare. Dopo 18 mesi di sperimentazioni con i "giochi" letterari su twitter dedicati a Pavese, la fruizione del territorio delle Langhe è aumentata: il 4 agosto scorso una ventina di "riscrittori" sono stati invitati dalle realtà produttive locali (gravitanti attorno ai luoghi pavesiani di Santo Stefano Belbo) per raccontare le Langhe dello scrittore con l'hashtag #PaesiTuoi. Il gioco è proseguito tutta l'estate facendo raccontare agli utenti i loro luoghi dell'anima, lasciati o riscoperti in un periodo di vacanza. Migliaia di tweet che hanno permesso alle storie sottese ad ogni zona d'Italia di essere raccontate, condivise, rielaborate, metabolizzate, comprese e magari riappropriate. Le sperimentazioni della Fondazione Cesare Pavese e di twitteratura.it proseguono al fine di trovare un modello comunicativo che possa farsi format attraverso il quale disintermediare la comunicazione istituzionale, ormai in crisi e superata, e proporre una nuova via per la fruizione culturale, turistica ed economica di un territorio. Questa la via che dobbiamo, tutti assieme, percorrere, questa l'unica via che ci permetterà di superare una crisi che è profonda ma attanaglia il vecchio modo di concepire il lavoro. Siamo di fronte ad una nuova era: dobbiamo avere il coraggio di cambiare il nostro modo di pensare e affrontare la sfida per un futuro che non è in crisi ma ricco di opportunità.

Come valutate la vostra partecipazione al bando? Per un ente con una missione culturale molto specifica, non è stato strano trovarsi in "competizione" con realtà anche molto diverse?

Partecipare ad un concorso, al di là del premio in palio, permette la strutturazione dell'idea di partenza che, da un puro piano teorico si mette a confronto con la sua effettiva attualizzazione. Questo permette al soggetto proponente di misurare punti deboli e di forza della propria idea, mettendola a confronto con modelli economici e di business fondamentali per la costruzione di un qualsiasi progetto di sviluppo culturale e sociale.
Oltre a questo aspetto di "crescita strutturale", la partecipazione a CheFare ci ha dato la possibilità di entrare in contatto con una serie di realtà affini, operanti nello stesso settore e su tutto il territorio nazionale. Partecipare ad un concorso è una sfida e la competizione è salutare, quando determina crescita, sviluppo, sostenibilità, innovazione.
Il confronto diretto con gli altri progetti in gara è stato uno degli aspetti più stimolanti: far parte di una rete di "best practice" nazionali ha permesso di attivare quei contatti e quelle relazioni difficilmente avviabili secondo i soliti schemi relazionali. L'informalità è il miglior biglietto da visita per creare, davvero, innovazione e crescita sociale.

Come sta evolvendo il vostro progetto presentato a cheFare?

L’idea alla base del nostro progetto #LunaFalò sta prendendo forma e, attraverso #Leucò, il nuovo progetto di riscrittura presentato al termine della prima fase di cheFare (14 gennaio 2013) e terminato il 4 aprile 2013, si sta ampliando, essendosi accresciuta notevolmente la comunità coinvolta. Il progetto presentato a cheFare ha visto un ulteriore momento di sviluppo, nel corso dell’edizione 2013 del Pavese Festival (dal 29 giugno al 7 settembre).

Ci potete aggiornare sulle vostre attività? Ci sono delle novità in arrivo di cui volete parlarci?

Oltre all’attività ordinaria, stiamo continuando il percorso avviato con la divulgazione culturale attraverso i social network, privilegiando le opportunità e caratteristiche offerte e rappresentate da twitter. Dopo #TweetQueneau, #LunaFalò, #Leucò, #Corsari e #PaesiTuoi attraverso il portale www.twitteratura.it, spazio web da cui lanceremo tutti i nostri progetti di riscrittura, la nostra comunità potrà cimentarsi con le Città invisibili di Italo Calvino. Il progetto, presentato il 6 settembre 2013 durante il Festival Parolario di Como, partirà lunedì 23 settembre 2013 e sarà contraddistinto dall'hashtag #invisibili. Unitamente a Calvino, a partire da novembre, ci concentreremo su I promessi sposi di Alessandro Manzoni. #Sposi, percorso parallelo a #invisibili, sarà sperimentato nei licei di tutta Italia e ci permetterà di testare le potenzialità didattiche del nostro modello di divulgazione culturale.

L’obiettivo a lungo termine, individuato anche nel corso di questi mesi a contatto con gli utenti del social network, è quello di fare cultura, nel senso ampio del termine, partendo dal presupposto che i contenuti divulgati finora sono stati fruiti attivamente e profondamente, superando l’immediatezza e la impermanenza di Twitter, per ottenere una riappropriazione attenta, motivata e ragionata dei temi proposti.

@bertramniessen
@mosquitolibero

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto.
Torna presto a leggerci e SOSTIENI DOPPIOZERO

Cesare Pavese
ri-scritto su
Twitter