

Un nuovo catalogo ragionato che guida nella scelta dei contenuti

Hypercritic, la bussola per non perdersi in Netflix

«**T**rasforma l'opinione in conoscenza» è il motto di Hypercritic, una piattaforma digitale che si propone come strumento di empowerment culturale. È stata creata per aiutare gli utenti nella selezione dei contenuti in base ai loro gusti personali, al loro stato d'animo e al tipo di esperienza che vanno cercando. Si elimina quindi il tempo perso a smanettare su Netflix per capire su quale nuova serie tv varrebbe la pena buttarsi: pare che le persone ci impieghino in media un'ora ogni volta.

Gli ideatori e fondatori sono due coppie di fratelli: gli

americani Skye e Reese Küppig e i torinesi Alessandro e Giulia Avataneo. Giulia ha partecipato e sviluppato il

progetto all'interno del corso di formazione «Talenti per l'impresa» della **Fondazione CRT**. La gestazione è stata lunga, ma il momento è propizio per strutturare connessioni culturali internazionali, spiega Giulia: «L'accesso alla cultura è un diritto che deve essere garantito a tutti, anche alle fasce sociali più deboli che rappresentano una grande parte della popolazione. I nostri editor, ragazzi che arrivano da diverse parti del mondo, provengono dalla Scuola Holden (dove Alessandro insegna cinema) e hanno una media di 25 anni e una preparazione specifica e approfondita, da nerd, sui vari temi. Per ora i campi sono 5: arte, musica, serie tv, film e libri. A giorni uscirà quello dedicato al teatro e a seguire food&wine,

drive&ride e videogames che vengono seguiti per noi da un ragazzo messicano. Ci caratterizza la contaminazione tra registri alti e pop. Questo metodo ha un valore didattico: renderà più fruibili le ricerche per gli studenti, soprattutto universitari e superiori, e agevolerà nettamente l'analisi dei docenti».

Hypercritic crea una infrastruttura per catalogare, esplorare e strutturare la cultura. È uno strumento a metà tra un magazine multidisciplinare (il marchio è registrato al tribunale di Torino e gli ideatori non escludono in futuro di uscire anche con un periodico di carta), un archivio, un museo interattivo e un videogioco.

È più semplice a farsi: «A seconda del tempo che l'uten-

te ha a disposizione, può scoprire gli oggetti culturali che lo interessano. Il sistema affianca opere anche distantisime tra loro, come un romanzo dell'800 e un'architettura francese o un film presentato al festival di Venezia. I percorsi interattivi sono infiniti. In questo senso si può generare una rivoluzione del modo di imparare le cose». Hypercritic è un modo per uscire dalla bolla digitale in cui tutti siamo in qualche modo chiusi, «gli algoritmi di Netflix, Amazon sono fatti in modo che ci ritroviamo tutti a consumare gli stessi prodotti, ad ascoltare la stessa musica, a leggere gli stessi libri. Noi abbiamo una funzione che, rifacendosi ai parametri degli utenti, gli propone anche cose diametralmente opposte ai loro gusti».

Francesca Angeleri

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Chi è



● Alessandro Avataneo, è uno dei fondatori di Hypercritic

● Insegna cinema e storytelling alla Scuola Holden

Chi è



● Giulia Avataneo, torinese, giornalista

● Insieme al fratello Alessandro è tra gli ideatori del catalogo multimediale

Come funziona

«Gli algoritmi spingono a consumare gli stessi prodotti, la piattaforma permette di variare»

