

Arte, Design e Comunicazione Visiva nella nuova Cina: il Caso NEOCHA



Alessandro Antonicelli

Anno 2009

Arte, Design Comunicazione Visiva
nella nuova Cina: il Caso NEOCHA

***NEOCHA.COM: Arte, Design e Comunicazione,
nella nuova onda creativa cinese***

Alessandro Antonicelli

Tutti i diritti sono riservati a norma di legge e a norma delle convenzioni internazionali. Nessuna parte di questo libro può essere riprodotta con sistemi elettronici, meccanici o altri, senza l'autorizzazione scritta dell'Autore. Per richiedere l'autorizzazione, si prega di scrivere a ***aleantoita@yahoo.com***

EDGE.NEOCHA.COM:

Arte, Design e Comunicazione,

nella nuova onda

creativa cinese

Alessandro Antonicelli

Indice

Introduzione

NeoEDGE

Why Shanghai?

Sean Leow

[Introduzione]

Sono oramai cinque anni che vivo nel Nord-Est della Cina, a Changchun, capitale della Provincia di Jilin, dove d'inverno le temperature sfiorano i 30 gradi sotto zero.

Qui la Cina e' ancora "cinese", diversa dai suoni, rumori e costumi di Pechino e Shanghai, oramai sempre piu' simili a quelli di New York, Londra o Tokyo.

E le locali Agenzie di Comunicazione usano per lo piu' il linguaggio visivo che tanto aggrada ai bellissimi occhi a mandorla locali, cercando talvolta di scopiazzare i cliché occidentali (peraltro con scarsissimi risultati intermini di efficacia e bellezza dei layout).

Il linguaggio pubblicitario visivo cinese potrei definirlo piuttosto "urlato", aggressivo rispetto a quello occidentale in generale ed italiano in particolare.

Ma la Comunicazione Visiva cinese in genere, ed i suoi cambiamenti in particolare, si stanno adattando sempre piu' alla rapidita' con cui questa millenaria cultura sta mutando pelle.

Tutta i comunicatori Cinesi sono in continuo fermento a causa, da una lato della costante necessita' delle grandi e media aziende straniere di "vendere" il proprio marchio su questo mercato, e dall'altro delle piccole, medie e grandi aziende locali di affermarsi in questo immenso bacino di utenza.

Anche per questo motivo le scuole di diverso grado e specializzazione, che propongono corsi e curriculum legati al Design e alla Comunicazione, sono oberate di richieste anche da parte di chi non ha propriamente talento artistico nel suo bagaglio culturale.

In ogni caso, e' molto interessante capire come i creativi cinesi si stanno organizzando sia a livello associativo sia a livello di immagine, per proporre i propri progetti creativi ed anche artistici.

In tal senso, fa sicuramente spicco il Progetto NEOCHA (che potremmo letteralmente tradurre come NUOVO TE oppure NEW TEA in Inglese, nel senso della bevanda).

Nella sua prima versione, nata nell'Aprile del 2007, Neocha (<http://www.neocha.com>) divenne in breve tempo un portale che

potremmo, non esagerando definire, il piu' importante "social network" avente il Design e l'Arte come tema di fondo, ma anche un sito dove promuovere o creare eventi nel campo della Musica Altrenativa cosi come in quello del design e produzione di gadgets.

La matrice del nome racchiude in se una congrua spiegazione del progetto: NEO (new o nuovo) rappresenta le nuove generazioni. CHA (te o tea) rappresenta il simbolo della cultura tradizionale cinese. In una parola, **NEOCHA: IL SIMBOLO DELLE CREATIVITA' E CULTURA DELLE NUOVE GERAZIONI DI CINESI, SEPPUR IMMERSI NELLA LORO CULTURA MILLENARIA.**

Ma la chiave del successo del progetto pilota è stata l'Internazionalita'. Il portale, inizialmente in cinese, divenne popolare anche nell'ambito della comunita; internazionale tanto da spingere i creatori di aggiungere nella sua seconda versione, la lingua Inglese. Nechoa seguiva, in maniera abbastanza dettagliata, il veloce ritmo dello sviluppo della Cina nel settore della creativita', dando spazio anche ad artisti e comunicatori di altre nazioni, ponendosi cosi il piu'

[NeoEDGE]

NeochaEDGE (<http://edge.neocha.com>) è il nuovo e piu' aggiornato progetto del team di Neocha. In sostanza si tratta di un vero e proprio quotidiano on-line in due lingue (mandarino ed inglese), con annesso motore di ricerca, dedicato alla presentazione dei piu' importanti eventi e personaggi di punta della creativita' cinese, toccando i particolare la cultura giovanile emergente in Cina.

Nata inizialmente come estensione di Neocha.com, e' ora una una piattaforma online che collega creativi cinesi e i loro fan.

NeochaEDGE porta ai lettori i lavori e le creazioni migliori e piu' oroginali della classe creativa della Cina, insieme ad approfondimenti ed analisi sulle tendenze di quella vasta parte della popolazione cinese trai i 15 ed i 35 anni.

NeochaEDGE è la destinazione migliore per conoscere davvero i creativi cinesi: musicisti, artisti di strada, animatori, designer di moda, visual artists, illustratori, fotografi, registi, esperti del Fai Da Te, artisti digitali, designer e grafici; ma anche tutto quel sostrato delle giovane emergente

cultura cinese coinvola in forme di arte ancora lontane dall'essere riconosciute come tali, ma talmente popolari che contano su migliaia di amatori: skateboarder, cosplayers, Parkourer, hip-hoper, Break-dancers, ecc

NeochaEDGE è il prodotto di contenuto editoriale originale creato da un nucleo team di collaboratori e trendspotters (coloro che sono specializzato nell'individuare le tendenze emergenti. Molti appassionati di "tendenze" lavorano nel campo della moda, ma anche della informatica, tecnologia, e una varietà di altri campi).

Il contenuto di NeochaEDGE comprende profili e biografie di artiste comunicatorie, interviste, news, podcast, recensioni musicali, annunci di eventi, condivisione di video e arti visive in genere, un on-line shop gestito dalla comunità creativa, annunci di lavoro o di ricerca di collaborazione, ecc, integrati con contenuti di alta qualità aggregati ad una varietà di altri siti web, blog e forum di discussione.

[Why Shanghai ?]

Neocha è nata e si è sviluppata a Shanghai, dove è stata registrato il sito da parte della Shanghai Niucheng Information Technology Co., Ltd.

L'azienda si trova presso il palazzo B1 del Baoli Building, n. 10, al numero 100 di Changshu Road, a Shanghai.

Altrove come anche in Cina, la localizzazione di una impresa è importante, addirittura fondamentale per il successo.

In questo caso particolare, trattandosi di un'azienda avende una forte connotazione culturale, Shanghai è una scelta davvero obbligata.

Pechino sarebbe una eccellente alternativa, ma il complesso intreccio di business, arte, design e comunicazione visiva che caratterizza Shanghai dagli inizi del '900, rimane davvero unico nella Terra di Mezzo.

Shanghai è la città più grande in Cina, ed anche una zona economicamente e politicamente autonoma seppur non indipendente dal Governo Centrale. In Cina quattro sono le regioni cosiddette Autonome e Shanghai è uno di loro, anche il più importante.

cultura cinese coinvolta in forme di arte ancora lontane dall'essere riconosciute come tali, ma talmente popolari che contano su migliaia di amatori: skateboarder, cosplayers, Parkourer, hip-hoper, Break-dancers, ecc

NeoEdge è il prodotto di contenuto editoriale originale creato da un nucleo team di collaboratori e trendspotters (coloro che sono specializzati nell'individuare le tendenze emergenti. Molti appassionati di "tendenze" lavorano nel campo della moda, ma anche della informatica, tecnologia, e una varietà di altri campi).

Il contenuto di NeoEdge comprende profili e biografie di artiste comunicatorie, interviste, news, podcast, recensioni musicali, annunci di eventi, condivisione di video e arti visive in genere, un on-line shop gestito dalla comunità creativa, annunci di lavoro o di ricerca di collaborazione, ecc, integrati con contenuti di alta qualità aggregati ad una varietà di altri siti web, blog e forum di discussione.

Shanghai, che include finanza, immobiliare, assicurativo e dei trasporti. Il numero del centro di ricerca e moderno edificio per uffici di Shanghai ha superato perfino la capitale di Inghilterra - Londra. Shanghai ha un esteso sistema di trasporto pubblico, in gran parte basato su autobus, filobus, taxi, e un sistema di metropolitana in rapida espansione. Tutti questi strumenti di trasporto pubblico è possibile accedere utilizzando il Shanghai Public Transportation Card, che utilizza frequenze radio in modo che la scheda non ha ancora toccare fisicamente lo scanner.

Secondo questi dati di Shanghai, si può implicare il motivo per cui Neoncha società scelga di Shanghai per individuare la loro azienda. Shanghai si trova nel centro della Cina e si affaccia sul mare. Sarà molto facile per l'azienda ad espandere le dimensioni. La buona posizione e la grande popolazione rendere l'azienda conosciuta da più persone e la popolarità si diffonderà in modo positivo. L'economia sviluppata di Shanghai rende la società ruotano la sua attività in un livello alto, attirare più clienti di investire sul progetto l'azienda sta compiendo.

I mezzi di trasporto della città, rende l'azienda risparmiare più tempo in trasferimenti di personale. Quando il capo della compagnia vuole partecipare ad una conferenza in un'altra grande città del mondo, può arrivare velocemente e tornare indietro prima di eseguire attività.

[Sean Leow]

Sean Leow è il fondatore e CEO di Neocha.com.

Di madre Cinese a padre Americano, Sean Leow e ha trascorso la sua infanzia in America. In questi ultimi sette anni ha vissuto in Cina, dapprima a Nanchin, poi Kunming, quindi Pechino e per finire Shanghai dove ora vive e lavora.

E proprio qui a Shanghai, ha cominciato a dedicare tutta la sua passione per la cultura giovanile cinese, creando NEOCHA dapprima come semplice blog. Sean Leow è uno studente laureatosi a pieni voti in Economia presso la americana Duke University, a Durham in North Carolina. Successivamente si è laureato da presso l'Università di Nanchino, con una tesi sulle differenze culturali tra Cina ed America e su come le due culture si sono integrate con l'avvento delle nuove generazioni.

Con NEOCHA Sean Leow ha creato la più grande comunità cinese di cultura giovanile e di musica indipendente (Indie), divenendone anche un rispettabile redattore, con oltre 500.000 persone per ogni

settimana in media che consultano l'analisi delle tendenze culturali che egli redige e che copre la Cina, l'Asia e tutto il Pacifico.

A buon diritto è stato investito del prestigioso ruolo di Esperto di Internet nell'ambito del Comitato per le Relazioni Sino Americane..

Sean Leow ha sempre avuto una passione per la cultura giovanile e la sua creatività, soprattutto in Cina, ed ha combinato questa passione con il quella per la tecnologia.

Questo progetto nasce anche dalla consapevolezza che ci fosse una mancanza di opportunità per i creativi cinesi e coloro che sono interessati nelle comunità creative a connettersi e collaborare insieme ad altri.

Il lancio di Neocha avvenne nel 2007 con un festival creativo a Shanghai, in cui più di ottanta gruppi creativi, nove gruppi musicali e circa diecimila partecipanti si incontrarono. Per i primi 6 mesi, Neocha è stato un progetto parallelo ai progetti di coloro che lo curavano, una specie di part-time job, ma data la sua crescita

esponenziale, Sean decise di trasformarlo in un lavoro a tempo pieno e di assumere collaboratori,

Al momento, insieme con la pubblicità, che comunque non è mai troppo invasiva, e l'organizzazione di eventi, il modello di business si sta concentrando sempre più sui servizi di consulenza offerti a marchi, agenzie ed organizzazioni che intendono investire e perciò comprendere e interagire con le comunità creative e trend setter in Cina. Questi progetti assumono forme diverse, dalla individuazione e rilevazione opinion leader, alla consulenza sulle strategie di marketing, alla organizzazione di innovativi eventi online ed eventi offline.

Nel 2009, ha lavorato su alcuni progetti interessanti tra cui: una ricerca di talenti musicali nell'ambito di quella elettronica, un libro che pubblicheremo con PSFK, nuova versione della webzine <Blow Up>, un nuovo blog bi-lingue dedicato alla cultura creativa Cinese e a trovare modi per aiutare i musicisti a meglio promuovere e vendere la loro musica a livello internazionale.

Malgrado tutti questi sforzi, Sean Leow e' ovviamente consapevole di , quanto le nuove industrie creative ci impiegano a maturare completamente, ma con il ritmo del cambiamento in Cina, questo sviluppo arriverà prima di quanto la maggior parte la gente si aspetta.

Sean Leow non esita a suggerire in diverse interviste rilasciate ai media di tutti il mondo, i nomi di alcuni artisti che lui ritiene siano già' maturi per il mercato internazionale:

Popil, uno dei primi utenti di Neocha nonché' un multi-talento straordinario per la sua creatività' creativa. E 'stato fantastico per poter ammirare il suo sviluppo nel corso degli ultimi 2 anni.


Bonjour un eccellente fotografo di Tianjin.

Zeng Xiaogang - un musicista sperimentale esperto nella cetra.

“Sanguinaccio”, un designer di giocattoli fatti a mano

Shanren, un gruppo musicale dello Yunnan, che suona musica ispirata minoranza.

Jamhippy, un designer e illustratore a Shenzhen



*Arte, Design e Comunicazione Visiva
nella nuova Cina: il Caso NEOCHA*

Alessandro Antonicelli