

1001 Umanesimo Tecnologico

N. 3 | I/2022

Saggi Accademici | **Impresa, tecnologia, società**
| **Arti, ricerche, azioni** | **Dibattito contemporaneo**

N°3 | 2022 novembre 2022

Direttore

Massimo Tantardini

Comitato Direttivo

Paolo Benanti (straordinario di Teologia morale, Pontificia Università Gregoriana, Roma, docente presso l'Istituto Teologico, Assisi e il Pontificio Collegio Leoniano, Anagni); **Alessandro Ferrari** (Phoenix Informatica, partner del Consorzio Intellimech - Kilometro Rosso Innovation District di Bergamo; Presidente di Fondazione comunità e scuola, Brescia); **Giovanni Lodrini** (amministratore delegato Gruppo Foppa, Brescia); **Laura Palazzani** (ordinario di Filosofia del diritto, Università LUMSA di Roma; Vicepresidente del Comitato Nazionale per la Bioetica); **Riccardo Romagnoli** (già direttore dell'Accademia di Belle Arti di Brescia SantaGiulia e dell'ITTS Machina Lonati di Brescia); **Paolo Sacchini** (capo dipartimento Comunicazione e didattica dell'arte; coordinatore della Scuola di Arti visive contemporanee; docente di Storia dell'arte contemporanea, Accademia di Belle Arti di Brescia SantaGiulia); **Giacomo Scanzi** (docente di Elementi di comunicazione giornalistica, Accademia di Belle Arti di Brescia SantaGiulia; già direttore del *Giornale di Brescia*); **Marco Sorelli** (copywriter e consulente per la comunicazione strategica aziendale; docente di Fenomenologia dell'immagine e di Comunicazione pubblicitaria, Accademia di Belle Arti di Brescia SantaGiulia); **Carlo Susa** (capo dipartimento Progettazione arti applicate; coordinatore della scuola di Scenografia, docente di Storia dello spettacolo, Tecniche performative per le arti visive e Psicosociologia dei consumi culturali, Accademia di Belle Arti di Brescia SantaGiulia e di Storia dello spettacolo, Scuola del Teatro Musicale di Novara); **Massimo Tantardini** (capo dipartimento Arti visive; coordinatore della Scuola di Grafica e comunicazione; docente di Fenomenologia dell'immagine, Tecniche grafiche speciali II - Editoria e redazione, Storia degli stili artistici, Cultura visuale, Accademia di Belle Arti di Brescia SantaGiulia).

Consiglio scientifico

James Bradburne (direttore generale della Pinacoteca di Brera e della Biblioteca Braidense); **Edoardo Bressan** (ordinario di Storia contemporanea, Università di Macerata); **Jarek Bujny** (Graphic design laboratory, Visual communication, Institute of Fine Arts, Art Department, University of Warmia and Mazury in Olsztyn, Poland); **Anugoon Buranaprapuk** (professor and head of Fashion design department, Silpakorn University, Bangkok, Thailandia); **Antonello Calore** (ordinario di Diritto romano e direttore del centro di ricerca University for Peace, Università di Brescia); **Mauro Ceroni** (associato di Neurologia, Sezione di Neuroscienze cliniche Università di Pavia, Direttore Unità operativa struttura complessa Neurologia Generale IRCCS Fondazione Mondino, Pavia); **Marta Delgado** (professor of Photography Projects Methodology and Final Project at the Studies of Photography, Escuela de Arte y Superior de Diseño Gran Canaria, Spain); **Camillo Fornasieri** (direttore del Centro culturale di Milano); **Marialaura Ghidini** (docente e responsabile del programma master in Pratiche Curatoriali, Scuola di Media, Arte e Scienze, Srishti Institute of Art, Design and Technology, Bangalore, India); **Filippo Gomez Paloma** (ordinario Didattica e Pedagogia speciale, Università di Macerata); **Stefano Karadjov** (Direttore Fondazione Brescia Musei); **Lorenzo Maternini** (specialista in Technology-Enhanced Communication for Cultural Heritage, Vice Presidente di Talent Garden); **Paolo Musso** (associato in Scienza e fantascienza nei media e nella letteratura, Università dell'Insubria, Varese); **Carlo Alberto Romano** (associato di Criminologia, Università di Brescia; delegato del Rettore alla responsabilità sociale per il territorio); **Davide Sardini** (fisico, esperto in natural language processing, docente di Fondamenti di informatica e di Sistemi interattivi, Accademia di Belle Arti di Brescia SantaGiulia); **Studio Azzurro** (collettivo di artisti dei nuovi media, fondato nel 1982 da Fabio Cirifino, Paolo Rosa e Leonardo Sangiorgi a Milano); **Fabio Togni** (associato di Pedagogia generale e sociale, Università di Firenze).

• • •
Studium
 edizioni

SANTAGIULIA
HDEMA
 DI BELLE ARTI

Redazione n°3

Francesca Rosina
 Paolo Sacchini
 Marco Sorelli
 Carlo Susa.

Art direction, Progetto grafico e impaginazione

Scuola di Grafica e Comunicazione, studenti del Biennio Specialistico, Diploma accademico di II livello in Grafica e Comunicazione, Accademia di Belle Arti di Brescia SantaGiulia. Cattedra di Tecniche Grafiche Speciali II.

Coordinamento, supervisione, art direction: prof. Massimo Tantardini. Coordinamento di produzione e supervisione graphic & visual design: prof.ssa Francesca Rosina. Per questo numero una menzione agli studenti: Sara Baricelli, Elena Gandossi, Giada Piccoli (progettazione grafica, composizione, layout, impaginazione), Paolo Tirelli (ricerca iconografica). Copertina: graphic design di Giada Piccoli. Il naming nasce da un'idea degli studenti: Guglielmo Albesano, Virna Antichi, Alessandro Masoudi (Biennio Specialistico, Grafica e Comunicazione, a/a 2019-2020).

Periodico realizzato da Accademia di Belle Arti di Brescia SantaGiulia.

Direzione, Redazione e Amministrazione Edizioni Studium S.r.l., Via Crescenzo, 25 - 00193 Roma - Fax. 06.6875456 - Tel. 06.6865846 - 06.6875456 - Sito Internet: www.edizionistudium.it Rivista in attesa di registrazione al Tribunale di Roma | Copyright 2021 © Edizioni Studium S.r.l. Direttore responsabile: Giuseppe Bertagna. Stampa: Mediagraf S.p.A., Noventa Padovana (PD). Ufficio Marketing: Edizioni Studium S.r.l., Via Crescenzo, 25 - 00193 Roma - Fax. 06.6875456 - Tel. 06.6865846 - 06.6875456 - email: gruppostudium@edizionistudium.it Ufficio Abbonamenti: tel. 030.2993305 (con operatore dal lunedì al venerdì negli orari 8,30-12,30 e 13,30-17,30; con segreteria telefonica in altri giorni e orari) - fax 030.2993317 - email: abbonamenti@edizionistudium.it Abbonamento annuo 2022: Italia: € 32,00 - Europa e Bacino mediterraneo: € 45,00 - Paesi extraeuropei: € 60,00 - Il presente fascicolo € 19,00 copia cartacea, € 9,99 ebook digitale. Conto corrente postale n. 834010 intestato a Edizioni Studium S.r.l., Via Crescenzo 25, 00193, Roma oppure bonifico bancario a Banco di Brescia, Fil. 6 di Roma, IBAN: IT30N0311103234000000001041 o a Banco Posta, IT07P076010320000000834010 intestati entrambi a Edizioni Studium S.r.l., Via Crescenzo 25, 00193, Roma. (N.B. riportare nella causale il riferimento cliente). I diritti di traduzione, di memorizzazione elettronica, di riproduzione e di adattamento totale o parziale, con qualsiasi mezzo (compresi i microfilm), sono riservati per tutti i Paesi. Fotocopie per uso personale del lettore possono essere effettuate nei limiti del 15% di ciascun fascicolo di periodico dietro pagamento alla SIAE del compenso previsto dall'art. 68, commi 4 e 5 della legge 22 aprile 1941 n. 633. Le riproduzioni effettuate per finalità di carattere professionale, economico o commerciale o comunque per uso diverso da quello personale possono essere effettuate a seguito di specifica autorizzazione rilasciata da AIDRo, corso di Porta Romana n. 108, 20122 Milano, e-mail: segreteria@aidro.org e sito web: www.aidro.org. Contiene I.P. **Accademia di Belle Arti di Brescia SantaGiulia** www.accademiasantagiulia.it Via Tommaseo, 49, 25128 Brescia (Italy) Ente Gestore Vincenzo Foppa Soc. Coop. Sociale ONLUS ISSN 2785-2377

EDITORIALE

10-11

Massimo Tantardini (direttore)

SAGGI ACCADEMICI

16-21

**ÉLECTRONIQUE? PENSATE
L'IMPENSABILE
LA MUSICA PER
L'ORIZZONTE DIGITALE
È UN MULTIVERSO DI
IDEE CREATIVE E NUOVE
POTENZIALITÀ.**

VERSO UNA METAMUSICA

Francesco Maria Paradiso

22-35

**RIFLESSIONI SULLA
PRESENZA, OGGI**

Luisa Costi

IMPRESA, TECNOLOGIA, SOCIETÀ

38-55

**NFT: CHE COSA SONO E
COME FUNZIONANO?
UN DIALOGO**

Angelo Rampini, Davide Sardini, Massimo Tantardini

52-63

**IL MERCATO DELL'ARTE NFT:
CARATTERISTICHE, VANTAGGI
E QUESTIONI APERTE**

Vera Canevazzi

64-67

**NUOVE PAURE, STESSI
IMPUTATI: IL CASO DEL
VIDEOGIOCO**

Intervista a Francesco Toniolo
a cura di Federica Cavaletti

68-79

**SPERIMENTARE IL
DIGITALE FRA ARTI
VISIVE, COMUNICAZIONE,
TECNOLOGIA E IMPRESE**

Jacopo Romagnoli, Vincenzo Marsiglia, studentesse
e studenti della Scuola di Pittura e Scultura

ARTI, RICERCHE, AZIONI

82-89

LA MOSTRA *BACK TO METAVERSE*

Progetto di Marco Cadioli
a cura di Stefano Monti

90-93

(R)EVOLUTION IS THE ONLY SOLUTION

Progetto di Giulia Boselli Botturi

94-97

L'ARTE DEGLI NFT. BOLLA SPECULATIVA O VERA RIVOLUZIONE PER LA PROPRIETÀ DIGITALE?

Progetto di Marco Radaelli

98-101

NON FUNGIBLE TOKEN QUANDO I BRAND INCONTRANO L'ARTE DIGITALE

Progetto di Federico Guerini

102-105

PERCEZIONI DIGITALI, FORME DELLO SPAZIO (OLTRE IL REALE) E DELL'IMMAGINAZIONE PROSPETTICA

Progetto di Edoardo Massenza Milani

DIBATTITO CONTEMPORANEO

108-119

IN RASSEGNA

A cura di Marco Sorelli

120-121

UNA RECENSIONE

Paolo Sacchini

122-127

ALCUNE SUGGERZIONI BIBLIOGRAFICHE

A cura di Marco Sorelli

128

CALL FOR PAPERS

> RIFLESSIONI SULLA *PRESENZA*, OGGI

Luisa Costi <

Abstract

Cosa significa *presenza* oggi, dopo due anni di pandemia? La nostra percezione di “qui ed ora” è mutata irreversibilmente? *Metaverso* e *avatar* possono davvero essere un'alternativa oltre che cornice estetica?

Usando l'arte come terreno di analisi privilegiato, una riflessione sul valore del corpo come soggetto multisensoriale, sulla necessità di nuove forme di coinvolgimento, sulle sperimentazioni in termini di interazione fra tecnologie.

Nell'arte contemporanea, con la crescita degli NFT che smaterializzano il concetto di oggetto artistico; nei percorsi espositivi, attraverso l'introduzione di spazi sempre più immersivi, interattivi e multisensoriali che puntano ad una “super presenza”.

Ma soprattutto nell'opera lirica, analizzando recentissimi allestimenti come esempi di sperimentazione della forma d'arte che più di tutte vive di presenza - e che con la sua mancanza ha dovuto fare i conti.

Parole chiave: Presenza, Coinvolgimento, Nuove tecnologie, Arte Contemporanea, Spazi espositivi, Opera lirica, Sperimentazione, Corpo

What does physical *presence* mean today, after two years of pandemic? Has our perception of “here and now” changed irreversibly? Can the *Metaverse* and *avatars* really be an alternative other than just an aesthetic frame?

By using art as a privileged research ground, a reflection about the body as a multisensory subject, about the need of new ways of involvement, and about technological interaction's experiments.

In contemporary arts, with NFT grown which dematerialize the artistic object; in exhibitions, introducing spaces which are even more immersive, interactive and multisensory, and aim to a “super – presence”.

And, above all, in the opera, by analyzing very recent shows as examples of experimentation of an artform that, more than the others, needs physical presence – and that had to come to terms with the absence of it during the pandemic.

Key words: Presence, Involvement, New Technologies, Contemporary Art, Exhibitions, Opera, Experimentation, Body

Oggi, lunedì 2 maggio 2022, è un giorno che molti aspettavano con impazienza: il primo lunedì senza greenpass all'ingresso delle scuole, senza mascherina al bar e via discorrendo. L'inizio di un tangibile ritorno alla normalità, alla *presenza* non mascherata, letteralmente, da protezioni fraposte tra i nostri volti e quelli degli altri.

Ma la nostra percezione della presenza, che tanto abbiamo atteso, oggi è la stessa di due anni fa?

Dopo esserci misurati per due anni con la differenziazione tra presenza, distanza, dad, did, in remoto ed altre locuzioni che in modo più o meno fantasioso ruotano attorno allo stesso concetto di "esserci", tutti volenti o nolenti ci siamo trovati a domandarci cosa significhi essere presenti, e soprattutto in che modo la tecnologia ci possa rendere presenti anche quando presenti – o almeno, per come eravamo abituati a concepirlo – non siamo.

Sempre partendo dalla stringente attualità nel momento in cui scrivo, emblematica è un'intervista a Cecilia Alemani, curatrice della LIX Biennale d'arte di Venezia inaugurata i giorni scorsi: interrogata sulle difficoltà nell'organizzare la mostra nei due anni di pandemia, senza la possibilità di contatto fisico diretto con opere e artisti, la curatrice ammette di aver patito il non trovarsi davanti a un quadro, «non sentire nel naso gli odori, non poter girare intorno a una scultura» ma prosegue raccontando di aver «sperimentato qualcosa di inedito: tutte quelle studio visit – centinaia, via zoom – hanno dato accesso a conversazioni che non avrei mai avuto in tempi normali. Dense, cariche di intimità: hanno affrontato tematiche molto più introspettive, quasi confessionali, che non avrei toccato in un incontro dal vivo»¹.

DALLA RADIO AL METAVERSO: VERO COINVOLGIMENTO O CORNICE ESTETICA?

Partendo dalla definizione del Vocabolario Treccani, "presenza" significa "Il fatto di essere presente in un determinato luogo, o di intervenire, di assistere a qualche cosa"².

È grazie alla tecnologia se è possibile essere presenti, assistere e persino intervenire pur trovandosi da un'altra parte: un processo graduale, iniziato con i primi mezzi di telecomunicazione come la radio (che permette di assistere, attraverso l'udito) e poi il telefono (che permette anche di intervenire attivamente nella comunicazione), ai quali è stato integrato il video, prima con le webcam e poi con le telecamere dei cellulari, definitivamente entrate nell'uso comune negli ultimi due anni.

Parallelamente si sono sviluppati chat e altri canali il cui punto di forza fosse l'immediatezza più che la fedeltà di audio e video (basti pensare a Messenger nei primi Duemila e alle sue molteplici evoluzioni, fino all'egemonia indiscussa di WhatsApp).

Ma se fino a qui si è trattato di rendere il più realistica e coinvolgente possibile la comunicazione a distanza, o il più rapida e immediata possibile, si è sempre trattato di agire nella realtà tangibile che conosciamo.

C'era una volta Second Life, era il 2003, e la promessa era quella di poter vivere una vita parallela nel digitale. Oggi si parla

1) C.D'Antonio, *Biennale 2022, Alemani: solo l'arte racconta l'attualità in modo innovativo e sorprendente*, «Domus web», 4 aprile 2022

2) *Presenza*, in *Vocabolario online*, Treccani, 2022

sempre di più di Metaverso, concetto nato dal romanzo distopico *Snow Crash* di Neal Stephenson del 1992 e recentemente rilanciato dal numero uno di Facebook Mark Zuckerberg. Nella sostanza il Metaverso promette (o minaccia a secondo dei punti di vista) di dare tridimensionalità alle nostre esperienze digitali, rendendole immersive.

La vera novità è che questi spazi virtuali iniziano ad essere scelti come luogo per iniziative reali, non solo come ambientazione per videogiochi o ritrovo di nerd. Un esempio, la fiera d'arte contemporanea Booming, presente a Bologna dal 2020 e che per la sua ultima edizione (20-23 gennaio 2022) ha preferito uno spazio virtuale rispetto a quelli del distretto culturale Dun-Bo: il capannone che avrebbe dovuto ospitare la fiera è stato ricostruito in 3d, e ospiterà poi a maggio la versione live della mostra. Simona Gavioli, direttrice di Booming, spiega come le due possibilità si integrino: «Da una parte la fiera fisica, dall'altra quella nel Metaverso, dove ci sono delle potenzialità enormi, dal punto di vista numerico ovviamente, con una platea potenziale di 7 miliardi di persone, ma anche dal punto di vista qualitativo con la possibilità di profilare come mai abbiamo potuto fare prima i collezionisti, di cui posso sapere cosa hanno visto, quanto tempo sono stati dentro uno stand e quanto tempo davanti a un'opera, per esempio». Tra i motivi per cui si preferisce il Metaverso, anche la crescente coscienza *green*, come spiega Mauro Defrancesco, direttore artistico del Trento Art Festival, festival nativo

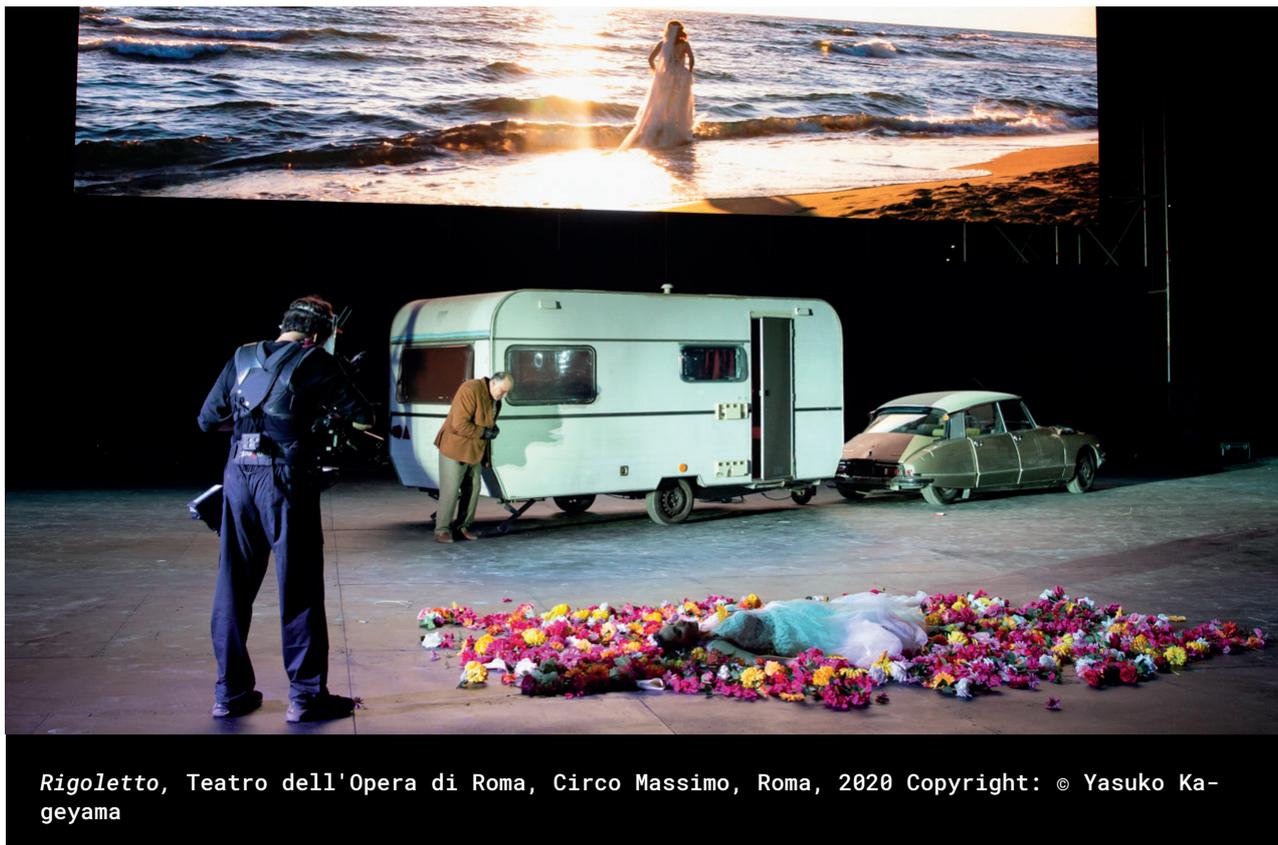
digitale: «Una fiera tradizionale in una città italiana funziona con uno gran sperpero soldi ed energie: si prende un capannone in periferia, lo si allestisce con pannelli, luci, riscaldamento, permessi vari, poi ci si trascina dentro 50-100 galleristi che alla fine vendono un disegno che pesa 100gr. Quanto può essere sostenibile per l'ambiente questo modello ottocentesco?»³ Oggi, già 350milioni di persone abitano il Metaverso, e 43 i mondi digitali già presenti⁴: “il dado è tratto”, si potrebbe dire. Ma il pubblico che nel 2022 visita una fiera nel Metaverso, un ambiente virtuale accuratamente ricostruito, è più coinvolto dell'ascoltatore delle frequenze disturbate di Radio Londra? Ovviamente la sofisticazione dello strumento non è garanzia di immersività: o meglio, dobbiamo forse distinguere tra immersività “tecnica”, ottenuta attraverso la tecnologia, e il coinvolgimento emotivo.

Metaverso e avatar possono davvero essere un'alternativa alla presenza reale oltre che una cornice estetica? La risposta, maturata attraverso l'esperienza di questi due anni di pandemia e di isolamento, è che la discriminante sia il coinvolgimento: si è presenti laddove si è coinvolti, ci si sente parte di un evento, di una comunità, ci si emoziona.

La presenza del corpo non è più l'elemento centrale, ma è diventata una possibilità tra le altre percorribili: non sempre la più economica, quasi mai la più semplice a livello organizzativo. Ma se la presenza non è più la scelta ovvia né la più conveniente, appare chiaro in prospettiva il rischio di adagiarsi nel confortevole “isolamento iperconnesso” che intravediamo sempre più frequente nelle nuove generazioni, con un preoccupante aumento di *hikikomori*. La sfida per provare a recuperare la presenza come valore corre su più binari: da un lato rendere il vero più coinvolgente della “copia migliorata del vero” (la popolarità che negli anni continua a riscuotere l'*hashtag* “instagram vs reality”, seppur nella sua accezione ironica, è indicativa

3) M. Colletti, *Immergersi nell'arte. Così il Metaverso sta cambiando mostre, festival e fiere*, «Change Makers magazine», 8 febbraio 2022

4) Redazione ANSA, *Metaverso, il mondo virtuale già abitato da 350mln di persone*, «ANSA.it», 25 aprile 2022 il dibattito è più che mai acceso su questo tema ed è già di per sé rilevante per le riflessioni che suscita.



Rigoletto, Teatro dell'Opera di Roma, Circo Massimo, Roma, 2020 Copyright: © Yasuko Kageyama

della frattura fra i due universi), proponendo l'autenticità come valore; dall'altro non perdere di vista il corpo inteso come soggetto multisensoriale, che risponde agli stimoli (progettati e controllati, come nel caso dell'arte) ma anche alla "fatica" della presenza: la fatica emozionale alla quale costringe "l'esserci in carne ed ossa", il proverbiale *hic et nunc*. Non ci si può nascondere, non ci si può disconnettere, ci si deve preparare e uscire, percorrere davvero dello spazio, "perdere" del tempo nel percorso... Anche quella è percezione, e incide sulla fruizione dell'opera d'arte, sulla percezione di chi e cosa ho di fronte. Come sempre l'Arte aiuta a decodificare in diretta il presente, gli artisti sono in grado di metabolizzare il tempo in cui vivono e restituirlo al pubblico sotto forma di risposte agli interrogativi del presente e di riflessioni aperte. L'arte contemporanea sembra aver elaborato una sua risposta al tema della presenza con gli NFT, Non-Fungible Token. Che si tratti

di una bolla o del futuro dell'arte, più probabilmente di entrambe.

SPAZI IMMERSIVI, INTERATTIVI, MULTISENSORIALI: LA "SUPER PRESENZA"

Difficile trovare oggi percorsi espositivi in cui non si punti a far vivere un'esperienza al visitatore e non si cerchi di coinvolgerlo attivamente. Un obiettivo che può essere raggiunto con diversi mezzi, attivati singolarmente o in addizione tra loro, volendoli riassumere in tre grandi categorie potremmo parlare di immersività, interattività e multisensorialità.

Le mostre immersive nell'ultimo anno e mezzo hanno letteralmente spopolato in tutta Europa, si tratta di quei percorsi espositivi in cui il visitatore viene "immerso" nella realtà virtuale attraverso l'uso di proiezioni a 360°: immagini e video vengono proiettati sostituendo



Rigoletto, Teatro dell'Opera di Roma, Circo Massimo, Roma, 2020 Copyright: © Yasuko Kageyama

il manufatto artistico e permettendo al pubblico di “entrare” nelle opere d’arte, di camminare sui quadri e toccare le pennellate, grazie a un gioco di scala che mette al centro il corpo del visitatore e la sua percezione dello spazio. Le ragioni di tanto successo sono da un lato la convenienza economica e l’agilità nel trasporto e nell’organizzazione di questo genere di allestimenti (avere in prestito un quadro di Monet, assicurarlo e trasportarlo è sicuramente più complesso che proiettarne delle opere, sotto forma quindi di file che contengano immagini rielaborate e/o animate digitalmente: potenzialmente una mostra sta in un hard disk); d’altro canto il successo di questo genere di allestimenti e la loro capacità di attrarre pubblico – anche non avvezzo alle mostre d’arte - sta nella possibilità di avvicinare, anzi, di immergere, il visitatore nell’arte permettendo un grado di coinvolgimento ben superiore rispetto alla fruizione tradizionale e frontale di un’esposizione museale: una via di mezzo tra cinema e videogame, dove la *presenza* dell’opera d’arte è sostituita dalla sua proiezione, non solo tecnicamente, ma anche intesa come rappresentazione gigantizzata. Paradossalmente la non –presenza dell’opera d’arte materiale viene usata come opportunità per valorizzare la presenza del corpo del visitatore, costruendo attorno ad esso l’allestimento.

Un altro discorso riguarda l’interazione tra reale e virtuale come strategia per coinvolgere attivamente il pubblico: che si tratti di porzioni di allestimento virtuale attivabili direttamente dal visitatore o di *gaming*, con applicazioni interattive, è ormai difficile imbattersi in percorsi museali che non abbiano integrato una sezione interattiva all’allestimento frontale. Questa tendenza, iniziata con lo sviluppo delle attività create per i bambini, si è ampliata ad ogni fascia d’età targettizzando il potenziale pubblico e fornendo un’ideale risposta in termini di esperienza interattiva. Se nel caso dell’immersività l’obiettivo primario è il coinvolgimento emotivo, nel caso dell’interattività si tratta di sollecitare attraverso l’aspetto ludico la comprensione e l’elaborazione del tema proposto.

Un intero museo può esistere senza mostrare, in senso materiale, “nulla” di tangibile ma fornendo al visitatore materiale virtuale con il quale interagire e che possa rielaborare in prima persona. Tra i molti esempi cito il Parco della Fantasia con il nuovo Museo Rodari aperto nel 2021 a Omegna, città natale dello scrittore; in questo caso ai giovani visitatori sono proposte esperienze interattive giocando con le parole di Rodari, smontando e ricostruendo le sue favole, “attivando” virtuali registrazioni e ambientazioni.

La multisensorialità è un'altra modalità di coinvolgimento del pubblico, sollecitando quindi più sensi contemporaneamente in modo da creare un'esperienza più potente: che si tratti di allestimenti che puntano a una ricostruzione dettagliata di un ambiente o di esposizioni legate all'arte contemporanea che si ricollegano all'aspetto performativo. Il corpo nella sua interezza è protagonista, in questo caso la *presenza* del corpo non può essere sostituita da un'esperienza virtuale, la matericità dell'esperienza è il medium per il coinvolgimento emotivo. Queste considerazioni, che potrebbero sembrare legate al settore specifico dell'arte, possono in realtà essere applicate a tutti gli ambiti; anche dal punto di vista del marketing, per esempio, le parole chiave sono ormai "marketing esperienziale" e "coinvolgimento emotivo".

Se è vero che la presenza del corpo è ormai una delle opzioni percorribili, è altrettanto chiaro che laddove si scelga questa possibilità la si debba valorizzare esplorando al massimo le sue potenzialità. In questo senso va letta la volontà di offrire esperienze iper-coinvolgenti, sollecitando una *super-presenza* del pubblico e possiamo intuire come questo processo sia ormai irreversibile: posso "esserci" anche a distanza, se scelgo di esserci davvero – in presenza – deve "valerne la pena", il coinvolgimento deve riguardare tutto il corpo.

In un mondo in cui possiamo essere ovunque aprendo finestre virtuali, la differenza la fa il dove ci si sente presenti. Dove si sceglie di aprirsi, di lasciarsi emozionare.

La sfida è guadagnarsi la presenza, soprattutto in termini di presenza mentale, di attenzione: quanti secondi del tuo tempo dedicherai a vedere il video che ti propongo? Come posso convincerti a cliccare sul banner/ aprire il contenuto/ farti arrivare alla fine del video? Chiunque si occupi di comunicazione sa quanto l'attenzione media ormai sia calcolata in manciate di

secondi, non più decine di secondi. Siamo sovraccarichi di stimoli, di informazioni, di possibilità. Dove vogliamo essere, presenti?

IL TEATRO COME CASE STUDY

Il teatro è la forma d'arte che per eccellenza vive di presenza, dell'*hic et nunc*, qui ed ora, di urgenza legata al momento presente; per questo è interessante analizzarne le reazioni alle restrizioni legate alla presenza, le strategie messe in campo e le nuove formule sperimentate, posto che più di altre forme d'arte ha patito tali restrizioni.

"Hic", *qui* in latino, nel teatro assume un significato unico: ci sono due poli di presenza, uno sul palco ed uno in platea. Questi due poli comunicano, si scambiano energia e come il più e il meno di una pila, sono dipendenti l'uno dall'altro.

"Nunc", *ora*, a sottolineare come l'energia del teatro sia evanescente, si consumi nell'attimo stesso in cui la si crea. Non c'è un accumulatore, volendo proseguire con la metafora elettrica, ma si tratta certo di un'energia che scatena reazioni a catena.

La locuzione *hic et nunc*, che nell'originale accezione latina indicava l'urgenza di un ordine improrogabile, è stata poi ripresa variamente nella storia del discorso filosofico attraversando i secoli e con accezioni diverse. Un ruolo importante le è stato affidato da Walter Benjamin nel suo celebre *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica* a sua volta citando un breve testo di Paul Valéry - *Il concetto dell'ubiquità*, eloquente nel titolo e che oggi appare profetico nella sua lucidità - nel quale si sostiene che lo sviluppo dei mezzi di comunicazione avrebbe, in futuro, permesso di «trasportare o ricostituire in ogni luogo il sistema di sensazioni – o più esattamente, il sistema di eccitazioni – provocato in un luogo qualsiasi da un oggetto o da



Rigoletto, Teatro dell'Opera di Roma, Circo Massimo, Roma, 2020 Copyright: © Yasuko Kageyama

un evento qualsiasi»⁵. Da qui la conclusione di Benjamin sulla possibilità di raggiungere una «condizione essenziale della resa estetica più elevata»⁶ svincolando l'opera d'arte dall'*hic et nunc* legato al corpo e allo spazio.

Senza voler entrare nello specifico del dibattito filosofico, ma partendo dalla preziosa intuizione di Benjamin sulla riproducibilità dell'opera d'arte, l'esperienza dei due anni pandemici ci ha mostrato l'opportunità di valorizzare le peculiarità dei vari mezzi a disposizione, di implementarli reciprocamente, sperimentando nuove sinergie tra la performance dal vivo e le possibilità del virtuale.

Ho trovato da subito miope il dibattito pro/contro la *presenza* nel mondo teatrale nel quale mi muovo abitualmente e che, come si diceva, per antonomasia vive di essa: il fulcro del dibattito è sbagliato, il tema è come mettere in relazione le diverse possibilità.

Ecco alcuni esempi, recentissimi ma già molto dibattuti, che hanno aperto nuove strade nella

sperimentazione in questo senso e che possono essere visti come veri e propri case study.

La prima rappresentazione operistica in assoluto ad andare in scena dopo il lockdown, a luglio 2020, è stato *Il Rigoletto* al Circo Massimo con la regia di Damiano Michieletto, interessante ibrido tra live performance e riprese in presa diretta: uno spettacolo salutato con solennità da pubblico e istituzioni, come ha dimostrato anche la presenza del Presidente Mattarella, e che come sempre accade per le messe in scena di Michieletto ha saputo attirare l'attenzione e un acceso dibattito ancora prima di andare in scena; a conferma di quanto questo spettacolo continui ad essere *hot topic*, la Rai lo ha trasmesso in prima serata nel periodo natalizio 2021-2022.

Lo spettacolo è stato ideato quando le disposizioni anti contagio erano estremamente restrittive, perciò si era costruito nel Circo Massimo un vastissimo palcoscenico di 1.500 metri quadrati - il triplo di quello del Teatro dell'Opera - su cui sistemare sei automobili d'epoca (circa il

1980) e ai margini opposti la giostra gestita da Rigoletto a destra e la roulotte in cui abita a sinistra. Nelle auto avrebbero dovuto prendere posto i solisti, garantendo così il necessario distanziamento, ma, per ovviare in qualche modo a questa situazione così particolare, per non dire assurda, le immagini dei personaggi riprese dal vivo sarebbero state proiettate su un grande schermo collocato in fondo al palcoscenico. [...] Poi le regole sul distanziamento sono diventate meno severe e Michieletto ha dimostrato il suo talento e la sua impressionante padronanza del palcoscenico adattandosi senza battere ciglio alla mutata situazione. Ha fatto scendere i solisti dalle automobili per muoverli più liberamente sul palcoscenico, attornati all'occorrenza da un discreto numero di figuranti, mentre il coro restava in una tribunetta laterale, invisibile, con grande vantaggio per la scioltezza e la dinamicità dell'azione. Non era però più possibile cambiare l'impianto scenografico, cosicché l'azione si svolgeva regolarmente sul palcoscenico, ma l'elemento dominante dello spettacolo rimaneva lo schermo, usato per portare in primo piano alcuni dettagli della recitazione o per farci vedere momenti dell'azione che sarebbero rimasti nascosti [...] Ma lo schermo serve a Michieletto soprattutto per scavare nella psiche dei personaggi, esplicitando con le immagini i loro pensieri, ricordi e stati d'animo⁷.

È evidente come in questo caso le riprese video siano state viste come opportunità di arricchire di significato la messa in scena, senza cercare di mascherare in alcun modo i mezzi tecnici usati, anzi esplicitandoli visivamente e creando così un'inedita somma di piani di realtà: i cameramen sul palco riprendevano i primi piani dei cantanti in presa diretta, muovendosi all'interno dell'azione scenica pur restandone

estranei, proiettando sui giganteschi ledwall il loro punto di vista. Lo spettacolo è stato progettato pensando a una fruizione dal vivo ma anche – anzi soprattutto – in televisione o comunque in video, dove i complessi piani di lettura risultavano più facilmente decifrabili. Allo spettatore in ogni caso veniva offerta la possibilità di una visione “aumentata” dello spettacolo, coinvolgendolo con più punti di vista montati assieme – che trattasse del montaggio video o di quello fatto dal proprio sguardo, live.

Nella stessa scia si colloca la trilogia, sempre prodotta dal Teatro dell'Opera di Roma in collaborazione con Rai Cultura, con la regia di Mario Martone: *Il Barbiere di Siviglia* di Rossini, *La Traviata* di Verdi, *La Bohème* di Puccini, tre titoli scelti per la loro popolarità e affrontati attraverso una regia cinematografica e meta teatrale al tempo stesso. Questa particolare operazione è stata possibile grazie al talento di un regista che da anni alterna messe in scena operistiche con lavori cinematografici, dunque che ha saputo creare una sinergia intima tra queste due forme d'arte. Minimo comun denominatore dei tre spettacoli - ma sarebbe più corretto dire dei tre film, visto che sono stati ideati per essere seguiti in video - è l'ambientazione: nell'impossibilità di mettere in scena le tre opere sul palco e con il pubblico, si è utilizzato il teatro come scenografia. Il successo di quest'operazione artistica è suggellato dal Premio Abbiati, il più autorevole nel settore, al Barbiere con regia di Mario Martone e durata di Daniele Gatti.

5) P. Valéry, *La conquête de l'ubiquité*, pubblicato nel 1931 nella raccolta *Pièces sur l'art*

6) W. Benjamin, *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, Einaudi 2000

7) M. Mariani, *L'Opera al Circo Massimo. L'Opera di Roma ricomincia alla grande con il Rigoletto, con Daniele Gatti, Damiano Michieletto e un ottimo cast*, «Il giornale della musica», 21 luglio 2020

Come riassume magistralmente Mattioli, firma di riferimento tra i critici musicali contemporanei

«La novità è che Mario Martone non ha cercato di fare un surrogato di opera, ma di trasformare le inconvenienze teatrali imposte dalla grande pestilenza in uno spettacolo nuovo, una specie di film-opera sull'opera, come un *Truman show* lirico o *Grande fratello* melodrammatico».

Ecco l'opportunità: la “non presenza” del pubblico, il teatro vuoto, diventano un punto di vista privilegiato per riflettere sui meccanismi del teatro stesso, finendo per coinvolgere lo spettatore in un discorso quasi fenomenologico.

Primo colpo di genio, la cavatina di Figaro, [il celebre “Figaro qua, Figaro là”, per intenderci, *ndr*] che è sempre un problema perché non si sa mai bene cosa fargli fare, mentre quello si spolmona, e quindi di solito si moltiplicano siparietti e controscene e stronzate varie, qui diventa una corsa in scooter del *Barbiere di Roma* e di un suo accompagnatore per la capitale, mentre il tuttofare (o il faccendiere? Siamo pur sempre a Roma) sbriga le sue molteplici incombenze. Poi i due arrivano davanti al teatro dell'Opera, si tolgono il casco e uno è Figaro, vabbé, l'avevano capito, l'altro, sorpresa, è il maestro Daniele Gatti già in frac. [...] E così via: le telecamere seguono i cantanti prima di entrare «in scena» e quando la lasciano, i cambi di costume si fanno a vista, con le sarte in visiera e l'addetto che spruzza il disinfettante, le mascherine diventano un elemento dello spettacolo, tutto un metterle e toglierle come nella nostra disgraziata

quotidianità, durante la tempesta viene inquadrata la macchina del vento [...]»⁸.

Gli altri due spettacoli della trilogia hanno analogamente - anche se, va detto, con esiti artistici alterni - utilizzato gli spazi del Teatro Costanzi come scenografia, offrendo al pubblico la possibilità di vivere il dietro le quinte della macchina teatrale - il particolare *La Bohème* ha accolto cantanti orchestra e pubblico nei laboratori di scenografia del Teatro.

Va citata anche l'edizione 2020 del Donizetti Festival, svoltasi a Bergamo in pieno secondo lockdown, ancora più significativa per la tragica situazione della città. La proposta artistica del Festival è stata significativa non solo per le produzioni teatrali ma anche per il format video con cui ha sperimentato una nuova formula di coinvolgimento del pubblico.

Tutti gli spettacoli sono stati progettati per le riprese in video, in particolare *Marin Faliero* di Donizetti con la regia del duo Ricci/Forte, titolo di spicco della Stagione, con la sua scenografia percorribile in tutte le direzioni -un dedalo di scale e travi metalliche posizionato nella platea, vuota, teatro- è risultato particolarmente coinvolgente per il pubblico da casa perché l'azione dei cantanti poteva essere seguita dai cameramen quasi in soggettiva, in contrasto straniante con il teatro vuoto di sfondo, coro e orchestra distanziati e con mascherina sul palco. A dispetto della distanza, una messa in scena estremamente coinvolgente, unica e irripetibile.

Ma come convincere il pubblico a pagare per vedere gli spettacoli, ad abbonarsi al Festival, quando online è disponibile un catalogo pressoché infinito di registrazioni di opere liriche? (Va detto che in questo caso il *Marin Faliero* era stato trasmesso in diretta su Rai 5). Coinvolgendolo. Ancora una volta, la presenza fisica è sostituita da un'esperienza di coinvolgimento che veda lo spettatore protagonista attivo, ben oltre

8) A. Mattioli, *Il “Barbiere di Roma” arriva in scooter a salvare il teatro*, «La Stampa», 6 dicembre 2020



Rigoletto, Teatro dell'Opera di Roma, Circo Massimo, Roma, 2020 Copyright: © Yasuko Kageyama

il termine che lo connota. In questo caso al pubblico pagante erano riservati contenuti extra di approfondimento – una forma di fidelizzazione, ed un palinsesto di programmi live con i quali si poteva interagire tramite la piattaforma social del Festival: la stessa diretta degli spettacoli poteva essere seguita in modo tradizionale o dal “salotto donizzettiano”, commentata cioè in diretta da critici musicali, artisti appartenenti a mondi variegati (tra cui Elio e Rocco Tanica), ma anche al direttore artistico del festival Francesco Micheli. Un modo per ricreare l’atmosfera del loggione, del foyer, i commenti a caldo, la *presenza* del resto del pubblico, il secondo polo a cui si accennava prima.

L’evidenza che queste esperienze, delle quali si sono voluti citare solo alcuni tra i molteplici esempi, non siano state soltanto espressione di un momento emergenziale ma di una direzione che la pandemia ha solo amplificato velocizzandone l’evoluzione, è data dal fatto che la loro eredità non si è esaurita con le misure di distanziamento, che nel momento in cui si scrive vanno allentandosi. *Machbeth*, lo spettacolo di apertura della Stagione 2021-2022 del Teatro alla Scala, si è svolto in circostanze ancora emergenziali ma sicuramente più distese

rispetto a quello dell’anno precedente, *A riveder le stelle*, durante il quale vigevano durissime restrizioni. Tuttavia si è fatto tesoro dell’esperienza e il regista Davide Livermore, che ha firmato entrambi gli spettacoli, ha ideato una messa in scena che fosse godibile sia dal pubblico in sala – finalmente tornato a riempire il Teatro – sia dal pubblico a casa: l’uso dei ledwall rendeva leggibili dettagli registici altrimenti nascosti, a loro volta i movimenti degli artisti e le scenografie erano pensati già con l’occhio della regia video, a favore del pubblico televisivo.

Indietro non si torna: il pubblico adesso può scegliere, è cosciente delle possibilità – e dei limiti – dei mezzi di comunicazione, lo sono organizzatori teatrali, registi e direttori artistici, che si sono accorti di come il pubblico abbia voglia di tornare in presenza ma anche di come sia diventato esigente nel valutare l’esperienza proposta, di quanto sia necessario *coinvolgere* per vivere la presenza come una scelta.

Luisa Costi

(Direttrice Artistica *SempreVerdi Festival*, Genova, *Accademia di Belle Arti di Brescia SantaGiulia*)

ISSN 2785-2377

Editoriali | **Électronique: pensate l'impensabile** | **Riflessioni sulla presenza, oggi** | **NFT: che cosa sono e come funzionano?** | **Il mercato dell'arte NFT: caratteristiche, vantaggi e questioni aperte** | **Nuove paure, stessi imputati: il caso del videogioco** | **Sperimentare il digitale fra arti visive, comunicazione, tecnologie e imprese** | **La mostra *Back to the Metaverse*** | **Arti, ricerche, azioni** | **Arti visive contemporanee** | **Dibattito contemporaneo** | **Alcune suggestioni bibliografiche** | **Call for papers**

ISBN 978-88-382-5188-7



9 788838 251887 >

€ 19,00

SANTAGIULIA
HDEMA
DI BELLE ARTI

•••
Studium
edizioni