



Marnie Bruscia

DA TELEUTENTI A TELEATTORI

presentazione di
Carlo Emanuele Bugatti

QUADERNI DEL MUSINF

PER LA GIORNATA DEL CONTEMPORANEO

Quello della comunicazione è un settore dove studi e ricerche sono abbondanti, ben note a livello universitario. Assai poco note al vasto pubblico.

Hanno una grande importanza. Anche perché la raffigurazione dell'uomo solo davanti ad un video è apparsa e appare in grado di sintetizzare la drammaticità della condizione dell'uomo contemporaneo.

E', volendo, l'icona delle solitudini e delle soggezioni del nostro tempo.

Per la giornata nazionale del contemporaneo del 4 ottobre 2008, indetta dall'Amaci, associazione italiana dei Musei d'arte contemporanea, il Museo comunale d'arte moderna, dell'informazione e della fotografia sviluppa il tema del continuo spostamento in atto dei confini dei territori del rapporto uomo-video.

Si tratta di uno spostamento, che avviene per via del collegamento del video al computer e alla Rete, ma anche per via di nuove, modalità, globalizzate o localizzate, di fare televisione e informazione.

Per rispondere in maniera sintetica alle esigenze di un'informazione storica sui percorsi e sulle prospettive attuali della comunicazione visiva abbiamo scelto di pubblicare, per la giornata del Contemporaneo, questo volumetto di Marnie Bruscia, una giovane collaboratrice delle Musinf. Intitolata "Da teleunti a teleattori".

La pubblicazione è stata assai favorevolmente accolta alla Fiera del Libro di Torino, nell'estratto pubblicato, nella primavera scorsa, dal quaderno dell'*Osservatorio dell'editoria marchigiana*.

Essa, in particolare, sottolinea il contributo del Musinf

e di Marnie Bruscia al dibattito in corso, caratterizzandosi con l'assunzione di un'ottica che mette in risalto il progressivo spostamento dei fruitori video da un ruolo passivo ad una posizione di protagonismo, direttamente corrispondente alle evoluzioni tecnologiche.

Stefano Schiavoni, consigliere delegato ai progetti della fotografia del Comune di Senigallia e già presidente della Mediateca delle Marche, ha fatto giustamente notare, intervenendo alla Fiera del Libro di Torino, come Marnie Bruscia documenti e testimoni le originali, anche coraggiose, esperienze delle Telestreet senigalliese, che è stata una delle prime in Italia e che ha avuto notevoli riscontri anche per i ruoli propositivi assunti da Enea Discepoli per l'organizzazione di meeting nazionali sul tema, svoltisi a proprio a Senigallia.

Naturalmente la pubblicazione, radicandosi nel Musinf, segue, anche se sottotraccia, il *fil rouge* del rapporto tra comunicazione visiva e creatività artistica. Confesso che si tratta di una lettura storica, che non mi dispiace, per il mio noto legame affettivo con le esperienze di Fluxus, di cui Senigallia, per altro, allestì una bella mostra alla Rocca Roveresca.

Carlo Emanuele Bugatti

Direttore del Museo comunale d'arte Moderna di Senigallia

PREMESSA

Guardare la televisione è cosa comunissima per i giovani di oggi, fin da piccoli siamo stati abituati ad averla nelle nostre case. Alcuni poi, non riescono proprio a farne a meno: a volte succede che ogni componente della famiglia ne ha una tutta sua. Magari in camera da letto.

Oggi è vivo più che mai il dibattito intorno alla televisione. Ci si chiede come utilizzare questo mezzo di comunicazione di massa nel modo più democratico possibile, come passare da utenti passivi ad operatori attivi, ma non solo.

Già dagli inizi degli anni '50 la televisione, appena nata, si era trovata al centro di numerosi dibattiti. Le nuove tecnologie non erano per niente viste di buon occhio, un po' per il periodo, subito dopo la guerra, un po' per paura che anche questo nuovo mezzo di comunicazione di massa, come già era avvenuto per il giornale prima e la radio poi, venisse preso e controllato dai vertici politici.

Ecco allora che gruppi di artisti ed intellettuali del tempo iniziarono a concepire le nuove tecnologie, nel caso particolare la televisione, come un ipotetico strumento di lotta politico-culturale. Non avendo la possibilità di lavorare dall'interno (caratteristica che ritroviamo tutt'oggi) si iniziò un lavoro di analisi critica in cui la televisione era al centro dell'osservazione sia come oggetto di critica sia come punto di partenza e base di nuove sperimentazioni.

Più e più volte, da diversi gruppi di artisti il linguag-

gio televisivo venne analizzato, criticato, decontestualizzato e riproposto in una forme nuove ed originali.

In base a queste osservazioni mi sono posta la domanda punto focale della mia analisi: esiste un legame tra le televisioni di strada e l'arte? E in che modo le avanguardie degli anni '60-'70 e più in generale, tutto il mondo dell'arte ha influenzato la nascita e lo sviluppo di questo fenomeno all'apparenza prettamente politico?

Prima di tutto analizzerò come i linguaggi di massa (in particolare quello televisivo) si sono incontrati e scontrati con il mondo dell'arte a partire dalle avanguardie del dopo guerra fino ai giorni nostri, .

Passerò in rassegna tutti i movimenti d'avanguardia, gli artisti e gli intellettuali che si sono interrogati sul problema della comunicazione attraverso il potentissimo mezzo che è la televisione.

Un cammino lungo che ha portato a far avvicinare sempre più due campi, che, per l'opinione comune non hanno molti punti di contatto; da una parte i mezzi di comunicazione, da sempre utilizzati per accattivarsi il consenso di un pubblico il più ampio possibile, dall'altra l'arte con il suo pubblico d'élite.

L'intersecarsi lento di questi due mondi lontani ha portato, negli anni Novanta, alla teorizzazione di due nuovi concetti: quello di "artista della comunicazione", teorizzato da Mario Costa e quello di "medialismo" affrontato da Gabriele Perretta.

Per primo Mario Costa ha parlato di un'estetica

dei media e ha definito una nuova figura dell'artista che va oltre il concetto classico di artista e di conseguenza dell'opera d'arte, non più un qualcosa di materiale ma metodo per penetrare la realtà e conoscere i suoi modelli comunicativi.

Un nuovo concetto di arte e di estetica, una nuova concezione dell'artista e dell'opera d'arte questi sono i temi analizzati nel secondo capitolo.

Naturalmente esistono molte altre caratteristiche che avvicinano l'arte moderna ai media comunicativi attuali (mi riferisco in particolare ad internet) ma non ho preso in considerazione questi aspetti (concetto di produzione collettiva, della fruibilità del prodotto artistico...) poichè mio scopo principale è quello di far vedere come la tv, mezzo di comunicazione ormai vecchio oggi sia utilizzato in una forma completamente nuova e sperimentale attraverso le tv di strada.

Con il termine televisione di strada o micro tivù mi riferisco a quelle televisioni di quartiere che sono nate in Italia negli ultimi anni e che, con un raggio di trasmissione di poco più di tre/quattrocento metri, mandano le loro trasmissioni autoprodotte via etere in origine in modo non del tutto legale ma senza interferire sulle trasmissioni altrui utilizzando i coni d'ombra delle frequenze.

Queste televisioni, oggi diffuse nascono sulla scia di Orfeo TV, la prima televisione di quartiere nata a Bologna nel 2002 e che fin da subito si preoccupò di far conoscere questa nuova realtà e di farla proliferare. Fin dai primi giorni circolò un documento informativo che spiegava a tutti gli inte-

ressati come fosse possibile aprire una microtelevisione, quali erano le problematiche più comuni e come si potevano risolvere.

All'interno di questo manifesto era inoltre descritto come avviare la trasmissione, come produrre il flusso di immagini e come risolvere la questione legale.

Si preoccuparono anche di mettere in piedi un sito internet per coordinare le varie televisioni, che pian piano andavano moltiplicandosi, in modo tale da creare una rete che connettesse le microtv italiane. Nel terzo capitolo l'attenzione si sposta sul fenomeno del mediattivismo: una breve storia ci riporta a metà degli anni novanta quando la figura sociale dell'attivista incontra i mezzi di comunicazione di massa e li mette al proprio servizio.

La nascita di una comunicazione indipendente autogestita e il forte influsso che questo provoca sulla società è sicuramente stato ispiratore del videoattivismo prima e delle tv di strada poi.

Nel quarto capitolo infine, si prenderà in analisi una delle tante televisioni di strada per vederne più da vicino la storia e capirne meglio i punti di partenza e quelli che vogliono essere i punti d'arrivo del loro progetto.

Un'analisi del palinsesto e dei programmi sarà infine molto utile per capire al meglio i loro lavori ed evidenziare le particolarità che fanno distinguere queste micro emittenti dalle tv generaliste.

Capitolo 1

SPERIMENTAZIONE ARTISTICA NEI LINGUAGGI DI MASSA

1.1 Cenni storici per un'evoluzione antropologica delle comunicazioni di massa.

La tecnologia e i simboli, come sosteneva McLuhan, influenzano il nostro modo di percepire gli stimoli esterni in quanto sono amplificatori dei nostri sensi. Nate come vere e proprie protesi del corpo, i media che si sono susseguiti nella storia hanno influenzato la percezione della nostra mente. Dall'invenzione della scrittura questi rivestono la funzione di strumenti di comunicazione⁽¹⁾.

La facoltà di comunicare, determinante per la nostra evoluzione antropologica, necessita di ricerca di tecnologie efficienti per gestire le informazioni. Le continue innovazioni portano a mutamenti paradigmatici nella struttura sociale e nelle strutture cognitive, in quanto modificano le modalità della comunicazione, ma riescono a dispiegare il loro potenziale di trasformazione solo se il contesto socio-culturale è in grado di accoglierle. Va tenuto presente che la ricerca sulle nuove tecnologie è il

(1) *Medium* termine latino che significa mezzo. Mc Luhan non ha mai dato una definizione rigorosa del termine *medium*, riuniva sotto questo nome tutti i fenomeni che ricadevano nella sfera dei codici

risultato di precise scelte economiche e politiche che sono tenute a considerare il territorio cui si indirizza. Comprendiamo quindi come l'effetto dei media non dipenda solo dal contenuto, ma dal tipo di relazione percettiva che intrattiene con il fruitore, la quale dipende, a sua volta, dal processo cognitivo che quest'ultimo è abituato ad utilizzare.

Tendenzialmente tutta la cultura si rende conto di questi cambiamenti, ma erroneamente non tende ad identificarli come mutamenti psicologici della società.

Le innovazioni che hanno maggiormente influenzato i brainframes nel corso della storia si sono susseguite con un'intensità sempre maggiore, producendo anche una maggiore quantità di messaggi differenti.

La prima tappa tecnologica della comunicazione è stata la scrittura, le cui prime forme furono essenzialmente di carattere ideografico, forse derivate da rappresentazioni iconiche (2). Solo successivamente si sviluppò la scrittura fonetica, siamo intorno al 1500 a.C.. Ad essa si arriva con non poche tappe intermedie. Che la scrittura sia stata l'invenzione che più di tutte ha modificato la nostra mente è confermato dal fatto che il modo di ordinare i concetti che ne è derivato ha permesso, ad esempio, la nascita del pensiero analitico, specifico

(2) Entra in gioco il concetto di Mc Luhan con cui si definiscono medium caldi e freddi, che non dipende solo dal tipo di stimolo che coinvolge il fruitore ma anche dal tipo di organizzazione sociale in cui si inserisce

della cultura occidentale.

La seconda ragguardevole tappa è l'invenzione della stampa per opera di Gutenberg, che risale alla metà del Quattrocento, alla cui nascita si può far coincidere quella del pensiero moderno e lo svilupparsi del concetto di opinione pubblica, in seguito allo sviluppo dei giornali.

A partire dall'Ottocento la storia dei mezzi di comunicazione si lega definitivamente allo sviluppo tecnologico e industriale subendo il primo processo di accelerazione. Nel decennio fra il 1830 e il 1840 l'invenzione e la diffusione del telegrafo resero possibile la prima trasmissione di un segnale a distanza in tempo reale. Negli stessi anni Daguerre sviluppò la riproduzione meccanica di immagini, la fotografia. Fino a questo momento i media avevano stimolato principalmente il senso della vista, ma dal 1876, data in cui Grahambell commercializzò il telefono, rendendo possibile la trasmissione vocale a distanza, i media spostarono il loro interesse verso il senso dell'udito ⁽³⁾. Nello stesso periodo, infatti, Edison inventò sistemi di registrazione e riproduzione meccanica del suono: il fonografo e il grammofo. Nel 1895, i fratelli Lumière riuscirono a sviluppare un sistema per la creazione e la ripresa di immagini in movimento, è la nascita del cinema, che negli anni trenta del Novecento

(3) Il telefono viene inventato e brevettato da Meucci ma non commercializzato

diventa prima sonoro e poi a colori. Di qui si sviluppa la prima vera industria dello spettacolo.

Nel Novecento vi è una vera e propria esplosione delle tecnologie di comunicazione di massa, sia in senso quantitativo sia qualitativo. Nel 1920 G. Marconi inizia le prime trasmissioni radio, nel 1936 la BBC inaugura a Londra la prima trasmissione televisiva, entrambi contributi importanti per una radicale trasformazione delle abitudini della vita occidentale. Va osservato che i due sensi privilegiati dai medium in maniera alterna d'ora in poi non saranno più separati. Nel 1950 Alen Turing ipotizza l'intelligenza artificiale, simulazione su calcolatori di processi intellettuali. L'ultima innovazione è il personal computer, già esistente sotto altre forme, negli anni settanta fa riferimento all'esigenza individuale di dotare il proprio corpo di quegli attributi che lo inseriscano nel corpo sociale. Si susseguono negli ultimi dieci anni la massificazione della rete internet, della telefonia mobile e delle video comunicazioni (4). Proiettati nella contemporaneità osserviamo quali sono state le modificazioni che si sono susseguite nella percezione della mente a contatto con questa evoluzione tecnologica, sottolineando che con la digitalizzazione e la realtà virtuale oltre ai due sensi fin ora considerati entra in gioco anche la tattilità, richiesta per l'e-

(4) Nasce in ambito del progetto Arpanet, per volontà di B. Taylor nel 1966 ma la vera diffusione di massa avviene intorno al 1993 a seguito dell'invenzione di nuovi protocolli

splorazione del virtuale.

Nell'era gutenberghiana le nostre menti funzionavano come luoghi della memoria, introflessi e soggettivi, la scrittura permetteva di interiorizzare il contenuto del messaggio e di formulare un pensiero critico. Con l'avvento delle telecomunicazioni, delle tecnologie dell'immagine e la loro fruizione di massa, le nostre menti si sono trasformate in luoghi di passaggio e di amplificazione di un flusso di messaggi, una corrente di sapere e di informazione creata dai media, che colpisce il mittente in modo emozionale. Con la televisione il fruitore interagisce con il media in modo istantaneo e occasionale, a causa della velocità dei messaggi che non vengono totalmente percepiti dal cervello, ma percepiti dal corpo intero, come sostiene D. De Kerckhove ⁽⁵⁾. Con il personal computer l'interazione cresce notevolmente. Con la nascita delle reti di comunicazione remota e l'invenzione dei protocolli www e http maturati dagli studi del Pentagono, il media tende ad assumere una dimensione sempre più individuale. La rete web rappresenta la metafora della realtà contemporanea, il sistema concettuale con il quale la cultura è uscita dal secolo.

Il web può essere visto come un insieme di organismi interrelati, formato da cellule interdipendenti e in continua comunicazione, incarna un macro

(5) D. De Kerckhove, *Brain Frames, mente tecnologica, Baskerville*, Bologna 1993

sistema nervoso mondiale, con una diffusione rizomatica e molecolare, dove i siti nascono e muoiono come una specie biologica in un ecosistema digitale. Se analizziamo l'idea guida di questa metafisica vediamo come la rete sia una protesi tecnologica della mente sociale.

Indagare questa realtà significa comprendere le modificazioni del considerare noi stessi e del modo che abbiamo di comunicare.

Si tratta di studiare il modo in cui si creano i nuovi brainframes attraverso l'interazione di elementi semplici ⁽⁶⁾. L'evoluzione dell'ecologia sociale digitale ci ha proiettati nell'era della comunicazione globale, mediata dalla tecnologia e resa immediata. Si sfuma il confine fra il produttore del messaggio e il fruitore, le tecnologie digitali sono il principale vettore di trasformazione. I primi significativi cambiamenti vengono dalla fusione di questo medium con le contro culture, le quali riconoscono in queste tecnologie la possibilità di rendersi visibili e di autorganizzarsi, attraverso le mailinglist, perdendo quel carattere *underground* esclusivamente radicato al territorio metropolitano. L'audio/video digitale, inoltre, permette la ripresa della realtà fugace, che si allontana dalla spettacolarizzazione dei media tradizionali, quindi offre la possibilità di fare informazione, denuncia, ma soprattutto di cre-

(6) Brain frames, fotogramma mentale, termine coniato da D.De Kerckhove, allievo intellettuale di Mc Luhan

are canali orizzontali, cioè che lavorano in network, su cui diffondere il messaggio, fra i quali l'ultima novità sono le televisioni indipendenti.

1.2 Storia dell'incontro tra media arte e movimenti sociali.

Dal secondo dopoguerra la ricerca artistica internazionale è stata guidata dalla sperimentazione di nuovi linguaggi. Sia in Europa sia in America, seppur in modi diversi, l'arte diventa l'elemento connettivo e di raccordo con la società.

L'artista Europeo, in particolare, a differenza di quello americano non vede il mercato come riconoscimento del proprio lavoro anzi considera l'assorbimento e la mercificazione dell'arte, un preciso problema politico.

L'artista utilizza il linguaggio specifico dell'arte ma col fine di ribaltare e trasformare la realtà, assumendo l'arte come modello di comportamento alternativo (7).

Si parte cioè dall'idea che l'oggetto dell'arte è il linguaggio e che la ricerca non significa più sperimentazione di nuove tecniche ma analisi degli strumenti utilizzati.

Per molti artisti dell'arte concettuale l'arte è lo strumento d'analisi della politica e dell'economia in

(7) B. Oliva 1990

quanto situazioni strutturali che non può restare fuori dell'arte e dal suo contesto.

Il comportamento artistico, quindi, non è acceleratore di emozioni ma presa di coscienza della società e conseguente atteggiamento critico.

Sotto la suggestione del '68, l'arte ipotizza la possibilità di una pratica artistica che riesca a darsi come omologo ed immagine dei primi esempi di guerriglia che cominciano a manifestarsi nelle grandi città europee ed americane.

E' in questi anni che nasce il dibattito culturale tra due diverse maniere di vedere l'arte in rapporto al sociale: impegno politico o arte pura?

Per molti artisti, anche degli anni settanta e ottanta, il problema centrale rimane quello di usare l'arte come risposta ai problemi della società.

All'interno di questo panorama gli artisti producono sistemi linguistici tutti attraversati da un'idea di destrutturazione, riciclaggio e contaminazione.

In un certo senso l'arte esplicita la sua qualità di produrre forme espressive capaci di documentare la condizione dell'uomo rispetto alla sua società.

1.2.1 Le avanguardie post-guerra: dal movimento neo-dada alle correnti concettuali.

Molti artisti, a causa del secondo conflitto mondiale, emigrano negli Stati Uniti e qui, attivi nell'insegnamento o nei musei d'arte moderna, ristabiliscono una certa continuità con le avanguardie europee e dell'anteguerra. Tuttavia i movimenti che si definiscono in questo nuovo ambiente, non hanno

quella struttura compatta tipica degli anni precedenti e, in generale, è minore la produzione di “manifesti” con i quali, prima della guerra, erano diffuse le teorie e i propositi guida di ciascun gruppo. Più difficile, di conseguenza, separare i confini di nuove correnti e gruppi e riconoscere per ciascuno un preciso atteggiamento a proposito dei linguaggi di massa.

Neodada è la definizione accettata di artisti che a New York, prima del 1960, ricominciano ad utilizzare alcuni strumenti tipici delle avanguardie: il collage multimediale, l'azione performativa, l'interesse per l'environment urbano e per i linguaggi di riproduzione meccanica e di comunicazione di massa (8).

Sempre nello stesso periodo a Parigi, un altro gruppo di intellettuali, autodefinitosi *situazionisti*, si riaggancia al dadaismo e inizia a lavorare analizzando la società dal punto di vista della comunicazione in un'ottica di critica e contestazione globale. Il gruppo cerca infatti di trovare una sintesi tra i problemi estetici e quelli posti da una radicale idea politica, rifiutando un'arte situazionista ed ipotizzando un uso situazionista dell'arte che porti al superamento dell'arte stessa.

Da questo gruppo di intellettuali nasce la rivista “L'internazionale situazionista” che operava preva-

(8) L. Taiuti, *Arte e media. Avanguardie e comunicazioni di massa*, Costa & Nolan, Milano 1996

lentamente nell'ambito dei media. Alla base di ciò vi è il modellamento dei linguaggi della comunicazione e la proposta di adottare le nuove tecnologie di condizionamento (telefono, fumetto, pubblicità) come strumento di lotta politico-culturale (9). E' da notare tuttavia che nonostante l'atteggiamento ostile nei confronti dell'arte e la scarna produzione di opere, il gruppo Situazionista rappresenta il crescere di umori e pratiche che attraverso la rivista influenza l'area più vasta e operativa del campo artistico. Idee e analisi sui linguaggi di massa si diffonderanno a tutti i livelli nei movimenti culturali del decennio seguente, creando una sensibilità fatta di attenzione e polemica costante contro i linguaggi di massa.

Un altro gruppo di artisti ed intellettuali si aggrega all'inizio degli anni sessanta in Germania. L'interesse del gruppo *fluxus* si orienta verso linee di ricerca non oggettuali, alle pratiche performative ed è coinvolto con il movimento degli happening e col revival *dadaista* che attraversa in quel periodo lo scenario artistico. Inoltre da sottolineare che il gruppo *fluxus* è il primo che s'interessa alla televisione benché questa fosse già in attività dagli anni Quaranta ('47 Stati Uniti). La televisione, strumento tecnologico in un periodo di diffidenza per la tecnica com'è il dopo guerra, e il linguaggio televisivi-

(9) *Ibidem*, p. 88

vo, controllato dal vertice sociale e quindi politicamente sospetto, diventano punto focale dell'attenzione di questi artisti.

La *pop art* può essere considerata, per un certo senso, avanguardia nell'avanguardia. Il termine "popolare" da Pop che le si attribuisce in Europa, è improprio: la *pop art* non è espressione della creatività del popolo, ma della non-creatività della massa ⁽¹⁰⁾. Questo movimento artistico, a metà tra la critica di fluxus e l'utopismo tipico delle avanguardie, evidenzia ogni forma di comunicazione, ogni dettaglio significativo nell'universo dei segni comunicativi della società moderna, utilizzando linguaggi shockanti ma che riescono, comunque ad attirare una positiva attenzione da parte del pubblico. Citazione e decontestualizzazione sono le linee guida di un programma mai reso pubblico.

Celebrano il potere espressivo dell'immagine mediatica e la sua capacità d'interferenza con il linguaggio dell'arte attraverso un atteggiamento oggettivo e distaccato. Siamo così di fronte alla fine del periodo di critica e davanti a un palesato disincanto verso l'utilizzo delle macchine e, più in generale, della tecnologia.

Sembra infine proporre come i movimenti più politicizzanti, non un'arte aulica e museale bensì una forma di integrazione e, soprattutto, rigenerazione

(10) C.Argan, *L'arte moderna: dall'illuminismo ai movimenti contemporanei*, Sansoni, Firenze 1989

dei linguaggi di massa. Pubblicità, fumetti, cinema e fotografia sono riprodotte in modo da enfatizzare il loro uso commerciale.

Ed è in quest'ottica che Andy Warhol definisce positivamente l'inserimento del prodotto creativo sul mercato, lodando la componente commerciale e industriale dell'arte: "*Volevo essere un affarista dell'arte o un artista degli affari. Essere bravo negli affari è la forma d'arte più affascinante.*"⁽¹¹⁾

Ma i suoi lavori indagano anche il valore universale dei miti di massa, il valore del "glamour", ponendo il problema del nuovo protagonismo dell'individuo-massa contemporaneo. Il cinema e gli altri media come mezzi di comunicazione democraticizzanti. Un altro aspetto da tenere in considerazione è che con la nuova effervescenza economica degli anni sessanta la musica, il costume e il comportamento giovanile diventano il centro di una nuova estetica di massa e di una nuova morale permissiva. La musica rock entra nelle gallerie d'arte insieme alle opere di pop art diventando parte integrante di questa. Inoltre non sono pochi gli artisti che partecipano attivamente cercando di fotografare l'immagine di questa nuova generazione. Peter Blake disegna la copertina di *Sergent Pepper's* dei Beatles, Warhol disegna la copertina di un disco dei Rolling Stones e nel 1966 lavora all'immagine

(11) L. Taiuti, *Arte e media. Avanguardie e comunicazione di massa*, Costa & Nolan, Milano 1996, p 107

dei Velvet Underground, gruppo rock per i quali oltre a disegnare la copertina del disco produce film e uno spettacolo multimediale, *The Exploding Plastic Inevitable*.

E' da sottolineare quindi che così come le avanguardie prendevano a modello i linguaggi dello spettacolo urbano i linguaggi estetici degli anni sessanta utilizzano elementi di nuove forme culturali realizzate dalla comunicazione di massa .

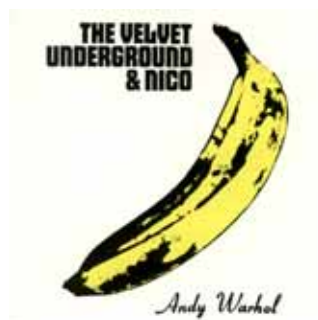


Figura 1

Ancora una volta si definisce in forma distaccata e critica un atteggiamento di analisi e di confronto con i media nel quale l'arte si interroga sulla natura della forza di fascinazione dei linguaggi di comunicazione di massa. Accanto al gruppo *fluxus*, che negli anni sessanta si sviluppa parallelamente alla *pop art*, fanno capolino nei territori dell'arte altre correnti impegnate nella lotta politica contro l'establishment. Vogliono mutare la società, rinnovarla partendo col cambiare quelli che spesso sono

considerati gli strumenti di controllo di questa, i mass media, capaci di camuffare la realtà dei rapporti di potere esistenti in questa. Le correnti sperimentali, land art, body art e arte concettuale utilizzano strategie di analisi e di destrutturazione dell'arte per far fronte a quel livello di saturazione tecnologica che impedisce un rapporto autentico con la natura e camuffa la conoscenza della realtà.



Figura 2

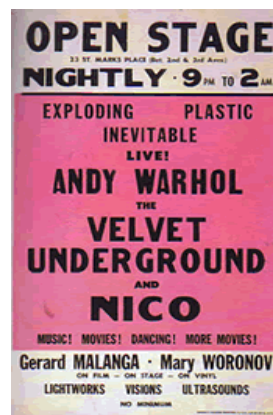


Figura 3

Questi movimenti artistici utilizzano le tecnologie dei media, fotografia, cinema e video come testimonianza e raccolta di dati per lavori fra politica e arte sulle comunità urbane (12). Sotto l'impulso delle pratiche di apertura linguistica, sembra essere il

video ad essere ora diventato il mezzo moderno per eccellenza delle avanguardie.

Ed ecco che gli artisti si appropriano della telecamera e affidano all'occhio meccanico dello strumento l'esplorazione dei rapporti individuo-società, libertà-costrizione.

All'interno dell'arte concettuale Vito Acconci è il link con una funzione del video che aderisce al corpo e ne rappresenta le più intime modalità. Nei suoi dialoghi/provocazioni Acconci prefigura un rapporto con la tecnologia come una seconda pelle da indossare. Il rapporto con la tecnologia è un corpo a corpo; lo spettatore è coinvolto in uno spazio che è il virtuale spazio comunicativo della televisione.

"...il monitor è un punto nello spazio che include lo spettatore, un circolo che da lui è completato..." (13).

E' per questo che malgrado l'apparenza "lontana" e "immateriale" dell'arte mediatica, il corpo è l'area di interesse e coinvolgimento fondamentale e il corpo del fruitore deve abbandonare lo status di osservatore estetico e non "sottoporsi" ma "attivarsi" in precise azioni di conduzione, scelta, manovra.

(12) L. Taiuti, *Arte e media. Avanguardie e comunicazione di massa*, Costa & Nolan, Milano 1996

1.2.2 Video tape: uso sociale e politico del video.

Fin dagli anni sessanta le potenzialità del video come strumento per la documentazione e l'informazione sono ben chiare ad artisti e appassionati.

Al di fuori del contesto artistico, chi si interessa al video non si preoccupa eccessivamente di definire la propria attività ma pensa piuttosto agli obiettivi che intende realizzare attraverso questo.

Inoltre la consapevolezza che gli artisti hanno delle precise responsabilità sociali, poiché il loro lavoro è sempre politico, li porta a collaborare con chi artista non è al fine di creare nuove forme di espressione e comunicazione.

Costruire la storia dal basso, questa l'utopia che il video sembra realizzare e a cui si deve il suo immediato successo.

Il punto di partenza è il cinema verità dei primi anni sessanta, anche se i documentari realizzati in video acquisiscono in poco tempo un proprio stile autonomo. Movimenti di camera non lineari, nessun montaggio o montaggio in macchina sono i tratti tipici dei prodotti di questo periodo.

Ma andiamo per ordine e vediamo come questo modo di utilizzare la videocamera dagli Stati Uniti

(13) *intervista a Vito Acconci, ibidem, p 17*

e nel Canada, paesi che per primi hanno beneficiato della nuova tecnologia, arriva e si diffonde in Italia.

In America si formano fin da subito numerosi collettivi che hanno per finalità prima quella di diffondere le conoscenze tecniche.

Molti artisti famosi tra cui i coniugi Vasulka hanno partecipato attivamente e si sono formati all'interno di questi.

Il mass-medium televisivo, dal canto suo, bisogna sottolinearlo, ha dimostrato fin da subito un grande interesse per il video da cui cerca nuova linfa creativa.

L'incontro però tra questi due mondi è pressoché un miraggio e così gli attivisti del video militante scelgono la strada alternativa della tv via cavo dove possono crearsi canali alternativi.

La televisione via cavo, però, nonostante le speranze alimentate inizialmente, si rivela nei fatti uno strumento di controllo e potere analogo alla televisione con commerciale.

In Italia, l'arrivo del video non riesce a sviluppare strutture e situazioni indipendenti. La situazione italiana è radicalmente diversa rispetto agli Stati Uniti, dato che l'arretratezza tecnologica penalizza sia la sperimentazione artistica sia l'attivismo politico con il mezzo elettronico. E' per questo che nei primi anni settanta mentre il mondo è nel pieno del fermento politico, e ha voglia di riscrivere la storia "dal basso" con il video, l'Italia si limita a produrre opere cinematografiche in 8mm e Super8 ⁽¹⁴⁾.

Gli artisti che si rivolgono al video e a compren-

dere appieno le sue potenzialità linguistiche come mezzo di comunicazione antagonista sono pochi e poco durano i collettivi e i laboratori che fondano.

L'uso del video come strumento politico si ripropone, fuori dall'Italia, anche negli anni Ottanta. Non più come vasto movimento come nel decennio precedente, ma attraverso personaggi che aderiscono a momenti di agitazione sociale. Gli inglesi Gorilla Tapes si rifanno esplicitamente al dadaismo realizzando documentari e videocollage con l'uso di effetti elettronici. Un esempio può essere *No Pay No Way* (Non senza paga) in cui si può notare un uso agile ed efficace del video nella controinformazione politica.

Non sono solo gli inglesi però a seguire questa strada; l'americano Paul Garin documenta le contraddizioni sociali e razziali dei ghetti riprendendo significative scene degli scontri, scene che poi passeranno nell'emittenza televisiva o in videoinstallazioni interattive in cui la meccanica dello scontro sociale viene efficacemente evidenziato sull'intento di portare l'arte nel sociale, come forma alta ed espansa di comunicazione ⁽¹⁵⁾.

Gli artisti si vogliono misurare alla pari con i media dominanti ed è per questo che utilizzano gli strumenti di produzione televisiva, democratici ed emancipanti. In questi anni si realizzano poi le pri-

(14) S.Fadda, *Definizione zero: origini della videoarte fra politica e comunicazione*, Costa&Nolan, Genova 1999

me trasmissioni autonome fatte da un laboratorio universitario e *The kitchen*, a distanza ravvicinata vengono salutate come epocali “prese di potere” il cui valore estetico coincide con l’atto liberatorio dell’autonomia di trasmissione.

1.2.3 Movimento punk degli anni '80 e nascita del videoclip.

Gli anni ottanta si aprono su una situazione contraddittoria; da una parte entrano in crisi i modelli generazionali, politici e di liberazione che erano il background delle esperienze radicali e di ricerca dell’arte sperimentale, del suo uso creativo e politico dei media e della sua attenzione e analisi dei media stessi, dall’altra si assiste ai segni di un nuovo “salto” tecnologico che ha per protagonisti il video la televisione e l’informatica. Ed è in questo periodo che la televisione rimpiazza definitivamente il cinema come fonte d’informazione, di tempo libero e di diffusione delle immagini.

E’ stato definito come una ribellione giovanile consona ai tempi e alle mutazioni sociali, fatta di insofferenza e rifiuto ma anche dell’urgenza di libertà di comunicazione ma non bisogna dimenticare che molte persone coinvolte nel movimento venivano da scuole d’arte; la subcultura punk è per-

(15) S.Bordini, *Videoarte & Arte. Tracce per una storia*, Lithos, Roma 1995

fettamente conscia di avere radici nelle avventure *dada*, nell'internazionale situazionista e nell'utopia *fluxus*. Una controcultura quindi che unisce fra loro pratiche di vita che spaziano dall'ambito punk al mondo dei graffitari, dalla musica industriale al reggae, il cui punto di partenza è l'idea di utilizzare i media comunicativi in maniera alternativa e autogestita ⁽¹⁶⁾. Riviste autoprodotte, etichette indipendenti, programmi radiofonici li fanno poi diventare promotori di azioni positive nel sociale, con lo scopo di creare una nuova forma d'arte; un'arte però che contesta l'Arte e si fa portatrice di ideali alternativi e contro-culturali.

Alla base di ciò una forma di comunicazione spontanea e di contro informazione con particolare attenzione alla sperimentazione in campo artistico e ai nuovi linguaggi (mail art, fumetti arte industriale e graffiti).

In questi stessi anni la cultura musicale si introduce nell'universo televisivo con il videoclip. Nato per pubblicizzare canzone e cantante presenta però una sua completa autonomia estetica costruita contenutisticamente sulle componenti "trasgressive" delle culture giovanili: sensualità, frenesia, dandismo comportamentale, umori anti-sociali. Ma andiamo per ordine: il predecessore del moderno videoclip è il *soundie* degli anni 40, film

(16) www.strano.net/bazzichelli/arte.htm

della durata di circa tre minuti proiettato nei night club. Il formato che conosciamo oggi, nasce invece a metà degli anni 70 in Inghilterra ⁽¹⁷⁾. Qui la radio non era più considerata il principale veicolo d'informazione e trasmissione della nuova musica perché erano subentrati a questa gli show televisivi. Trasmissioni come "Top of the Pop" e "Oh Boy" erano basate su format che implicavano la presenza in studio di gruppi musicali famosi ma dato che, causa gli innumerevoli impegni, questi non potevano sempre essere presenti si pensò di sostituire con i video le performance live. La svolta si ebbe nel 1975 quando la banda inglese "Queen" propose con il video "Bohemien Rhapsody" questo rivoluzionario modo di fruire la musica. A differenza del pubblico, che apprezzò fin da subito il videoclip, molti artisti erano preoccupati che la televisione potesse portargli via quell'aura che li rendeva autentici ed unici con la performance live ⁽¹⁸⁾.

Ma è dal 1 agosto 1981, con l'avvento di MTV che questo fenomeno viene a concretizzarsi maggiormente sia nel campo musicale che della pubblicità; le agenzie iniziano a produrre spot con lo stile video clip. Video clip, ricordiamo, vuol dire sì fenomeno commerciale, ma anche stato culturale in quanto ha da rispondere a richieste specifiche della situazione sociale a cui appartiene ⁽¹⁹⁾. In Ita-

(17) Flash art n. 240

lia il videoclip è stato considerato soltanto per il suo versante commerciale, non si è creduto in questo nuovo medium cosicché tutt'oggi la sperimentazione tecnologica-artistica non è ai livelli di quella estera.

Nel 1986 due artisti, Derek Barman in Inghilterra e Richard Kern in America , stanno lavorando ai videoclip di due diverse band musicali. I lavori, per quanto diversi (Jerman sembra eludere la visione diretta operando per gradazioni, Ken invece aggredisce la visione con immagini eclatanti) possono essere accomunati per un altro punto di vista: una sorta di interazione osmotica tra immagine e suono, un reciproco influenzarsi tra i due codici, che si differenzia dal tradizionale metodo di lavoro legato ai videoclip, in cui le immagini sono il più delle volte slegate dai videoclip ⁽²⁰⁾. Ed è proprio questo il punto, volersi confrontare con questo nuovo e prestabilito formato.

Artisti, creatori di immagini, sfruttando le diverse forme espressive a loro disposizione si sono ritrovati in questi anni a dilatare o mettere in discussione questi parametri regalando quel surplus creativo alla forma originaria. In particolare gli esperimenti di Kern e Jarman vanno contro il videoclip come strumento di promozione commerciale portando al corto circuito le convenzioni espressive

(18) www.nome.it

(19) *ibidem*

del videoclip tramite la negazione dell'immagine patinata (Kern) e l'elaborazione dell'immagine slegata dalla semplice promozione della band musicale (i membri del gruppo non appaiono mai).

Con il passare degli anni il formato del videoclip è stato assorbito all'interno dell'universo creativo attraverso un duplice processo d'identificazione: se per Jarman e Kern si trattava di confrontarsi con una forma espressiva relativamente nuova, negli anni Novanta il contesto creativo è cambiato notevolmente dando luogo a nuove interazioni. Molti sono gli artisti che, per il solo gusto della sperimentazione, si sono confrontati con il video clip. Ciò è accaduto soprattutto per la diffusione di un rinnovato gusto per l'immediatezza pop e per la diffusione delle nuove tecnologie digitali per l'elaborazione dell'immagine in movimento.

1.3 Anni '90. Computer e internet: utilizzo artistico e politico della rete.

La rete, nell'ultimo decennio del secolo, è ormai una realtà della società e, a testimonianza della profonda influenza che la tecnologia ormai esercita su questa, il motore più visibile della cultura digitale. L'arte, da parte sua, si è guadagnata fin da subito enormi spazi all'interno di questa, più grandi di

(20) *Flash art*, n.240, p 122

quelli che comunemente gode nella società reale. Questa diffusa attenzione per il World Wide Web non nasce però da un ipotetico interesse d'ufficio che l'arte nutre per qualunque novità ma da quella vasta gamma di scelta di materiali e processi creativi che si ritrovano ora gli artisti. In altre parole gli anni '90 sono uno dei periodi più innovativi sia nel campo delle arti visive sia in ogni aspetto della comunicazione ⁽²¹⁾.

La tecnologia digitale, al pari degli altri strumenti che l'hanno preceduta non significa una progressiva eliminazione dei media che precedenti ma l'allargamento di un area di produttiva coesione.

Dagli inizi degli anni Novanta, con la diffusione dei primi siti Web, si sono sviluppate comunità di artisti che usano la Rete come piattaforma attraverso la quale discutere o fornire informazioni sul loro lavoro.

Contemporaneamente, alcuni pionieri hanno cominciato ad utilizzare il nuovo contesto virtuale come base per le proprie investigazioni facendo diventare internet l'ultima frontiera della sperimentazione artistica.

Purtroppo però, quando si cerca di ricostruire la genesi dell'arte nel web non si sa mai dove collocarla precisamente perché le varie sperimentazioni artistiche che si trovano in rete sono di vario gene-

(21) Romano 2000

re. Una sola e approssimativa distinzione si può introdurre affermando che, per arte in rete, si intendono quei siti dove si possono trovare informazioni sull'arte in generale, come riviste on-line, cataloghi di mostre, appuntamenti d'arte ma che sono cosa distinta dalle forme artistiche che si trovano esclusivamente in rete e ormai note con il nome di *net.art* e *web art*.

Per *net.art* si intende uno scambio di informazioni, azioni collettive di artisti, che costruiscono un qualcosa di specifico, oltre che a livello di comunicazione, anche a livello estetico (22). La *web art* invece si distingue dalla *net.art* in quanto può essere veicolata, oltre che in rete, da supporti fisici come i floppy, i CD-ROM e i DVD ed è questo che, in un certo senso potremmo definire come evoluzione dell'arte elettronica e della videoarte (23).

1.3.1 Antoni Muntadas e il gruppo 01.org: utilizzo artistico e politico della Rete.

Nel 1994 iniziarono a nascere i primi *webproject* come "The file room" di Antoni Muntadas o "Please Change beliefs" di Jenny Holzer, il cui obiettivo principale era l'utilizzo delle possibilità di interazione della rete dimostrando forte entusiasmo e curiosità verso il nuovo mezzo. Tuttavia il background

(22) www.giulyars.net

che rese possibile tutto ciò è da riscontrarsi alla fine degli anni ottanta quando ancora il World Wide Web non esisteva e le comunicazioni telematiche erano affidate a piccole reti amatoriali, le BBS attraverso le quali si formarono le prime comunità di artisti. Ma torniamo a Muntadas; la sua opera vide la luce tra il 1993 e il 1994 ed è sicuramente una delle più precoci sperimentazioni artistiche su internet. Il progetto prende spunto dall'idea di censura culturale, argomento discusso dai frequentatori della rete e oggetto di importanti battaglie civili. Lo spunto per questa realizzazione venne da una esperienza dello stesso Muntadas, quando una televisione spagnola gli commissionò un programma televisivo che in seguito non venne mai trasmesso. Sentendosi vittima di una forma di censura decise di creare la stanza degli archivi dando così la possibilità a tutti quelli che erano stati vittime della censura di esprimere la propria esperienza e le proprie considerazioni.

Ma passiamo all'Italia. Uno dei primi progetti d'arte per la rete risale al 1996 ed è "Artist's Atelier" di Franco Vaccai. Questo lavoro, dopo un anno di presenza on-line, fu trasferito su CD e cancellato dalla rete per motivi di spazio, che allora erano ancora un problema. Questa opera per certi aspetti pionieristica di net.art (termine nato tra l'altro negli

(23) *ibidem*

stesso periodo), raccoglieva immagini di vari artisti di diverse nazionalità, del loro atelier, del loro luogo di creazione.

Diverso invece il lavoro del gruppo collettivo di artisti italiani noti con il nome 01.org, dal loro sito www.0100101110101101.org ⁽²⁴⁾. Questi, nati intorno al 1998, si occupano principalmente di attivismo in rete; il primo bersaglio fu nel 1999 *Hell.com*. Questo sito aveva organizzato una mostra virtuale per promuovere artisti emergenti alla quale era possibile accedere solamente attraverso una password. Contrari al copyright e quindi a qualsiasi forma di restrizione nel campo dell'arte, decisero di scaricare l'intero sito dal server rendendolo poi disponibile e accessibile a tutti sul loro server ⁽²⁵⁾. In seguito tanti altri siti, compreso quello del Vaticano sono stati presi di mira e clonati da questi artisti che vedono la rete come luogo aperto alla sperimentazione.

1.4 La televisione: il media più studiato e criticato dagli artisti.

Fotografia, pubblicità, radio, televisione e fumetti sono i frutti della società di massa. Gli artisti li analizzano, destrutturandoli per capire la società.

In particolare il video prima e la televisione poi,

(24) significato presunto 4 bad ovvero 4 cattivi

sono stati per anni al centro di questa analisi. Uno sguardo ai singoli artisti sarà utile per capire bene come la televisione sia stata di spunto a sperimentazione e a studi approfonditi.

Accanto ad analisi tecniche troveremo analisi volte a ricerche estetiche ma questa diversità non deve allarmarci poiché è la caratteristica predominante dei diversi filoni di studi che, nel corso degli anni, si sono sviluppati separatamente o si sono intrecciati l'uno con l'altro.

1.4.1 Wolf Vostell e Nam June Paik.

Per Wolf Vostell, artista del gruppo *fluxus*, l'opera d'arte esprime un irresistibile tendenza a non identificarsi più con un oggetto compiuto e immodificabile ma con un azione-reazione nello spazio e nel tempo, che coinvolge l'artista come lo spettatore. La tecnica tradizionale è rifiutata a favore della sperimentazione di nuovi mezzi che possono ormai includere qualsiasi tema e qualsiasi linguaggio sul filo conduttore di un incessante ricerca che mette in discussione non solo il concetto di arte ma anche quello di modernità e progresso ⁽²⁶⁾.

Il primo contatto con il video è dunque sperimentazione, fatta di azioni contro la televisione, dissacrazioni, agguati, aggressioni al diritto ottuso che

essa si dà di rappresentare la realtà.

Wolf Vostell utilizza per le sue operazioni il termine “decollage” con l’intento di sottolineare il riferimento alla pratica dadaista. Decollage non è, come il collage, aggiungere ma eliminare, sottrarre. Sottrarre al flusso della televisione, immagini, forza, potere (27).



Figura 4



Figura 5

(26) S.Bordini, *Arte elettronica*, Giunti, Firenze 2000

(27) L.Taiuti, *Arte e Media. Avanguardie e comunicazione di massa*, Costa & Nolan, Milano 1996

Il suo utilizzo è quello di denunciare l'ottusità omologante e condizionante del mezzo; la televisione viene incastonata tra le memorie e i lacerti dei campi di sterminio nazisti (opera: Schwarzes Zimmer, Berlino 1958-1959), viene distrutta simbolicamente negli happening, le trasmissioni e le riprese sono deformate (opere: Sun in Your Head, 1963; Tv Cubisme, 1985), i suoi monitor sono spenti e immersi in colate di cemento, in mezzo a un branco di tacchini (opera: Endogen Depression, 1975). Un altro artista del gruppo *fluxus* è Nam June Paik, passato alla storia come l'inventore, il padre, il guru della videoarte.

E' infatti all'interno del gruppo *fluxus*, caratterizzato da componenti innovative e dissacranti che la ricerca di una cultura alternativa al sistema dell'arte costituisca il terreno di coltura degli esordi della videoarte. Agli inizi la sua sperimentazione è caratterizzata sia da un'attitudine critica nei confronti dei modelli culturali che presiedono all'uso massificante della televisione, sia da una ricerca sui linguaggi e sui modi di espressione che possono derivare dalle sue specificità tecnologiche (28).

Paik, attratto dallo specifico linguaggio dello strumento televisivo, usa un tipo di decostruzione diverso dal diretto attacco di Vostell, agendo dall'interno del dispositivo; utilizza e nello stesso tempo violenta la televisione, modificandola in un gioco di spiazzante e ironica messa in discussione della sua stessa capacità di riproduzione della realtà. Tra il 1958 e il 1963 partecipa attivamente alle manifestazioni *fluxus* a Dusseldorf, in occasione delle

quali stringe contatto con svariati artisti e presenta i primi eventi sulla musica elettronica. L'esperienza più famosa è sicuramente la mostra del 1963 a Wuppertal; le opere, integrazione creativa tra musica elettronica e immagine elettronica, sono oggi considerate le prime esposizioni di arte video. Programma l'alterazione, studia il disturbo e impara a provocarlo creativamente, l'artista sottrae così l'immagine alla programmazione e introduce un nuovo tipo di confronto con l'apparato televisivo, inaugurando una diversa assunzione di responsabilità nei confronti della massificazione e dei rituali della televisione commerciale. Ne deriva un uso creativo del mezzo che si apre alle più varie possibilità quella molteplicità dei linguaggi artistici contemporanei (29).

Lo scopo, tra l'altro dichiarato, è quello di trasformare la televisione da un passatempo passivo in una creazione attiva. Questo fa parte di un più ampio progetto di ribaltamento del linguaggio creativo e dell'uso oppressivo del mezzo audiovisivo come quello già portato avanti da *fluxus* con il nome di "guerriglia linguistica". L'utilizzo del video in questo contesto è visto come collegamento fra i linguaggi, serve a ridefinire quello stato di immaterialità dell'opera per collocare l'atto estetico all'interno di consapevoli pratiche extramediali testando la possibili-

(28) vedi *W. Vostell*

tà dei linguaggi audiovisivi e attrezzando l'arte alle future metamorfosi della visione (30).

1.4.2 Vasulka, Muntadas, Schifano: studi sulla televisione.

Affrontare il mezzo reinventandolo alla base, questo l'atteggiamento di diversi artisti compresi i coniugi Vasulka. Ciò nasce dall'esigenza di penetrare la struttura più nascosta del video non confidando affatto sull'emittenza pubblica, negativa e irrilevante.

Coinvolti dal clima di ricerca degli anni sessanta e settanta, i Vasulka operano sul video vedendo il mezzo come dispositivo d'immagine. La sperimentazione li porta a continue rivisitazioni del medium arricchendolo di potenzialità espressive verso una linea di lavoro che li porterà ad anticipare quella che oggi è la sperimentazione virtuale ed interattiva.

I Vasulka si confrontano creativamente con il feedback; puntando la telecamera sul televisore e riorganizzando le immagini, incastonandole una all'altra e abbinando alla loro mobile e fluidificata consistenza il flusso di suoni generati da tensioni e frequenze.

(29) S.Bordini, *Arte elettronica*, Giunti, Firenze 2000 p 10

(30) L.Taiuti, *Arte e Media. Avanguardie e comunicazione di massa*, Costa & Nolan, Milano 1996 p 99

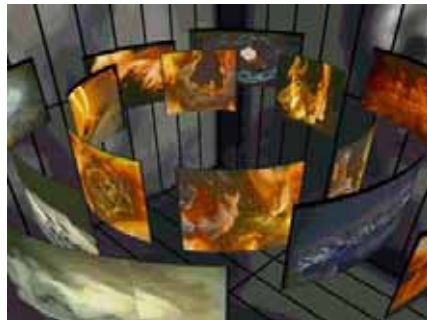
Figura 6



Figura 7



Figura 8



Muntadas è uno degli altri artisti che lavora prendendo in analisi il linguaggio televisivo.

Dai primi anni settanta questo artista lavora nella scena newyorkese realizzando film e poi video. Ma è dal 1974, trasferitosi in Spagna che incentra il suo lavoro sul problema della comunicazione televisiva. Inizia la sua investigazione trasformando una galleria d'arte in una stazione televisiva locale. Con i suoi lavori definisce il passaggio fra un indirizzo concettuale legato ai rapporti interpersonali e i problemi della comunicazione di massa. Il suo lavoro afferma: "...passa da un esterno che è sociale a un'interiorità personale, filtrando l'informazione pubblica in un'informazione privata. Reagisco all'informazione filtrata dai media..." (31).

La sua ricerca gira principalmente intorno al tema di "cosa" concretamente comunichi la televisione e intorno a quale soggettività è in gioco e in che modo questi veniamo coinvolti dai programmi televisivi.



Figura 9

Muntadas utilizza il mezzo video per confermare e negare la descrizione dello spazio culturale e politico, giocando con i linguaggi pubblicitari, promozionali e con le news televisive. Un esempio di co-

me lavora potrebbe essere la videoinstallazione "The Board Room" in cui inserisce dei monitor nelle bocche delle foto dei potenti nei quali passano pertinenti immagini di dolore e violenza che li accusano dei loro errori.

Il monitor/televisore diventa così protesi potente e minacciosa di un medium al massimo delle sue possibilità di controllo planetario, controllo a cui è possibile opporre una controinformazione attraverso il nuovo mezzo della rete.

Questo fa sì che il rapporto di forza fra il produttore e l'utente si riequilibri, lasciando spazio alla creatività individuale ⁽³²⁾.

Ed è proprio puntando tutto sulla creatività che nascono le opere di un grande artista italiano.

I primi quadri di Mario Schifano nascono sull'onda del *new dada* americano ma presto i quadri si incominceranno a riempire di segni tratti dal paesaggio urbano: cartelloni, scritte pubblicitarie, immagini-simbolo come quelle della coca cola, che si riallacciano alla cultura *pop* di cui è uno dei principali esponenti. In seguito Schifano ha sperimentato un'ampia gamma di linguaggi e di tecniche, dalla fotografia al video-tape, dal film alla musica.

Un artista dunque sempre avanti, al passo con i tempi e ausa del suo bisogno insaziabile di rapportarsi con gli strumenti audiovisivi. Per anni il televi-

(31) *Tratto da Intervista 1991, Bordini 2000, p 121*

sore è stato al centro della sua arte, visto non solo come enciclopedia, dizionario dei segni visivi dell'oggi ma anche estensione del cervello, ramificazione, protesi che permette di palpare certe consistenze occulte della realtà e di riconoscere i suoi agenti mutogeni ⁽³³⁾.

«Attraverso questa finestra», dice Schifano, «realtà drammatica che ci incalza. Ma non sono un telespettatore passivo. Mentre seguo sul video il io catturo le immagini che più mi colpiscono, i messaggi provenienti dalla susseguirsi vertiginoso degli avvenimenti penso, rifletto, creo.

Viviamo nella civiltà dell'immagine, in una civiltà ottica, visiva, e io sono un figlio del mio tempo. Vivo nel presente, mi sento proiettato verso il futuro». «Io», aggiunge, «faccio questa cosa modesta di rubare fotogrammi al video e di coniugarvi le tendenze rappresentate dai miei colori e dai miei pensieri. Sono una specie di alchimista. Quanto alla televisione, preciso che essa non colpisce la mia fantasia, ma semplicemente il mio occhio. Anzi, è come un occhio artificiale che mi permette di veder meglio cosa sono gli uomini, cosa pensano, cosa fanno. E' uno strumento che loro stessi hanno creato per raccontarsi... Una volta credevo che fosse il cinema la cosa che somigliava di più agli uomini. Ecco perché ho spesso dipinto quadri le-

(32) L. Taiuti, *Corpi Sognanti. L'arte nell'epoca delle tecnologie digitali*, Feltrinelli, Milano 2001

gati tra loro come fotogrammi in una sequenza cinematografica. Ora penso che la televisione somigli agli uomini anche più del cinema» (34).

Figura 10



Figura 11



(33) www.fub.it/telma/autori

(34) *ibidem*



Figura 12

Dal 1970 prese di mira quindi il potere della televisione e degli altri mass media. Nei dipinti sulla televisione, le immagini erano poste in una cornice nera, come entro uno schermo televisivo, e presentavano la scarsa nitidezza e gli angoli arrotondati di quelle del tubo catodico; le tinte erano vistose ed esagerate, come se la manopola fosse stata girata al massimo, ma la pennellata rimaneva seducentemente pittorica.

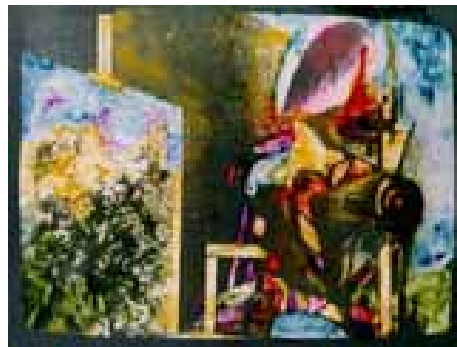


Figura 13

1.4.3 Utilizzo del computer per opere tradizionali: Cristiano Pintaldi e la “sua” televisione.

La pittura di Cristiano Pintaldi ribalta la celeberrima affermazione di Karl Popper sulla televisione come “cattiva maestra”; fuori dal manicheismo ideologico della generazione degli anni ‘60-‘70, la sua generazione mediatica (classe 1970) superando le distinzioni tra produzione artistica e comunicazione, guarda alla tecnologia con occhi disincantati e attenti, rivolti a quel potenziale emotivo e psicologico più o meno occulto ⁽³⁵⁾.

Pintaldi è interessato a quel flusso di immagini che escono dal televisore e proiettate sulla nostra esperienza rendono più labili i confini tra realtà vera e vita in diretta. Qual è dunque il confine tra realtà e finzione, tra la vita e il suo doppio televisivo? Ossessionato dal “Truman Show” dell’esistenza Pintaldi riversa sulla sua pittura “fotografica” tutti questi dubbi in un lungo e lento quanto originale procedimento che riporta paradossalmente le immagini rubate dalla televisione alla televisione.

Ed è proprio in questo lungo processo che la tecnologia gli va incontro; attraverso un computer collegato ad una macchina che stampa metri quadrati di griglia di plastica ottiene i pixel dentro i quali disegna. I suoi soggetti vengono prelevati dalle icone della tv: l’autore libera lo sguardo dalla costrizione del mezzo televisivo, decontestualizzando linguisticamente ciò che vediamo sul piccolo schermo per portare a termine un discorso anti-convenzionale sui mass media e sulla riproduzione

della realtà. Così tra le sue opere compaiono il volto del Papa, l'inquadratura di un film o di un telefilm e quella dell'attentato delle "torri gemelle" dell'11 settembre 2001 ⁽³⁶⁾.

Sostiene lo stesso Pintaldi : "La mia è soltanto un' alchimia: fermo un flusso costante. La realtà va avanti così come la televisione. L'apparente fermo immagine, dal quale traggo i miei soggetti, non è fermo, ma una proiezione continua della stessa immagine sullo schermo. Il quadro invece è fermo e sempre uguale a se stesso. Ecco perché lo considero la terza parte della realtà, una dimensione nuova" ⁽³⁷⁾.

1.4.4 Minimal Tv e Van Gogh Tv.

Nasce a Vinci (FI) nel 1996 dalla voglia di sperimentare i mezzi di comunicazione e dal desiderio di creare un contesto comunicativo nuovo, orizzontale. Gli artisti del gruppo Quinta Parete, tra cui Federico Bucalossi, Claudio Parrini, Giacomo Verde e Vanni Ciuffo, realizzatori del progetto attraverso una strumentazione tecnica molto semplice riescono a dare alle persone di una data località la possibilità di costruire la propria televisione, mettendo cioè in scena se stessi e la propria volontà

(35) www.omero.it/cutart/ritratto/Pintaldi.htm

(36) www.cultframe.com

di comunicare qualcosa.

La sperimentazione video veniva quindi associata ad una pratica teatrale scardinando il tradizionale modo di fare comunicazione tipico dei media generalisti e basato su delle regole codificate.

Un po' come avveniva per le sperimentazioni video a circuito chiuso dei videoartisti negli anni sessanta-settanta ma con la differenza che questa volta non sono gli artisti a manipolare i codici comunicativi ma la gente di determinate città, paesi, piazze ⁽³⁸⁾.

Le sue trasmissioni avvengono via cavo su di alcuni televisori messi in "strada" e lo scopo è proprio quello di dare la possibilità ad ognuno di crearsi la propria televisione.

Un altro esperimento collettivo è stato quello di "Piazza Virtuale" realizzato nel 1992 del gruppo Pigreca e Giacomo Verde in collaborazione con il gruppo Van Gogh TV di Amburgo.

Attraverso un collegamento satellitare venivano messe in contatto alcune piazze italiane con le piazze di Amburgo, Tokio, Mosca per far in modo che le persone che partecipavano al progetto potessero scambiare opinioni ed informazioni con individui di città lontane sfruttando così il medium televisivo per creare dialogo orizzontale e bidirezionale.

(37) *ibidem*

Per capire meglio è sufficiente la dichiarazione di Verde al convegno presso la sede Rai di Roma del maggio 1998: *“Qui il livello spettacolare non c’entra niente. Si tratta di un altro livello di comunicazione che non può essere compreso da chi ha la forma mentis della comunicazione monodirezionale. Non c’è niente da fare. Non so se voi frequentate la rete ed avete esperienza di comunicazione in rete. Vi renderete conto che l’essenza della comunicazione non è quella che siamo abituati a subire con la televisione, ma i parametri tradizionali di trasmissione del flusso comunicativo crollano e non hanno più senso: assumono importanza i paradigmi della comunicazione, della messa in relazione sensoriale, della condivisione dei retroscena comunicativi”* (39).

(38) *ibidem*

Capitolo 2

IL NUOVO PARADIGMA ESTETICO

2.1 Il sistema dell'arte tradizionale entra in crisi.

Dopo la seconda guerra mondiale, l'Europa cessa di essere il centro della cultura artistica mondiale. Molti artisti, a causa delle persecuzioni naziste, sono fuggiti in America e così New York, in poco tempo, diventa il nuovo centro del mondo dell'arte.

A cambiare, però, non è soltanto il fulcro geografico: la "crisi" Europea si ripercuote su tutto il sistema artistico. L'arte per il nuovo mondo è l'immediata creazione di fatti estetici e ciò comporta un diverso modo di rapportarsi alla realtà. Le novità apportate dall'America nella cultura artistica mondiale si possono riassumere in tre punti: 1) l'eliminazione di una categoria di "arte" in senso stretto; 2) la sostituzione del concetto di "finalità" dell'arte con quello di "esistenza" della cosa artistica; 3) la rinuncia delle tecniche tradizionali e l'utilizzo di qualsiasi tecnica capace di inserire l'arte nel circuito della comunicazione di massa ⁽⁴⁰⁾.

Un movimento simile, di rivolta radicale contro il mito dell'arte come espressione di spiritualità profonda, in realtà, era già avvenuto negli Stati Uniti fin dal 1915 con la sistematica dissacrazione di

(39) Dichiarazione di G.Verde, www.cultframe.com/verde

Duchamp che confluirà nel movimento *dadaista* Europeo.

Le difficoltà del rapporto tra arte e società, nate dopo la prima guerra, si sono accentuate dopo la seconda tanto di far parlare di “morte” dell’arte.

La guerra però, è solo uno degli aspetti di questa nuova società che si autodefinisce “dei consumi”.

L’artista è “rapito” dalle grandi industrie che non possono più fare a meno dei ricercatori e degli operatori estetici. Il settore della progettazione e quello delle relazioni col pubblico (pubblicità ecc.) non potrebbero esistere senza di lui.

Ma non tutti cedono al sistema tecnologico-industriale e sono disposti a rinunciare al ruolo dell’intellettuale.

Tutto questo ha portato a sperimentare nuove strade di ricerca che, seppur diverse, concordano su un punto: l’artista non deve più produrre opere d’arte nel senso tradizionale del termine, cioè degli oggetti a cui sia legato un plusvalore e che, di conseguenza, siano fruibili soltanto da un’élite ricca e potente.

In una società caratterizzata dai consumi, che mercifica tutto, la sola cosa che può fare il “nuovo artista” è quella di produrre immagini che non siano mercificabili e che, volontariamente, si sottraggano ai circuiti del consumo e del mercato.

(40) G. C. Argan, *L’arte moderna: dall’illuminismo ai movimenti contemporanei*, Sansoni, Firenze 1989

In questo senso la ricerca estetica deve troncare ogni rapporto con la produzione industriale, che fabbrica oggetti per il mercato.

Ciò non significa rompere i rapporti con la società anzi rivedere questa in modo critico.

Siamo di fronte alla fine dell'epoca dell'opera d'arte come oggetto di valore dal momento che è la società stessa a non identificare più il valore di un oggetto come patrimonio da conservare.

Artisti e critici, in linea di massima, concordano sul fatto che l'esperienza estetica deve essere accessibile all'intera comunità e per far questo si devono abbandonare le tecniche con cui si producevano le opere artistiche per adattarsi alle tecniche della produzione di massa.

Al centro dell'arte non ci sono più i quadri e le statue ma oggetti di uso quotidiano, fotografie, radio, televisione e video-tape. Nasce il desiderio, mediante la manipolazione e la sperimentazione individuale dei mass-media, di creare mezzi di comunicazione che non siano a direzione univoca ma che consentano la risposta e il discorso con il pubblico. Come accennato sopra, possiamo considerare Marcel Duchamp il primo artista che con le sue opere riesce a dare un forte contributo per una nuova definizione di estetica.

La caratteristica di Duchamp è l'aver inventato il *ready-made* ⁽⁴¹⁾.

Con questo termine, coniato dallo stesso artista, ci si riferisce ad opere realizzate con oggetti reali, non prodotti con finalità estetiche ma presentati come delle vere e proprie opere d'arte.

Il termine che in italiano significa approssimativamente “già fatti”, “già pronti” riesce a spiegare da solo l’idea che sta dietro.

Storicamente i “ready-made” nascono prima del movimento dadaista del quale Duchamp sarà uno dei principali esponenti.

La prima opera che nasce sotto questo nome, infatti, è la ruota di bicicletta del 1913, seguita nel 1917 dal più famoso fontana.

Queste opere diventano, nell’ambito dell’estetica dadaista, uno dei meccanismi di maggior dissacrazione dei concetti tradizionali di arte.

In pratica con i “ready-made” si rompe il concetto per cui l’arte era il prodotto di un’attività manuale coltivata e ben finalizzata. Opera d’arte poteva essere qualsiasi cosa: posizione che aveva la sua conseguenza che nulla è arte.

Duchamp per primo, aveva capito che l’arte non deve separarsi in modo altezzoso e snobbistico dalla vita reale ma confondersi con questa.

La vera opera dell’artista non consiste nella sua abilità manuale ma nelle idee che riesce a proporre.

In conclusione, abolendo qualsiasi significato o valore legato alla manualità dell’artista, questo, non è più colui che sa costruire delle cose con le proprie mani ma è colui che sa individuare e pro-

(41) B.Oliva, *L’arte fino al 2000*, Sansoni, Firenze 1990

porre nuovi significati alle cose, anche per quelle che già esistono e hanno un significato completamente differente.

Se poi dal concetto di artista passiamo a parlare di opera d'arte dobbiamo tener presente che per comprendere appieno il valore di questa dobbiamo considerare molteplici fattori tra i quali non è secondario quello tecnico.

Per centralizzare questo problema nell'ambito delle teorie e delle pratiche della tradizione artistica d'avanguardia del Novecento non si può che prendere in considerazione Benjamin. Nel famoso saggio del 1936 Benjamin attribuisce alla tecnica una funzione liberatoria, sostenendo che essa è in grado di mettere a disposizione delle masse un bagaglio di segni e manipolazioni potenzialmente forte e rivoluzionario.

La tecnica per Benjamin toglie l'opera dall'ambito del rituale, laicizzandola e politicizzandola (42).

In altre parole, la tecnica è vista non solo come riproduzione ma anche come produzione d'opere d'arte figurative.

Al tempo gli esempi più evidenti di questo erano il cinema e la fotografia come nuovo approccio creativo.

Benjamin affermava che con la fotografia la mano del pittore non perde la sua destrezza artigianale anche se viene, per così dire, alleggerita da incombenze artistiche. E' l'occhio del fotografo, invece, curiosando dentro l'obiettivo, a spostare altrove la riproduzione figurativa. D'altra parte però, va ricordato, Benjamin etichettava lo sviluppo delle

nuove tecnologie con una valenza negativa, ovvero esse non erano in grado di mantenere l'*hic et nunc*.

L'*hic et nunc* dell'opera originale rappresentano il concetto dell'autenticità di un prodotto, l'autorità della cosa, l'aura. Con la riproducibilità tecnica dell'opera d'arte si emancipa per la prima volta l'opera stessa nel senso che al posto della sua tipica fondazione nel rituale d'ora in poi le fondamenta saranno nella politica.

Tutto questo non può che indurci a pensare che la riproducibilità tecnica dell'opera d'arte modifica come prima cosa il rapporto che le masse hanno con l'arte. Altri studi sono stati poi fatti nel corso degli anni ottanta da Mario Costa che, attratto dall'irruzione delle neo-tecnologie comunicazionali nella società del tempo, iniziò ad interrogarsi sulle possibilità estetiche da esse aperte e sul senso che esse fanno assumere all'operare degli artisti.

Caratteristica di questi anni è il vacillare e, a volte, lo scomparire di quelle che fino a questo momento erano state le distinzioni fondamentali dei ruoli in campo artistico. Non ci sono più autori, registi, tecnici ma artisti che sono tutto questo insieme ⁽⁴³⁾. In altre parole ci troviamo in un periodo in cui l'arte radiofonica, la videoarte, la computerart hanno preso il sopravvento sull'arte tradizionale e la stanno rivoluzionando.

(42) W. Benjamin, *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*:

Anche il ruolo dell'artista è profondamente cambiato in seguito alle diverse possibilità offerte dalla tecnologia. La funzione predominante non è quella di esprimersi o di dar forma al mondo dei significati umani, ma quella di creare dei dispositivi comunicazionali nei quali quella dimensione dell'ultraumano diventi consapevole di sé e si sveli sensibilmente.

Ciò che si verifica all'interno della sfera dell'estetico è un oltrepassamento della dimensione della artisticità nella direzione di quello che Costa indica come *sublime tecnologico*.

Il ricercatore estetico che opera con le nuove tecnologie non mantiene in alcun modo il vecchio connotato dell' "artista": egli non si esprime, non si serve di un linguaggio, non è attento alla qualità estetica delle forme, non ci parla del significato...egli invece progetta e mette in opera, per la prima volta nella storia dell'uomo, dei dispositivi tecnologici tali da produrre il sublime e da offrirlo alla riflessione contemplante.

Ma qual' è il lavoro di questi artisti che vengono ormai comunemente indicati come "artisti della comunicazione"? E quali sono i principi fondamentali di questa "estetica della comunicazione"?

Con "artisti della comunicazione" ci si riferisce a quella categoria di artisti che negli anni 90 utilizzano i nuovi strumenti della comunicazione (telefono,

(43) M. Costa, *Il sublime tecnologico*, Edisud, Salerno 1990

televisione, reti telematiche, satelliti, ecc.) per rendere manifesta una nuova sensibilità e provocare esperienze estetiche di nuovo tipo sia per indicare tutto un complesso di coordinate antropologiche in base alle quali prepararsi al futuro.

Estetica della comunicazione, quindi, come presagio di una nuova epoca dello spirito fondata su un inedita e straordinaria combinazione di arte e tecno-scienza. In altre parole un'estetica di eventi, che sottratti alla "forma" si presentano come flusso spazio-temporale o processo interattivo e vivente.

Un modo nuovo di percepire la nozione di evento, non più realizzato "hic et nunc" ma illimitatamente espansibile nello spazio-tempo. L'evento visto come attivazione di un circuito in cui ciò che interessa non è tanto il contenuto che viene scambiato ma la rete e le condizioni funzionali dello scambio; ogni evento è anche un esercizio di meta-comunicazione.

Ma è anche, soprattutto, un modo nuovo offerto alle istituzioni e al "mercato dell'arte" di produzione e consumo della sublimità.

Qui la sublimità viene messa in opera da dispositivi di telecomunicazione che catturano l'assolutamente grande della natura e lo restituiscono nei modi di una fruizione socializzata e controllata, oppure sostituiscono all'assolutamente grande della natura la grandezza assoluta della loro essenza dandola a vedere come un nuovo prodotto dello spirito.

Possiamo ritrovare numerosi esempi di questa forma del sublime nelle opere degli artisti della co-

municazione.

MIT Mitropoulos realizzò un progetto di scambi via satellite di immagini elettroniche del tramonto del sole tra varie capitali del nostro paese; Stephan Barron, con un sistema di video-conferenza tra Parigi e Toronto rese visibile la distanza tra le due città facendola apparire come una “mise-en-abime” di un'immagine che si riproduce all'infinito lungo il dispositivo transcontinentale; Kit Galloway realizzò via satellite una interazione fra i corpi di tre ballerini sottraendoli allo spazio reale e immettendoli nello spazio virtuale della rete ⁽⁴⁴⁾.

Gli artisti sono insomma posti di fronte ad un compito sostanzialmente nuovo: non si tratta ancora di esprimere una soggettività che non interessa più a nessuno, ma di realizzare il sublime tecnologico, di lavorare a quella fruizione socializzata e controllata del sublime che le nuove tecnologie hanno reso possibile.

2.2 Arte della comunicazione.

Definire in modo univoco le ragioni estetiche di un processo di comunicazione non è sicuramente cosa semplice.

Ogni artefatto creato dall'uomo, compresa l'opera d'arte, instaura con chi ne fruisce una rete di relazioni e allo stesso tempo è testimone della cultura dalla quale proviene. Un dipinto, una scultura, un'installazione, attivano con l'osservatore un processo di comunicazione e molto spesso di interazione, di influenza reciproca.

E' tuttavia con l'avvento delle tecnologie della comunicazione a distanza (radio, televisione, telematica) che questa reciprocità trova modo di espandere, non solo a livello spaziale, le relazioni fra opera e osservatore e, a volte, può arrivare a confondere i ruoli istituzionali di "emittente" e di "ricevente" dell'informazione. In questo modo l'opera diventa sempre più immateriale, dissolvendo la propria oggettività in un intrico di relazioni, di processi di comunicazione multimediale, diventando sempre più evento ⁽⁴⁵⁾.

Gli strumenti tecnologici, poi, sono utilizzati in sinergia con i mezzi di comunicazione di massa, in modo da poter intervenire qualitativamente sui linguaggi.

Il punto centrale è che al processo di massificazione generalmente determinato dai mezzi di comunicazione e di informazione è necessario rispondere opponendo all'unidirezionalità tipica mass-mediale, una sorta di democrazia partecipativa che consente di intervenire all'interno dei processi di comunicazione, sia destrutturandoli, sia producendo materiali alternativi, sia instaurando la possibilità di una partecipazione allargata ai processi, di un dialogo a due sensi, di una risposta paritetica da parte del fruitore ⁽⁴⁶⁾.

Ed è proprio in seguito a questa impostazione

(44) ibidem, p 48

che Ponton Medias realizzò una stazione televisiva mobile in grado di produrre e trasmettere programmi audiovisivi via etere, cavo, satellite in grado di irradiare per l'Europa il canale televisivo Van Gogh TV. Una stazione indipendente, finanziata da un progetto CEE, che con le proprie strutture si reca presso l'evento (in genere di carattere culturale, come mostre, convegni, corsi universitari, spettacoli...), dando voce sia ai protagonisti sia al pubblico.

Ci troviamo di fronte ad una televisione partecipativa che a differenza dei grandi network commerciali si fa coinvolgere dall'evento prendendo posizione ed intervenendo direttamente al suo svolgimento.

Si tratta di manifestazioni processuali aperte, interattive, la cui dimensione performativa si attua nel segno dell'evento. Un'altra caratteristica di quest'arte della comunicazione è la posizione di rilievo di cui è investita la figura dello *user*, del soggetto fruitore, cui è richiesta una partecipazione attiva. Il fruitore non è più soltanto destinatario, ma anche collaboratore e in certi casi emittente di quel processo comunicativo che si viene a creare con l'opera.

Alla fine degli anni ottanta nasce un movimento, chiamato medialismo, all'interno del quale ci sono

(45) P.L. Cappucci, *Realtà del virtuale: rappresentazioni tecnologiche, comunicazione, arte, Web, Bologna 1993*

artisti che lavorano sulle più svariate tecniche espressive, dalla letteratura alla pittura. Nel corso degli anni questo movimento cresce e si modifica tanto da poter parlare di primo e secondo medialismo.

Il primo medialismo era legato al fatto che si potesse lavorare all'interno dei media, senza poter farne a meno, utilizzandoli nella loro complessità e vastità senza però togliere a nessuna tecnica la sua capacità comunicativa ed espressiva rimanendo pur sempre nei settori specifici del sistema delle comunicazioni di massa.

Nel secondo medialismo possiamo ritrovare una differenza fondamentale rispetto al primo periodo legata al concetto di artista. Rispetto alla prima fase, la figura dell'artista pian piano si adombra fino a sparire del tutto e, al suo posto, rimangono i media.

Il Medialismo rappresenta una forma di consapevole trasferimento e dissoluzione del concetto di arte nell'azione comunicativa più generale.

Adottando come forma di lavoro un modello in progress si può arrivare ad affermare che oggi non esiste più la pittura, la scultura, la grafica ma che ci troviamo di fronte ad un'economia mediale dell'immagine, ovvero al mondo della comunicazione allargata.

(46) *ibidem*, p 124

Oggi tutti hanno il bisogno di comunicare e sempre più spesso si sente parlare di networking come forma autorganizzata di comunicazione.

In questi ultimi anni poi, lo sviluppo delle televisioni di quartiere e il loro lento ma determinato sostituirsi all'impianto generalista non può passare inosservato perchè indice di forti cambiamenti nel mondo dell'arte e della comunicazione.

2.3 Arte come fantascienza.

Buona parte dell'arte può essere considerata fantascienza, nella misura in cui prospetta e realizza mondi possibili, virtuali, con una propria necessità e logica interna. Tuttavia è con l'arte tecnologica che le connessioni appaiono più rilevanti, in particolare quando essa si interroga sulle problematiche contemporanee inerenti all'impiego delle tecnologie e al loro impatto sociale, quando utilizza questi strumenti, nati per altri scopi, in maniera originale. Non è sicuramente un caso che queste sperimentazioni siano particolarmente interessate al settore delle telecomunicazioni, alla sua vocazione sociale, di massa, ai suoi aspetti totalizzanti e condizionanti e che il loro operare consista sovente in una critica radicale, espressa tuttavia non con un rifiuto delle tecnologie o dei media in se stessi ma tramite un'appropriazione ed un impiego completamente diversi di questi.

Molte e diverse sono state le esperienze in questo campo ma tutte hanno avuto un elemento in comune: quello di utilizzare i media come strumen-

ti di aggregazione, di contropotere, creando e gestendo situazioni alternative che privilegiano la qualità della comunicazione, che consentono la biunivocità e lo scambio paritetico oltre che la reciprocità dando così al fruitore la possibilità di intervento, di risposta, di creazione.

Come è facile intuire le tecnologie hanno mutato profondamente i tradizionali concetti di "artista", di "opera d'arte" e di "osservatore". L'artista tecnologico, privato del gesto fisico demiurgico e creatore, privato della manualità e della materia da cui trarre l'opera, da produttore di artefatti oggettuali tende a trasformarsi in attivatore di processi di comunicazione estetica. In questo modo la pratica propriamente artistica diviene in buona parte mentale; non si organizzano materiali ma informazioni.

E' su questa linea che operano le tv di quartiere. Scoraggiati dal fatto che non ci possa più essere una rappresentazione pura e semplice della realtà, puntano tutto su una buona informazione (47).

Come prima cosa però, si chiedono se esiste una coscienza o uno spazio dove le informazioni riescono ad essere recepite in forma corretta.

Secondo molti di loro infatti non basta informare perchè è assente una struttura solida capace di rendere le notizie comprensibili. Ci troviamo nell'epoca della disinformazione. Come si può risolvere questo problema? Iniziando a costruire proprio questo spazio e questa coscienza vacillante.

La televisione di strada è per questo vista sia come un servizio alternativo al sistema sia vera sperimentazione.

Non essendo dirette ad un target definito sono libere di creare quello che vogliono. E' così che si spiega quella grande risposta di giovani registi, studenti, giornalisti che ripongono grande speranza nella figura del "comunicatore". Non è importante il numero degli utenti raggiunti ma il modo in cui questi sono raggiunti. Fare una buona informazione è il fine ultimo di questi nuovi mediattivisti.

In questo senso l'opera non è più un oggetto finito ma qualcosa in continua evoluzione, un work in progress.

2.4 Per una definizione di arte.

Che cosa si intende quando si usa la parola "arte"? Nella cultura contemporanea è difficile definire questo termine in quanto denota uno scenario fenomenologico piuttosto articolato e per molti versi ambiguo. Inoltre l'utilizzo di questa parola è spesso inflazionato, riferito com'è ad ambiti e a modi di rappresentazione molto diversi: oltre alle arti "canonizzate" e storicizzate (pittura, scultura, architettura...) e tali ormai per antonomasia si parla di "arte" in relazione alla fotografia, al cinema, alla pubblicità. Il termine compare inoltre, nell'accezione di "artificio", per la produzione artigianale e ornamentale in ceramica e oreficeria. E ancora,

(47) *ibidem*, p 140

arte come talento, progettualità, mestiere, senza dimenticare arte come discorso funzionale, ergonomico, comunicativo, distante quindi dalla concezione, non ancora del tutto tramontata, secondo la quale, “come regola, una cosa che diventa utile cessa di essere bella”.

L'arte tecnologica comprende quei tipi di rappresentazione che impiegano le tecnologie come mezzo espressivo e la loro presenza trasforma l'occorrenza propriamente artistica in “comunicazione estetica” da intendersi come valorizzazione degli aspetti progettuali, funzionali, comunicativi dell'opera.

Nella cultura occidentale, l'avvento, lo sviluppo e l'impiego a tutto campo delle nuove tecnologie ha posto sul tappeto una serie di questioni legate all'artificiale e alla sua definizione, alla sua ambigua relazione con quello che si vuole chiamare naturale.

Su queste tematiche l'arte che fa uso delle nuove tecnologie, ma forse tutta l'arte, compie una riflessione approfondita.

Nei primi anni Settanta alcuni critici d'arte parlavano di “dematerializzazione dell'oggetto artistico”.

Questa dimensione è pienamente riscontrabile nello scenario dell'arte contemporanea ed è particolarmente evidente nell'arte che impiega tecnologie e nuovi materiali, che privilegia la virtualità sull'oggetto, la fruizione dell'opera, il dinamismo processuale nei confronti della staticità.

2.5 La figura dell'artista in rapporto alla tecnologia.

Come prima cosa bisogna chiedersi se è ancora pensabile e in che termini l'integrazione dell'artista nell'apparato mediale, cioè se ancora esista la possibilità reale di lavorare in sinergia con lo sviluppo tecnologico, potendo cioè usufruire di tutto quello straordinario potenziale comunicativo utilizzato parzialmente da una gestione sociale tecnocratica e massificata.

Per rispondere a questa domanda si potrebbe partire da un'affermazione assolutamente negativa, ma molto produttiva, che è quella classica di Adorno dei saggi dei primi anni '40. Dalla "Introduzione alla musica per film" che è del 1944, e dal capitolo sull'industria culturale (del 1945-47) della "Dialettica dell'Illuminismo" ⁽⁴⁸⁾. Adorno sostiene che l'unica vera opera d'arte totale non è, romanticamente, l'opera d'arte ipotizzata da Wagner ma che l'unica opera veramente d'arte totale è il sistema dell'industria culturale di massa che lui chiama "barbarico".

Tutto questo mi sembra comunque produttivo perché fondamentalmente vero. Tra l'altro, in questa notazione di Adorno c'è una anticipazione di almeno 15 anni della stessa tesi del "medium come messaggio" che sarà poi sintetizzata da McLuhan nel libro "Gli strumenti del comunicare". Il senso di onnipotenza che la radio può indurre: una specie di surrogato dello "spirito divino", la simultaneità televisiva che oggi viene esaltata e intreccia-

ta con la simultaneità telematica... tutto questo, in realtà, totalizza le percezioni e le forme anche dell'espressione.

Bisogna anche dire che in questi saggi degli anni '40 di Adorno, e in quelli successivi sulla televisione, del 1952-53, c'è questa visione negativa del rapporto tra arte, linguaggi e tecnologia in funzione di una esaltazione dell'industria in quanto tale, che ne esce sempre vincente, perché anche un'opera d'arte realizzata con le tecnologie più avanzate e nella maniera più creativa, come un film di Chaplin o di Ejzenstejn, che sono gli esempi che Adorno faceva all'epoca, in realtà, per il fatto stesso di venir presentata in un sistema di comunicazione di massa costruito con regole industriali, porta acqua al mulino dell'industria culturale si definisce quella fetta di pubblico che viene catturato dall'industria culturale diversamente dal pubblico delle casalinghe con la Soap opera, ma in realtà è pur sempre un pubblico che vive le stesse condizioni di alienazione, di reificazione dell'estraniamento ecc., che l'industria culturale coltiva con scientifica maniacalità.

Nonostante questa visione negativa però è vero che Adorno lascia aperte delle possibilità e, in particolare, nei saggi sulla televisione, tra il '52 e il '54, nei quali parla di cose che poi si verificheranno

nel sistema televisivo vent'anni dopo (la confusione tra reale e immaginario, l'interpretazione puramente evasiva e non psicanalitica del sogno, e molte altre importanti osservazioni), anche lì, dunque, in saggi che criticano nella maniera più dura e più radicale il sistema televisivo e le forme di attrazione della televisione, Adorno parla non tanto delle possibilità della tecnica, quanto del "miracolo" della televisione. E il fatto di usare un sostantivo come "miracolo" lascia intendere una possibilità creativa ed espressiva che va al di là delle formalizzazioni industriali nelle quali il sistema televisivo e mediale si è sostanziato.

In fondo è lo stesso atteggiamento di Baudelaire quando nel 1959 parla della fotografia. Ad essere criticata non è tanto la fotografia ma l'uso piccolo-borghese e già industriale della fotografia di Daguerre. Adorno, infatti, nel capitolo sull'industria culturale, parla della totalità. Questi fenomeni, possono essere affrontati esclusivamente se li consideriamo nel loro insieme, come parte di un tutto. È la totalità che ci importa. Ne deriva che per affrontare questi problemi non basta la psicoanalisi, non basta la sociologia, non basta l'antropologia, non basta la psicologia della percezione... bisognerebbe fare lo sforzo di lavorare su questo insieme per affrontare anche il singolo fenomeno e la singola opera. Da qui, poi, René Berger, con altre matrici culturali, arriva però alla stessa conclusione: non è neanche l'interdisciplinarietà come metodo quello che ci serve, ma è la "transdisciplinarietà". E addirittura Berger parla oggi di "oltredisciplinarietà",

che è qualche cosa di ancora più profondo e complesso. Quindi, diciamo, la possibilità dell'arte di lavorare per creare degli anticorpi, o come sosteneva Enzensberger, riprendendo una delle riflessioni classiche della storia dell'arte delle avanguardie, la possibilità non solo di umanizzare le tecnologie, ma d'intendere l'arte, anche nell'epoca dell'industria culturale e delle tecnologie avanzate, come uno strumento di conoscenza e autoconoscenza. E non solo di rappresentazione, di evasione, di ornamento, di decorazione, di "entertainment", dipende da uno sforzo, che la cultura di fine Novecento non sta facendo fino in fondo, di afferrare la totalità. Altrimenti ci si ferma sull'analisi della singola opera o del singolo artista o del singolo fenomeno. Ha ragione allora Enzensberger, che è il più radicale allievo del pessimismo critico di Adorno: si lavora sempre in un puro nulla.

2.6 La non soggettività dell'artista nell'epoca della rete.

Questo punto, secondo me, oggi, alla fine probabile dell'epoca televisiva classica, alla fine dell'epoca delle arti elettroniche classiche, alla fine dell'epoca classica dei media così come li conosciamo, nell'epoca del cibernazio che sta nascendo, è un problema fondamentale. Il problema, secondo me, è decisamente legato alle qualità specifiche di queste tecnologie. Questo perché fino al video, cioè intrecci complessi tra arti e linguaggi di antica

e millenaria tradizione e altri linguaggi tecnologicamente avanzati, legati al moderno, era evidente che il montaggio dei fotogrammi, così come dei colori o degli oggetti fra di loro, segnava la soggettività forte di un soggetto che noi chiamiamo artista. Definiva cioè una sua poetica in quanto interpretazione soggettiva di una serie di linguaggi comuni, legati al mondo dell'arte e dei linguaggi espressivi. Sembra evidente che da adesso e forse per tutto il prossimo millennio, se il medium potenzialmente dominante sarà davvero la rete telematica, al di là della retorica sull'interattività, la virtualità, la connettività ecc., è molto probabile che il segno individuale della soggettività artistica come momento di rappresentazione del mondo dell'autore in una singola opera tenderà a dissolversi. Non solo perché su Internet è tecnicamente impossibile mantenere la firma su una determinata opera, ma anche perché, al di là di quello che può accadere in Internet, potrebbe nascere come McLuhan ma anche Adorno e gli studiosi dei media ci hanno insegnato, un modo di pensare collettivo che anche senza l'uso di quelle tecnologie determinerà, di riflesso su altri linguaggi o altre tecnologie... per paradosso: anche nella pittura e nella scultura, un modo di fare simile a quello che si è diffuso all'interno della rete telematica. Se con questa innovazione tecnologica, e l'eco che ne risulterà sull'intero contesto, noi non stiamo entrando in un'epoca in cui la singola opera, anche la più avanzata dal punto di vista interdisciplinare e multimediale, non abbia più molto senso. Mentre cominciano ad ave-

re decisamente senso le firme sui progetti delle opere, dentro i quali ciascuno può inserirsi con la propria soggettività o con il suo contributo individuale. Ovvero, la nuova opera d'arte potrebbe essere, tendenzialmente, un progetto firmato da qualcuno, da un singolo o da un gruppo, anche con una forte identità progettuale, ma senza identificarsi in un singolo lavoro. In altri termini, diventa qualche cosa che gira nella rete e che si viene a costruire con gli apporti di tutti gli altri. E qui, però, si potrebbe forse riconoscere ancora una paternità iniziale. Questo è un punto importante perché tutta la polemica in atto, che chiaramente porta acqua soltanto al mulino dell'industria culturale e dell'apparato tecnologico, circa l'arte fatta sulla rete, è legata a questo punto. Ossia, l'arte sulla rete non esiste perché non ha senso firmare un'opera fatta esclusivamente per la rete. Gli artisti che stanno lavorando sulla rete, purtroppo sono ancora dentro questa visione soggettivistica di matrice non so se settecentesca, ottocentesca o ancora precedente, comunque tendono a firmare le loro opere sul Web come se firmassero un video, un film o una scultura. E pochissimi sono coloro che hanno compreso l'idea che occorre un progetto. Parlo di quel possibile uso simultaneo e a buon mercato di molti strumenti che ora sembra rendere alla portata di tutti, una sorta di arte multimediale da camera o di "opera totale" intesa però come hobby domestico. Ma cosa succede oggi con l'uso del computer? Il computer non è certo un violinista in carne ed ossa intento a seguire le note di uno spartito per trasfor-

marle in suoni concreti, ma è una macchina che esegue in modo sempre identico dei comandi in base ad un programma memorizzato. Allora, tendenzialmente, avremo sempre più queste "figure tuttofare" in cui la preparazione tecnica tenderà ad essere prevalente rispetto ad altre considerazioni riguardanti l'aspetto artistico e umanistico (49). Verrà ridotto il livello di approfondimento culturale di tutte le conseguenze sul piano espressivo dell'uso appropriato dei diversi linguaggi, ad esempio della sceneggiatura, del montaggio, della regia, della coreografia, della scenografia, della fotografia, della colonna sonora... tutti aspetti che nella grande dimensione cinematografica erano ben distinguibili e legati a specifiche competenze professionali. La facilità con cui è possibile, adottando un medesimo sistema operativo, utilizzare nello stesso tempo sia programmi grafici che strumenti per l'elaborazione del suono, oppure prelevare immagini e brani musicali da Internet, per poi manipolare in infiniti modi questi materiali... insomma, tutto ciò crea un'illusione di onnipotenza che però coincide spesso con un grande isolamento dei singoli operatori. Nietzsche lo dice chiaramente: l'artista è un po' il primo passo di questo processo, ma poi quello che subentra è appunto la grande organizzazione. Per cui può giungere alla seguente immagine dell'opera totale: "Il mondo come opera d'arte che partorisce se stessa". Oggi che si parla tanto di globalizzazione, c'è da chiedersi se questo modo d'intendere la totalità non sia altro, in fondo, che la versione più aggiornata della visione "moderna" del

mondo. Una visione, cioè, dischiusa da quegli stessi presupposti "metafisici" che hanno aperto lo spazio al dominio incondizionato della tecnica. Uno scenario epocale che l'arte e la filosofia hanno prefigurato da tempo nei suoi tratti essenziali. Questo contesto ha indotto molti pensatori ad inoltrarsi nel vicolo cieco di una riflessione sulla categoria della tecnica che tende a interpretarla come l'ultimo "assoluto". McLuhan introduce la nozione di "controambiente": se i media, più che docili strumenti a nostra disposizione, tendono a definire le stesse coordinate ambientali entro cui si svolge la nostra esistenza, c'è il rischio che la nostra attenzione rivolta agli oggetti ci faccia perdere di vista la totalità che ci avvolge. Come facciamo allora ad uscire dalle nostre abitudini e a percepire con uno sguardo rinnovato l'ambiente in cui siamo? Abbiamo bisogno di un termine di confronto. Di qui il compito che McLuhan assegna all'arte: configurare un "controambiente" per cogliere l'ambiente come tale. E credo ancora, in qualche misura, in una funzione dell'arte che riguarda in primo luogo un "disvelare" oltre che un costruire.

Non si tratta tanto di prefigurare il futuro, quanto di comprendere il presente, il processo di cambiamento in atto.

(49) G. Perretta, *art.comm. Collettivi, reti, gruppi diffusi, comunità acefale nella pratica dell'arte: oltre la soggettività singolare*, Cooper, Roma 2002

2.6.1 La televisione.

Tra le grandi profezie possiamo qui citare quella di Rudolf Arnheim, il quale nel '35 scrive un saggio sulla televisione, "Vedere lontano", che finisce proprio con questa immagine (un'immagine, poetica, letteraria, molto poco scientifica ma assolutamente profonda e vera), che è quella dell' uomo isolato davanti al suo schermo televisivo. Il telespettatore, in realtà, è solo davanti allo schermo e non ha più alcun rapporto prossemico, fisico, corporale con nessun altro elemento che non sia quell'immagine che Arnheim ovviamente non chiamava virtuale ma che in fondo lo era già. Nel 1935, quando descrive questa immagine, la televisione era appena un esperimento scientifico. Ed essa vale, più ancora che per la televisione (così come si è storicamente realizzata) per l'uomo solo davanti al monitor di un computer, che a rigore non è più un «monitor»: non è più lo strumento in grado di guidarlo, come si ricava dall'eco della parola latina, ma è uno strumento in grado di farlo perdere. Oppure di farlo ripiombare in se stesso senza autocoscienza. Questo è importante ribadirlo al di là delle ideologie apocalittiche sulla tecnica o sull'arte. Forse, e questo già lo spiega Einstein, Oppenheimer, ma anche gli artisti, lo stesso Nam June Paik l'ha detto: le tecnologie, ma più che altro le possibilità che si dischiudono per noi nell'uso delle tecnologie, sono troppo più avanzate rispetto alla nostra coscienza o alla nostra consapevolezza (50).

2.6.2 Il mercato.

L'arte legata alle nuove tecnologie, lo spirito di quest'arte, è profondamente, sostanzialmente fuori da una logica mercantile. Quando prima parlavamo di una configurazione dell'opera d'arte significa che l'opera deve uscire fuori, di fatto, dalla sua veste oggettuale e rientrare, diciamo, nella sua verità di processo. La storia dell'arte fino ad oggi è stata una storia estremamente mirata a consolidare un sistema di fatto, cioè una produzione di oggetti a livello mercantile, mentre l'uso corretto delle nuove tecnologie ci pone di fronte ad uno svelamento di fatto, ad una verità sostanziale. All'essenza vera dell'arte, alla sua profonda, sostanziale, straordinaria essenza legata all'immaterialità: alla sua valenza come processo, come crescita, come consapevolezza e conoscenza. Si deduce che evidenziare e sottolineare tutto ciò, ripeto, significa minare alle basi il sistema dell'arte, la produzione mercantile e i ruoli a lei connessi. Infatti il problema non è il mercato: è la fruibilità del prodotto artistico. Ovvero, che possa non esserci più un così forte condizionamento mercantile di tipo tradizionale, cioè che non sia il mercato a condizionare e determinare le sorti dell'arte, ma che possa avvenire il contrario, rompendo la catena del sistema e riportando il discorso non più sui prezzi ma sui valori. Come cambia la nozione di arte deve cambiare anche il mercato... nel momento in cui noi usiamo la nozione di "sistema dell'arte", abbiamo già introiettato una qualche forma di consapevolezza

“sistemica” che fa capo proprio all'idea della rete. Di conseguenza, l'artista, il critico, il gallerista, il direttore di museo ecc., sono tutti elementi essenziali di quei "giochi linguistici" e di quella pragmatica relazionale su cui si basa la sopravvivenza stessa dell'arte contemporanea. In qualche modo, tutti questi soggetti sono considerabili come i co-autori di un'unica grande opera che è appunto il sistema stesso. Occorre aggiungere, naturalmente, che oggi esiste anche un ulteriore fattore da tener in conto: il potenziale ruolo attivo da parte di un pubblico ben più vasto rispetto a quello dei tradizionali circuiti elitari delle avanguardie. Si tratta ora, forse, solo di rendere più esplicita questa condizione... Che potrebbe produrre proprio una rinnovata esistenza dell'arte stessa, in un certo senso, un'arte che si riprenda una sua funzione "vitale", nella coscienza dei suoi limiti storici, ontologici ed epocali, con una capacità rinnovata di perdersi nella realtà, sparire per poi riemergere sotto altre spoglie e, magari sotto un'altra identità, tremendamente umana e tutta da riconfigurare. Certo per chi ha coraggio ed è pronto a mettersi in gioco, un compito a dir poco stimolante.

(50) V.Fagone, *L'immagine video. Arti visuali e nuovi media elettronici*, Fel-

Capitolo 3

AVANGUARDIA E SPERIMENTAZIONE COMUNICATIVA

Che cos'è il mediattivismo?

3.1.1 Il rapporto tra tecnologie della comunicazione e movimenti sociali

I movimenti sociali nascono sempre in stretto rapporto con le disponibilità tecniche e materiali che rendono possibile una comunicazione più larga possibile e soprattutto più convincente possibile. Oggi il testo non ha più sulla maggioranza l'effetto dirompente che poteva avere nel 1500, l'immagine ai giorni nostri ne ha preso il posto.

Avere una telecamera è oggi alla portata di tutti ma non era sicuramente così trenta anni fa quando questo privilegio era dei professionisti o di chi aveva grandi disponibilità finanziarie.

Negli anni settanta è successa la stessa cosa con altre apparecchiature: l'offset e il trasmettitore radiofonico.

Naturalmente non si ha bisogno solamente di apparecchiature tecniche; si deve in qualche modo creare informazione.

Tradizionalmente la storia dei movimenti del '900 aveva ereditato l'idea secondo cui c'è una verità da disgelare, da contrapporre alla menzogna.

Oggi la questione è leggermente diversa e il punto non è tanto quello di moltiplicare verità a menzogna, quanto quello di moltiplicare i mondi di verità.

3.1.2 La nuova comunicazione indipendente: un po' di storia.

Il potere che può avere l'opinione pubblica e la funzione strategica che possono avere i media sono problematiche più attuali che mai, ma già alla fine del XVIII secolo questi temi erano oggetto di discussione.

A parlarne, nel 1780, fu l'illuminista napoletano Gaetano Filangieri ⁽⁵¹⁾.

Secondo Filangieri, la libertà di stampa non deve essere trascurata dal legislatore, ma codificata e protetta in quanto è la stessa giustizia ad esigerlo.

Secondo il suo ragionamento, infatti, esiste un diritto essenziale, comune a tutti, che non può essere né soppresso né ceduto in quanto dipende dallo stesso dovere, che ognuno ha, di contribuire al bene della società al quale appartiene: è il diritto di manifestare le proprie idee, quelle che si pensa possano far accrescere il bene o eliminare il male sociale.

Queste idee di intransigente difesa della libertà di stampa verranno riprese da Thomas Jefferson, presidente degli Stati Uniti dal 1801 al 1809 e furono alla base dell'etica e della metodologia di giornalisti come l'americano Joseph Pulitzer (1847-1911) ⁽⁵²⁾.

L'idea che la società si possa trasformare creando l'opinione pubblica ha generato, da una parte, l'esigenza di controllo sui mass media, dall'altra, sta aprendo, nell'era di internet, una nuova pagina per la strategia di cambiamento non violento della

società, quella del “mediattivismo”.

Questo è un termine nuovo che, negli ultimi anni, si è inserito nell’uso comune degli italiani.

Mediattivismo, parola in realtà di origine anglosassone, è un termine utilizzato per indicare la nascita di una nuova figura sociale.

Il media attivista è la nuova figura dell’operatore, a metà tra il militante e l’artista, il cittadino impegnato a sperimentare, spesso nel proprio tessuto urbano, forme di autogestione della comunicazione.

All’interno del fenomeno possiamo riscontrare tre diverse tendenze: la prima, politica, si contraddistingue in quanto forma di autogestione dei media e con il fine manifesto di combattere i monopoli. Rientrano in questo primo sottogruppo i cosiddetti media di movimento e “indipendenti”, i media comunitari ed il fenomeno del *mediawatch*.

La seconda tendenza è quella ludica: il media è visto come una macchina da smontare e rimontare, una sorta di giocattolo per operatori impegnati nella scena mediattivista.

Terza ed ultima tendenza è quella della creatività che consente, attraverso l’uso di nuovi modelli per la comunicazione, la creazione di un immaginario collettivo (53).

Quando si parla di media attivismo si deve tener

(51) nel libro “scienza della legislazione” 1780-1785

(52) Vedi http://italy.peacelink.org/cybercultura/articles/art_2195.html

ben presente due aspetti che sono fondamentali per la comprensione di tutto il sistema.

Il primo riguarda la questione della “comunicazione” ovvero il fatto che questo problema è ormai entrato nella sensibilità di tutta la società globale, il secondo aspetto ruota intorno alla libertà di comunicazione e alla sua negazione ovvero i monopoli.

Il controllo da parte di pochi del sistema mediatico non poteva non far nascere dalla società stessa, come risposta al problema, centinaia di progetti di comunicazione indipendente.

Media attivismo però, non è l'unico nuovo termine che è nato intorno a questo fenomeno.

Oggi si parla sempre più spesso di termini come “hacktivismo” e “artivismo”: il primo rappresenta l'hacking ma con delle finalità politiche e sociali, il secondo invece fa dell'arte uno strumento di lotta o analisi sociale.

Alla base di tutto, quindi, quell'atteggiamento “attivista” che caratterizza sia i settori specifici della comunicazione sia quelli culturali e della vita sociale.

Il media attivismo, in altre parole, va visto come un fenomeno sociale e politico ma soprattutto rappresenta un “laboratorio di innovazione e sperimentazione di media e modelli sociali che vedremo sorgere appieno nella società del futuro” (54).

Fare i media, nel senso di partecipazione attiva, può essere vista come metafora, modello, rispecchiamento del fare società.

Questo perché i media non sono semplici mezzi di comunicazione ma campo delle battaglie politiche, teatro dell'immaginario collettivo, specchio della struttura e della costruzione sociale.

Molto importante è poi questo nuovo modo di concepire i media, non più come strumenti chiusi ma aperti a tutti.

Nasce così l'idea di un utilizzo *rizomatico* e democratico dei mezzi di comunicazione ossia un modo diverso di concepire i media, dal basso.

In questo senso vanno interpretati i progetti di televisione indipendente, la cui strategia è quella di costruire un palinsesto alternativo e nuovi contenuti non tanto informativi quanto motori di desiderio e di comunità.

Lo scopo della comunicazione indipendente è quello di far scoppiare una sorta di rivoluzione culturale al fine di far riappropriare la società del proprio immaginario e di farlo parlare.

Ma quali sono stati i fattori scatenanti che hanno portato alla nascita di tutto questo? L'evoluzione del *mediascape* della comunicazione indipendente sono stati innescati da eventi come Seattle N 30 e Genova G 8 ma è stata l'innovazione tecnologica e l'avvento di internet e della videocamere digitali ad accelerare tutto ciò.

(53) M. Pasquinelli, *Media Activism. Strategie e pratiche della comunicazione indipendente*, Derive Approdi, 2002

3.1.3 Strategie tattiche e repertori d'azione.

Le strategie d'azione e le tattiche delle culture giovanili sono rivolte alla sovversione della grammatica culturale. Cos'è la grammatica culturale? E' l'insieme di regole alla base della società, che apprendiamo senza esserne consapevoli e che struttura i nostri rapporti sociali, ma che non viene mai fissata definitivamente. Per la sovversione di questa è necessario considerare che il pubblico non è sempre disposto a farsi convincere o ad essere informato. Perciò vanno ricercati in primo luogo i punti di connessione con i destinatari perchè l'azione risulti efficace. Già con l'Internazionale Situazionista, gli Psicogeografi e con il cut-up di Burroughs, si cercano adeguate forme d'azione per intervenire sulla grammatica culturale strettamente legate a forme artistiche e sperimentali del teatro. L'idea principale era quella della trasgressione di comportamenti imposti. Le prime forme sono il teatro dell'invisibile, che introduce la forma ludica come veicolo di messaggi chiari, e l'happening che causa lo straniamento.

L'happening è particolarmente interessante perchè mette lo spettatore all'interno di una nuova ottica, in modo che si risvegli dalla vita circostante, lo shock e la sorpresa producono una maggiore

(54) *ibidem*, p 8

attenzione nello spettatore. Nel caso dell'happening politico si tratta della violazione di norme sociali e del discorso economico attraverso un'azione concreta. "Il desiderio di cambiare società, di metterla a confronto con le sue ipocrisie è un grande generatore di energia. Lo shock prodotto dallo straniamento attiva la parte migliore della nostra ragione, quella in cui l'elemento illogico irrompe nella nostra quotidianità per farci aprire gli occhi"

Gli Happening rovesciano per un momento la grammatica culturale, rendono visibili altre forme di confronto con il potere. Le situazioni politiche vengono rielaborate e rese comiche con azioni simboliche che quindi vanno valutate non sul piano delle loro conseguenze reali.

La novità del nuovo movimento globale risiede nel networking che permette di sincronizzare le lotte e di costruire canali d'informazione alternativi, nella scoperta del WTO e della banca mondiale, come simboli della ristrutturazione capitalistica ma soprattutto nella scelta di nuove forme di intervento diverse dai cortei della sinistra operaia e dai cortei pacifisti e dall'attivismo degli autonomi anche se continuano ad esistere forme ibride fra vecchio e nuovo. La principale novità nell'attuale movimento sono le azioni simboliche che vengono definite comunicazione-guerriglia perché si riferiscono a processi di comunicazione sociale in cui i segni hanno interpretazione dissidente. Umberto Eco l'ha indicata con il termine di Guerriglia semiologia; basta pensare alla protesta delle tute bianche al NOO-CSE di Bologna, agli interventi della rete NOBOR-

DER, ai Surveillance camera player, ai netstrike organizzati da strano network e ai palinsesti delle street tv per averne una chiara idea.

Questo movimento punta fin dalle sue origini alla riappropriazione degli spazi sociali fisici, esigenza manifestata fin dall'occupazione storica del Leoncavallo a Milano nel 1978 ma che esplose dopo lo sgombero del 1989, o meglio, con il loro tentativo di resistenza, e che continua fino ad oggi. Un altro tipo di occupazione da parte delle contro culture sono i graffiti in quanto possono essere visti come veri e propri attacchi al sistema, si dirigono verso elementi che avrebbero un carattere prettamente funzionale, razionale: muri, treni, segnaletiche, o panettoni di cemento.

3.1.4 Indymedia: il primo network di comunicazione autogestita

Il Centro di Media Indipendenti (IMC, Independent Media Center) o Indymedia, nacque a Seattle come una nuova forma di rottura con il monopolio mediatico e anche come fonte di notizie e informazioni alternative.

Oggi ci sono moltissimi collettivi locali di Indymedia in Europa, America del Nord e del Sud, Asia e Africa.

Sotto l'influsso di una logica di rete decentralizzata dentro la quale nacque (internet), Indymedia è organizzata in una forma completamente orizzontale e decentralizzata. Ogni sito web locale è autonomo anche se però fa parte di una rete più

ampia per facilitare lo scambio di idee e informazioni.

Indymedia è un modello nuovo di pratica politica e comunicativa influenzato da una nuova logica culturale. A causa del suo utilizzo innovatore delle nuove tecnologie della comunicazione, gli attivisti sviluppano una prospettiva utopica della società e dell'ordine morale.

Come risposta al monopolio mediatico, gli attivisti assumono la produzione di notizia per loro stessi rispecchiando la filosofia "Do-It-Yourself). Fanno questo mediante l'uso di tecnologie a basso costo al fine di costruire una fitta rete di comunicazione alternativa, autogestita e partecipativa.

Era l'ottobre del 1999 quando un piccolo gruppo di attivisti (freespeech.org, protest.net, paper tiger TV) iniziarono a lavorare per creare uno spazio da usare come supporto alle manifestazioni del mese seguente a Seattle.

Come prima cosa si occuparono di allestire un sito internet e finirono per creare un centro alternativo molto particolare all'interno del quale gli attivisti erano suddivisi in base al mezzo di comunicazione utilizzato: radio, tv, internet e stampa.

La caratteristica principale è proprio questa forma di organizzazione rizomatica, decentralizzata e affatto gerarchica.

Indymedia rappresentò e rappresenta molto più di una fonte alternativa di notizie; il suo procedimento innovativo di produzione mediante la cooperazione rappresenta un esperimento per la costruzione di una società più democratica.

3.1.4.1 Indymedia e l'Italia.

Indymedia ha rappresentato un rottura nel mediascape nord americano ed ora si appresta a fare lo stesso anche in Italia, ultimo nodo ad aggiungersi al suo network internazionale. Nato per esigenze di copertura mediatica di un evento che i media rischiavano di deformare, la protesta di Seattle contro il WTO, Indymedia ha dimostrato possibile grazie a internet la creazione di mass media dal basso, autogestiti, non-profit e indipendenti dai media istituzionali e commerciali. Nulla è stato più come prima: da quel momento i grandi media hanno dovuto confrontarsi con una voce che l'opinione pubblica considera attendibile, e questo li ha costretti a una maggiore obbiettività. La vera forza di Indymedia sta in ultimo nella capacità di influenzare i grandi media, di costringerli a collaborare con l'informazione dal basso, di vigilarne la condotta. Indymedia è lo zoccolo che si incunea negli ingranaggi della grande industria dei media e la costringe a riavviarsi in modo nuovo.

In un paese come l'Italia dove 7 telegiornali nazionali sono la copia uno dell'altro, paese in cui l'informazione è ancora infeudata alle burocrazie di regime o ai grandi gruppi economici. Indymedia rappresenta una rottura rivoluzionaria, un telegiornale quotidiano fruibile a qualsiasi ora da chiunque abbia un computer collegato a internet. In un'epoca di colonizzazione selvaggia delle rete e dei primi esperimenti di web Tv da parte dei grandi monopoli della comunicazione, battendo tutti sul tempo,

Indymedia si presenta come prima web Tv italiana con un apparato redazionale organizzato, motivato e indipendente. Indymedia deve la sua forza mediatica ad un piattaforma web flessibile e user-friendly, ad un data base completamente automatizzato, a potenti server per lo streaming audio-video, ad un flusso di news sempre aggiornato. La caratteristica più importante è che i contenuti possono essere aggiornati e controllati da chiunque attraverso un computer collegato a internet. Chiunque può caricare ed editare registrazioni audio-video, immagini, articoli, news, comunicati. La redazione non ha bisogno di essere centralizzata, può costituirsi là dove l'evento accade e organizzarsi a network attraverso e-mail e canali IRC. Indymedia Italia si sviluppa strategicamente considerando la storia e lo stato attuale dei media italiani e vuole conquistarsi una propria visibilità nel panorama televisivo, radiofonico, della stampa, della rete. E' una piattaforma che sa innestare dinamicamente i propri formati nel palinsesto nazionale e aspira a conquistare spazi autogestiti sui canali pubblici, come già accade in alcune televisioni europee. Indymedia Italia è un progetto completamente no-profit che al momento è stato sviluppato senza alcuna forma di finanziamento.

Indymedia, proprio per la sua forma aperta e in continua evoluzione, cerca costantemente redattori, giornalisti, tecnici, attivisti, videomaker, fotografi e soprattutto web designer, sistemisti, linuxisti, hacker sensibili ai temi dell'informazione libera, e si rivolge particolarmente a tutte quelle esperienze

italiane che hanno già sperimentato in questi anni forme di informazione dal basso, indipendenti, autogestite, con la speranza di valorizzare al meglio questo network.

3.1.5 Candida, la televisione elettrodomestica.

Candida nasce dall'incontro di una decina tra giovani autrici, registi, tecnici, appassionati e appassionate ricercatrici delle potenzialità ancora inesprese del linguaggio audiovisivo. L'occasione si presenta nel 1999, quando l'emittente locale Teleambiente (uhf 68) mette a disposizione uno spazio di un'ora a settimana. Era l'inizio di CandidaTV, un contenitore di prima serata, in onda per 9 settimane, da dicembre '99 a febbraio '00. Il programma si articolava in diverse rubriche su tematiche giovanili, dalla musica all'animazione, dai problemi del carcere ai nuovi linguaggi dell'informatica e della cultura. Era la tv elettrodomestica, una televisione in cui i codici e i temi trattati rispondevano a un preciso intento di ricongiungere la spaccatura, talvolta troppo estraniante, tra pubblico e televisione generalista. Insomma una televisione low fi, per una comunicazione di qualità.

In quell'occasione prese corpo un gruppo produttivo affiatato, che negli anni ha dato vita a un giornalismo curioso e impertinente e che, d'altro canto, non ha abbandonato la ricerca sulle simulazioni visuali, piccole fiction e caricature su temi di attualità. Queste produzioni, fra l'informazione, la simulazione e l'infotainment, hanno suscitato l'interesse

di alcuni importanti organi di comunicazione: quotidiani (Repubblica, Messaggero, Manifesto, Metro), televisioni (RAI1, RAI3, RAISAT), riviste specializzate, (Filmmaker), agenzie on-line (AGI). La realizzazione dello spot ufficiale della ROBE di KAPPA per i campionati Europei di calcio Under 21 ha avuto notevoli consensi di critica, e ha partecipato, nella sezione dedicata agli spot pubblicitari, all'edizione del 2001 del festival di Cannes.

Ma Candida è anche un gruppo di videoinstallatori. Se la tv ha ucciso le piazze, sarà forse il caso di tornare sul luogo del delitto? Nell'agosto del 1998 il Napoli Stritt Festival, invitava candida a esibirsi nei vicoli dei quartieri spagnoli. Per tre sere una piazza fu animata da un'installazione video interattiva, con una regia volante che permetteva la gestione di un palinsesto continuamente ridefinito dalla partecipazione del pubblico. Dopo quell'esperienza Candida ha continuato a occuparsi con successo della realizzazione di video-live set, video-installazioni e della creazione di eventi multimediali. Nel 2000, a Roma (quartieri Torre Maura e Torre Spaccata) ha visto la luce Torre Maura TV in collaborazione con il Laboratorio di Cultura Urbana Godzilla ⁽⁵⁵⁾. Un laboratorio di videomaking di base dedicato ai giovani di quartiere.

L'interesse di Candida per la creazione di spazi televisivi liberi e comunitari ha portato i suoi attivisti a partecipare al progetto HUBTV durante i giorni dell'European Social Forum a Firenze (nov. 2002), e NOWARTV (dic. 2002) nell'ambito della giornata contro la guerra organizzata da Emergency.

3.1.6 Quando i movimenti sociali incontrano l'arte.

Oggi quando si parla di arte si intende pensare ad un singolo artista il quale crea un'opera che, secondo il valore datogli dalla società (dai semplici fruitori ai critici, al mercato) e, col tempo dalla storia, può produrre emozioni, studi su di essa per lunghi periodi.

Con l'inizio del secolo appena trascorso, coinciso con l'avvento delle avanguardie, si è sempre più ampliato il confine delle definizioni che contraddistinguono il significato d'opera d'arte e, di conseguenza, dell'arte in generale. Con l'apparente conquista dell'indipendenza da parte degli artisti nei confronti dei mecenati storici del mondo dell'arte (chiesa e nobiltà), le opere si sono potute in qualche modo slegare dai tradizionali concetti di religiosità e riverenza nei confronti di chi aveva commissionato il lavoro, e hanno potuto accostarsi e fare proprie le problematiche della società che li circondava ⁽⁵⁶⁾.

Quasi contemporaneamente è avvenuto uno sviluppo quasi selvaggio della cultura POP che ha, in ogni modo, portato un certo tipo d'arte e cultura fin nelle zone più periferiche della società, dando a questi, in qualche modo, anche gli strumenti per comprenderla e, cosa importante, per produrla loro stessi.

In altre parole possiamo affermare che è avvenuto che il concetto d'opera si slegasse dall'idea di produzione elitaria di una casta ristretta e che que-

sta fosse sostituita dall'idea di creazione d'arte come esperienza estetica sovrapponibile a concetti quali: performance e azione politica che hanno portato a creare un nuovo linguaggio che appare magari in maniera solo effimera per poi immediatamente scomparire, ma lascia pur sempre il segno. Sicuramente uno dei media più adatti a questo tipo d'arte è internet ovvero un media rizomatico e orizzontale, democratico e potenzialmente utilizzabile per svariati usi sociali, che ha portato nell'ambiente casalingo una finestra su ciò che oggi è definito "villaggio globale" (57).

In realtà la rete non è l'unico media ad avere oggi queste caratteristiche, in questi ultimi due anni stanno nascendo in Italia molte Tv di strada che hanno caratteristiche simili.

Che cosa sono le tv di strada?

3.2.1 Come sono nate le televisioni di strada.

Anche se diversi esperimenti simili erano già stati fatti da alcuni artisti italiani si è soliti attribuire la data di nascita di questo nuovo modo di fare televisione alla nascita di Orfeo TV, la prima e vera televisione di strada come la intendiamo noi oggi.

Prima di parlare di questo è opportuno però, tor-

(55) www.telestreet.it

nare un po' indietro nel tempo per vedere quali sono stati i fattori scatenanti che hanno dato il via al proliferarsi delle radio libere, sulla scia delle quali sono nate oggi le tv di strada.

L'inizio degli anni Settanta vide l'introduzione e la diffusione a livello popolare di una nuova tecnologia: il videoregistratore.

Nel nostro paese i primi ad accorgersi di questa importante e per un certo verso rivoluzionaria tecnologia furono gli studenti.

La produzione indipendente di video infatti nacque e si sviluppò principalmente grazie ai movimenti studenteschi.

Pier Paolo Pasolini insieme al gruppo rivoluzionario Lotta Continua produsse nel 1972 uno dei primi videotape in forma di lungometraggio.

Inoltre in occasione delle manifestazioni politiche di strada nello stesso periodo iniziarono ad apparire le videocamere. In quegli anni, Alberto Grifi, regista romano, produsse numerosi video sulle lotte politiche e sociali dei movimenti studenteschi e operai.

Sul piano politico bisogna aspettare fino al 1974 per ritrovare un primo cambiamento significativo.

In questo anno la Corte Costituzionale, dichiarando che il monopolio dell'etere era incostituzionale, creò le condizioni per la nascita e lo sviluppo

(56) A.B. Oliva, *L'arte fino al 2000*, Sansoni, Firenze 1990

dell' emittenza locale indipendente.

Nella primavera del 1976 le prime radio libere cominciarono la loro trasmissione in diverse città italiane.

Radio Alice di Bologna, Canale 96 di Milano e Radio Città Futura a Roma sono soltanto alcune delle centinaia di radio che si formarono in tutta Italia.

Alla base di questi gruppi femministi, collettivi politici ma anche artisti, poeti e musicisti, in altre parole tutte quelle persone che altrimenti non avrebbero avuto accesso al servizio di comunicazione pubblica.

Un altro aspetto importante da sottolineare è la nascita di una nuova figura sociale: l'operatore semiotico, un professionista specializzato nell'informazione, nell'espressione artistica o nelle tecniche di comunicazione di massa.

Orfeo TV nacque nei primi mesi del 2002 a Bologna da un gruppo di persone che avevano vissuto, venticinque anni prima, l'esperienza delle radio libere, e in particolare quella di Radio Alice ⁽⁵⁸⁾.

All'interno di questo gruppo ci sono alcuni esperti di tecnologia di trasmissione, un antennista, un programmatore informatico e tante persone accomunate dalla voglia di creare una minuscola stazione televisiva.

(57) F. Berardi, M. Jaquemet, G. Vitali, Telestreet. Macchina immaginativa non omologata, Baldini Castaldi Dalai, Milano 2003

Ma andiamo per ordine e vediamo come è stato possibile mettere in piedi questa microtivù.

3.2.1.1 Alla ricerca di una frequenza disponibile: i coni d'ombra.

In Italia, come tutti ben sanno, non esistono frequenze libere per la trasmissione televisiva via etere e quelle esistenti vengono date in concessione dallo Stato. Non è quindi legalmente possibile pensare di prendere un antenna ed iniziare a trasmettere senza interferire sulla programmazione di qualcun altro. In verità però, a causa della conformazione fisica del territorio italiano il segnale viene distribuito a “macchia di leopardo” attraverso una serie di ripetitori. Di questa particolarità tecnica ne erano ben al corrente i tecnici del gruppo ideatore di Orfeo Tv che subito si misero al lavoro per trovare il modo di trasmettere senza danneggiare nessun altro.

In fin dei conti a loro interessava poter trasmettere a livello locale, in una piccola area del raggio di poche centinaia di metri.

A qualcuno venne così l'idea di poter usufruire di quelle zone di confine, tra un ripetitore e l'altro.

In queste zone, chiamate appunto “zone d'ombra” il segnale di un determinato canale arriva in modo alquanto debole e disturbato per ragioni geografiche imprevedibili (una collina, una palazzo troppo alto che impedisce di vedere il ripetitore).

Il gruppo di Orfeo, dopo molti tentativi, e attraverso specifici congegni per lo screening dello spet-

tro delle frequenze riuscì a trovare una zona d'ombra sul canale 51, ufficialmente assegnato a MTV.

3.2.1.2 Attrezzatura base di una televisione di strada.

Nell'ideologia comune fare televisione presuppone oltre ad un'elevata conoscenza tecnica un'attrezzatura specifica e per questo la maggior parte delle persone fino ad oggi si è limitata a guardare, non a fare la televisione.

Fino a poco tempo fa infatti erano in pochissimi a sapere che con quattro comuni antenne omnidirezionali a "pannello", un trasmettitore, un PC, un mixer e una videocamera si può creare una televisione. Negli ultimi due anni basta collegarsi ad internet per avere tutte le informazioni a riguardo.

Collegandosi infatti al sito www.tlx.it in una presentazione animata scorre la seguente headline: *"Montate facilmente la vostra tv di quartiere, KIT TELESTREET...eccolo qui! Semplice e veloce...in tre soluzioni sicure e affidabili. TLX.IT inizia subito a trasmettere. Clicca qui per entrare"* (59).

E' il sito di Davide, collaboratore di Orfeo TV e Telestreet. Propone tre diversi Kit da utilizzare al fine di trasmettere un segnale audiovideo.

Si tratta di sistemi già assemblati, pronti per es-

(58) www.telestreet.it

sere montati. Quello che manca è di fissare l'antenna sul tetto e collegare alla presa scart il videoregistratore o altri apparecchi video.

Ma non andiamo troppo nel dettaglio, in questa sede ci basta sapere che l'attrezzatura necessaria è ridotta come ridotto è il costo per acquistarla.

Decisamente più complicata si presenta agli occhi degli interessati la questione legale.

3.2.2 La questione legale.

Un centinaio di parlamentari hanno presentato il 22 gennaio 2003, un progetto di legge per la regolamentazione di queste Tv ed il "riutilizzo" delle zone d'ombra dei ripetitori dal titolo "*Modifiche all'articolo 3 della legge 6 agosto 1990, n.223, in materia di tutela delle televisioni di strada*".

In attesa dell'approvazione della legge queste microtvù si appellano all'articolo 21 della costituzione, ma non avendo la concessione governativa che autorizza a trasmettere si trovano in violazione della appena citata legge Mammi.

La legge n. 223 del 6 agosto 1990, appunto, che porta il nome dell'allora ministro delle poste, pone come prerogativa alla trasmissione, oltre che la concessione da parte del governo, trecento milioni (di vecchie lire) di capitale sociale interamente versato e il pagamento allo Stato di cinquanta milioni. In più inasprisce le sanzioni precedentemente stabilite dall'art. 195 del codice postale, sanzionando addirittura per il solo possesso di apparecchiature per la radiodiffusione. All'art.30 si legge:

“Chiunque installa od esercita un impianto di telecomunicazione senza aver ottenuto la relativa concessione o autorizzazione è punito, se il fatto non costituisce reato con la sanzione amministrativa pecuniaria da lire 500.000 a lire 20.000.000. [...] Se il fatto riguarda impianti di radiodiffusione sonora o televisiva, si applica la pena della reclusione da uno a tre anni. La pena è ridotta alla metà se trattasi di impianti per la radiodiffusione sonora o televisiva in ambito locale.”

Ad essere precisi, l'art. 195 della Mammi è in contraddizione con alcune sentenze, la più importante è quella della Corte Costituzionale n.202 del 1976. La quale stabilì, in sostanza, che la possibilità tecnica di avere più canali radiotelevisivi permetteva una loro proliferazione senza dover più limitare l'applicazione dell'art. 21 della Costituzione.

L'incostituzionalità del monopolio dell'etere, allora nelle mani dello stato italiano, fu sancita già dalla sentenza del 4 dicembre del 1974, sempre da parte della Corte Costituzionale. Fu la sentenza che permise alle cosiddette radio pirata o radio libere, di passare alla legalità e portò alla loro proliferazione su tutto il territorio nazionale. Fu anche il principio di un altro processo, di segno sociale e culturale del tutto diverso: la creazione di alcune

(59) www.tlx.it

televisioni commerciali e l'espansione del mercato pubblicitario sul piccolo schermo.

3.2.3 Il raggio di copertura.

Un'altra caratteristica determinante di queste televisioni è sicuramente il loro raggio di copertura.

Appena nata Orfeo Tv riusciva a coprire distintamente un raggio di trecento metri e a trasmettere per circa un ora e mezza al giorno.

Ma è proprio qua che sta la forza di queste piccole televisioni, il fatto di essere di quartiere. Strettamente legato a questo era poi il problema di far sì che questa iniziativa non rimanesse isolata o circoscritta alla realtà locale di un quartiere bolognese; Orfeo Tv doveva assolutamente far proliferare altre microtv e per questo era necessario che altri gruppi di mediattivisti salissero sul tetto, cercassero una zona d'ombra nelle frequenze del loro quartiere e iniziassero le trasmissioni.

3.2.3.1 Le trasmissioni.

Che cosa trasmettere? All'inizio qualsiasi cosa che rappresentasse la vita quotidiana, le lotte sociali e le iniziative culturali che si opponevano e si sottraevano allo spettacolo della televisione italiana andava più che bene.

Con il passare del tempo però, gli stessi mediattivisti che all'inizio avevano deciso di puntare tutto sulla definizione di un modello di comunicazione e su un'azione politico-simbolica, dopo mesi di lavo-

ro redazionale si resero conto del fatto che era giunto il momento di sperimentare un'innovazione linguistica nella produzione televisiva. E si arrivò alla conclusione che era necessario costruire un nucleo che progettasse e realizzasse delle brevi produzioni video (NuSperVi)⁽⁶¹⁾.

In altre parole nasce come lotta al sistema radio-televisivo italiano per dimostrare a tutti non solo che è possibile mettere in piedi una televisione pirata ma che questa esperienza è riproducibile in qualsiasi contesto, urbano ed extraurbano. Ma non doveva essere solo questo. E così è stato. Nel giro di pochissimo tempo molte sono le televisioni di questo tipo che hanno visto la luce.

Ognuna con le proprie caratteristiche, dovute alla propria realtà locale ma unite da quell'ideale di democrazia postmediatica realizzabile anche attraverso questo tipo di sperimentazione⁽⁶²⁾.

3.2.4 Il circuito telestreet.

Quale mezzo migliore della rete per mettere in contatto le nascenti microtv?

Venne creato un sito di rete (www.telestreet.it) e, all'interno di questo, attivata una mailing list per rispondere alle domande di quelli che volevano saperne di più o semplicemente, parlare e confrontare tra loro le differenti realtà.

Telestreet, dunque, nasce con il proposito di essere una piattaforma nazionale di coordinamento tra le micro-antenne.

Secondo il gruppo fondatore di Orfeo TV c'era

bisogno di creare una rete di microtelevisioni capaci di scambiarsi materiale e conoscenze via rete. In modo da far assolvere ad internet la funzione di scambio tra le varie tivù.

Il sito è attualmente punto di incontro per le moltissime televisioni che negli ultimi anni, seguendo l'esempio di OrfeoTv sono nate e oggi trasmettono nel loro quartiere flussi di informazione ma anche opere di videoarte, di creazione.

Nel sito è poi presente una mappatura di tutte le televisioni attive e in via di attivazione, un modo facile e diretto di far conoscere questa nuova realtà tuttora in via di sviluppo.

Capitolo 4

LA TELESTREET DI SENIGALLIA: DISCO VOLANTE

4.1 Laboratorio artistico: Studio Zelig.

Studio Zelig è un laboratorio di creatività per portatori di handicap.

Da diversi anni Enea Discepoli e i suoi collaboratori operano nei campi specifici della cultura dell'arte e della formazione spinti dalla seguente motivazione: "un inesausto e profondo amore per l'arte, del fare arte ribadendo la funzione fortemente sociale che ha sempre avuto e che ha nel mondo" e si occupano di far avvicinare questi ragazzi all'arte. E lo fanno giocando, ribaltando cioè quelli che sono i tipici ruoli dell'educatore e del disabile. In un batter d'occhio il piccolo laboratorio si trasforma in un grande centro di elaborazione creativa.

Lo studio Zelig ha individuato come obiettivo prioritario quello dell'educazione all'immagine come propedeutica ad una maggiore conoscenza dell'arte e delle sue diverse forme ed applicazioni e ad una consapevolezza della propria creatività.

Quelli di studio Zelig credono che l'arte ha molte anime, una di queste è quella terapeutica. Attraverso le loro opere i ragazzi esprimono le loro e-

(61) F. Berardi, M. Jaquemet, G. Vitali, *Telestreet. Macchina immaginativa non omologata*, Baldini Castaldi Dalai, Milano 2003

(62) *ibidem*, p 23

mozioni, gli stati d'animo, i desideri più nascosti; è un modo di dare forma e colore ai loro fantasmi, alle loro paure e, in un certo senso, di liberarsene.

A differenza delle normali strutture pubbliche, eredi di una cultura accademica ed astorica, vedono l'arte come un mezzo di comunicazione tra gli esseri umani.

Lo scopo principale, dunque, è quello di comunicare e di far comunicare quelle persone che, a volte, sono tenute in disparte dalla stessa società di cui fanno parte. Il portatore di handicap spesso è visto come un "diverso", di una "diversità" evidente, e in quanto tale rappresenta sempre una provocazione per il normale, inevitabile soprattutto quando è quest'ultimo che ha stabilito i criteri della normalità.

Il disabile, proprio perché diverso, ha una funzione destabilizzante; è la semplice sua esistenza a porre in crisi la struttura sociale tradizionale e i valori su cui essa si basa.

All'interno dello studio si lavora infatti tenendo ben presenti alcuni principi base che sono poi quei principi che permettono al disabile di inserirsi, integrarsi all'intero della comunità.

Al fine di una miglior integrazione infatti il disabile dovrebbe:

- avere uno spazio di intimità personale
- vivere in una rete sociale
- avere legami di reciprocità
- avere una vita affettiva sessuata
- comunicare
- avere un ruolo sociale valorizzato

- essere presente e utile nella comunità
- essere riconosciuto in alcune qualità (62)

Ed è proprio sulla base di alcuni di questi principi che nasce l'idea di far conoscere ed utilizzare, ad ognuno secondo le proprie abilità, il linguaggio televisivo. A dir il vero fin da subito si rifiuta l'idea di "scimmiettare" i programmi e le trasmissioni tradizionali, si vuole creare qualcosa di nuovo, qualcosa di diverso adatto a quelle persone che la televisione classica da sempre lascia in disparte. Quelle persone che non vengono considerate "belle", quelle persone che hanno qualche difficoltà in più ad esprimersi all'interno dei tempi televisivi.

Ma è proprio questo il punto. Chi determina i tempi di un'intervista o della presentazione di un telegiornale e, soprattutto, chi decide chi è abbastanza bello e telegenico? Non dovrebbero tutti avere lo stesso diritto ad esprimersi, a comunicare? Queste ed altri gli interrogativi che hanno avuto come unica risposta la creazione di una televisione di quartiere.



4.2 Disco Volante, telestreet di Senigallia.

La storia della tv di quartiere di Senigallia non è poi così diversa dalle altre se non fosse per il fatto

che il 19 settembre 2003 è stata sigillata dal ministero delle telecomunicazioni e che oggi non può ancora trasmettere.

Nasce anche questa sulla scia di Orfeo TV e grazie alle indicazioni ricevute dai mediattivisti bolognesi riesce in poco tempo e con poco denaro a trasmettere le sue prime autoproduzioni.

Due caratteristiche però la fanno distinguere dalle altre: il suo scopo terapeutico e la particolarità che la redazione di Disco Volante è composta per il 50% da portatori di handicap che programmano servizi anche su di loro e sui loro problemi. Significativi in questo senso i servizi sulle barriere architettoniche e quelli relativi alla sensibilizzazione di famiglie al cui interno vi è un portatore di handicap.

Ma vediamo nel dettaglio la storia di questa "sfortunata" microtv che con la sua chiusura ha fatto parlare tutta l'Italia.

Quotidiani, settimanali e le stesse reti televisive nazionali che si sono occupate di questo fenomeno sempre più in espansione delle tv di quartiere non hanno potuto far a meno di occuparsi di Disco Volante.

Era la primavera del 2003 quando all'interno del piccolo laboratorio artistico di via Rodi n. 6 Franco Civelli, disabile, vede giorno dopo giorno concretizzarsi un suo sogno: mettere in piedi una tv di quartiere.

L'idea che sta dietro a tutto questo è quella di creare uno spazio a quelle persone che vivono ai margini della società.

Abili o disabili non fa differenza, tutti devono ave-

re la possibilità di esprimersi.

E nel quartiere Porto, uno dei più popolosi della città, erano in molti a rimanere in silenzio. Il quartiere infatti è abitato per la maggior parte da anziani e da immigrati che per motivi evidentemente diversi non sono considerati parte attiva della comunità ⁽⁶³⁾.

L'idea di una micro televisione come spazio aperto a tutti gli abitanti del quartiere, viene subito accolta bene da tutti i collaboratori di studio Zelig.

In pochi giorni vengono recuperate le attrezzature necessarie alla trasmissione e vengono messe su carta le prime bozze del palinsesto.

Fin da subito i mediattivisti di Disco Volante si rendono conto che non si tratta di una cosa facile ma sono fermi nell'idea di voler creare qualcosa di nuovo e non limitarsi a "scimmiettare" i programmi delle tv nazionali.

Sono fermi e convinti di questa decisione per svariati motivi, primo fra tutti il fatto che non vogliono "copiare" le televisioni commerciali ma destrutturarle alla base ⁽⁶⁴⁾.

Reinventare il mezzo televisivo ed utilizzarlo in un modo completamente nuovo, adatto alla realtà del quartiere in questione.

Disco Volante va sia contro l'idea di palinsesto sia contro la struttura standard delle trasmissioni

(62) A. Canevaro, C. Balzaretto, G. Rigon, Pedagogia speciale dell'integrazione. Handicap: conoscere e accompagnare, La nuova Italia, Firenze 1996

delle emittenti nazionali.

I tempi dei programmi o quelli delle interviste per esempio, vengono adattati in base alle difficoltà di espressione di ognuno dei partecipanti e non, come succede di solito, in base a fredde regole di mercato.

Questo poi, è solo uno degli aspetti che vogliono evidenziare con la creazione di filmati che vanno contro qualsiasi format televisivo.

All'interno di questi servizi infatti, non ci sono presentatori belli o vallette appariscenti: tutto è centrato sul contenuto del programma e non sullo stile.

Cerchiamo di approfondire meglio questo aspetto ponendo l'attenzione sulla produzione video e, in particolare sull'assemblaggio del materiale.

I montaggi spesso venivano realizzati per "analogia" ovvero attraverso l'accostamento di immagini legate tra loro non da una contiguità spaziale ma da un'associazione simbolica o concettuale, in modo da comunicare in maniera più diretta possibile quelli che sono i concetti e gli scopi fondamentali della telestreet.

A volte invece, certi servizi venivano creati utilizzando una forma di montaggio "narrativo" e consequenziale, cosa lontanissima al pensiero comune dei tecnici televisivi.

Disco Volante aveva deciso di adottare queste tecniche, o meglio questi accorgimenti, visto che questi tipi di montaggio possono essere considerati innovatori per la televisione ma che risalgono agli albori della storia del cinema, per non avere al-

cun tipo di limitazione espressiva .

La televisione, dunque, vista con un nuovo mezzo democratico utile per portare alla luce, criticare, urlare a tutti ciò che non va e abbattere le barriere che sempre più spesso oggi giorno non sono soltanto architettoniche.

Tutto andava a gonfie vele per la piccola emittente, grande infatti era la partecipazione del quartiere e di tutta la città, che pur di vedere la trasmissione si accalcava nei pochi bar in cui arrivava il segnale. Anche il Comune di Senigallia si è reso partecipe di questa iniziativa dando prima l'autorizzazione a trasmettere le riprese del consiglio comunale e poi offrendo le sedi per l'incontro nazionale delle telestreet svoltosi a Senigallia il 18 ottobre 2003, un mese dopo la chiusura forzata (65).

Luana Angeloni, sindaco di Senigallia crede fermamente che questo tipo di esperienze siano di grande utilità sociale per le comunità locali oltre che benefiche per i ragazzi e i meno ragazzi dello studio Zelig.

Franco Civelli per primo, durante l'incontro nazionale ha tenuto a sottolineare i grandi benefici che in pochi mesi questa nuova attività gli aveva portato. Oltre a dargli nuova energia vitale questa esperienza lo ha portato a nuovi contatti umani, sempre in strada per la realizzazione dei suoi servizi franco

(63) *Corriere Adriatico*, 29/7/2003

in poco era diventato un “Pippo Baudo senigalliese”. Conosciuto e riconosciuto per le vie del centro, molti erano i concittadini a fermarlo per strada sia per ringraziarlo di quello che stava facendo sia per incitarlo a continuare ad andare avanti.

La televisione come terapia alternativa per disabili sembra funzioni davvero. A dirlo per ora, possono essere soltanto i diretti interessati visto che, fino ad oggi non sono stati fatti studi concreti in questo campo anche se diversi progetti sono già nell’aria.

Basta comunque parlare cinque minuti con alcuni dei mediattivisti coinvolti per rendersi davvero conto di quanti progressi siano stati fatti e in così poco tempo utilizzando la “tv-terapia”. In fin dei conti è bello pensare che accanto alla cromoterapia, musicoterapia e a tutte quelle cure alternative ci sia anche una forma di tv –terapia che scardini, una volta per tutte, l’idea di televisione come “cattiva maestra”.

4.3 Il palinsesto di una tv di strada.

Creare il palinsesto per una giornata di trasmissione televisiva non è sicuramente cosa facile tanto meno se a farlo sono persone che fin a quel momento hanno fatto ben altro nella vita.

(64) *Corriere Adriatico*, 19/9/2003

Questa infatti, a sentire Enea Discepoli, la difficoltà più grande incontrata all'inizio da Disco Volante. Organizzare una giornata di almeno 20 ore di programmazione non è semplice soprattutto perché all'inizio non si ha sufficiente materiale da trasmettere.

Come riempire il tempo? "Rubacchiando" qua e là? Non solo, stravolgendo l'idea di palinsesto. O meglio avvicinandolo a quello delle pay-tv: ovvero un palinsesto con una programmazione che spesso si ripete all'interno della giornata .

Bisogna sottolineare però che questa non è una decisione presa soltanto per necessità ma una precisa scelta di vita per le piccole emittenti.

In questo modo riescono a rispondere alla diversità di pubblico che durante il giorno si sintonizzano sulle loro frequenze.

Giovani, anziani, occupati e disoccupati in questo modo hanno la possibilità di non perdersi nemmeno un servizio.

E' questa la funzione principale delle tv di quartiere ovvero creare un servizio di pubblica utilità.

Il palinsesto poi, è sempre modificabile ed integrabile con i servizi dell'ultimo minuto o per quelli portati in redazione dalla gente della città che ha qualcosa da dire.

Tutti possono partecipare alla creazione di questa televisione, anzi dovrebbero in quanto questo è uno degli scopi primari.

Chi mette in piedi una tv di strada, nella maggior parte dei casi, vuol ribellarsi alla televisione tradizionale, non vuole essere un semplice spettatore

passivo.

All' unidirezionalità tipica del sistema televisivo italiano, almeno fino a quando il digitale terrestre non prenderà il sopravvento, le tv di quartiere sostituiscono un' alternativa bidirezionale.

La possibilità di interagire con il mezzo offrendo la possibilità di una risposta immediata rende il mezzo televisivo più democratico e partecipativo.

(65) Corriere Adriatico, 20/09/2003



Figura 14

PER RICONOSCERE I
NUOVI PINOCCHIO:



SEGUI DISCO VOLANTE TV
CANALE 52

Per informazioni: Tel. 071-65033 / Cell. 3335849313
www.studiozelig.it

Figura 15

NON FARE IL PUPO:



SEGUI DISCO VOLANTE TV
CANALE 52

Per informazioni: Tel. 071-65033 / Cell. 3335849313
www.studiozelig.it

Figura 16

CONCLUSIONI

Dall' analisi del fenomeno delle televisioni di strada è emerso che non esiste un rapporto diretto tra queste e l'arte o meglio non esiste un rapporto con quella che per anni è stata definita da tutti Arte.

La causa principale è che quest'ultima non esiste più: nel corso degli anni si è modificato sia il concetto di arte sia quello di artista e di opera d'arte, strettamente legati a questo.

Con lo sviluppo delle nuove tecnologie molte cose sono cambiate.

Eravamo abituati a legare il concetto di opera d'arte ad un oggetto fisico concreto, un quadro, una statua, oggi questo è limitativo.

Prendiamo per esempio il cinema per renderci conto di come le cose stanno cambiando. A chi più verrebbe in mente di stupirsi nel sentir considerare un film come un opera d'arte?

E internet poi ha fatto il resto. In rete si sente sempre più spesso parlare di opere di net.art. Ma come è possibile tutto questo?

Negli ultimi decenni è venuta meno l'idea di artista come artefice dell' opera e si è sostituita a questa l'idea di "artigiano digitale".

Ovviamente questo è stato causato sia dall'innovazioni tecnologiche che non permettevano più di attribuire la paternità di un opera com' è il caso di internet sia da motivi economici.

L' "artista" di oggi difficilmente riesce a mantenersi del proprio lavoro ecco che alcuni "artisti" per mantenersi devono trovare un altro lavoro e persone

che hanno già un altro lavoro tirano fuori la propria vena creativa.

A dimostrazione di questo, poi, la lenta ma progressiva perdita di importanza dei musei sempre più spesso sostituiti dai musei virtuali.

Anche le mostre sempre più spesso vengono fatte on-line ed è possibile acquistare e vendere opere come in una galleria vera.

In un certo senso l'arte smette di essere una cosa per pochi e si apre alla società.

Negli anni settanta questa tendenza stava già prendendo piede.

In quegli anni i movimenti sociali tentavano di utilizzare il mondo della comunicazione e i suoi linguaggi esperti all'interno di un "operatività diffusa" traducendoli su volantini, giornali ecc.

Era un modo diverso di utilizzare i tradizionali linguaggi artistici con il fine esplicito di farli comprendere dalla massa.

In un certo senso è un po' quello che sta succedendo negli ultimi due anni con le tv di strada.

Stanchi della solita televisione i "tele-attivisti" studiano il linguaggio televisivo e cercano di appropriarsene per utilizzarlo in un modo migliore.

Così come era successo per la televisione, dai primi anni sessanta in poi e per gli altri mezzi di comunicazione di massa, avviene oggi con le televisioni di quartiere. La televisione e i suoi programmi vengono presi di mira, criticati ma in modo prevalentemente costruttivo: si studiano i linguaggi televisivi per cercare di creare qualcosa di utile per la società.

Ecco allora che nasce una programmazione specifica, rivolta alle minoranze presenti nella zona di trasmissione. E non solo. Queste persone molto spesso partecipano attivamente inviando materiale da trasmettere.

Ci troviamo di fronte a una comunicazione dal "basso" una comunicazione democratica all'interno di una struttura "rizomatica".

Si vuole comunicare spezzare, distruggere quello che è l'attuale palinsesto televisivo delle reti nazionali.

Oggi il palinsesto televisivo tradizionale è studiato a tavolino in modo da rispondere a quelle che sono le esigenze dell'italiano medio.

Non esiste più la storica funzione "pedagogica" di mamma rai, si pensa solo al divertimento.

D'altronde anche l'informazione negli ultimi anni è diventata infotainment.

Le tv di strada vanno contro qualsiasi logica di mercato il loro scopo principale è quello di comunicare e di lasciare spazio a tutti quelli che hanno qualcosa da dire.

La televisione diventa partecipativa, tutti possono partecipare alla sua creazione, una creazione dal "basso" volta a ribellarsi dal semplice essere spettatore passivo.

Dalla nascita di Orfeo tv la televisione non si guarda ma la si fa.

Non ci sono format predefiniti, ognuno si crea il proprio spazio secondo il proprio tempo secondo le proprie capacità.

Si sperimentano forme di linguaggio diverse,

nuove, che non andrebbero d'accordo con quelle che sono diventate regole nella tv commerciale.

Tutto questo per il bisogno di comunicare, di riuscire a trovare uno spazio in cui potersi esprimere liberamente.

E' nata una nuova classe di "comunicatori" che amano utilizzare il mezzo televisivo in un modo alternativo.

Studiano e fanno proprio il linguaggio televisivo tradizionale per stravolgerlo a loro piacimento.

Le televisioni di strada racchiudono al loro interno tutto questo nel senso che hanno accolto un'esperienza artistica totalmente cambiata.

Sono un'esperienza di comunicazione sociale che spesso utilizza grammatiche artistiche tradizionali e le utilizza in modo da renderle comprensibili a tutti.

Creatività e attivismo sono alla base di una miriade di televisioni di strada, chissà che questo non ci possa far affermare che la "società" può essere vista "come opera d'arte che partorisce se stessa". Un'altra importante considerazione va fatta ed è quella che non si può fare un confronto tra le tv di strada o di quartiere come dir si voglia e le televisioni generaliste.

. O meglio, è forse ancora un po' prematuro in quanto le tv di strada non sono sviluppate a livello nazionale e non sono monitorate e studiate dal punto di vista degli ascolti.

Non c'è un meccanismo simile all'auditel che riesce a dirci quale sia effettivamente il pubblico coinvolto.

Un ultimo aspetto prima di chiudere è quello della televisione come terapia per i disabili.

La telestreet Disco Volante ha inventato un nuovo modo di utilizzare il mezzo televisivo per scopi terapeutici e sembra che questo funzioni davvero bene. Tutto è ancora in fase di sperimentazione ma già in questi giorni diversi incontri su questo argomento sono stati fatti sia a Rimini che a Bologna e chissà che per fine marzo 2004, al secondo incontro nazionale delle televisioni di strada, che si terrà proprio a Senigallia non si facciano passi avanti in questo campo.

ELENCO IMMAGINI

Fig.1 Copertina originale dell'album omonimo dei Velvet Underground

Fig.2 Manifesto Pubblicitario dei Beatles

Fig.3 Manifesto originale di un concerto dei Velvet Underground del 1967

Fig.4 Video installazione di Wolf Vostell

Fig.5 Video installazione di Wolf Vostell

Fig.6 Video installazione dei coniugi Vasulka

Fig.7 Video installazione dei coniugi Vasulka

Fig.8 Video installazione di Muntandas

Fig.9 Video installazione di Muntandas

Fig.10 Fotogramma di una video installazione di Mario Schifano

Fig.11 Manifesto di una mostra monografica su Mario Schifano 1988

Fig.12 Mario Schifano in azione su una spiaggia Californiana

Fig.13 Schifano, materiale d'archivio

Fig.14 Flyer pubblicitario di Disco Volante Tv

Fig.14 Flyer pubblicitario di Disco Volante Tv

Fig.15 Flyer pubblicitario di Disco Volante Tv

BIBLIOGRAFIA

2003

F. Berardi, M. Jaquemet, G. Vitali, *Telestreet. Macchina immaginativa non omologata*, Baldini Castaldi Dalai, Milano 2003

2002

G. Perretta, *art.comm. Collettivi, reti, gruppi diffusi, comunità acefale nella pratica dell'arte: oltre la soggettività singolare*, Cooper, Roma 2002

M. Pasquinelli, *Media Activism. Strategie e pratiche della comunicazione indipendente*, DeriveApprodi, 2002

2001

L. Taiuti, *Corpi sognanti. L'arte nell'epoca delle tecnologie digitali*, Feltrinelli, Milano 2001

2000

G. Romano, *Artscape. Panorama dell'arte in rete*, Editori associati, Ancona 2000

V. De Angelis, *Arte e linguaggio nell'era elettronica*, Mondadori, Milano 2000

M.M. Gazzano, *Steina e Wody Vasulka: video, media e nuove immagini nell'arte contemporanea*, Fahrenheit451, Roma 2000

S. Bordini, *Arte elettronica*, Giunti, Firenze 2000

1997

M. Costa, *L'estetica dei media*, Castelvechi, Roma 1999

S. Fadda, *Definizione zero: origini della videoarte fra politica e comunicazione*, Costa&Nolan, Genova 1999

S. Paraffini, *Dizionario dei nuovi media*, Mondadori, Milano 1999

1996

F. Guattari, *Caosmosi*, Costa & Nolan, Genova 1996

L. Taiuti, *Arte e Media. Avanguardie e comunicazione di massa*, Costa & Nolan, Milano 1996

A. Canevaro, C. Balzaretti, G. Rigon, *Pedagogia speciale dell'integrazione. Handicap: conoscere e accompagnare*, La nuova italia, Firenze 1996

1995

S. Bordini, *Videoarte & Arte. Tracce per una storia*, Lithos, Roma 1995

M.M. Gazzano, a cura di, *Steina e Wody Wasulka. Video, media e nuove immagini nell'arte contemporanea*, Fahrenheit 451, Roma 1995

1993

P.L. Cappucci, *Realtà del virtuale: rappresentazioni tecnologiche, comunicazione, arte*, Ueb, Bologna 1993

G. Perretta, *Medialismo*, G. Politi, Milano 1993

D.De Kerckhove, *Brain frames, mente tecnologica*, Baskerville, Bologna 1993

1992

M.M. Gazzano, a cura di, *Il novecento di Nam June Paik*, Fahrenheit 451, Roma 1992

1991

S.G. Lisi, *?Ri-uscire!*, Borla, Bologna 1991

1990

V. Fagone, *L'immagine video. Arti visuali e nuovi media elettronici*, Feltrinelli, Milano 1990

B. Oliva, *L'arte fino al 2000*, Sansoni, Firenze 1990

M. Costa, *Il sublime tecnologico*, Edisud, Salerno 1990

1989

G. C. Argan, *L'arte moderna: dall'illuminismo ai movimenti contemporanei*, Sansoni, Firenze 1989

1985

M. Wolf, *Teorie delle comunicazioni di massa*, Bompiani, Milano 1985

1966

W. Benjamin, *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica. Arte e società di massa*, Einaudi, Torino 1966

SITI WEB CONSULTATI

www.schifano.org
www.fub.it/telema/autori
www.artinvest2000.com
www.giulyars.net
www.passiopea.net
www.exibart.com
www.artintotheweb.com
www.thefileroom.com
www.rhizome.org
www.studiozelig.it

RIVISTE

D. Cascella "*Music Village. Arte e videoclip*" in *Flash art*, anno XXXVI, n 240, giugno-luglio 2003
G .T "*La bottega elettronica*" in *Flash art*, anno XXXVI, n 243, novembre-dicembre 2003
R. Cenni "*Il cane del vicino sporca? La Tv di quartiere può salvarvi*" in *Oggi*, anno VI n 74
Piperno "*Nuovi media2. Tv di quartiere*" in *Panorama*, 9 ottobre 2003
Diario, anno VIII n 38, 3-9 ottobre 2003

QUOTIDIANI

M. Pagliari, *Oscurata la televisione di strada*, in *Messaggero*, 10 aprile 2003
M.P., *La televisione di strada si prepara all'estate: in onda dal primo giugno*, in "Il Messaggero" 4 maggio 2003
L. Delle Donne, *Caso teletret: il sindaco scrive a Gasparri "caro ministro venga al forum di Senigallia"* in *Messaggero*, 15 ottobre 2003
M. Benarrivo, *Teletreet al Tar contro l'oscuramento*, in *Messaggero*, 17 ottobre 2003
L. Delle Donne, *In difesa di teletreet arriva Michele Santoro*, in *Messaggero*, 20 ottobre 2003
M. Benarrivo, *Discovolante ora è un caso nazionale*, in *Messaggero*, 17 gennaio 2004
S. G., *Sigilli alla tv di strada presieduta dall'onorevole Giacco* in "Il Resto del Carlino" 20 settembre 2003
A. C., *Teletret pronta ad aprire: ecco come*, in *Resto del Carlino*, 18 gennaio 2004

G. Bettini, *Non oscureranno Disco Volante*, in Corriere Adriatico, 11 aprile 2003

S. Marinelli, *Telestreet, un onorevole per presidente* in Corriere Adriatico, 16 aprile 2003

S. Marinelli, *Slitta Disco Volante*, in Corriere Adriatico, 1 giugno 2003

S. Marinelli, *Va in onda Disco Volante*, in Corriere Adriatico, 29 luglio 2003

G. Bettini, *Disco Volante Tv finisce sul satellite*, in Corriere Adriatico, 19 settembre 2003

Michelon, *Il ministero spegne Disco Volante*, in Corriere Adriatico, 20 settembre 2003

V. Olivieri, *Tutti al fianco di Disco Volante Tv*, in Corriere Adriatico, 22 settembre 2003

V. Olivieri, *I deputati si schierano con Disco Volante*, in Corriere Adriatico, 24 settembre 2003

M. T. Biaciardi, *Telestreet, va in onda la rivolta*, in Corriere Adriatico, 26 settembre 2003

S. Marinelli, *Disco Volante, esposto contro il sindaco*, in Corriere Adriatico, 27 settembre 2003

S.M., *Telestreet, forum rinviato*, in Corriere Adriatico, 2 ottobre 2003

S. Marinelli, *Spiraglio per Disco Volante*, in Corriere Adriatico, 3 ottobre 2003

V. Olivieri, *Disco Volante alla marcia per la pace*, in Corriere Adriatico, 8 ottobre 2003

S. Marinelli, *Telestreet sfida Gasparri*, in Corriere Adriatico, 13 ottobre 2003

A.C., *Informazione e telestreet novità tutta da costruire*, in Corriere Adriatico, 17 ottobre 2003

G. Bettini, *Telestreet, grido di libertà*, in "Corriere Adriatico" 19 ottobre 2003

A.C., *Un permesso per Telestreet*, in Corriere Adriatico, 20 ottobre 2003

Corriere Adriatico, 19 novembre 2003

M. T. Biaciardi, *Disco Volante, l'emittente apripista*, in Corriere Adriatico, 10 dicembre 2003

S. C., *Telestreet sale su Disco Volante*, in Corriere Adriatico, 19 dicembre 2003

M. T. Biaciardi, *Telestreet, il comune pronto ad appoggiarla*, in Corriere Adriatico, 15 gennaio 2004

S. Marinelli, *Proroga anche a Disco Volante*, in Corriere Adriatico, 20 gennaio 2004

R. F., *Telestreet spicca il volo*, in Corriere Adriatico, 1 gennaio 2004

R. F., *I giovani fanno la coda per Telestreet*, in Corriere Adriatico, 5 febbraio 2004

C.C., *Ieri è stata una giornata importante, oggi ne abbiamo visto gli effetti!!*, in Sprint, 30 settembre 2003

Mastrandrea, *Sigilli ministeriali sulle telestreet*, in "Il Manifesto" 20 settembre 2003

S. Danna, *Piccioli Tv non sarà oscurata*, in Il Manifesto, 27 settembre 2003

F. Reboli, *Cento tivù fai da te*, in L'Espresso, 30 aprile 2003

INDICE

Introduzione	7
--------------	---

CAPITOLO 1

Sperimentazione artistica nei linguaggi di massa

1.1 Cenni storici per un'evoluzione antropologica della comunicazione di massa	11
1.2 Storia dell'incontro tra media arte e movimenti sociali	17
1.2.1 Le avanguardie post-guerra: dal movimento neo-dada alle correnti concettuali	18
1.2.2 Video tape: uso sociale e politico del video	
1.2.3 Movimento punk degli anni '80 e nascita del video clip	
1.3 Anni '90. Computer e internet: utilizzo politico della rete	
1.3.1 Antoni Muntadas e il gruppo 01.org: utilizzo artistico e politico della rete	
1.4 La televisione: il media più studiato e criticato dagli artisti	
1.4.1 Wolf Vostell e Nam June Paik	
1.4.2 Vasulka, Muntadas, Schifano: studi sulle televisione	
1.4.3 Utilizzo del computer per opere tradizionali: Cristiano Pintaldi e la "sua" televisione	
1.4.4 Minimal TV e Van Gogh TV	

CAPITOLO 2

Il nuovo paradigma estetico

2.1 Il sistema dell'arte tradizionale entra in crisi	
2.2 Arte della comunicazione	
2.3 Arte come fantascienza	
2.4 Per una definizione di arte	
2.5 La figura dell'artista in rapporto alla tecnologia	
2.6 La non soggettività dell'artista nell'epoca della rete	
2.6.1 La televisione	
2.6.2 Il mercato	

CAPITOLO 3

Le televisioni di strada: avanguardia nella sperimentazione comunicativa

Che cos'è il mediattivismo?

3.1.1 Il rapporto tra tecnologie della comunicazione e movimenti sociali	
3.1.2 La nuova comunicazione indipendente: un po' di storia	
3.1.3 Strategie tattiche e repertori d'azione	
3.1.4 Indymedia: il primo network di comunicazione autogestita	
3.1.4.1 Indymedia e l'Italia	
3.1.5 Candida, la televisione elettrodomestica	

3.1.6 Quando i movimenti sociali incontrano l'arte

Che cosa sono le tv di strada?

3.2.1 Come sono nate le Tv di strada

3.2.1.1 Alla ricerca di una frequenza disponibile

3.2.1.2 Attrezzatura base di una tv di strada

3.2.2 La questione legale

3.2.3 Il raggio di copertura

3.2.3.1 Le trasmissioni

3.2.4 Il circuito Telestreet

CAPITOLO 4

Disco Volante: la tv di strada a metà tra l'arte e il sociale

4.1 Laboratorio artistico: Studio Zelig

4.2 Disco Volante, Telestreet di Senigallia

4.3 I palinsesto di una tv di strada

Conclusioni

Stampato.....

