

OSSERVATORIO DELLO SPETTACOLO

Le nuove tecnologie nello spettacolo e nei mass media

A cura di **Serena Albano**

2007

1. Giornale, Radio, Internet. Storia di un cambiamento

Quando, nel 1930, viene trasmesso il primo giornale radio, per la stampa italiana è la fine del monopolio dell'informazione giornalistica quotidiana, che aveva esercitato nei tre secoli precedenti. Poco più di vent'anni dopo, con l'avvento del telegiornale, il giornale stampato cessa definitivamente di essere il mezzo di informazione privilegiato dagli italiani. Ogni volta che un nuovo strumento ha fatto il suo ingresso nel sistema dei media, e ha proposto un modo innovativo di fare giornalismo, il quotidiano si è dovuto rimettere in discussione. "Sfidato" da mezzi più moderni, che insidiano le sue prerogative, il giornale ha dovuto urgentemente intuire quale fosse l'originalità degli altri strumenti, per ricavarne la propria, capire quali fossero le funzioni specifiche della carta stampata, quelle che la rendevano uno strumento di informazione diverso dagli altri ed insostituibile, quindi valorizzarle. La capacità di cambiare i propri modelli e conformarsi alle esigenze del pubblico è ciò che ha consentito ai giornali stampati di arrivare fino ad oggi.

Ora l'ultima sfida è quella lanciata da Internet. L'informazione on line è in continua evoluzione e prende forme diverse: siti di giornali stampati, giornali nati per il Web, blog sono solo le principali. Una natura multiforme, per un mezzo che ha enormi potenzialità informative. Molti hanno profetizzato che Internet condurrà i giornali verso una imminente estinzione. Può non essere così, e questo lavoro è un tentativo di dimostrarlo. Davanti alla nuova sfida i quotidiani possono trovare nuove risposte, riproporsi secondo nuove funzioni. Queste pagine hanno l'obiettivo di capire quali possano essere queste risposte, e quindi delineare alcune ipotesi sull'evoluzione futura della carta stampata. Per capire il futuro occorre partire dal passato. Comprendere la natura delle

concorrenza tra radio, televisione e carta stampata, per capire le risposte che il giornale ha saputo dare alle sfide dei due mezzi. Mentre nel caso della radio o della televisione l'evoluzione del giornale è già avvenuta, e quindi la si può analizzare, nel caso di Internet l'evoluzione è ancora in corso, e questo è, nello stesso tempo un limite e un valore del lavoro. È un limite perché impedisce a questo studio di arrivare a conclusioni certe, costringendolo a lavorare su ipotesi e supposizioni. È un valore perché lo rende aperto sul futuro, propone spunti che possono essere verificati o smentiti con il tempo.

Esistono numerosi studi sull'evoluzione del giornale stampato in rapporto alla radio e alla televisione. Le storie del giornalismo di Murialdi (1996) e l'opera di Castronovo e Tranfaglia (1994) trattano ampiamente di questo argomento, pur soffermandosi poco sul rapporto tra i singoli media, limite a cui sopperiscono studi come quello di Monteleone (1999) sulla radio e di Menduni (1996, 1998) sulla televisione. Molti volumi recenti affrontano il tema del giornalismo on line, su tutti quello a cura di Hassan (2001), che ospita contributi di autori diversi. In pochi hanno studiato le ripercussioni dell'avvento di Internet sui giornali stampati, per questo motivo sono state realizzate delle interviste. In appendice si trovano cinque colloqui, alcuni telefonici altri via e-mail, con professionisti e studiosi del giornalismo. Sono stati scelti in base al ruolo che svolgono, per affrontare il tema da un punto di vista diverso.

Il giornalismo, inteso come l'insieme delle pratiche di raccolta, elaborazione e diffusione di informazioni nuove su fatti di pubblico interesse, si evolve in stretto rapporto con lo sviluppo tecnologico dei mezzi di comunicazione. La nascita del giornalismo moderno è stata permessa dall'innovazione tecnica dell'invenzione della stampa, e per secoli il rapporto tra attività giornalistica e giornale stampato è stato di completa e reciproca dipendenza.

L'avvento dei media elettronici, la radio prima e la televisione poi, ha rivelato che giornale stampato e giornalismo non sono assimilabili. Al contrario: il primo ha bisogno del secondo, ma non viceversa. Da quel momento il giornale

scopre di essere solo uno dei canali attraverso i quali possono filtrare le notizie. La concorrenza degli altri mezzi di comunicazione sociale sottrae alla carta stampata il tempo del suo potenziale pubblico e gli investimenti del mercato pubblicitario; ma soprattutto i quotidiani rischiano di vedersi privati della propria funzione informativa ad opera dei media più moderni, con il rischio di divenire obsoleti.

In un simile complesso di elementi l'identità del giornale stampato deve essere messa in discussione. Gli editori e le redazioni sono costretti battere nuove strade per garantire la sopravvivenza ai quotidiani, attraverso la ricerca di una specificità che li renda strumenti in ogni caso indispensabili all'interno del sistema dei media.

La radio è il primo mezzo di comunicazione in grado di competere con il giornale sul piano dell'informazione giornalistica. Da un lato le sue caratteristiche tecniche ne fanno uno strumento vincente dal punto di vista della velocità, della capacità di diffondere le informazioni e dell'abilità nel catturare l'attenzione del destinatario. Dall'altro la sua natura di medium orale le concede una chiarezza esplicativa inferiore a quella del giornale stampato e il suo funzionamento per flusso la porta a una fusione tra il genere giornalistico e quello dell'intrattenimento.

La storia della concorrenza tra giornalismo radiofonico e stampato in Italia si sviluppa durante il Ventennio fascista, e quindi sotto la regia attenta del regime, che ha il completo controllo sui mezzi di comunicazione del Paese. La competizione tra i due mezzi non rientra nei piani del regime, per cui quotidiani e giornali radio si integrano senza contrastarsi e i giornali non sono costretti a rinnovarsi. Tuttavia i quotidiani, anche sotto la spinta del regime stesso, tentano di rigenerarsi per adeguarsi ai tempi e non perdere i propri lettori. Negli anni della radio prende dunque il via la modernizzazione dei giornali italiani.

Nella storia della vita quotidiana dell'uomo, a partire dai tempi più antichi, è possibile individuare un continuo intreccio fra la dimensione privata, casalinga

e familiare, e quella pubblica, sociale e collettiva. Per secoli, fino all'Ottocento, la partecipazione alla vita pubblica è stata negata quasi del tutto ad interi gruppi di individui, a partire dalle masse dei contadini e dei più poveri, persone i cui rapporti sociali erano molto limitati per diversi motivi, primi fra tutti l'estensione della distanza fisica della propria abitazione dalle altre e il poco tempo che il lavoro lasciava da dedicare ai rapporti interpersonali. La diffusione della stampa quotidiana, iniziata nel XIX secolo, realizza un nuovo modo di vivere la sfera sociale, dando la possibilità di entrare in contatto con le idee di altre persone attraverso la semplice lettura di un giornale. Ma il numero elevato di analfabeti nell'Italia di quegli anni, il costo dei quotidiani e le spese per il loro trasporto rendono molto limitata la capacità di diffusione dei giornali.

In questo contesto l'avvento della radiofonia nel sistema dei mezzi di comunicazione dei primi anni del Novecento rappresenta una grande innovazione. Le più grandi novità della radio sono una straordinaria capacità attrattiva, dovuta da un lato alla sua natura di punto di incontro tra la casa e la sfera sociale e dall'altro alle particolarità della comunicazione orale; e la possibilità di superamento delle barriere culturali e fisiche che impedivano ai giornali una diffusione più ampia. I maggiori limiti per un suo uso giornalistico stanno nella sua stessa natura di medium legato al linguaggio orale e nel suo funzionamento per flusso.

La radio è il primo strumento di comunicazione sociale che trova un collocazione più o meno fissa nelle case. Una volta acquistato, l'apparecchio radiofonico porta suoni e parole nello spazio privato dei domicili delle persone. Nei salotti, nelle cucine o nelle camere da letto arrivano le notizie del momento, le dirette dei grandi eventi o l'intrattenimento. Tutti beni che prima erano esclusivi, costosi ed eccezionali ed ora sono, seppure virtualmente, accessibili, gratuiti e quotidiani. La casa, lo spazio privato per eccellenza diventa il luogo designato alla ricezione delle informazioni, una delle attività caratteristiche della vita pubblica. (Menduni, 1998).

L'ascoltatore si rende conto del carattere sociale della fruizione radiofonica. Prestando orecchio alla radio percepisce di partecipare a un processo comunicativo che coinvolge "altri lontani" e si sente membro di una comunità. La sua condizione è profondamente diversa da quella di chi sfoglia un quotidiano: mentre la lettura chiede un assorbimento del lettore nello scritto, e quindi un suo allontanamento dal contesto in cui si trova a consumare la propria attività di lettore, la forma comunicativa della radio, come successivamente quella della televisione, non richiede un coinvolgimento particolare, riportando la persona in un contesto di tipo sociale.

Nello stesso tempo resta nell'ascoltatore la percezione della comunicazione radiofonica come personale e confidenziale. Questo, da un lato, perché i ritmi della radio sono volutamente del tutto compatibili con quelli della vita quotidiana. Con la sua presenza continua nelle stanze, la radio diventa quasi un "ospite fisso" della casa, attorno al quale si organizzano la conversazione e i rapporti tra i membri della famiglia. Ma è soprattutto la natura di mezzo della comunicazione orale che accentua l'efficacia attrattiva della radiofonia.

La comunicazione orale e per suoni, rimanda l'uomo al suo stato percettivo naturale. È dimostrato che il senso dell'udito si sviluppa nel bambino già al quarto mese dal concepimento. Al quinto mese, ancora nell'utero, gli esseri umani possono percepire i suoni che circondano la madre. Ovvio come l'ascolto, rispetto alla lettura, che è invece una tecnologia, sia più vicino all'esperienza umana diretta, e quindi più naturale. Il carattere in qualche modo primitivo del linguaggio radiofonico lo colloca nell'insieme dei codici irrazionali, quelli cioè che trascendono il corpo.

Il linguaggio della radio tende più alla suggestività che alla razionalità. McLuhan concorda nel ritenere che si tratti di uno strumento che non si fonda sulla ragione: "La radio tocca intimamente e personalmente l'ascoltatore. Presenta un mondo di comunicazioni sottintese tra l'insieme scrittore-speaker e lui. Le sue profondità subliminali sono cariche degli echi risonanti di corni

tribali e di antichi tamburi. Ciò è insito nella natura del medium, per il suo potere di trasformare la psiche e la società in un'unica stanza degli echi”.

Il giornalismo però avrebbe ben poca credibilità se si appoggiasse sulle sensazioni o sull'emotività. A restituire un carattere di razionalità alla comunicazione radiofonica ecco la trasmissione della voce umana, ritenuta dai giornalisti il vero punto di forza del nuovo medium, per la sua capacità di “raccontare, evocare immagini e curiosità”. Quantitativamente è vero che le parole ascoltate comunicano più di quelle scritte. Ciò avviene grazie alle tonalità, alle cadenze, ai ritmi e alle modulazioni della voce.

Le informazioni che la radio può trasmettere sono realisticamente molte di più di quelle che può inviare, con la stessa quantità di parole, un testo scritto. È anche vero tuttavia che in quanto a comprensione del messaggio il lettore dei quotidiani sia molto avvantaggiato rispetto all'ascoltatore dei giornali radio. La cultura letteraria, al contrario di quella orale, permette “il meccanismo analitico del sapere”, quindi aiuta il ragionamento e sviluppa il pensiero causale. L'analisi è dunque appannaggio delle forme di comunicazione scritta. Chi legge una pagina, dal punto di vista cognitivo, opera attraverso un processo di sintesi-analisi-sintesi: “prima coglie matematicamente l'intera riga, cercando i segni di interpunzione, identificando il punto fermo, per orientare il senso di ciò che sta leggendo; in seconda battuta identifica i singoli elementi (le lettere, la punteggiatura) che la compongono, infine lavora su questi elementi associandoli a comporre il senso della frase”.

Gli effetti che un simile processo comporta per quanto riguarda la comprensione sono tre: l'obbligo di scomporre le parole nei loro elementi costitutivi per poi ricostruirne il senso a partire da essi; l'introduzione nei meccanismi del pensiero di un processo di temporizzazione che fa della relazione prima-dopo una delle strutture di comprensione dei fenomeni più importanti; infine l'emancipazione del pensiero dal rapporto con gli oggetti, grazie allo statuto di doppia articolazione, per il quale la parola scritta non

rimanda direttamente a un oggetto, ma a un concetto che a sua volta rimanda a un oggetto.

In sintesi è generalmente condiviso che l'effetto della lettura sulle abitudini mentali sia una maggiore propensione della mente alla razionalità. Leggere la parola scritta significa classificare, fare deduzioni e ragionare, mentre la comprensione dell'oralità ha un funzionamento diverso. Se nella cultura letteraria la parola è inserita in una trasmissione delle informazioni che punta sulla logica, su nessi causali argomentati e sul distacco critico, la cultura orale, come quella visiva, gioca a costruire una comunicazione fantasiosa, che punta alla contemporaneità, alla simultaneità e all'intimità, producendo una gratifica immediata e una veloce risposta emotiva .

Il linguaggio radiofonico, che è orale, non permette dunque le possibilità di analisi e approfondimento che offre un testo scritto. Ascoltando la radio non si può tornare indietro se è sfuggito il passaggio di un ragionamento o scomporre una frase troppo complicata, non è possibile confrontare il radiogiornale di oggi con quello del giorno precedente se non affidandosi alla memoria o a delle registrazioni, tecnologie delle quali i radioascoltatori in realtà non fanno quasi mai uso.

Le conseguenze di un simile limite per il giornalismo radiofonico non possono essere ignorate: se da un lato c'è un aumento quantitativo, in termini di pubblico e di informazioni diffuse, dall'altro c'è, con tutta probabilità, un calo di comprensione delle notizie e di razionalità nel recepirle.

“Dall'invenzione della stampa a caratteri mobili di Gutenberg a Internet vi è un lunghissimo filo rosso, rappresentato dall'esigenza di velocizzare gli scambi informativi”. Rendere il più rapido possibile il processo comunicativo è un'esigenza sentita in modo particolare da chi pratica attività giornalistica. Nella definizione di giornalismo proposta dal sociologo Brian McNair, “è giornalismo ogni testo scritto parlato o in immagini che abbia un autore, che si prefigga come vero e in certo qual modo fino ad allora di natura sconosciuta

sull'attuale mondo sociale”, la novità della notizia è sottolineata come elemento cruciale per potere parlare di giornalismo. Ma una notizia è tale finché è una novità, e perché una notizia continui ad essere una novità occorre, logicamente, che il destinatario ne sia messo a conoscenza per la prima volta. Fino agli anni agli anni Venti del secolo scorso il giornale era il più veloce tra i mezzi di comunicazione sociale. Tramite i telefoni le redazioni potevano ricevere velocemente le notizie dalle agenzie o gli articoli dei vari corrispondenti. Le evoluzioni della tecnica tipografica abbreviavano di anno in anno i tempi di stampa. Lo sviluppo della rete di trasporto e spedizione postale, abbinata al miglioramento della distribuzione, veniva incontro alla esigenza di fare arrivare il prodotto a destinazione il più rapidamente possibile. Il sistema a più edizioni giornaliera consentiva di aumentare la frequenza di aggiornamento proposta al lettore. Infine le urla degli strilloni annunciavano nelle strade le ultime novità. Nella migliore delle ipotesi tra l'evento-notizia e la sua ricezione da parte dei lettori passava almeno mezza giornata. Nonostante un così ampio spazio di tempo nessun altro mezzo era in grado di anticipare il giornale.

La radio è stata la prima a farlo, e ha reso inutile la lotta contro il tempo combattuta ogni giorno dalla carta stampata. In grado di attraversare in pochi attimi distanze sconfinite, la radio annulla, o quasi, le distanze spaziali e temporali. Con l'avvento della radiofonia il giornalismo conosce la diretta e il tempo reale, ossia la contemporaneità tra emissione e ricezione dei messaggi, tra fatto-notizia e ricezione. La simultaneità procura all'ascoltatore quella sensazione di prossimità e presenza all'evento che fino ad allora, era stata esclusiva dello spettacolo dal vivo e della partecipazione diretta.

Inoltre, con la radio, diventa possibile un fenomeno che fino a pochi anni prima sarebbe stato inconcepibile: “l'emissione di messaggi verbali ricevibili nello stesso istante da una nazione intera, compresa quella parte della popolazione che, in quanto poco o per nulla scolarizzata, era stata in precedenza esclusa

dall'uso di media di massa che non fossero incentrati sulla musica o sulle immagini”.

L'analfabetismo è il grande ostacolo abbattuto dal giornalismo radiofonico. Per la semplice caratteristica di basarsi sulla scrittura i giornali italiani, negli anni della radio, si trovavano a dovere fare i conti con un potenziale pubblico di lettori quantitativamente ristrettissimo. La conseguenza era stata una deriva elitaria, un problema dal quale probabilmente non si sono tuttora liberati. Ma, grazie alla radio, “la parola non scritta, ricondotta al suo valore di verbo, di suono, articolata dentro a fenomeni espressivi e comunicativi unicamente sonori, scavalca la barriera culturale alzata dal rapporto di lettura.

Il messaggio può giungere a miliardi di uomini non alfabetizzati, collegando chi ha sapere e chi non ne ha, creando una comunicazione universale senza precedenti”. Il ritorno in primo piano della comunicazione orale fa scoprire al giornalismo la possibilità di rivolgersi alle folle. Una ipotesi che suscitava gli entusiasmi degli osservatori dell'epoca: “Il giornale radio taglia praticamente la testa all'analfabetismo, emancipando quelli che ancora non sanno leggere dalle prestazioni, spesso ingiustificatamente pretestuose, degli istruiti. Scova a domicilio quelli che di giornali non ne hanno mai voluto sapere e a poco a poco li porta a interessarsi della vita pubblica, suscita in chi i giornali li legge l'impazienza di controllare la notizia ascoltata e il cercare dal proprio foglio dettagli e commenti che la radio almeno immediatamente non dà”.

Il funzionamento per flusso è l'altra grande novità della radiofonia. Prima dell'invenzione della radio ogni prodotto culturale era strettamente legato al suo contenuto. Chi comprava un hardware, come ad esempio un giornale, un libro o un disco, acquistava automaticamente un software specifico, un titolo, un autore o un'interpretazione. Un meccanismo che non vale per la radio. Chi compra l'apparecchio radiofonico ha in mano uno strumento senza contenuto. Ciò che può offrire non è un messaggio fisso o predeterminato, anzi, neanche predeterminabile. A differenza dei media di massa che l'hanno preceduta la

radio, come poi la televisione, è un oggetto sganciato da un testo, un medium che è puro canale vuoto per la trasmissione di segnali.

Il contenuto della radio non è immobile, ma scorre come un flusso. Raymond Williams per primo ha individuato nel fenomeno del flusso programmato la caratteristica principale della radiofonia, ciò che la rende, nello stesso tempo, tecnologia e forma culturale (1974). Il vero programma che viene offerto alla radio, secondo Williams, è una sequenza o un insieme di sequenze che sono resi disponibili in un'unica dimensione e in un unico atto. I generi, alla radio come alla televisione, non sono realmente separabili, ma si fondono, perché sono parti diverse di un unico programma ininterrotto. Nei mezzi di teletrasmissione dunque avviene l'unificazione, la combinazione e la fusione programmata di pezzi fra loro differenti e solo vagamente correlati. Di conseguenza ogni programma, e tra questi anche l'informazione giornalistica, è influenzato da quello che lo precede e da quello che lo seguono. Nessuno di essi può essere concepito in modo separato dagli altri e anche gli intervalli che c'erano un tempo per separare un programma dal successivo si sono persi col tempo, nel tentativo di non concedere all'ascoltatore una qualsiasi possibilità di distrazione. Quello che offre la radio, e successivamente la televisione, "non è, secondo la vecchia concezione, un programma di distinte unità con determinate inserzioni, ma un flusso pianificato, in cui la successione reale non è la sequenza dei titoli dei programmi pubblicati ma questa sequenza trasformata dall'inclusione di un altro tipo di sequenza, per modo che queste sequenze insieme compongono il flusso reale, la reale radio e la reale televisione".

Nella mente del destinatario del flusso i confini tra spettacolo e informazione, divertimento e responsabilità si fanno labili. La radio, per prima, mescola al linguaggio delle notizie la musica, la commedia e il racconto orale. Dà inizio all'omologazione fra cultura delle notizie e la cultura in genere, prepara le basi della cultura spettacolo, il cosiddetto infotainment. Il termine, un neologismo di provenienza inglese, non è altro che la fusione delle parole information e

entertainment (informazione ed intrattenimento). L'infotainment ha origine dalla mescolanza di più generi per andare incontro all'instabile livello d'attenzione degli spettatori. "Il nostro universo è mutevole, molteplice e di una spaventosa complessità. Le informazioni che ne derivano sono contraddittorie e imprecise. Il pubblico non vuole la complessità, le sfumature, le riflessioni sui grandi problemi: vuole una maquette semplice, ben definita, riconoscibile come i personaggi e le scene dei teleromanzi.". Di per sé, l'idea di trovare un linguaggio più accessibile al pubblico da casa, non è un'idea malvagia: non è la prima volta nella storia della nostra cultura che si cerca di educare le masse attraverso la spettacolarizzazione delle informazioni. In Tv questa mescolanza può essere utile sia per scuotere gli spettatori ipnotizzati, sia per fermare la loro attenzione su determinati punti fondamentali, sia per facilitare la comprensione di nozioni astratte per mezzo del linguaggio delle immagini video. Nei primi anni della RAI per esempio si volle cercare di educare gli spettatori alla cultura mandando in onda trasposizioni televisive di spettacoli teatrali. I tempi adesso però sono decisamente diversi da quelli del dopoguerra. Si è verificata una forte tendenza alla commercializzazione del mezzo televisivo: gli spot (o reclame, o pubblicità) sono passati dall'occupare una ristretta fascia oraria (i caroselli), moltiplicandosi in tutta la fascia oraria giornaliera su tutti i canali. Dai primi anni '80 si assiste alla fine del monopolio RAI con la nascita della FININVEST un'emittente televisiva nazionale, non statale, che vive sui soldi guadagnati con gli spot pubblicitari e non con un canone come per la RAI. Gli sponsor si moltiplicano invadendo i nostri schermi nelle manifestazioni sportive, nelle fiction, nei varietà e qualsiasi altra trasmissione possa creare audience. La logica commerciale delle nostre televisioni ha irrimediabilmente inquinato la qualità dei suoi contenuti: la TV è divenuto strumento di persuasione per masse. Obiettivo numero uno: catturare più spettatori possibile e trasformarli in perfetti consumatori. Incredibile ma vero i contenuti diventano solo la confezione superficiale, la carta da regalo dei nostri desideri.

Se quindi non è la qualità del pubblico che interessa, ma solo la sua quantità risulta chiaro come il fenomeno dell'infotainment sia meschino e deleterio: spettacolarizzare informazioni ed eventi banali ha il solo scopo di tenere gli spettatori attaccati al video perché li si possa propinare ancora della pubblicità, per viziarlo e non consentirgli di "zappare" (cambiare canale). Uno dei mezzi della spettacolarizzazione è la realsificazione: si cerca di far sembrare reale le trasmissioni affinché il pubblico cerchi la propria realtà nella realtà televisiva e viceversa. Scrive il filosofo Jean Baudrillard: "I mass media sono ormai da tempo usciti dal loro spazio mediale per investire dall'interno la vita reale, proprio come fa il virus con una cellula normale".

2. Le nuove tecnologie applicate al cinema e alla televisione

Agli inizi del 900, la proiezione dei primi film in sale cinematografiche italiane era un evento, atteso magari per giorni e giorni. I primi film, muti e in bianco e nero, duravano pochi minuti, ma le emozioni che quel nuovo mezzo espressivo riusciva a suscitare rimanevano per giorni e giorni al centro dei commenti della gente che aveva avuto la fortuna e il privilegio di goderne. Oggi, un secolo dopo, premere il telecomando per accendere il televisore è un gesto naturale quasi quanto spegnere la luce prima di addormentarsi.

E' passato un secolo, l'innovazione tecnologica ha permesso cose impensabili e oggi più che mai l'informazione, la cultura e l'intrattenimento viaggiano alla velocità della luce attraverso il linguaggio delle immagini e dei suoni.

Novanta famiglie italiane su cento nel 1980 possedevano almeno un televisore; oggi la percentuale è salita al 99,1%: cioè, più di novantanove nuclei familiari ogni cento hanno in casa almeno un apparecchio televisivo. Un apparecchio utilizzato molto, considerato che ogni italiano trascorre in media quattro ore al giorno per guardare programmi televisivi.

Tutte le principali reti televisive, pubbliche e private, trasmettono programmi 24 ore su 24.

Televisione e cinema sono mezzi di comunicazione di massa ormai penetrati nella vita quotidiana della gente. Sono mezzi diffusissimi, al punto che potrebbe apparire riduttivo cercare di racchiudere in delle definizioni il ruolo che svolgono nella vita socio-culturale di ogni persona.

L'idea di sedersi in poltrona e, attraverso un semplice telecomando, emozionarsi davanti alle scene di un film, oppure apprendere dai telegiornali ciò che accade nel mondo o sotto casa, o ancora scoprire da un documentario la vita e la cultura di popoli che vivono in paesi lontani, è talmente entrata nelle nostre abitudini che difficilmente ci soffermiamo sulla grandiosità di questo mezzo di comunicazione.

Il cinema e la televisione possono essere considerati gli audiovisivi per eccellenza, visto che per audiovisivi si intende tutti i mezzi di comunicazione che uniscono alle immagini i suoni. Sebbene cinema e televisione vi rientrino a pieno titolo, ed anzi ne rappresentano i progenitori, nella categoria degli audiovisivi si fanno rientrare comunemente le diapositive con commento sonoro, le videocassette a carattere didattico e divulgativo, i Cd-Rom in cui vi siano filmati con accompagnamento sonoro, i Dvd, i Cd-I (Compact disc Interactive, disco ottico destinato ad essere letto dal televisore attraverso un apposito apparecchio e che può contenere immagini, suoni, testi...). Quante enciclopedie con foto, suoni e filmati sono oggi diffuse su Cd-Rom? Quante volte, acquistando un apparecchio complesso, capita di avere le istruzioni per l'uso contenute in un Dvd? Chi non ha mai sentito pubblicizzare un Cd-Rom o un Cd-I che consenta di visitare, da casa propria, un museo, osservando le opere dalle immagini e ascoltando il commento sonoro? A parte cinema e televisione, dunque, il settore degli altri audiovisivi è più che mai vivace.

I primi film proiettati nelle sale cinematografiche italiane risalgono agli inizi del 900 (nell'Archivio del cinema italiano, costituito dall'Anica¹, sono inserite pellicole datate a partire dal 1906). Chi partecipò a quegli eventi non avrebbe mai immaginato quanta strada, quel "modo di comunicare", avrebbe fatto. Si trattava, allora, di filmati senza suoni, in bianco e nero, della durata di pochi minuti. Negli anni '30, in Italia, arrivarono i primi film sonori. Nei primi anni '50 inizia l'era della televisione (in bianco e nero), proprio mentre negli Stati Uniti già si fanno i primi esperimenti di trasmissioni a colori.

Cinema e televisione, nell'ultimo mezzo secolo, si sono sviluppati seguendo percorsi che spesso si sono incrociati, segnando diversi rapporti di forza: da una sorta di timore reverenziale iniziale da parte della TV nei confronti delle produzioni cinematografiche, all'esaltazione del cinema nella programmazione televisiva, alle prime forme di collaborazione, alla produzione di film per le sale da parte di enti televisivi, pubblici e privati, alla realtà di oggi, nella quale si fa fatica a concepire i due mondi (quello del cinema e quello della TV) come separati in modo netto. I film girati per il cinema, infatti, già dopo poco tempo dalla loro uscita rientrano nella normale programmazione televisiva; non di rado ci sono produzioni cinematografiche che affondano le proprie radici proprio nella televisione (basti pensare ai film ispirati a serial televisivi o a quelli interpretati da comici conosciuti al grande pubblico proprio grazie alla TV).

Cos'è il cinema? Una risposta completa si può trovare nell'espressione utilizzata nella legge² con la quale lo Stato italiano, già nel 1965, ha previsto provvedimenti a sostegno della cinematografia. Dice, tra l'altro, l'art. 1: "Lo Stato considera il cinema mezzo di espressione artistica, di formazione culturale, di comunicazione sociale e ne riconosce l'importanza economica ed

¹ Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive e Multimediali (sito internet www.anica.it)

² Legge n. 1213 del 4 novembre 1965 ("Nuovo ordinamento dei provvedimenti a favore della cinematografia")

industriale. Le attività di produzione, di distribuzione e di programmazione di film sono ritenute di rilevante interesse generale”.

Ecco, dunque, cos'è il cinema: un mezzo di comunicazione che consente l'espressione artistica, la formazione culturale e sociale ma è anche un'industria, che dà lavoro (oltre che la possibilità di esprimere la propria creatività) a migliaia di persone.

Definizione a parte, l'industria cinema non è stata al riparo da periodi di crisi e non è esente dal rischio di essere “emarginata” se non si adegua alla nuova era determinata dalla rivoluzione di Internet.

Il futuro del cinema e dell'audiovisivo si giocherà sull'innovazione tecnologica: cinema digitale, distribuzione via satellite e via cavo o via Internet, post produzione ed effetti, montaggio e doppiaggio elettronico, ma anche programmi software, nuovi prodotti elettronici e informatici sono elementi importanti del cinema del futuro che già oggi si affacciano sul mercato.

Per mantenersi competitiva, l'industria tecnica cineaudiovisiva deve necessariamente stare al passo dell'innovazione tecnologica e dell'aggiornamento professionale del personale tecnico. Proprio per queste esigenze, le industrie cinematografiche, all'esordio del terzo millennio, chiedono forme diverse di sostegno da parte dello Stato.

Il numero più alto di film proiettati al cinema è rappresentato attualmente dalle pellicole prodotte negli Stati Uniti ed al secondo posto vi è la produzione nazionale.

Il rapporto fra cinema e nuove tecnologie, quindi, è sempre più saldo. Sono soprattutto i film di grandi mezzi che hanno fatto ricorso alle nuove tecnologie digitali e che portano a riflettere sull'onda d'urto delle tecnologie digitali nel mondo della celluloide. Il cinema si è evoluto fino a diventare un'industria complessa, un sistema produttivo globale. Oggi, con le nuove tecnologie, questo modello dominante si sta modificando. Tutti gli elementi dell'industria cinematografica stanno mutando: dal finanziamento alla produzione alla

distribuzione, alla fruizione da parte del pubblico. Ormai le nuove tecnologie, nella forma di hardware, software e reti sono massicciamente entrate nella produzione: Zemeckis diceva che ormai gli attori sono abituati a recitare in spazi blu senza alcun riferimento alla realtà e a ritrovarsi poi inseriti in paesaggi fantastici o creati dal computer, con la naturalezza dell'attore in carne ed ossa che, così, si trasforma quasi in un attore virtuale. In America sono state create delle vere e proprie agenzie di casting virtuale; vi si possono noleggiare modelli e modificarli, si possono adattare i software sulla figura reale di un attore fino a trasformarlo e a farlo diventare qualcun'altro, qualcos'altro. Tutto questo si sta preparando a viaggiare in Rete. Lo scenario è quello che si sta definendo a ritmo accelerato ad Hollywood. Il rischio è che, senza rendersene conto, diventi il modello dominante. E in Italia? Gillo Pontecorvo, come presidente di Cinecittà Holding, affermò: "Siamo molto indietro e questo contrasta con il fatto che molti tecnici italiani di grande valore che sono emigrati in America adesso occupano posti chiave nell'industria digitale nel cinema americano. Sarebbe interessante suscitare un "ritorno dei cervelli". Una struttura tradizionale come Cinecittà deve aggiornarsi e svilupparsi nel settore digitale. Da quando lavoro a Cinecittà ho capito che questo posto può affermarsi come primo polo audiovisivo europeo. Ma è necessario privilegiare, a qualsiasi tipo di investimento, gli investimenti sul digitale e il numerico. Questo è il futuro del cinema.

Tra tutte le nuove tecnologie a disposizione nell'industria digitale, lo sviluppo delle reti promette di essere il mezzo che permetterà una rapida evoluzione nell'universo cinematografico. Non solo per quanto riguarda la produzione ma anche per la distribuzione e la fruizione di film da parte del pubblico. Le nuove tecnologie non intervengono solo nella produzione ma anche nella stessa pellicola: la celluloide sta cedendo il passo al digitale. All'orizzonte ci sono tecnologie avanzatissime di compressione di immagini: gli studi

cinematografici stanno diventando sempre più "virtuali" e la Rete stessa si sta trasformando in un vero e proprio studio cinematografico.

Il virtuale è attorno a noi ma anche dentro di noi che, attraverso il telefono, il fax e le e-mail portiamo a distanza non solo parole ma anche pensieri, sentimenti e sogni.

Il virtuale investe quindi ogni ambito della vita umana, per questo ormai da tempo è in atto un dibattito su cosa veramente sia il virtuale nel mondo d'oggi. Da un lato vi sono alcuni studiosi, come Tomàs Maldonado, che vi vede il rischio di una società soggetta ad una nuova forma d'alienazione¹, o, come Jean Baudrillard, che vi trovano il pericolo di una derealizzazione generale.

Non manca inoltre chi trova nella proliferazione del virtuale la causa di una crisi del mercato del lavoro che si fa di giorno in giorno sempre più grande: quando tutte le abitazioni saranno cablate con fibre ottiche e connesse alla rete, ci sarà tutta una serie di operazioni che potranno essere svolte comodamente a casa e questo segnerà la fine di molti impiegati e lavoratori comuni. D'altra parte però c'è anche chi non pensa al virtuale come a qualcosa di nuovo e soprattutto scorge in esso, nonostante gli indiscutibili lati oscuri, qualcosa di assolutamente naturale. È il caso di Pierre Lévy che trova nel virtuale e nelle evoluzioni culturali che lo hanno preceduto un proseguimento dell'ominizzazione: "La virtualizzazione non è quindi né positiva, né negativa, né neutra. Essa si presenta come il movimento stesso del 'farsi altro', eterogenesi dell'umano... Il virtuale non è affatto il contrario del reale ma un modo di essere fecondo e possente che concede margine ai processi di creazione, schiude prospettive future, scava pozzi di senso al di sotto della piattezza della presenza fisica immediata". Non di meno, però, la virtualizzazione, se non ad una materializzazione viene assimilata, da Lévy, ad una "privazione di sostanza che si declina in trasformazioni a essa legate: la deterritorializzazione" - cioè un distacco dal qui e ora, presente ovunque e in nessun luogo, ma sempre contemporaneamente - "l'effetto Moebius, che

dispone l'incessante rovesciamento dell'interno e dell'esterno, la condivisione di elementi privati e l'integrazione soggettiva inversa di elementi pubblici.”

Nascono così, secondo Lévy, comunità virtuali che si organizzano secondo affinità di vario tipo ma per le quali lo spazio e il tempo classici non rappresentano più un problema. Essi rientrano nello spazio-tempo reale solo saltuariamente perché ricordiamo che devono sempre agganciarsi a supporti fisici che ne permettano il distacco dalla realtà.

Al di là di giudizi positivi o negativi sul virtuale e sulla virtualizzazione del mondo e della cultura contemporanei ciò che ci interessa è partire dalle caratteristiche che questa forma dell'essere sembra possedere per arrivare prima alle tecnologie che ne hanno accresciuto la pervasività e quindi ai contraccolpi teorici e pratici che queste tecnologie hanno causato nel cinema contemporaneo e nella produzione cinematografica in particolare.

Le caratteristiche peculiari del virtuale sembrano essere: una natura contrastata, ambivalente, addirittura ossimorica, una tendenza a staccarsi da ciò che è reale o ad ampliare il reale stesso, e a farlo, comunque, attraverso supporti tecnologici che lo permettano. La realtà virtuale è la tecnologia che meglio sintetizza queste caratteristiche. Il termine realtà virtuale è stato coniato nel 1989 da Jaron Lanier, direttore generale della VPL Research una società californiana che si occupa da sempre di questa tecnologia, che, come ci dice Gianni Canova, “si presta... ad essere letta in maniera antitetica o come derealizzazione e smaterializzazione del reale, oppure, all'opposto, come dispositivo tecnologico che intensifica la realizzazione del possibile, ma soprattutto la realtà virtuale crea una sensazione di circondamento che può essere considerata l'elevamento a potenza della sensazione che ormai dà il virtuale nel mondo. Anche la realtà virtuale ha ovviamente bisogno di un qualche supporto fisico che permetta all'individuo l'ingresso. Una volta indossata una tuta idonea, una cuffia oculare e un guanto intelligente, la presenza di una realtà altra che si trova tutto intorno a noi è fisicamente

palpabile. Si tratta però di finzione, anche noi che ci muoviamo al suo interno non siamo veramente lì, ma è un nostro alter ego digitale a sostituirci e a rimandarci sotto forma di impulsi elettrici delle sensazioni tattili e oculari, quelle sì, del tutto reali. È questo, secondo Maldonado, lo snodo principale di tutto il discorso sul virtuale, “la nostra è una civiltà in cui un particolare tipo di immagini, le immagini trompe l’oeil, raggiungono, grazie al contributo di nuove tecnologie di produzione e diffusione iconica, una prodigiosa resa veristica e ciò è particolarmente evidente nelle realtà virtuali. Gianni Canova propone, a partire da queste considerazioni, una nuova definizione di virtualità utile a cogliere la nuova natura delle immagini sintetiche: “...è virtuale quell’immagine che, lungi dall’essere il frutto della riproduzione fotografica della realtà, si configura come il risultato o il prodotto di un algoritmo realizzato al computer. In base a questa definizione ciò che viene meno nell’immagine virtuale è il rapporto ontologico con una realtà che la preesista o che esista comunque indipendentemente da lei”.

L’immagine virtuale è quindi il risultato di un calcolo numerico, nasce dal nulla, non ha un referente a cui rimandare se non se stessa e ciò da un lato permette quella creatio mundi auspicata da Maldonado ma dall’altro realizza anche quella fuga mundi dovuta, sempre secondo Maldonado, ad una sorta di paura per la realtà.

Al di là di questo è comunque interessante rilevare il passaggio di queste immagini dallo statuto di icone a quello di idoli. Come spiega Philippe Quéau: Due parole in greco che indicano l’immagine: éidolon e eikon, l’idolo e l’icona. Èidolon, dalla radice indoeuropea vid (vedere), forma eido (vedere) e oida (sapere). Questa stessa radice si trova in idea (l’aspetto esteriore), hades (l’invisibile, l’inferno), eidesis (la scienza) e eidyllion (l’idillio, la poesia). Per contro eikon deriva da vik (sembrare) che ugualmente fornisce eiko (apparire e, al passato: verosimile essere probabile), eike (per azzardo), isos (uguale). Quindi l’idolo contiene l’idea: nel vedere c’è un sapere. L’icona è un’immagine

apparente. Ma nell'apparire sfumano il verosimile e l'inverosimile. La fotografia, il cinema, il video sono tecniche iconiche, registrano delle apparenze, delle analogie. Le immagini del computer non copiano il reale si basano su una conoscenza a priori (modelli, strutture di calcolo, algoritmi) chiara e distinta. In altre parole appartengono alle tecniche idoliche. (Philippe Quéau, *Eloge de la simulation*, Paris, Champ Vallon, 1986)

Nella stessa direzione vanno gli studi di Jean Baudrillard. Lo studioso si concentra in particolare sul concetto di simulacro, la cui origine latina è *simulacrum* che significa figura. Egli individua in questo senso tre ordini di simulacri. Il primo, chiamato ordine della contraffazione, ha come emblema la civiltà barocca in cui i segni sono privi di referente perché hanno come referente se stessi. Ma questa, secondo Baudrillard, è comunque ancora una fase imitativa, perché l'idolo conserva ancora una nostalgia del suo referente naturale. I simulacri del secondo ordine, nascono quando al principio dell'analogia tra naturale e artificiale si sostituisce quello dell'equivalenza. Il problema dell'origine, a questo punto non ha più senso perché è la tecnica stessa che è diventata origine.

L'immagine non ha più alcun rapporto con la realtà, il suo destino è solo la riproducibilità. Il terzo ordine di simulacri è l'ordine della simulazione che trova il suo motivo d'essere in questa che può essere considerata l'era elettronica. L'astrazione è massima. L'immagine simulacrale è l'antitesi di quella simbolica. Il simulacro cancella il referente e crea così un vuoto di realtà e di senso. Il simulacro è, quindi, un segno vuoto, un duplicato senza prototipo. Baudrillard, quindi, concorda nell'individuare nel rapporto con la realtà la differenza principale tra immagini simboliche o iconiche e immagini simulacrali o idoliche. Rapporto che nel caso di queste ultime, identificabili nelle immagini sintetiche, non esiste per niente.

Lo stesso Casetti riconosce, riferendosi ai tentativi fatti dall'uomo per ampliare la sua visione del mondo e agli strumenti che questi ha inventato

per riprodurlo, che “la conoscenza passa attraverso la visione, ma la visione non sempre è conoscenza corretta e produttiva”. Riconosce cioè la difficoltà dell’uomo nel rapportarsi con le immagini. Questo vale in modo particolare per le immagini iconiche che al mondo si riferiscono, ma che non possono evitare di darne una visione parziale e sfocata. Quando un fotografo sviluppa le fotografie da lui scattate, ciò che vi ritrova è inevitabilmente il suo punto di vista sull’oggetto, e anche questo non può che essere influenzato dalla qualità della carta su cui ha stampato, e ancora prima dalla stessa macchina fotografica e dalla definizione e precisione nella messa a fuoco che questa gli permette. Diverso il discorso per le immagini idoliche che ampliano il mondo ma non lo richiamano. Queste, rifacendosi solo a se stesse non sono soggette ad errore, alla loro visione corrisponde tutto il sapere che esse possono trasmettere, nulla di più e nulla di meno, ma al contempo grazie alle tecnologie interattive come la realtà virtuale ampliano il mondo nel quale, se non fisicamente almeno virtualmente, possiamo muoverci.

A questo punto dovrebbe essere chiaro come la sempre maggiore diffusione del virtuale e quindi delle immagini virtuali e idoliche abbia contribuito a ridefinire lo scenario scopico complessivo della contemporaneità. Ci sembra che il cinema in questo senso abbia dato e stia ancora dando un contributo fondamentale. Il perché di tutto ciò è da ricercarsi nella natura e nelle caratteristiche intrinseche del cinema stesso.

Come ci spiega Casetti “il cinema, nei suoi primi cent’anni di vita, ha saputo elaborare delle proposte e insieme suscitare degli interrogativi che investono alcuni degli snodi cruciali del secolo e lo ha fatto “sia attraverso alcune delle sue opere più significative, sia soprattutto attraverso il suo funzionamento corrente. Il cinema sembra reagire a questi sviluppi cruciali per l’umanità in maniera particolarmente sensibile. Proseguendo questo discorso Casetti evidenzia tre funzioni fondamentali della macchina

cinema: cinema come esploratore, cinema come negoziatore e infine cinema come sentinella.

Il cinema appare comunque come una sorta di grande laboratorio in cui i modi di sentire e di vivere caratteristici del secolo e più in generale della modernità avanzata trovano riscontro, un approfondimento e talvolta qualche soluzione.

Il cinema quindi svolge la sua funzione anzitutto registrando l'esistenza di questi modi di vivere e sentire, quindi evidenziandone i risvolti, e in terzo luogo, a volte, proponendo delle soluzioni alle possibili tensioni latenti.

Questo è ciò che ha fatto per molti degli snodi del nostro secolo, pensiamo ad esempio alle storie narrate dalla commedia italiana degli anni cinquanta e al contributo in termini di identità sociale che questa ha offerto alla classe proletaria investita dal boom economico e dalla società di massa, ma pensiamo, più semplicemente, alla risposta delle grandi majors americane dopo l'attacco terroristico alle twin towers dell'undici settembre 2001, la stagione che ne è seguita è stata quella dei grandi film patriottici o dei blockbusters d'animazione e fantasia. Si è quindi cercato, da un lato, di dimenticare rifugiandosi in storie allegre e magiche alla Harry Potter (2001) di Chris Columbus, dall'altro ci si è invece stretti attorno agli eroi di quei giorni e al mito americano. Esemplare in questo senso Spiderman (2002) di Sam Raimi dove il protagonista oltre a vestire una tuta che è fondamentalmente una bandiera americana, è un fotoreporter (cronisti e fotografi sono coloro che più da vicino ci hanno parlato della guerra) che tra i suoi superpoteri annovera il senso del ragnò, una sorta di sesto senso che lo avverte dei pericoli e gli permette spesso di cavarsela, potere questo che può essere considerato quasi una concretizzazione del bisogno di protezione esploso negli americani dopo l'undici settembre. Non ancora uno scudo spaziale, quindi, ma un radar molto potente sì.

Questo lavoro di registrazione, mediazione e scioglimento il cinema lo ha ovviamente svolto anche per il virtuale, e lo ha fatto sia portandolo sotto forma di storie all'interno dei film sia attraverso le sue tecnologie e il suo funzionamento. Per quanto riguarda le storie pensiamo ad esempio a un film come *Tron* (1982) di Steven Lisberger ambientato all'interno di un videogame o a *Il Tagliaerba* (*The Lawnmower Man*, 1992) di Brett Leonard che racconta delle potenzialità della realtà virtuale e fa in qualche modo del protagonista una sorta di simbolo dei pericoli della virtualizzazione. Ma il film che più di tutti tematizza questo argomento è sicuramente *The Matrix* (1999) dei fratelli Andy e Larry Wachowski in cui ciò che crediamo essere la realtà in verità non lo è, si tratta invece di una simulazione collettiva prodotta dalla rete (*Matrix* nel film). Lo spazio in cui si muovono i personaggi è uno spazio virtuale fatto di immagini che hanno una perfetta resa veristica. Nelle poche sequenze che si svolgono fuori della simulazione, i Wachowski Bros. ci mostrano un mondo in cui le macchine e i computer in particolare hanno preso il sopravvento, costringendo l'umanità alla schiavitù, anche loro quindi parlando di virtuale sembrano volerci mettere in guardia verso una sua diffusione eccessiva.

Virtuale non solo nelle storie ma nel funzionamento e nelle tecnologie. Dagli inizi degli anni Ottanta è stato possibile grazie all'avvento delle nuove tecnologie digitali inserire immagini di sintesi all'interno dei film. Il digitale in questo discorso sulla virtualizzazione nel mondo e nel cinema in particolare recita un ruolo fondamentale.

Le tecnologie digitali, rappresentano infatti quel supporto che permette di entrare nel virtuale ma, soprattutto, di creare il virtuale stesso. Grazie a questo nuovo strumento i registi hanno potuto realizzare parte dei loro film prescindendo dalla realtà profilmica che avevano a disposizione, le idee che gli autori avevano nelle loro teste si sono da quel momento in poi

realizzate direttamente sul computer proprio come essi le avevano immaginate.

Questa nuova possibilità di visualizzazione è ciò che ha permesso l'esistenza di molti, se non della maggior parte, dei film dell'ultima decade. Pensiamo al T-1000 di Terminator 2 (1991) di James Cameron con la sua capacità di cambiare forma in tutto ciò che tocca, o ai giocattoli di Toy Story (1995) di Lasseter o ancora a La Mummia (The Mummy, 1999) di Stephen Sommers in cui sono più le parti digitali verosimili che quelle effettivamente fotografiche. Oltre che nell'ampliamento delle possibilità visive, la comparsa del digitale in campo cinematografico, è stata registrata dai metodi di produzione e al contempo ha provocato su di essi una vera e propria rivoluzione. Questo vale sia per le grandi produzioni, che hanno dovuto adeguare i propri processi alle necessità della nuova tecnologia, sia per le produzioni piccole e indipendenti che si sono in questi anni moltiplicate proprio grazie alle vaste possibilità che il digitale mette a disposizione a basso costo.

Probabilmente, riferirsi al digitale significa pensare nei termini di un metodo tecnologico con particolare propensione al calcolo. Presa in sé, l'informazione digitale non è per così dire, molto intelligente, in quanto composta da un codice che ha due soli simboli, lo 0 e l'1.

Un codice molto semplice, ci dice quindi Giuseppe Amodio, sta alla base del digitale. Proprio la semplicità è il punto di forza di questo codice che si lega in maniera perfetta con quel dispositivo chiamato computer e che ha la sua peculiarità nello svolgere alla perfezione le operazioni di calcolo. Durante gli ultimi vent'anni il rapido sviluppo di queste macchine le ha trasformate nello strumento fondamentale per svolgere quei calcoli che sono la base delle immagini di sintesi. Nonostante questo, non sono i computer a creare queste immagini. L'uomo, per quanto sempre più dipendente dai calcolatori e per quanto abbia con essi un rapporto sempre

più interattivo, è colui che grazie ad interfacce come la tastiera, il mouse e le penne ottiche, oltre a sofisticati software le crea e le controlla sia nell'aspetto esteriore che nella struttura interiore. Ciò che gli permette di fare ciò è la natura discreta del digitale. Come ci spiega Giulietta Fara "il termine 'digitale' significa, infatti, in elettronica e in informatica, ciò che appartiene a dispositivi che trattano grandezze sotto forma discreta, ovvero che possono essere rappresentate con caratteri isolati, con numeri o lettere".

La grandezza discreta propria del digitale è il cosiddetto pixel, ovvero picture element. Il pixel può essere definito come il "componente elementare di una figura, che può essere visualizzata mediante le coordinate fissate da un programma di elaborazione grafica". Più semplicemente potremmo dire che si tratta dell'unità base di una qualsiasi immagine digitale. Per definirlo è necessario, oltre alle coordinate, conoscere anche il suo colore, e questo, essendo il pixel una grandezza discreta, è programmabile. In particolare il colore di un pixel sul display di un computer è la risultante di un algoritmo, cioè un'insieme di criteri che, impostati determinati parametri, dà il via ad una elaborazione che porterà ad un risultato: questo, nel nostro caso, è proprio il colore del pixel. I parametri che servono ad avviare l'algoritmo sono i tre colori primari (rosso, giallo e blu) dai quali è possibile ricavare praticamente tutti i colori dello spettro visibile. I computer possono oggi rappresentare circa 16 milioni di colori. La serie completa di pixel di uno solo dei tre colori è detta canale, e oltre ai tre canali fondamentali, ce ne può essere un quarto che descrive la trasparenza dei pixel. Questo canale si chiama matte-channel ed è una sorta di maschera, fondamentale in tutte le operazioni di compositing, come spiegheremo più avanti.

Le dimensioni del pixel dipendono dalla risoluzione dello schermo, più questa è alta più il pixel ha dimensioni ridotte e permette ai disegnatori

digitali di realizzare immagini accurate. Quando tra la fine degli anni settanta e i primi anni ottanta uscirono i primi videogiochi e i computer si dotarono di desktop su cui mettere delle icone, la grafica al computer rinunciò all'alta definizione delle immagini in favore di una più immediata e intuitiva riconoscibilità. Le immagini digitali entrarono in questo modo a far parte degli oggetti d'affezione dell'uomo...La tecnologia fredda e meccanica dei primi calcolatori cede il passo a un concetto più soft dell'informatica, perché il monitor non è più una finestra sulla struttura interna dell'hardware ma si trasforma in mille finestre su un mondo di fiction, che simula cestini, cartelle, fogli e matite colorate.

Ma la bassa definizione oltre che una scelta era all'epoca anche un obbligo dettato dalla potenza dei personal computer, cioè i calcolatori in vendita al grande pubblico, non ancora sufficiente a sostenere le richieste in termini di velocità e memoria di software di elaborazione grafica altamente sofisticati come quelli odierni.

Diverso il discorso per quanto riguarda il cinema che da sempre necessita di immagini ad alta risoluzione. Non è un caso dunque che i primi esperimenti di inserimento delle immagini di sintesi in un audiovisivo riguardino appunto i cartoon che sotto alla loro esteriorità gommosa e tondeggianti nascondono una struttura fatta di linee semplici ma decise che facilita il lavoro dei grafici del computer. Ricordiamo a questo proposito cortometraggi come *The Adventures of André and Wally B* (1984) e *Luxo JR* (1986) di John Lasseter, quest'ultimo anche vincitore dell'Oscar per il miglior cortometraggio dell'anno. Proprio l'animazione al computer ha quindi fino ad oggi raggiunto i risultati più elevati in questo senso e lo ha fatto soprattutto sfruttando i decenni d'esperienza dell'animazione tradizionale.

L'anti-realismo è quindi stato, almeno all'inizio, la linea guida del digitale al cinema. Tutti i personaggi che fino a qualche anno fa eravamo abituati a

vedere solo tra le pagine di un fumetto o al massimo sullo schermo di un televisore sono stati portati e ricostruiti all'interno del computer, altri mai visti prima sono stati creati e molti ancora lo saranno. La discrezione del pixel e delle immagini digitali ha però fatto in modo che poco per volta gli interventi digitali, inizialmente in 2D, si facessero sempre più massicci non solo nella realizzazione di cartoon ma soprattutto come effetti visivi all'interno di film live. Pensiamo in questo senso ad un film come "I predatori dell'arca perduta" (Raiders of the Lost Ark, 1981) di Steven Spielberg nel cui finale, una volta aperta l'arca, ne escono spiriti animati in 2D (due dimensioni, altezza e larghezza) che massacrano i nazisti; o a "Chi ha incastrato Roger Rabbit" (Who Framed Roger Rabbit, 1988) di Robert Zemeckis, in cui un personaggio come Roger, che è ancora un cartoon classico, si integra alla perfezione nelle immagini live del film grazie a numerosi accorgimenti realizzati al computer. L'evoluzione cinematografica delle immagini di sintesi si è spinta però, soprattutto in questi ultimi anni, molto oltre. Ciò che attira l'attenzione sul cinema realizzato con tecnologie digitali è infatti la possibilità di realizzare immagini in 3D (tre dimensioni, altezza, larghezza e profondità), e inserire queste immagini in film live facendole muovere e interagire con gli attori. Tutto ciò che nel cinema è già realtà, lo diventerà ben presto anche in televisione.

Già oggi, passando da un canale all'altro, ci si rende conto di quanto vasto sia il repertorio di programmi offerti per tutto l'arco della giornata. Telegiornali, documentari, programmi di intrattenimento, sportivi, di spettacolo, di cultura, film e telefilm... un menu in grado di soddisfare tutti i gusti e tutte le esigenze. E il futuro promette opportunità ancora maggiori. Il futuro, nel campo della televisione, prende il nome, per esempio, di fibre ottiche e di "canali tematici". Le fibre ottiche non sono altro che dei sottilissimi filamenti in fibra di vetro che consentono la trasmissione, ad

altissima velocità, di segnali digitali. Attraverso un cavo di dimensioni ridottissime possono “viaggiare”, appunto tradotti in impulsi luminosi, programmi televisivi, film, così come conversazioni telefoniche, connessioni ad internet. Nelle grandi città le reti di fibre ottiche cominciano a diffondersi, ma c'è chi giura che la velocità con la quale il nuovo sistema di trasmissione si espanderà è pari a quella alla quale viaggiano gli impulsi luminosi (poi tradotti da televisori, computer...). I canali tematici sono canali televisivi settoriali: ci sono quelli che trasmettono solo film, quelli che si occupano esclusivamente di sport, di cartoni animati, di viaggi, di cucina... Oggi sono “distribuiti” in digitale via satellite o via cavo, generalmente ci si deve abbonare, ma un domani non troppo lontano è prevedibile che sarà possibile accedervi, a costi minori di quanto non accada oggi, attraverso le reti in fibra ottica. E con l'ausilio della telematica è assolutamente credibile che ognuno potrà costruirsi il palinsesto, programmarsì, cioè, la televisione che più gli aggrada, assemblando i servizi scelti da un ventaglio sempre più ampio di offerte. L'innovazione tecnologica, dunque, segna le prospettive della televisione, un mondo nel quale, tuttavia, l'anima sarà costituita sempre dalle idee. Se, infatti, la qualità delle immagini e dei suoni, la velocità di trasmissione, la possibilità di poter accedere a molti canali tematici dipende dai sempre più moderni apparati tecnologici, il successo dei programmi non può che continuare ad essere affidato alla creatività degli autori, alla competenza del personale di studio, alla capacità dei conduttori... Insomma, la ricerca di formule nuove di programmi – che vadano incontro alle aspettative del pubblico – non può che rimanere al centro dell'attenzione. Anzi, la “caccia” ai contenuti vincenti, ai programmi in grado di catturare il maggior numero di telespettatori possibile aumenta in proporzione alla crescita del numero di emittenti televisive e canali tematici.

3. Le nuove professioni al passo con le innovazioni tecnologiche

Nel mondo del cinema, fino a qualche anno fa, dopo aver girato le riprese per un film e sviluppato la pellicola (si parla di alcune migliaia di metri), la stessa veniva passata in rassegna alla moviola, un apparecchio che consente di visionarla fotogramma per fotogramma, e tagliata in spezzoni secondo le scene che regista e montatore sceglievano di assemblare. Un lavoro lungo e costoso al quale oggi è venuta in soccorso l'innovazione tecnologica, con un sistema informatico che consente il cosiddetto montaggio digitale non lineare (l'AVID è il sistema più diffuso): la pellicola viene riversata in una cassetta e il montaggio avviene utilizzando un computer, che consente di avere le stesse caratteristiche della moviola e la velocità dell'elettronica; dopodiché la pellicola sarà tagliata e assemblata seguendo le indicazioni del montaggio su cassetta. Ecco la dimostrazione pratica di come l'innovazione tecnologica abbia introdotto nuove specializzazioni professionali. Il sistema di montaggio elettronico è sempre più diffuso nel cinema, dove hanno sempre più spazio anche le telecamere (fino a qualche anno fa di esclusiva pertinenza della televisione) che, grazie all'alta definizione, consentono immagini su nastro magnetico di qualità pari a quella delle immagini impresse sulla tradizionale pellicola usata nelle macchine da presa cinematografiche.

La tecnologia fa passi da gigante e molte delle professioni di cinema e televisione devono necessariamente evolversi perché l'innovazione sia sfruttata a vantaggio del prodotto.

Il montatore Avid, dunque, è una nuova figura, ormai necessaria sia nella televisione che nel cinema. Molti montatori tradizionali hanno seguito corsi per apprendere come utilizzare il nuovo sistema.

Così come a continui corsi di aggiornamento professionale sono indotti altri operatori tecnici del settore, per l'utilizzo delle nuove tecnologie.

Certo, nel cinema e nella televisione ci sono professioni tradizionali che poco hanno subito l'influsso dell'innovazione: è il caso del truccatore, per esempio, ma anche dello stesso attore, del presentatore televisivo, dello sceneggiatore.

4. Teatro e Internet

Riguardo al rapporto fra il teatro e internet, due mezzi a apparentemente contrastanti, si potrebbero mettere in luce alcune affinità. È stato constatato infatti, come una buona parte dei dialoghi virtuali sia in molti casi avvolta dal fascino della recitazione, dal travestimento dell'utente con il suo personaggio, e spesso condivisa all'interno di un gruppo che stabilisce processi di comunicazione di tipo intellettuale-conoscitivo, capaci di liberare nuove energie creative, tradizionalmente limitate dalle proprie determinazioni fisiche, economiche e sociali. Queste analogie portano a dedurre che la rete ha anche degli aspetti simili all'esperienza teatrale, intesa come "esplorazione di sé e dell'altro, come viaggio verso e nell'alterità, come mezzo di accesso a stati diversi di coscienza, come esperienza di espansione-dilatazione intensificazione della percezione, come perdita dell'io.

L'evoluzione del settore delle comunicazioni implica sia il miglioramento dei servizi esistenti sia la possibilità di fornire servizi completamente nuovi come la "locandina elettronica". Per tutti i teatri e tutte le compagnie, a volte anche per ogni singolo attore, avere una "locandina elettronica" costantemente aggiornata sulla rete è diventata "una necessità primaria, considerando oltretutto la scarsa attenzione che i media tradizionali dedicano al teatro: una pagina web offre uno strumento di comunicazione

mirato, capillare e sempre disponibile”. Tramite un sito internet è possibile raggiungere una quantità di utenti potenzialmente infinita, fornire informazioni specializzate a seconda del settore di teatro (drammaturgia, costumi teatrali, teatro di strada) e dell’utente di riferimento (spettatore, professionista, studioso). I principali servizi che i siti offrono sono: il calendario degli spettacoli e delle attività, la biglietteria elettronica, la posta elettronica, i newsgroup, la chat e le video conferenze, le riviste digitali specializzate, le newsletter, i portali tematici, alcuni dei quali si riferiscono ad una determinata fascia di utenti (spettatori o professionisti), e i motori di ricerca.

- Il calendario degli spettacoli e delle attività:

Un’informazione che si trova nel cyber spazio è immediatamente a disposizione di tutti gli utenti della rete, numerose sono quindi le opportunità che un teatro può sfruttare avvalendosi di una “finestra” su internet. Una di queste è sicuramente quella di presentare con largo anticipo gli spettacoli in cartellone, corredandoli con testi, immagini, filmati o brani musicali.

L’accesso a distanza di varie risorse di un computer crea una maggiore concorrenza nell’offerta poiché gli spettatori possano confrontare rapidamente, ogni sera, il genere e i costi degli spettacoli in programma di diversi teatri, disponendo di un’ampia scelta e di informazioni molto precise.

Solitamente offrono il calendario completo della stagione (ma anche l’elenco delle attività a margine, come corsi, stage e laboratori) i siti dei singoli teatri, ma anche i siti dei comuni o le guide on line. Il 23 marzo 2004 si è inaugurato, per esempio, a Roma il primo botteghino Last Minute in Italia (biglietti, scontati anche fino al 50% e validi per spettacolo del giorno:

www.dlf.it/associazioni/manifestazioni/lastminute/index_lastminute.htm).

- La biglietteria elettronica:

I vantaggi di poter acquistare e vendere on line dei biglietti sono molti. La creazione di una biglietteria elettronica aiuta il teatro a ridurre notevolmente i tempi di distribuzione e migliora l'efficienza del processo delle vendite offrendo la possibilità allo spettatore di acquistare biglietti last minute a prezzi convenienti. Tra i siti disponibili principali c'è: www.tkts.it di Easy TicKeTS, il servizio di ticketing online via web o call-center, www.ticket.it che raccoglie notizie su oltre 20.000 spettacoli, mostre ed eventi l'anno e www.ticketone.it di TicketOne.

- La posta elettronica:

Com'è noto gli utenti di internet tendono a interagire con le fonti dell'informazione e a confrontarsi. La possibilità di inviare velocemente messaggi a tutti gli utenti della rete e di scambiarsi files, attraverso l'uso della posta elettronica, perciò, è un elemento molto importante. È possibile anche allegare informazioni complementari, come documenti audio o immagini. Lo stesso messaggio può, inoltre, essere inviato a più destinatari allo stesso tempo.

- I newsgroup:

Nei newsgroup gli amanti del teatro possono scambiarsi pareri sugli spettacoli già visti e confrontarsi sul loro interesse condiviso. Si partecipa lanciando messaggi in apposite aree tematiche e, a differenza della posta elettronica, i messaggi non vengono rivolti a singole persone, ma a un gruppo e si concentrano sugli argomenti trattati. I newsgroup, infatti, sono basati su specifiche affinità elettive o interessi comuni, e hanno una presenza "forte" in rete che si rafforza col numero crescente di partecipanti. Spesso a offrire newsgroup tematici sono i motori di ricerca, come "it.arte.teatro. Per chi il teatro lo vede e per chi il teatro lo fa", disponibile al sito di Supereva:

(<http://mailgate.supereva.it/it/it.arti.teatro/index.html>).

- La chat e le video conferenze:

La chat per gli spettatori teatrali, rispetto ai precedenti servizi, arricchisce il dialogo e rappresenta una ulteriore possibilità di scambio di informazioni attraverso una comunicazione in tempo reale e con modalità "sincrone": testuale (chat) e di audio/video (conferenze). Entrambi i sistemi usano un software e un hardware studiati appositamente per tale scopo, ma, mentre nelle prime i membri della comunità comunicano in un apposito ambiente dedicato allo scambio di messaggi in tempo reale attraverso la scrittura digitale, il secondo tipo di comunicazione permette uno scambio diretto video e audio ed è utilizzato soprattutto per convegni o grandi eventi.

Tra i primi sistemi ideati per la comunicazione diretta tra i navigatori spesso a scopo ricreativo ci sono le chat testuali. Ogni volta che si accede in una chat è richiesto un "nickname", un soprannome, che identifica l'utente nella stanza. Nel canale appaiono sia i partecipanti sia i messaggi che si scambiano, nonché chi entra e chi esce dalla stanza. Ogni frase scritta, inoltre, viene anticipata dal nickname per poter identificare il mittente del messaggio. Si può entrare in più stanze contemporaneamente e attivare conversazioni private o pubbliche parallele, nonché scambiare file di vario genere tra gli utenti. Esiste, accanto all'aspetto ludico, anche una funzione pratica. Più frequentemente utilizzata la video/audio conferenza, invece, all'interno di contesti lavorativi in cui è necessario uno scambio informativo tra gruppi di lavoro dislocati in aree geografiche diverse.

- Le riviste e le newsletter

I bassi costi di produzione e diffusione rendono la rete un medium interessante per nuove riviste e newsletter. On line se ne possono diverse.

Tra le principali appaiono:

- Sipario (www.sipario.it), il mensile di teatro dedicato a cinema, balletto, musica, arti visive. Sul sito è visibile il sommario del numero in uscita

e una selezione di articoli leggibili on line.

- ART'o (www.comune.bologna.it/iperbole/arto/rivista.htm), la rivista di cultura e politica delle arti sceniche, diretta da Gianni Manzella.

- Hystrio (www.hystrio.it), il trimestrale di teatro e spettacolo, sul sito il sommario del numero in uscita e degli spettacoli recensiti in precedenza.

- Prove di drammaturgia (www.muspe.unibo.it/period/pdd), la rivista di approfondimento teatrale del Dipartimento di Musica e Spettacolo dell'Università di Bologna. Sul sito solo il sommario dei numeri precedenti con

una selezione di articoli leggibili on line.

- Drammaturgia (www.drammaturgia.it), la rivista di approfondimento, riconosciuta come pubblicazione di alto valore culturale dal ministero dei Beni artistici e Culturali, a cura del Dipartimento di Storia delle Arti e dello Spettacolo dell'Università degli Studi di Firenze. Il sito web contiene anticipazioni, brevi estratti, ma anche recensioni di spettacoli di danza, teatro, opera, oltre che di film e mostre e news. Sul sito si trovano anche tutti gli indici, gli abstract delle annate della rivista e alcuni full text degli articoli.

- Portali e motori di ricerca sul teatro.

Negli ultimi anni, per rendere più agevole la frequentazione del panorama teatrale sul web, accanto ai grandi portali "generalisti", si è sviluppata una rete di portali tematici sul teatro, tra i principali:

- www.teatro.org, "il sito realizzato da professionisti provenienti da vari settori (informatico, marketing, teatrale e commerciale) che hanno deciso di unire le proprie forze in una passione comune, il teatro";

- www.teatronline.com, portale dedicato al teatro, uno strumento di lavoro utile per veicolare, in modo semplice ed economico, informazioni sulle produzioni delle Compagnie, le programmazioni dei Teatri e dei Festival.

Oltre alla programmazione degli eventi principali e un calendario delle date, offre anche un motore di ricerca per ogni teatro delle città italiane;

- www.delteatro.it, dispone di news, recensioni, video e forum sul teatro e raccoglie oltre 10.000 voci nel proprio database;

- www.professionespettacolo.it/teatro/index.htm

www.eprofessionespettacolo.it, portali telematici dello spettacolo rivolti al lavoro dell'attore e a tutte le professioni del settore;

- www.olivieropdp.it, un sito "per la cultura del teatro e lo spettacolo dal vivo", raccoglie articoli, resoconti di convegni e conferenze sul teatro;

- www.ske-net.com, un motore di ricerca dello spettacolo, dal teatro alla danza, dal cinema alla musica;

- www.teatron.org/pot/pot.html, offre il link "Punti d'Orientamento Teatrale" per gli spettatori teatrali "perché possano orientarsi tra le diverse poetiche e politiche del teatro contemporaneo";

- www.teatrototale.it, il sito del Centro Nazionale di Drammaturgia, ricco di informazioni sulla formazione per attori e registi e stage di drammaturgia;

- www.temacom.org, news, link, approfondimenti sullo spettacolo in Campania;

- www.centoteatri.com raccoglie notizie, documenti e approfondimenti sul teatro;

Tramite internet è inoltre possibile dare un nuovo senso all'idea di recitazione, di performance, di spettacolo e di testo. Il computer, infatti, ha permesso di penetrare nello schermo e di vivere nella realtà virtuale (VR), così definita proprio perché il suo scopo è quello di ricreare, tramite una perfetta simulazione operata dal computer, ambienti e oggetti che sono la trasposizione digitale di ambienti reali o fantastici.

La realtà virtuale può essere "immersiva" e "non immersiva". La prima consente un'interazione completa con l'ambiente virtuale e supporta tutti i

nostri sensi, non solo la vista, l'udito e il tatto, ma anche quelli che non siamo abituati a prendere in considerazione come l'orientamento. Utilizza visori montati in prossimità degli occhi, sensori di posizione in grado di fornire l'indicazione del punto di vista dell'utente, guanti dotati di sensori per manipolare gli oggetti virtuali e per simulare sensazioni tattili artificiali. La seconda, invece, coinvolge solo la vista, ma viene percepita come una realtà distinta da quella in cui si trova l'utente.

ATHEMOO, nato e gestito da Juli Burk presso il server dell'università delle Hawaii, è un luogo virtuale non immersivo, destinato alla ricerca e al dibattito sul concetto di performance. Al suo interno viene costruita una comunità elettronica dove le persone interessate al teatro si scambiano informazioni, fanno degli incontri a tema, discutono, ascoltano e raccontano.

In ATHEMOO si può anche imparare a utilizzare la tecnologia dei MUD, software che consentono di entrare in una realtà virtuale costituita da case, bar, giardini, vie e altri ambienti di una città vera e in cui abitano stanziali che costruiscono una loro dimora e semplici visitatori. Coinvolgendo la maggior quantità possibile di stimoli sensoriali dell'utente e consentendo l'esplorazione degli oggetti che in esso si trovano, l'utente viene immerso in uno di questi ambienti tridimensionali dove avviene la simulazione interattiva di eventi con personaggi reali o robot.

ATHEMOO è uno dei primi luoghi interattivi sulla rete, un Mud Object-Oriented, in cui avvengono comunque solo esperimenti di "teatro testuale" che permettono la costruzione di una nuova forma di letteratura: l'hyperdrama, scritta grazie al contributo di tutti i partecipanti caratterizzata da una linea narrativa che si ramifica in scene simultanee, situate in diversi spazi teatrali. L'hyperdrama realizza la definizione data da Marjorie Boulton al teatro: "una letteratura in movimento davanti ai nostri occhi, ideata per essere rappresentata e recitata". È simile, per molti

aspetti, con lo scrivere sceneggiature e performance artistiche per il teatro di strada e d'improvvisazione. Senza allontanarsi dalla scrivania, si è a teatro e inoltre si partecipa personalmente alla messa in scena.

Su un'area chat del provider romano McLink il 21 febbraio 1996, alle ore 23.00, si è svolta la prima rappresentazione italiana di teatro-chat. Si tratta di "Follia in casa Geremia", una commedia brillante scritta e diretta dall'attrice di teatro "reale" Rita Grassi. «L'esperimento ha investito il campo della rappresentazione che è stata organizzata dando a ogni singolo linker un personaggio da interpretare» ha spiegato l'autrice. «Gli attori-chat avevano l'improvvisazione di battuta, ma dovevano rispettare il canovaccio che avevo dato a ciascuno, recitavano tutti insieme e si creavano diverse rappresentazioni parallele, un po' come accadeva in passato durante le sacre rappresentazioni. Sulla scena virtuale sviluppavano scene di teatro-chat, non era ovviamente come se tutti fossero su un vero palcoscenico».

È stato uno dei primi passi dell'ingresso dello spettacolo teatrale on line italiano in rete, un modo originale ed innovativo di sfruttare i nuovi mezzi di comunicazione ai fini dell'espressività teatrale e un'esperienza interessante ed emozionante anche dal punto di vista registico: «Facevo la regia da casa mia- ha spiegato la regista in un'intervista- sul mio computer; anche i provini sono stati fatti per via telematica: gli aspiranti attori dovevano lasciarmi un testo tramite e-mail, e io poi selezionavo quelli che mi sembravano più brillanti, più adatti a questo tipo di esperienza Non si vuole rinnegare il fascino di un palcoscenico scricchiolante. non si potrebbe sostituire il teatro con nulla al mondo, ma visto che purtroppo poche persone vanno a teatro, ho pensato di portare il teatro alla gente...Con la telematica il teatro non costa nulla...La mia è una ricerca di un nuovo linguaggio».

A causa delle scarse economiche, però, sono pochi i teatri italiani che hanno deciso di investire nell'advertising on line, cioè nelle sperimentazioni di nuovi linguaggi artistici finalizzati a usare internet per trasmettere spettacoli. Tra questi va citata la compagnia romana Ragdoll e il suo Internautilus, il primo spettacolo teatrale on line al mondo, trasmesso in diretta in internet a Roma, dal 2 al 28 gennaio 1996.

La potente carica di rituale e gioco che permeava il teatro nella società rinascimentale ritorna a riaffermarsi: la vita quotidiana è di nuovo intrinsecamente connessa alla recitazione e non esiste più neppure una vera e propria distinzione fra attori e spettatori, recitare significa giocare un ruolo e la vera protagonista diviene la comunità virtuale.

Allo spettacolo rimane una impostazione tradizionale di recitazione, musica e danza. La grossa novità è il ruolo del pubblico, la scena, gli attori, perché questi elementi diventano parte attiva dello spettacolo.

La sinossi vede al centro Ulisse, interpretato dall'attore Emanuele Barresi, che conduce gli spettatori in un viaggio alle soglie del terzo millennio, nel tentativo di dare un volto al nostro futuro. Il percorso si snoda in sette diverse tappe di "navigazione" (distacco dal porto, il mare aperto, la bonaccia, la tempesta...) e gli spettatori si trasferiscono fisicamente nelle varie scene create nel teatro assistendo da vicino al momento teatrale.

Una di queste tappe, l'approdo all'isola della realtà, costituisce l'appuntamento con personaggi più o meno conosciuti (professori universitari, attori, osservatori, volendo anche spettatori) che esprimono il loro punto di vista sulla direzione in cui si sta muovendo l'umanità in tema di comunicazione, un «momento aperto», come lo definiscono gli autori, nell'intento d'aprire una finestra sul mondo reale.

Il sito Web di Internautilus cambia periodicamente i suoi files: vengono inserite nuove scene e nuovi file audio, registrati durante serate con ospiti

particolarmente interessanti, in questi momenti aperti lo spettacolo non è mai uguale a se stesso.

Tra gli autori Francesco Verdinelli, coautore insieme a Adriano Vinello per la compagnia Rag Doll, che in un'intervista spiega: «È il primo spettacolo che si possa seguire in diretta nel Web. Sono stato sempre attratto dalla comunicazione e il WWW è sicuramente la cosa più straordinaria che l'uomo ha a disposizione in materia di scambio d'informazione. È esaltante sapere che anche un fatto teatrale per pochi intimi in sala, possa avere milioni di potenziali spettatori. Una grande emozione, rafforzata anche dai complimenti ricevuti via e-mail dalla Carnegie Mellon University di Pittsburgh in Pennsylvania» ha spiegato.

5. Archivi e Opere Multimediali

“Il teatro è qualcosa che dura nella memoria” afferma Luca Ronconi. Attraverso la trasmissione del patrimonio culturale, secondo percorsi multimediali creativi, internet può dare impulso alla creatività e diventare un ulteriore strumento di diffusione della cultura, integrando parti di testo, grafica, audio e immagini statiche o in movimento. La possibilità di catalogazione dei dati e delle informazioni suggerisce diverse forme di organizzazione del sapere, alcune di carattere enciclopedico- catalogatorio, come le banche dati e altre con un carattere più creativo, come le opere multimediali. Entrambe hanno la struttura di un ipertesto, cioè di uno spazio che offre diversi possibili percorsi di lettura.

Il sapere delle banche dati è organizzato attraverso la metafora della biblioteca, ma con alcune differenze rivoluzionarie:

- non più acquisizioni massicce di documenti in attesa che l'utente se ne serva (just in case), ma accesso alle informazioni solo quando ve ne sia effettiva richiesta (just in time).

- possibilità di accesso a tutte le risorse informative esistenti al mondo,
- passaggio dal “possesso” indiscriminato dei documenti all’“accesso” selettivo delle risorse disponibili in rete. Alcuni esempi:

- la Biblioteca e Raccolta teatrale del Burcardo di Roma (www.theatrelibrary.org): è una delle risorse principali nel panorama del teatro italiano on line, dispone di cataloghi librari (più di 30.000 tra volumi ed opuscoli), riviste, copioni e documenti teatrali: 29.000 fotografie, 13.000 autografi, 11.000 locandine, 1.600 incisioni, 7.000 programmi teatrali.

- “La buca del Suggestore”

(www.mclink.it/mclink/teatro/suggestore.html) costituisce un’altra fonte importante di informazioni sul teatro italiano, dalle scuole alle compagnie, agli artisti, agli eventi, ai testi teatrali.

- www.theatredatabase.com/index.html: è un database in inglese sul teatro molto ricco.

- <http://vl-theatre.com> è il link alla biblioteca virtuale “The www virtual Library” che dispone di un’intera sezione dedicata al teatro, compreso l’elenco degli spettacoli teatrali .

- www.swarthmore.edu/Humanities/clicnet/litterature/sujets/theatre.html: è il link all’archivio francese ClicNet: Théâtre et Arts de la scène, diviso in autori, testi, ricerche, bibliografie.

Questi sono solo alcuni esempi delle numerose banche dati presenti sul web. Il loro valore è elevato poiché permettono a chiunque di reperire (a volte anche fruire) gratuitamente di un patrimonio culturale altrimenti a disposizione solo degli addetti ai lavori. Costituiscono inoltre una grande possibilità per la diffusione d’informazioni, immagini, filmati e brani musicali relativi al teatro, agli spettacoli prodotti, ai registi e direttori d’orchestra che hanno lasciato la loro impronta.

Gli archivi multimediali sono invece opere-evento, opere-processo, poiché comportano la produzione di “un evento, qui e ora, per una comunità, anzi nel costruire il collettivo per cui avverrà l’evento, vale a dire nel riorganizzare parzialmente il mondo virtuale, l’instabile paesaggio di senso che ospita gli esseri umani e le loro opere”.

Sono opere interattive e in continua evoluzione che contribuiscono alla creazione di un passato comune, di una memoria collettiva per tutti gli utenti rete, sono capaci di racchiudere una grande molteplicità di correnti letterarie e artistiche ed esprimono un nuovo rapporto con il sapere, molto più veloce e interattivo. Le soluzioni multimediali scelta per questi nuovi ambienti d’apprendimento espandono la coscienza percettiva e i processi cognitivi. Al loro interno, infatti, permane un rapporto molto stretto tra il ludico e l’educativo.

L’obiettivo principale dell’archivio multimediale è la divulgazione della cultura teatrale attraverso un processo d’informatizzazione catalogazione, favorendo una consultazione efficace e efficiente per le diverse esigenze di pubblico e studiosi. L’archivio si propone dunque come una struttura di consultazione e aggiornamento dell’attività attuale e passata dei teatri e rappresenta un luogo d’aggregazione e accoglienza per iniziative e eventi teatrali in Italia e all’estero.

L’utilizzo delle moderne tecnologie permette di conservare e preservare un patrimonio ricco e prezioso, costituito da fonti documentarie di diverse natura (dossier, video, foto, bozzetti) che convivono all’interno di un’unica struttura. E sono numerose le realtà teatrali che hanno iniziato da subito a prevedere la possibilità di mettere on-line testi, immagini, suoni, filmati, teatrografie, per costruire un archivio ricco, costantemente ricercabile e consultabile.