



PROGETTO: Percorsi Formativi di Teatro Sociale e di Comunità
Cod.: 1042-1-1401-2016

Intervento: Area Artistica – Operatore di Performing Media

DGR. 1401 del 09/09/2016

Progetto approvato con DDR della Direzione Formazione e Istruzione 365 del 15/11/2016

Contenuti dell'intervento

PERFORMING MEDIA

Con “performing media” si intende un campo di ricerca che trova origine nell’ambito delle culture digitali, dell’arte interattiva, della cyberperformance e, ancora prima, del teatro di ricerca affinato ai media, ma che riguarda sempre più la condizione antropologica data dallo sviluppo delle tecnologie abilitanti, di per sé performanti. I nuovi media interattivi, mobili e personalizzati, determinano un nuovo rapporto uomo-macchina, sempre più simbiotico, reso fluido dalla semplicità d’uso e dalla sollecitazione percettiva e sensoriale delle soluzioni evolute dell’interaction design, dove l’interfaccia aptica con un gesto esplicita un’estensione del corpo. Le tecnologie interattive diventano così performanti in via direttamente proporzionale alla performance delle nostre azioni.

Questo sta creando un nuovo paradigma per ciò che definiamo cultura: il rapporto tra uomo e mondo non è solo mediato da tecnologie ma comporta un’integrazione sensibile. Secondo il principio delle psico-tecnologie, ne stiamo incorporando alcune qualità, di cui indichiamo le tre principali: l’ipertestualità sta riqualificando i processi cognitivi, emancipati dalla meccanicità lineare e logico-consequenziale; l’interattività sta reinventando le condizioni della prossemica; la connettività sta potenziando la natura delle relazioni sociali.

Ciò che viene definito performing media (termine coniato da Carlo Infante nel 2001 per l’istituzione di una serie di cattedre universitarie a contratto) riguarda la nuova progettazione culturale attraverso le proprietà dei nuovi media interattivi, ipertestuali e connettivi. Per quanto questo sia iscritto in un percorso che trova le proprie radici nelle diverse culture dell’avanguardia, non è più ancorato alla sperimentazione dei nuovi linguaggi, come quella che è stata espressa dai movimenti creativi del Novecento (dall’happening del Fluxus alla psicogeografia del Situazionismo) e in particolare dall’interazione tra scena e nuovi media, come il videoteatro e le cyberperformance.

Questa progettazione possibile rilancia il potenziale delle culture digitali, nella scommessa antropologica in corso, per cui si fa urgente l’invenzione di nuove forme di relazione sociale e di modelli di sviluppo sostenibili ed evoluti al contempo. Esprimere la performatività dei media interattivi comporta una nuova performatività sociale, nella progettazione di eventi e piattaforme cross-media per l’interazione tra reti e territorio. Gli ambiti, in cui trova luogo la progettazione di questi format innovativi, sono quelli che si orientano verso il design pubblico e l’urban experience con azioni come le smart mob e il social tagging basato sull’uso di geoblog, come quello realizzato per le Olimpiadi di Torino2006, di mobtag e di instant blogging.

IL PERFORMING MEDIA STORYTELLING PER LO SVILUPPO GLOCAL

C’è una frase di Tolstoj che può ben definire il principio attivo che sta a monte dei processi del performing media storytelling: “Se descrivi bene il tuo villaggio parlerai al mondo intero”. È netta, precisa ed evocativa. Fa capire quanto sia importante essere consapevoli della propria identità e allo stesso tempo cercare di misurarsi con il mondo tutto, senza rimanere prigionieri nella propria memoria, per liberare un’energia d’innovazione culturale decisamente glocal.

La differenza dallo storytelling di cui tanto ormai si parla è nell’ibridazione narrazione-azione, facendo direttamente “parlare” i territori, creando le condizioni abilitanti, ludiche e partecipative, per mettersi in sintonia con il genius loci

mentre lo si esplora o lo si assaggia, operando su format di performing media che vanno oltre il dato di rilevazione delle storie per bensì rivelarle nelle geografie che si abitano, utilizzando i geoblog.

È questo uno dei temi caldi per quella ricerca d'innovazione territoriale che attraverso i format di performing media trova il suo fulcro nei walkabout, le "conversazioni nomadi" che grazie ai sistemi whisper-radio permettono di sollecitare un confronto "connettivo" mentre si passeggia, in un flusso peripatetico espanso in una diffusione radiofonica partecipativa (diffusa, spesso, in streaming su web-radio) in giro per le città e i territori. Sciamando per strade e sentieri si cerca la sintonia giusta con le piccole storie delle comunità, in un rapporto fisico, performativo e connettivo, attivando una partecipazione senziente, ludica e sodale: resiliente.

Buona parte di questa attività trova una sua restituzione nel web, attraverso i geoblog, gli storify ("diari" che riaggregano tweet e foto, come questo) o le azioni di geoblogging, rappresentano la peculiarità di scrivere storie nelle geografie, lasciando l'impronta, taggando, esperienze di esplorazione perché possano tracciare itinerari da ripercorrere in operazioni anche orientate verso il turismo esperienziale.

Questi particolari processi che rappresentano l'insieme delle diverse modalità inscritte nella strategia del performing media storytelling, possono creare una filiera creativa che dai walkabout passa ai geoblog, alla videoproiezione nomade (quando alle conversazioni peripatetiche si combina una videoproiezione itinerante e alimentata a batteria, per ritagliare visioni sui paesaggi urbani) e poi concepire un'attività di segnaletica performativa con particolari targhe segnaletiche basate sull'uso di mobtag (detti anche QR-code) che linkano a pagine web in cui trovare (e magari ascoltare) storie inscritte nelle geografie, in prossimità dei luoghi dove sono state raccolte.

Si cammina per i luoghi e si pesca dal cloud i riferimenti che sollecitano l'attenzione e invitano a porre lo sguardo su alcuni dettagli. È un buon modo per rilevare informazioni-emozioni mentre si esplora un territorio e così rivelare il genius loci espresso dalle voci degli abitanti.

Il performing media storytelling comporta delle azioni performative (condizioni che trovano un background nelle sperimentazioni sul "paesaggio sonoro" e in radiofonia, come quelle per Audiobox-RadioRAI o in quelle teatrali di Koinè o nei Silent Play di Carlo Presotto e altre drammaturgie acustiche) di coinvolgimento diretto dei portatori di storie in una stretta interazione con i nuovi media interattivi e mobili di per sé performanti.

In tanti oggi parlano di storytelling delegando al mero uso dei social network la funzione di narrazione articolata di ciò che accade, ignorando la potenzialità dell'azione diretta, progettata drammaturgicamente.

Sarebbe estesissima l'area di riferimento per le esperienze teatrali più significative che dai primi anni Ottanta, a partire dal videoteatro, ha scandito questi percorsi: dalle ambientazioni di Studio Azzurro alle performance di Michele Sambin e il Tam, Krypton e Giacomo Verde, per non citare la moltitudine di esperienze di nuova generazione.

Qui si tratta di andare oltre il dato automatico dello sharing su facebook o twitter per attivare processi di coscienza partecipativa, fisica ed empatica, che sappia giocare con i media interattivi e mobili in una condizione esperienziale con i "piedi per terra e la testa nel cloud", coniugando web e territorio, il reale con il digitale.

Il performing media storytelling comporta questa scommessa culturale: trovare il modo per mettere in relazione memoria-reti-territorio attraverso l'azione partecipativa, sollecitata da quelle particolari condizioni abilitanti che possano esplicitare il rapporto con tecnologie da usare (inventando valori d'uso creativi) fino a farle diventare linguaggi a tutti gli effetti. E conseguentemente modalità performanti per sollecitare reciprocità con gli spettatori-cittadini, secondo i principi del cosiddetto Audience Development per cui s'intende lo sviluppo progressivo dello spettatore attivo, ambito su cui si è operato dagli anni Novanta, in diversi progetti, sia con l'AGIS a Torino sia con la Biennale di Venezia sull'"arte dello spettatore".

E' attraverso la condizione abilitante espressa da questi format di performing media che è quindi possibile attivare processi partecipativi più senzienti e dinamici, promuovendo un salto di qualità verso dei cantieri di coprogettazione culturale per lo sviluppo glocal e la resilienza urbana.

Si, è proprio dando forma ad un pensiero globale – iscritto negli scenari della radicale transizione in atto, contemplando un ripristino dei rapporti originari tra natura e cultura, innervato nell'azione locale, rilevando le peculiarità dei territori e rivelando genius loci, che si può attivare uno storytelling sostanziale e non solo superficiale (con il surf sui social) capace di fare e pensare innovazione territoriale.

Una strategia che contempla l'innovazione sociale centrata sulla partecipazione attiva e l'inclusione, secondo i principi della smart community e il design for all, rivolto all'accessibilità universale.

WALKABOUT, LE ESPLORAZIONI PARTECIPATE-CONVERSAZIONI NOMADI

Walkabout significa “cammina a tema” ed evoca il viaggio rituale che gli Australiani Aborigeni intraprendono attraversando a piedi le distese dell’outback, le aree interne più remote che si estendono in quelle semi-desertiche del bush. Il termine fu coniato dai proprietari terrieri bianchi australiani per riferirsi agli Aborigeni che sparivano dalle loro proprietà, e dei quali si diceva “gone walkabout” (andato in walkabout).

Urban Experience gioca con questa definizione associandola a “talkabout” (parlare di...), rilanciando così le esplorazioni urbane che coniugano cose semplici come passeggiate e conversazioni con le complessità inedite del performingMedia-storytelling, in cui la narrazione è inscritta nell’azione grazie al flusso radiofonico e all’instant blogging via twitter.

Queste conversazioni nomadi, caratterizzate dall’ausilio di smartphone e cuffie collegate ad una radioricevente (whisper radio), permettono di ascoltare le voci dei walking-talking heads e repertori audio predisposti. Questo flusso radiofonico errante sarà trasmesso in streaming via web-radio e poi registrato, ascoltabile su www.radiowalkabout.it.

Si tratta di palestre di cittadinanza attiva in cui si conversa “di fianco” mentre ci si guarda intorno, “apprendendo dappertutto” per attivare dei laboratori dello sguardo partecipato ed esplorazioni psicogeografiche.

Esercizi poetici e politici di resilienza urbana, attraverso i performing media di whisper-radio, geoblog e smartphone.

Protagonisti dell’azione ludico-partecipativa sono gli spettatori-cittadini attivi che si mettono in gioco attraversando uno spazio urbano o qualsiasi altro territorio da esplorare passeggiando ma anche di contesti espositivi, superando la didatticità delle visite guidate.

Una strategia dei walkabout è quella di attivare “palestre dello sguardo”, per cogliere i dettagli dell’ambiente che si attraversa e interpretarli, per input di pensiero laterale, lungo la conversazione peripatetica.

Un approccio che trova un background nello sguardo poetico del flaneur, nella psicogeografia situazionista, nei blitz erranti degli indiani metropolitani, nelle smartmob teorizzate da Rheingold, mentre oggi si emancipa dalle intuizioni dell’avanguardia per esprimere format resilienti d’innovazione sociale.

Il principio d’efficacia è nella rivelazione del conversare “di fianco” rispetto al solito parlare “di fronte” dove ci si rappresenta, sfidando lo sguardo degli altri. Si condivide un cammino e il parlare trova un suo andamento, sollecitando partecipazione e sottraendo rappresentazione.

Il walkabout è un format funzionale sia in ambito educativo (per il principio della “porosità pedagogica” e dell’“apprendimento dappertutto”), sia urbanistico (per qualificare e dinamizzare la partecipazione degli stakeholder nei cantieri di rigenerazione urbana) nel promuovere cittadinanza attiva, secondo la metafora dello sciame intelligente, sia culturale e sociale (per il brainstorming nomade iscritto sia in contesti territoriali sia in quelli espositivi).

E perdere almeno 400kcal per ragionare insieme camminando.

Insieme alle voci itineranti si ascolteranno in cuffia paesaggi sonori e insert audio pertinenti (come le memorie orali di cittadini anziani o estratti di repertori documentali) attraverso l’uso degli smartphone.

In operazioni più complesse e strutturate ciò avverrà anche attraverso la lettura di mobtag (particolari codici digitali, detti anche QRcode) che linkano al web, con una segnaletica disseminata lungo il percorso e iscritti, quando vi sono le condizioni produttive per realizzare dei geoblog, in mappe esperienziali gestite sia come Web App (SoLoMo: Social Local Mobile) sia con App come quelle di mapcasting.

Un’altra caratteristica dei radio-walkshow è quella di usare twitter mentre si cammina, in un’interazione tra web e territorio che esprime un gesto di design pubblico, per tracciare una scia sensibile e senziante composta di scritture immediate e foto per un performingMedia-storytelling da riportare nel web, come eco dell’azione sul campo. I walkabout prevedono un numero limitato di partecipanti (30-40) a cui affidare una radio ricevente e auricolari.