

performing media

la creatività connettiva

di Carlo Infante



“Capitale e lavoro sono state le variabili centrali nella società industriale, così informazione e conoscenza saranno quelle cruciali nella società postindustriale”. Questa affermazione di Daniel Bell permette di rilanciare una convinzione: una delle ricchezze del futuro sarà l'informazione. Ma non è solo per la sua distribuzione che si giocheranno le scommesse più importanti negli scenari del prossimo millennio. Il fulcro della questione non è infatti nelle concentrazioni editoriali più o meno convergenti tra i diversi media, cartacei, televisivi o telematici. E' nella capacità di produrre e riprodurre l'informazione all'interno dello scambio sociale che si svilupperanno le strategie più interessanti, ancor di più se a "riprodurre" l'informazione non saranno solo gli specialisti (giornalisti e autori) bensì quegli utenti dei sistemi informativi che attraverso l'approccio interattivo esprimeranno il loro diritto di cittadinanza nella Società dell'Informazione. E' di politica, quella vera, che si tratta. E' di condivisione dello spazio pubblico rappresentato dalle reti: l'infrastruttura della Società dell'Informazione.

E' una società che deve ancora compiersi. Ed è per questo che è decisivo saper guardare alle nuove generazioni. Sono loro i futuri soggetti attivi di una socialità nuova che darà forma e sostanza alla figura che è ben definita da uno dei soliti neologismi: prosumer, il produttore-consumatore d'informazione.

L'utente della società dell'informazione porta in questo modo con sé, dentro la rete globale, la dimensione locale della propria soggettività, che può arrivare ad esprimere la coscienza dinamica della propria cittadinanza.

E' in questo senso che sarà possibile ridefinire il concetto stesso di informazione a partire dal suo valore d'uso, declinato cioè sul piano dell'esperienza diretta, quella che riguarda i modi migliori possibili per stare al mondo: dall'alimentazione alla coscienza ecologica, imparando a scegliere, affinando la propria creatività e la capacità selettiva in un mondo pervaso dagli automatismi.

La creatività riguarda fundamentalmente la capacità umana di ambientarsi in nuovi contesti, trovare risposte a domande mai poste, inventare nuove forme per rappresentare il mondo esterno ed esprimere la propria soggettività. Ambientarsi nel mondo digitale della molteplicità delle fonti informative significa, tra le tante cose,

reinventare il nostro rapporto con il linguaggio alfabetico, una delle più antiche tecnologie capaci di comunicare nel mondo, tra noi.

Già con l'ipertesto e ancor di più con il Web, l'**ipertesto degli ipertesti**, abbiamo capito come l'uso dell'alfabeto possa diventare meno lineare attraverso la combinazione di link che sollecitano le connessioni possibili in un discorso, superando lo schema temporale per abbracciare la potenzialità spaziale del linguaggio: lo strumento migliore per tradurre in azione il nostro pensiero. E' ormai chiaro che le tecnologie digitali rappresentano questa evoluzione del linguaggio, espandendo la ricombinazione delle informazioni testuali con altri media, come quelli audiovisivi, dando luogo all'ipermedialità che libera il pensiero-azione in cui far interagire la dimensione cognitiva-ricostruttiva con quella percettivo-motoria.

La questione cruciale non riguarda, quindi, solo la mutazione dei linguaggi (decenni di multidisciplinarietà ci hanno predisposto a ciò) ma l'ambientazione in un nuovo contesto, come quello espresso da Internet in cui non si legge e basta, si agisce. Un nuovo ambiente da antropizzare: dall'esplorazione alla progettazione di nuove relazioni per giungere alla partecipazione in un contesto popolato da soggetti disposti a comunicare.

In questo senso l'aspetto cardine è nella personalizzazione dell'approccio con la rete mediata da "personal" computer: una condizione data da sempre (da quando esiste l'interattività digitale) ma che solo negli ultimi anni sta liberando il potenziale creativo più importante, la soggettività. E' qui che emerge una delle condizioni più interessanti dell'esperienza creativa in rete: coniugare la dimensione più particolare, più "locale", dell'espressione, come quella della scrittura di un diario ad esempio, con la dimensione più pubblica, più globale, della rete delle reti, accessibile da dovunque e da chiunque.

Il fatto che attraverso le reti, in particolari ambienti come i blog, si possa sviluppare una scrittura immediata (meno mediata da sovrastrutture formali) e tesa a sollecitare partecipazione attiva e, ancor di più, scambio interumano ed empatia, proprio come in una conversazione, è da considerare come un fatto che rende reale la potenzialità connettiva.

In questo senso è più creativo un social network che l'ennesimo esercizio di stile di tanta web art ormai datata.

Si stanno insomma delineando fattori che caratterizzano una nuova espressione culturale diffusa negli ambiti sociali che sta dando forma e sostanza a modi della comunicazione, in un sistema degradato dalla bulimia delle immagini televisive autoreferenziali, rilanciando il valore del "comunicare con" rispetto a quel "comunicare a", a cui ci ha viziati il sistema dei mass-media.

Si può così iniziare a parlare di "**creatività connettiva**": un'evoluzione psicologica e cognitiva che attraverso la rete crea condizioni inedite di scambio sociale che vanno anche oltre lo stesso principio "collettivo" sul quale anni fa si erano fondate molte buone utopie di nuova socialità creativa. Oggi, al tempo della banda larga, si liberano energie progettuali che stanno attivando nuovi modi e nuovi mondi che generano nuovi concetti.

In questa direzione si connota l'idea di Performing Media: strategia culturale e politica che vuole interpretare i nuovi media interattivi e mobili come opportunità evolutiva. Performing Media è progettazione per una convergenza dei media basata sulla capacità creativa di organizzazione sociale. Un indirizzo attraverso cui coniugare azione culturale, comunicazione multimediale e marketing territoriale: per interpretare le potenzialità di una Società dell'Informazione indirizzata verso la partecipazione attiva e la condivisione della conoscenza come bene comune.

Carlo Infante
per@carloinfante.info
www.performingmedia.org



"Performing Media è progettazione per una convergenza dei media"

I tarantolati della Rete

Anche per l'edizione di quest'anno l'evento estivo del Salento (dall'11 al 26 agosto) sarà seguito "dal basso": ogni spettatore potrà pubblicare sul TarantaVideoBlog i suoi videoclip. Una vera e propria palestra di comunicazione interattiva, coordinata dal PerformingMediaLab del Salento, che produrrà un diario di bordo on line del festival. Un esempio pratico di scrittura connettiva, di collaborazione orizzontale, per un diario "glocal" in cui le visioni soggettive convergono con la dimensione globale di internet. Una selezione del TarantaVideoBlog verrà proiettata anche durante il concertone finale della Notte della Taranta il 26 agosto.

Per maggiori informazioni:
www.performingmedia.org/lab/salento
www.performingmedia.org/vlog