

In questa foto,
un video di Carlo
Infante. Sotto,
un suo ritratto.



MEDIA PERFORMER

Profeta
del videoteatro
e professore
di comunicazione,
Carlo Infante
presenta teoria
e pratica
della sua
virtualità reale

Ex "indiano metropolitano", intellettuale organico della "nuova spettacolarità" negli anni Ottanta (quando fu il primo critico italiano a trasmettere le proprie recensioni con l'"accoppiatore acustico", l'antenato del modem), profeta del videoteatro, esperto di nuovi media. E oggi, che è un inquieto ragazzo di mezza età, Carlo Infante continua a ispirare pratiche artistiche di confine e a essere una spina nel fianco delle istituzioni, di cui è apprezzato consulente, con la sua esuberante vitalità organizzativa. L'11 dicembre, a Macerata, tra le aule dell'Università e gli antichi forni del capoluogo marchigiano, presenterà, con alcuni docenti di Scienze della Formazione e la complicità degli attori della *Koinè*, il "Master di innovazione territoriale", un percorso in cui si coniugano cultura, nuovi media e marketing del territorio, perfettamente in linea con la poliedrica personalità del libero docente di "Performing media". Questo neologismo, che è anche il titolo del suo ultimo libro,

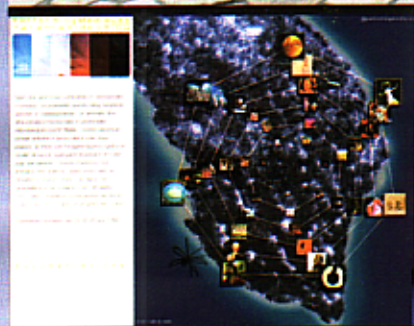
mette assieme cose apparentemente distanti: le arti sceniche, che da millenni si producono per una collettività, e l'universo dei media, sempre più polverizzati nei palinsesti individuali, inaccessibili alle rilevazioni degli altri strumenti di sondaggio.

Come convivono questi due poli?

«Sono integrati, perché attingono alla stessa fonte: la domanda d'interazione con il mondo esterno. In fondo, il teatro è la prima grande forma di *interaction design*, quella pratica che permette di progettare l'interazione tra corpo e spazio pubblico. La parola "theatron", sguardo, ci racconta un'esperienza soggettiva, che si compie nella mente dello spettatore. Ad essa si combina poi il principio della condivisione, determinante anche nel Web. Per questo nel libro parlo di sensibilità connettive e non più solo collettive. E *performing media* è una parola nuova per strategie nuove, che si agganciano però alle radici del nostro pensiero: l'interattività multimediale raggiunge il suo acme sposan-



In queste immagini, alcuni lavori seguiti e curati da Carlo Infante, che l'11 dicembre presenterà a Macerata il suo Master di Innovazione territoriale, in cui si svolgerà un'azione di performing media (a destra).



do l'azione culturale con le peculiarità del territorio, urbane e ambientali».

Secondo lei, quali filoni sono più promettenti nel panorama della ricerca contemporanea?

«Uno su tutti, che negli ultimi mesi ha sbalordito persino i disincantati analisti finanziari: il *social networking*. Facciamo i nomi: *Myspace.com* e *Youtube.com*, il primo comprato da Murdoch per 580 milioni di dollari, il secondo da Google per oltre un miliardo. Soldi veri, garantiti dalla migrazione degli investimenti pubblicitari. Nella moltitudine di "utenti unici" che addensano queste comunità emerge la figura del *prosumer*, colui che da consumatore d'informazione si fa anche produttore, qualificando il suo *feedback*. La mia idea di *performing media* tende però a rilanciare la pratica semi-automatica del *social networking* nel Web coniugandola con le azioni creative nel territorio. Come quelle espresse dall'etica di cittadinanza attiva di *Acmos*: insieme a loro e al *Performing Media Lab* (www.performingmedia.org/lab/pie), sto preparando una serie di giochi on line sull'educazione alla legalità e gli *happening* di *interaction design* urbano per Torino, nell'ambito delle Universiadi di gennaio».

Questi nuovi format di creatività sociale stanno un po' spiazzando la formula tradizionale del festival del cinema, del teatro, della musica...

«Se si vuole davvero investire nel futuro, bisogna avere il coraggio di interpretare la Società dell'Informazione e capire che fare cultura, oggi, vuol dire tradurre le potenzialità del mercato delle tecnologie in opportunità. È di nuovi comportamenti che si tratta, modi d'essere che grazie alla creatività partecipativa creino valori d'uso in grado di influenzare i media e i mercati, volgendoli verso la società. Proprio com'è successo con i blog. Indicativo in tal senso è stato il *TarantaVideoBlog* (www.performingmedia.org/lab/salento), realizzato nell'ambito di uno degli eventi più condivisi dell'estate mediterranea: la notte della taranta».

Che sviluppo immagina per le esperienze di virtualizzazione online?

«È ora di rendersi conto che il virtuale è qualcosa di più, non di meno, del reale. Citando Antoine de Saint-Exupery, l'autore del *Piccolo principe*, "la civiltà non ha solo a che vedere con le cose materiali ma con gli invisibili legami che legano una cosa a un'altra". La Rete fa società. Di comunità virtuali si parla da dieci anni, ma

solo ora, con la banda larga, i nodi arrivano al pettine. Non mi riferisco tanto ai flussi dello *streaming* audiovisivo, ma alla possibilità di "abitare" la Rete all'interno di scenari tridimensionali dove si può chattare come in *Second Life* o parlarsi anche, in Volp, come in *Mondi Attivi* (www.mondiattivi.com), la via italiana (con sede a Cagliari) al virtuale nell'era della banda larga. Perché nell'immersione sensoriale all'"interno" di un ambiente virtuale non si sta a guardare, con la mediazione di un punto di vista: si è semplicemente lì. E quel nostro cliccare è un atto che produce effetti, *feedback* precisi. In quell'ambiente digitale si esiste, opera una parte di noi. Il nostro essere "dentro" esprime così un "punto di vita" che ci permette di agire nella visione».

Cosa vedremo l'11 a Macerata?

«Durante la presentazione del master si svolgerà un'azione di *performing media* della *Kainè*, centrata sulla degustazione teatralizzata di un prodotto tipico del Maceratese, il ciauscolo, l'insaccato più prelibato delle Marche, guidata da un ascolto in cuffia basato su un sistema radio a infrarossi. Una voce narrante suggerirà allo spettatore-avventore accostamenti gastronomici raffinati e insoliti».