

Appunti per la prima lezione di media digitali 2009-10

1. Il Novecento è stato il secolo dei media.

Ma ciascuno di essi aveva una propria gelosa specificità: tecnologie, modelli di business, rapporto con il pubblico, che ne aveva decretato il successo dopo una prima fase pionieristica.

Facciamo alcuni esempi.

Il giornale quotidiano era riuscito nel corso dell'Ottocento a dotarsi di tecnologie che rendevano possibile, nel corso della notte, stampare l'intero quantitativo di copie necessario (essenzialmente, la rotativa e la lino-tipo). Sempre nell'Ottocento erano nate le Agenzie di stampa che "rifornivano" il giornale di materiale grezzo. La redazione (fatta ormai di operatori permanenti, i giornalisti) "lavorava" il materiale delle agenzie, filtrava e gerarchizzava le notizie, conduceva proprie inchieste e commenti, scriveva, titolava e impaginava i pezzi.

Verso l'alba il giornale era portato a destinazione dai treni, riforniva le edicole e gli "strilloni" che lo distribuivano per strada.

Il giornale ripagava le sue spese con i pagamenti degli utenti che lo compravano, e con la pubblicità in proporzioni variabili da testata a testata.

Nei paesi grandi e con abitudini di lettura consolidate era possibile guadagnare con i quotidiani (Inghilterra, Stati Uniti); nei paesi meno alfabetizzati, come l'Italia, l'editore ripianava le spese in cambio di un reddito extramonetario (influenza politica o economica), per la grande influenza nella sfera pubblica.

La radio inventa il broadcasting negli anni Venti. Le istituzioni radiofoniche preparano i programmi, parlati o musicali, avvalendosi anche di dischi. I programmi vengono diffusi attraverso una rete immateriale che richiede per la ricezione un'antenna (presto scomparsa) e un apparecchio radoricevente, pagato dall'utente. La ricezione avviene prima nel domicilio degli utenti, poi anche in modalità mobile. La radio ripaga le sue spese di produzione e diffusione secondo due modelli di business: o la pubblicità, o un canone-tassa, eventualmente rafforzato con proventi pubblicitari. Questo duplice modello passerà poi in televisione.

La fotografia era già matura socialmente e tecnologicamente nella seconda metà dell'Ottocento. Diversamente dai media precedenti non dispone di una propria rete diffusiva: la foto viene diffusa attraverso i giornali, i libri illustrati, la pubblicità, le cartoline; oppure viene stampata, e diffusa dai soggetti che l'hanno realizzata o commissionata. Il modello di business è plurimo: vendita degli apparecchi e stampa per i numerosi fotoamatori dilettanti; realizzazione di foto per privati, aziende, istituzioni da parte di professionisti; produzione di fotografie di attualità per i giornali; fornitura di fotografie agli editori di libri e giornali, o ai pubblicitari; vendita di foto o cartoline al pubblico.

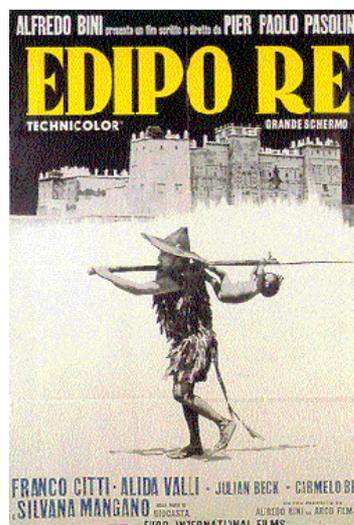
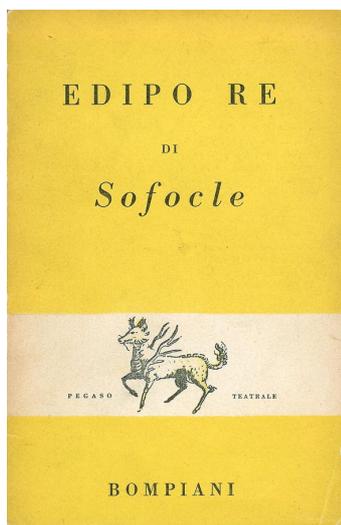
Il discorso potrebbe continuare se parlassimo del **cinema**, del **disco**, dei **libri**. E' evidente che c'è una familiarità fra questi apparati, ma gli ambiti, le tecnologie, i rapporti con il pubblico sono diversi. Non mancavano i rapporti fra l'uno e l'altro, ma erano diplomatici, "da potenza a potenza", fra media essenzialmente "stand alone", ciascuno per sé.

2. Naturalmente, i contenuti (le narrative, le notizie rilevanti, le musiche più amate) migravano da un medium all'altro.

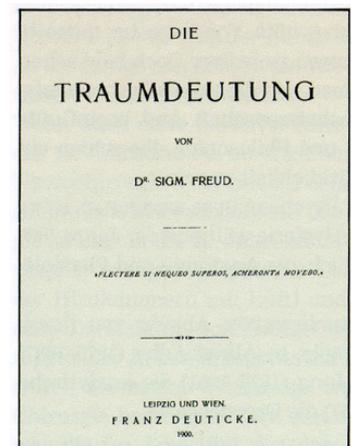
Per **intertestualità** intendiamo i transiti da un testo all'altro e la rete dei rapporti (espliciti o impliciti, volontari o inconsci) fra l'uno e l'altro; quindi non soltanto le allusioni, le citazioni (e anche i plagii) ma ogni tipo di relazione linguistica, stilistica, narrativa fra più testi, sia dal punto di vista del contenuto che dell'espressione.¹

Per **testo** intendiamo "qualsiasi prodotto di una data cultura dotato di significato".

L'intertestualità esiste da quando gli esseri umani si esprimono, ben prima della scrittura. Ci fa sorridere chi ingenuamente attribuisce ai media, o al digitale, ciò che è parte fondante della nostra cultura, e pensa di inventare l'acqua calda. Pensiamo ad esempio al mito di Edipo e alle mille declinazioni che ha avuto in teatro, in letteratura, poesia, al cinema, in pittura e scultura ma anche nelle scienze dell'uomo (Freud) in più di 2.500 anni.



¹ Il concetto è stato teorizzato da Michail Bachtin in *Estetica e romanzo* (composto nel 1933-34, pubblicato a Mosca nel 1975, tradotto in Italia da Einaudi nel 1979), successivamente da Julia Kristeva in *Semeiotiké. Ricerche per una semanalisi* [1969], Milano, Feltrinelli, 1978 e quindi da Gérard Genette, *Palinsesti. La letteratura al secondo grado* [1982], Torino, Einaudi, 1997.



In queste fotografie vediamo la copertina di *Edipo re* di Sofocle, tradotto in italiano, *Edipo con la sfinge di Tebe* in una kylix greca conservata a Roma nel Museo Gregoriano Etrusco, la locandina del film *Edipo re* di Pier Paolo Pasolini (1967), il mito di Edipo nel frontone del tempio di Talamone (150 circa a.C.– Edipo disperato è cieco e ha le mani alzate-esposto a Orbetello) e la copertina de *L'interpretazione dei sogni* di Sigmund Freud (1900) in cui è contenuta la prima formulazione del complesso di Edipo. Infine, il libretto dell'opera *Edipo re* di Ruggero Leoncavallo, libretto di Gioacchino Forzano, rappresentato per la prima volta a Chicago nel 1920. Naturalmente potremmo andare avanti molto a lungo.

3. Intermedialità

La moltiplicazione delle forme di riproduzione tecnica ha sicuramente accentuato l'intertestualità. Negli anni Settanta del Novecento si è parlato di **intermedialità** per accentuare il significato delle trasformazioni che avvengono nel passaggio di un contenuto da un medium all'altro, particolarmente in ambito artistico. Il gruppo neo-dadaista Fluxus, ispirato dal musicista John Cage, a cui ha partecipato anche il primo video artista Nam June Paik, è stato particolarmente attento all'area intermedia fra le varie arti e i vari generi e linguaggi, che si determina nel transito (nel flusso) tra i vari media e dispositivi tecnici.



Questo è Nam June Paik fotografato da Lim Young-kyun nel 1981.

Si tratta però sempre di media separati, uniti attraverso percorsi e assemblaggi ma in sé diversi (anzi, è proprio questa diversità tra loro che genera la trasformazione del contenuto).² Una affascinante scultura di Nam June Paik esposta a Francoforte dimostra la separazione tra i vari dispositivi (e il carattere di assemblaggio fisico della loro unione) meglio di molte parole.

² Il termine "intermedia" viene utilizzato per la prima volta nel 1968, a New York dagli artisti del movimento Fluxus, e in particolare da Nam June Paik, Allan Kaprow e Dick Higgins; a quest'ultimo è attribuita una curiosa definizione (tutta artistica) di intermedialità: "il 10% di musica, il 25% di architettura, il 12% di disegno, il 18% dell'abilità artigiana del calzolaio, il 5% di fiuto"; manca il 30% dei componenti, che spetta alla creatività individuale dell'artista. I media, come si vede, non sono considerati un sistema, ma solo degli oggetti da manipolare in forma artigiana con quel fiuto che già individuammo nelle avanguardie artistiche degli anni Dieci.



4. La multimedialità

Negli anni Ottanta del Novecento si comincia a parlare sempre più spesso di **multimedialità**. Un numero crescente di testi vengono distribuiti su più media; generalmente allo scritto si associano i suoni e le immagini, fisse o in movimento. Ancora oggi chiamiamo “file multimediale” un documento nel quale vi è una componente scritta ed una audiovisiva.

Per **multimedialità** intendiamo la comunicazione di un determinato contenuto attraverso l'impiego contemporaneo, intercorrente o convergente di diversi media, strumenti e linguaggi (testo, grafica, animazione, suono, immagini fisse e in movimento). Se tutti questi media e strumenti (o la maggior parte di essi) hanno un formato digitale, la trasferibilità e riproducibilità dei contenuti viene potenziata e questo facilita la multimedialità.

La multimedialità è vista come un arricchimento della comunicazione e si sottolineano spesso le sue valenze pedagogiche: affiancare al testo scritto immagini e animazioni viene considerato un modo per interessare di più i bambini e arricchire la spiegazione dei concetti. La multimedialità è, in quell'epoca, ancora prevalentemente off line: tipicamente è costituita da un libro, o da un giornale, a cui è allegata una videocassetta o un dischetto, poi un AD; o da un vocabolario che presenta anche un CD che reca gli stessi contenuti del testo stampato ma può essere di più agevole consultazione. Talvolta nell'allegato è contenuto un testo più ampio, che non potrebbe essere stampato. Ad esempio, una rivista può fornire in omaggio ai suoi lettori, per fini promozionali e di documentazione, un CD dove è conservata una intera annata della rivista stessa.

Mentre nell'intertestualità e nell'intermedialità il fascino risiedeva soprattutto nello studiare le differenze nei testi che si determinavano nei salti e nei rimandi da un supporto a un altro, da un medium a un altro, nel concetto di multimedialità la direzione è opposta. Si distribuisce lo stesso contenuto su più media, e in particolare si corredata lo stampato con l'audiovisivo, arricchendolo. La componente multimediale può essere fruita su vari dispositivi (lettore cd, videoregistratore collegato al televisore) ma sempre più tipicamente sul computer, generalmente off line, considerando anche lo stato delle reti fisiche e delle connessioni (modem a 56 k, all'epoca) che non farebbero apprezzare gli “effetti speciali” della multimedialità.

In questa fase gode grande fortuna il concetto di **ipertesto**;³ un insieme di testi fra cui sono definiti collegamenti multipli, né gerarchici né sequenziali, che consentono a ciascun utilizzatore di usufruirne secondo un percorso e un ordine diversi. Un dvd nel quale sono presentati i vari brani di un film. Le critiche, l'intervista all'autore, le foto di scena, i manifesti e altri contenuti addizionali è un buon esempio attuale di ipertesto off line. On line, tutte le pagine web che presentano parole, immagini o icone cliccabili che

³ La parola fu coniata nel 1956 da Ted Nelson, autore del progetto Xanadu [a proposito, è anche il nome del castello di Charles Foster Kane nel film omonimo di Orson Welles, 1941] di condivisione universale dei testi. Un altro anticipatore fu Douglas Engelbart. Per un approfondimento Enrico Menduni, *I media digitali*, Bari-Roma, Laterza, 2007, p. 63.

rimandano a ulteriori contenuti o pagine linkate (cioè praticamente tutte) sono ipertesti. Nella multimedialità l'ipertesto richiede la collaborazione dell'utente. Già da tempo (Umberto Eco⁴) si era parlato di cooperazione interpretativa da parte del lettore,⁵ ma qui ci vuole una azione pratica, il click del mouse che permette di aprire una nuova finestra. Per questo la multimedialità è connessa con l'**interattività** e talvolta addirittura confusa con essa. Una forma particolarmente attiva della multimedialità era la **realtà virtuale**, realizzata attraverso speciali guanti e caschi interattivi, attraverso i quali si doveva realizzare una esperienza **immersiva** (calarsi dentro l'abitacolo di un aereo da caccia virtuale o combattere una battaglia medievale con la propria armatura). Oggi disponiamo di interi "mondi virtuali" (Second Life, ad esempio) e l'espressione "realtà virtuale" è quasi desueta.

⁴ Umberto Eco, *Lector in fabula. La cooperazione interpretativa nei testi narrativi*, Milano, Bompiani, 1979.

⁵ Ossia di un contributo interpretativo del lettore alla costruzione del testo, che quindi non può ritenersi limitato all'opera del suo creatore. L'autore anzi deve prefigurarsi come sarà il probabile lettore ("lettore modello") in modo da favorire una interpretazione coerente con il suo lavoro generativo del testo. Altrimenti si avrà una "decodifica aberrante". Insomma quel lettore capirà fiaschi per fiaschi. Si noti che Eco parla in ambito letterario e il suo "utente" è sempre un "lettore".

5. La convergenza multimediale

A metà degli anni Novanta il computer, che ormai è multimediale e conosce lo streaming, appare come la piattaforma sulla quale si possono eseguire i contenuti prodotti e amministrati da tutti i media precedenti. Il computer può essere macchina da scrivere e da stampa; strumento musicale e riproduttore di suoni registrati; macchina da presa e sede di fruizione di fotografie e audiovisivi. La digitalizzazione viene vista come un modo per accedere a questa multimedialità e i media esistenti ne tengono conto. Sono timorosi di perdere le loro prerogative ma non possono sottrarsi alla crescente digitalizzazione che, fra l'altro, consente loro di realizzare risparmi e di conseguire effetti altrimenti irraggiungibili.⁶ In questo periodo il concetto di multimedialità è sempre più sostituito da **convergenza multimediale**: il computer guida un processo di convergenza fra i media esistenti, più quelli nuovi (ad esempio i videogiochi), reso possibile e obbligatorio dalla comune appartenenza al mondo digitale, dalla natura digitale condivisa da tutti i testi.

Possiamo definire la **convergenza multimediale** come il processo, favorito dalla comune adozione del linguaggio digitale, per cui i contenuti, gli stili e i linguaggi migrano facilmente da un medium all'altro, lasciandosi copiare e modificare. A loro volta gli utenti accedono ai contenuti attraverso molteplici piattaforme convergenti.

Il concetto di convergenza enfatizza la versatilità del computer, che sa diventare disegnatore, trombettista, cineasta, fotografo, scrittore (ma anche geometra, contabile, bibliotecario, ingegnere, DJ e molte altre professioni). Il linguaggio digitale, che è nativo sul computer mentre nei vecchi media si è innestato con minore o maggiore fatica sulle tecnologie analogiche precedenti, è lo strumento (e anche l'arma coercitiva) con cui il computer guida i processi di convergenza. Tuttavia, la rete non è ancora il centro del ragionamento.

Abbiamo visto come nella seconda metà degli anni Novanta l'attenzione si sposta sempre più sulla connessione e sulla rete. Internet non è più una community delle communities, ma una commodity⁷ "generalista". Insomma ce l'hanno tutti e non è più uno status symbol o qualcosa che connota come "smanettone", "scienziato", "di sinistra" o altre attribuzioni stravaganti. E' significativo che, mentre prima bisognava cambiare computer ogni due anni per stare dietro agli aumenti di memoria resi necessari da programmi sempre più sofisticati, adesso ciò che si deve adeguare è la connessione: modem sempre più veloci, banda sempre più larga. L'11 settembre 2001 costituirà una battuta d'arresto da cui Internet uscirà più collaborativa; gli anni 2000 sono quelli della "banda larga",⁸ in cui possiamo usufruire (finalmente) di file

⁶ Mi riferisco alle economie e semplificazioni nelle routine produttive (in televisione, ad esempio, il montaggio digitale) e agli effetti speciali digitali.

⁷ Commodity è un bene di cui ci si serve abitualmente (come l'acqua e l'energia elettrica), di cui c'è una disponibilità ampia dietro pagamento, e che – essendo di uso comune – non è legato a particolari appartenenze politiche, razziali, generazionali, di genere, sociali ecc. né connota in questo senso chi le usa, cioè tutti. Usare una commodity è l'opposto che fare parte di una community: Esempi: Usare il telefono piuttosto che leggere "Il Manifesto".

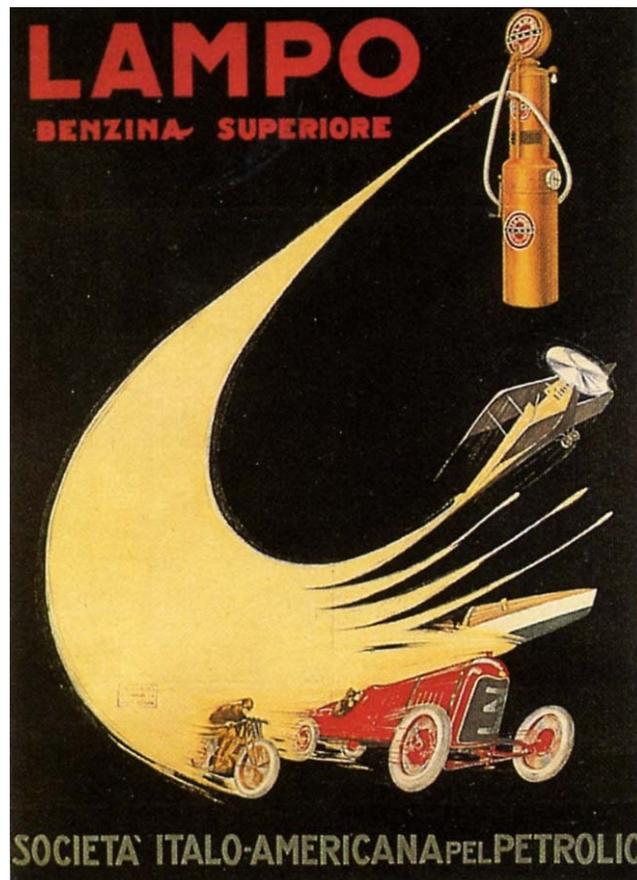
⁸ Che spesso è la vecchia linea telefonica con il doppino di rame, ma con sistemi di compressione del segnale sempre più efficienti come l'ADSL (Asymmetric Digital Subscriber Line).

multimediali di grandi dimensioni in modo piacevole: ad esempio, scaricare un film (lungometraggio) e vederlo sullo schermo del computer o trasferirlo al televisore.

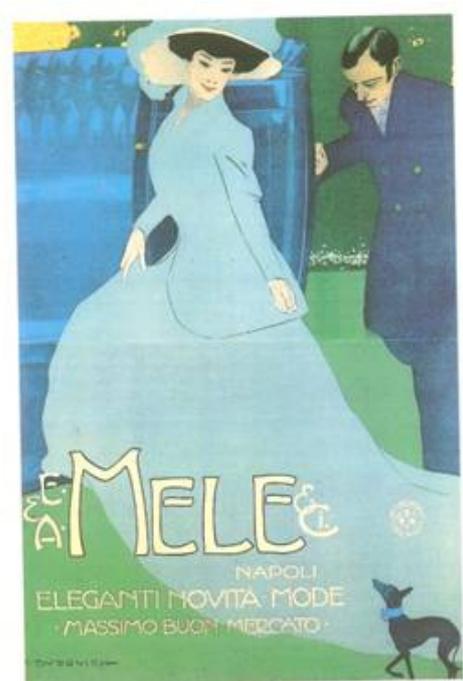
Non solo media!

Non si deve pensare che la convergenza multimediale è qualcosa che riguarda solo i media. Ad essa partecipano anche elementi di cultura materiale e pratiche sociali iscritte ormai in un sistema mondiale di merci:

Prima ha cominciato la pubblicità:



Poi ha proseguito la moda:





Si è aggiunta la politica (Spots per Ike 1953 fatti da Roy Disney, fratello maggiore di Walt).

Ma il discorso potrebbe continuare con la grande distribuzione, il design, il turismo, food & wine).



Tutti questi segmenti dell'organizzazione culturale hanno sempre più bisogno di partecipare con propri contenuti alla convergenza per dare visibilità e forza nell'immaginario agli stili di vita e alle culture materiali di cui sono portatori. Il cinema americano ha fatto di New York un paesaggio universale, come la pittura del '700 aveva fatto con Venezia o la canzone napoletana fra fine 800 e metà novecento con Napoli.