

The Mediation of Criticism in the Age of Disintermediation

Oliviero Pontedi Pino
olivieropdp@gmail.com

What could happen to theatre criticism in the era of disintermediation? Theatre appears obsolete, old fashioned, and elitist. Critical attitude seems uncool in a mediasphere ruled by images and emotional responses. On the other hand, critical activity on the web is quite intense and widespread, and the community of actors and audience could give us a useful insight into the visualisation processes we are experiencing. The critic, more than a consumer, becomes a witness of the creative process and of the theatrical event.

La mediazione critica nell'era della disintermediazione¹

di *Oliviero Ponte di Pino*
olivieropdp@gmail.com

What could happen to theatre criticism in the era of disintermediation? Theatre appears obsolete, old fashioned, and elitist. Critical attitude seems uncool in a mediasphere ruled by images and emotional responses. On the other hand, critical activity on the web is quite intense and widespread, and the community of actors and audience could give us a useful insight into the visualisation processes we are experiencing. The critic, more than a consumer, becomes a witness of the creative process and of the theatrical event.

A prima vista, oggi la critica teatrale appare come una attività residuale, marginale, di cui i media hanno sancito l'estinzione². Un'arte elitaria e sofisticata, forse obsoleta, nell'era dei mass media e delle tecnologie. Una funzione critica guardata con disinteresse o fastidio crescente dagli artisti e dal pubblico, gli uni e gli altri affamati dalla comunicazione diretta tra creatori e fruitori, senza inutili e intellettualistiche mediazioni. Qualcuno ha decretato "la morte del critico"³. Allora forse dobbiamo andare "oltre la critica"⁴.

Ma prima di ridefinire la funzione e gli obiettivi della critica, e in particolare della critica teatrale, è opportuno interrogarsi sulla profonda trasformazione della mediasfera⁵, con la diffusione della connessione digitale su scala planetaria. La mutazione è stata resa possibile dalla convergenza verso il digitale di testi, suoni e immagini in una prospettiva multimediale,

¹ Il presente intervento è stato parzialmente ripreso dalla monografia che ho scritto con G. Alonzo Dionisio e la nuvola: *l'informazione e la critica teatrale in rete: nuovi sguardi, nuove forme, nuovi pubblici* (2017), edita da FrancoAngeli, qui rielaborato e ricontestualizzato.

² Per una sintetica panoramica sull'evoluzione dei consumi culturali, vedi Z. Bauman, *Per tutti i gusti. La cultura nell'età dei consumi* (2011), tr. it. di D. Francesconi, Laterza, Bari 2016.

³ R. McDonald, *The Death of the Critic*, Continuum, London and New York 2007.

⁴ B. Gavin (ed. by), *After Criticism: New Responses to Art and Performance*, Blackwell, Oxford 2005.

⁵ Il concetto di "mediasfera", elaborato del teorico francese Régis Debray, R. Debray, *Vita e morte dell'immagine. Una storia dello sguardo in Occidente* (1992), tr. it. di A. Pinotti, Il castoro, Milano 1999, designa l'ambiente dei media che caratterizza un'epoca.

con la conseguente virtualizzazione dei processi informativi e comunicativi⁶. Secondo l'intuizione, o la metafora, di Arjun Appaduraj, il trascendente che appare magicamente sui nostri piccoli e grandi schermi stravolge il nostro rapporto con il reale⁷. La connessione 24/7 ha proiettato l'intera umanità, almeno potenzialmente, in un "qui e ora" globale. La prima conseguenza di questo processo è stata la disintermediazione. Almeno in linea teorica, tutti possono parlare con tutti: bastano pochi secondi per caricare una pagina web che diventa immediatamente visibile a miliardi di persone. Le aziende, compresi i teatri e i festival, possono comunicare direttamente con i consumatori, magari vendendo il prodotto, senza passare per distributori, concessionari e dettaglianti, senza utilizzare le tradizionali forme di pubblicità su giornali, radio e televisione, senza ricorrere a vendite porta a porta, né a manifesti e cartelloni... Senza il filtro della mediazione critica.

Questo orizzonte presenta straordinarie opportunità, e infatti è stato adottato con entusiasmo da miliardi di internauti e da milioni di aziende in tutto il mondo. Ma presenta anche, come tutti i nuovi fenomeni umani, diversi aspetti problematici. Alcuni di questi nodi interessano da vicino l'attività critica, e rischiano di renderla inutile, svuotandola di senso o snaturandola.

Esempi di questi fenomeni sono la sindrome dell'eterno presente, l'omofilia, la fine dell'esperto e la dittatura dei big data⁸. Per esaminare gli ultimi due aspetti, può essere utile ripercorrere in estrema sintesi la parabola di Amazon, lo *store online* di maggiore successo⁹.

⁶ Vedi H. Jenkins, *Cultura convergente*, tr. it. di V. Susca, M. Pepacchioli, V.B. Sala, Apogeo, Milano 2010.

⁷ Vedi A. Appaduraj, *Il futuro come fatto culturale. Saggi sulla condizione globale* (2013), tr. it. di M. Moneta, M. Pace Ottieri, Cortina, Milano 2014.

⁸ Per una riflessione critica di ampio raggio, vedi E. Morozov, *Internet non salverà il mondo. Perché non dobbiamo credere a chi pensa che la rete possa risolvere ogni problema* (2013), tr. it. di G. Pannofino, Mondadori, Milano 2014. E ancora N. Carr, *Internet ci rende stupidi? Come la rete sta cambiando il nostro cervello* (2010), tr. it. di S. Garassini, Cortina, Milano 2011; più radicale il tedesco Manfred Spitzer: M. Spitzer, *Demenza digitale. Come la nuova tecnologia ci rende stupidi* (2012), tr. it. di A. Petrelli, Corbaccio, Milano 2014³; M. Spitzer, *Solitudine digitale. Disadattati, isolati, capaci solo di una vita virtuale?* (2015), tr. it. di C. Tatasciore, Corbaccio, Milano 2016. Prova a riequilibrare Derrick De Kerckhove: D. De Kerckhove, *La rete ci renderà stupidi?*, Castelvecchi, Roma 2016.

⁹ Vedi B. Stone, *Vendere tutto. Jeff Bezos e l'era di Amazon* (2013), tr. it. di I. Katerinov, Hoepli, Milano 2014, e V. Mayer-Schönberger, K. Cukier, *Big Data. Una rivoluzione che trasformerà il nostro modo di vivere e già minaccia la nostra libertà*, tr. it. di R. Merlini, Garzanti, Milano 2013.

La parabola di Amazon, ovvero la fine dell'esperto e la dittatura dei big data

Agli inizi del suo percorso, nel 1995, Amazon si affidava a una decina di critici e redattori, che scrivevano recensioni, proponevano nuovi titoli e promuovevano le offerte presenti sulle pagine web dell'azienda. Erano la "Amazon's voice", una delle fonti del suo vantaggio competitivo: per il *Wall Street Journal*, erano i critici librari più influenti del paese, considerati i volumi di vendita che generavano. All'improvviso, i redattori umani scomparvero, spazzati via dalla concorrenza di altri meccanismi attivati pionieristicamente da Jeff Bezos, fondatore e CEO di Amazon.

Il primo è la "dittatura del dilettante", che secondo l'imprenditore americano Andrew Keen «si impone su quella dell'esperto e dietro alle apparenze di una disintermediazione capace di democratizzare i processi conoscitivi e produttivi nasconde un'ideologia, quella del web 2.0, che in realtà propone una forma di appiattimento del mondo e di svaporamento dei valori che tengono insieme i processi educativi, conoscitivi e produttivi»¹⁰.

A prendere il posto dei critici professionisti impiegati da Amazon furono in primo luogo i clienti della libreria on-line. Jeff Bezos aveva colto un aspetto cruciale: il desiderio e la capacità di comunicare le proprie preferenze da parte dei consumatori di prodotti culturali. Tra i segreti del successo di Amazon c'è la possibilità offerta a tutti i frequentatori del sito di pubblicare commenti e recensioni on-line. I consumatori – gli acquirenti – diventano critici, con giudizi articolati e meditati, oppure con semplici stellette (da una a cinque, a gradimento crescente) o con un voto. Lo strumento nato per i libri si è ben presto allargato ad altri beni e servizi: dischi e film, *hardware* e *software*. Questo modello si è rivelato assai efficace, tanto che si è diffuso ad alberghi e ristoranti, con siti come Zagat (fondata nel 1979, acquisita da Google nel 2012), TripAdvisor (2000) e Yelp (2004). È il meccanismo che alimenta il successo dei best seller, delle *hit parade* e dei *box office*: "Se è piaciuto a molti altri consumatori, probabilmente piacerà anche a me". Il pubblico diventa una

¹⁰ G. Boccia Artieri, *Stati di connessione. Pubblici, cittadini e consumatori nella (Social) Network Society*, FrancoAngeli, Milano 2012, p. 91; vedi anche A. Keen, *The Cult of the Amateur. How Today's Internet is Killing Our Culture*, Doubleday/Currency, London and New York 2007.

fonte di informazione – e svolge una funzione critica – sempre più autorevole e influente. Il sistema è assai apprezzato: più il campione è vasto, più i giudizi degli utenti sono numerosi, più vengono considerati affidabili.

La seconda intuizione vincente di Jeff Bezos ha portato alla decisione di raccomandare i libri in base alle scelte d'acquisto e alle pagine visualizzate dai clienti. Non serve più un essere umano che si confronta con un altro essere umano (l'esperto redattore o il recensore), ma è sufficiente analizzare il comportamento di ogni cliente (le pagine visitate, gli acquisti, i giudizi) e confrontarlo con quello degli altri clienti schedati nel database. Nei *cloud* che immagazzinano i *big data*, c'è il «nostro inconscio digitale: tutto ciò che si sa su di te e che tu non sai»¹¹. E tu non lo sai, perché dimentichi, perché non sai tutto quello che gli altri dicono di te, ma soprattutto perché “ciò che si sa su di te” viene messo in relazione con “tutto ciò che si sa di tutti gli altri”. È un campione vastissimo: gli utenti di Google, iTunes, Facebook o Amazon sono centinaia di milioni. Utilizzando metodi statistici, diventa possibile segmentare la clientela, inserire ogni individuo in un gruppo e prevedere il suo comportamento con un'ottima approssimazione. Una delle possibili funzioni della critica, quella di offrire “consigli per gli acquisti”, viene svolta molto più efficacemente da un algoritmo.

L'omofilia e l'eterno presente

I consigli degli altri consumatori diventano ancora più efficaci perché entra in gioco un altro meccanismo psicologico che non interessa solo la rete, ma che in rete si rafforza e viene esasperato dai meccanismi di filtraggio dei social network. L'omofilia è la tendenza a cercare legami con persone che condividono i nostri interessi e gusti:

Da una parte tendiamo a seguire le persone che condividono il nostro stesso punto di vista o con cui abbiamo interessi comuni (il 37% degli italiani afferma di seguire argomenti di loro specifico interesse mentre il 28% conta sul fatto che persone vicine segnalino notizie che dovrebbero conoscere; Osservatorio News-Italia 2014). Dall'altra cerchiamo di entrare in contatto con posizioni differenti dalle nostre, per avere una visione e un confronto più ampio (il 29% delle persone ricerca informazioni che hanno un punto di vista diverso dal proprio; *ibidem*).

¹¹ D. De Kerckhove, *La rete ci renderà stupidi?*, cit., p. 36.

Questa doppia modalità sottolinea l'accesso a più fonti ma anche una buona dose di omofilia.¹²

Gli algoritmi usati da Google¹³, Amazon, Anobii o Goodreads tendono ad assecondare, o facilitare, questo fenomeno, con conseguenze anche politiche che sono oggi sotto gli occhi di tutti.

Il web è ormai un deposito straordinario di contenuti. Accumula l'intero patrimonio culturale e cognitivo dell'umanità per metterlo a disposizione di tutti. Progetti come Wikipedia¹⁴ o un motore di ricerca come Google, così come i corsi universitari on-line e i *tutorial*, offrono il miraggio di un sapere gratuito, sempre accessibile in ogni angolo del pianeta. Tuttavia, l'accesso costante a una enorme quantità di dati ci travolge con un flusso incessante di informazioni. Siamo immersi in un eterno presente, che cancella la prospettiva storica e annega la capacità progettuale sotto un'inarrestabile ondata di piena¹⁵. L'*overload* informativo tramortisce con un bombardamento di stimoli che non riusciamo a gerarchizzare e metabolizzare. Solo grandissime aziende, che attirano masse critiche di centinaia di milioni (o miliardi) di clienti, sono in grado di filtrare e rendere redditizia quell'immensa quantità di dati, perché hanno le risorse per assicurarsi la ricerca tecnologica e la potenza di calcolo necessarie.

Le funzioni di un sito culturale

Sono dunque numerose e divergenti le tendenze che stanno cambiando la funzione critica, a cominciare da processi di apparente democratizzazione, che fanno saltare tutte le differenze: quella tra alto e basso, quella tra l'esperto e il dilettante, quella tra virtuale e reale; quella tra passato e presente, cancellando anche la progettualità del futuro; e quella tra pubblico e privato. La mediazione culturale, nella sua capacità di creare curiosità, di formare il

¹² L. Mazzoli, G. Ramondi, "Conoscere, condividere, partecipare", in L. Mazzoli, G. Zanchini (a cura di), *Info Cult. Nuovi scenari di produzione e uso dell'informazione culturale*, FrancoAngeli, Milano 2015, p. 49.

¹³ Vedi K. Auletta, *Effetto Google. La fine del mondo come lo conosciamo* (2009), tr. it. di R. Merlini, Garzanti, Milano 2010.

¹⁴ Vedi P. Burke, *Dall'Encyclopédie a Wikipedia* (2012), tr. it. di M.L. Bassi, Il Mulino, Bologna 2013.

¹⁵ Vedi D. Rushkoff, *Presente continuo. Quando tutto accade ora* (2004), tr. it. di G. Giri, S. Orrao, Codice, Torino 2014.

gusto, di aprire un dialogo sui valori, deve trovare il proprio spazio, per una azione che è anche politica¹⁶.

Prese singolarmente, le riviste e i blog culturali rappresentano, anche in Italia, un mondo variegato e frammentato, fatto di realtà trascurabili, almeno rispetto all'*audience* dei siti maggiori. Nelle parole di Christian Raimo, scrittore e blogger, «quello contro cui i blog culturali cercano di resistere è una informazione culturale in senso pubblicitario; è una cosa che non serve a nulla; come non serve a nulla una critica che non è capace di mappare»¹⁷. Nel loro insieme raggiungono centinaia di migliaia di lettori ogni settimana, che avvertono il bisogno del parere degli “esperti” per orientare e verificare le loro scelte, e possono avere una funzione importante in questo processo. Con gli inevitabili pro e contro: i blogger hanno avvicinato, grazie a un linguaggio veloce e pop, persone meno disposte all'informazione culturale “accademica”, al netto però di una semplificazione di contenuti e concetti¹⁸. Solo il pensiero critico può creare cittadini e consumatori partecipi e consapevoli. Il giornalismo, e soprattutto la pluralità di espressione dei blog, sono essenziali per la formazione di un'opinione pubblica razionante. La rete offre una gamma di opzioni articolate per la comunicazione e l'informazione culturale. Un sito può svolgere diverse attività, in parte sovrapponibili a quelle di una testata cartacea, ma spesso con potenzialità diverse. In particolare, può offrire una combinazione più o meno articolata di queste funzioni:

- un flusso continuo di informazioni, con post pubblicati come notizie; per certi aspetti, alcuni blog e siti con le loro inchieste possono rientrare nell'ambito del *citizen journalism*;
- una rivista, che pubblica un numero a scadenze più o meno regolari (quotidiano, settimanale, mensile...);
- un archivio che si sedimenta nel corso dell'attività, con un *database* sempre disponibile e ricercabile on-line;

¹⁶ Per una riflessione sul ruolo della critica in questo scenario, vedi A.O. Scott, *Elogio della critica. Imparare a comprendere l'arte, riconoscere la bellezza e sopravvivere al mondo contemporaneo*, tr. it. di M. Matteri, Il Saggiatore, Milano 2016.

¹⁷ F. Montanari, “Stili, pratiche, forme e strategie nella ricerca di informazione culturale: fra offline e online”, in L. Mazzoli, G. Zanchini (a cura di), *Info Cult*, cit., p. 125.

¹⁸ Vedi P. Dorflès, *Il ritorno del dinosauro. Una difesa della cultura*, Garzanti, Milano 2010.

- una comunità, aperta al dibattito, un tempo attraverso i forum e oggi soprattutto nei social network: molti siti e blogger hanno un'intensa attività su Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest per diffondere i contenuti delle loro testate, ma anche per esplorare le potenzialità dei social network per la costruzione di un discorso critico e per il coinvolgimento dello spettatore;
- una società di servizi, in grado di affiancare aziende attive nel settore, per esempio teatri, festival, circuiti, in attività di *web marketing*, *social media planning*, *audience building and development*, e in generale *media partnership* e consulenze sul versante della comunicazione.

Questa pluralità intrecciata di funzioni cambia il ruolo del critico. Offre nuove opportunità, ma in alcuni casi la sua indipendenza è messa in discussione da inevitabili conflitti di interessi.

Il nodo della sostenibilità

Se si escludono i giornalisti e i blogger organicamente inseriti in testate che li retribuiscono e le riviste sostenute dalle università, molte di queste realtà vivono in uno stato di perenne precarietà finanziaria. Le tradizionali forme di pubblicità, come i *banner* o simili, non hanno garantito finora entrate significative. Scarso esito hanno ottenuto anche i primi tentativi di *crowdfunding*. Più significativi invece i finanziamenti che arrivano a progetti culturali da enti locali, fondazioni bancarie, o attraverso progetti europei. Alcuni siti e blog funzionano di fatto, come abbiamo visto, anche da società di servizi, a partire dalle competenze maturate, che sono sia teatrali sia informatiche sia comunicative. La crescente importanza della comunicazione in rete, il ritardo di molti teatri, compagnie e festival nell'adeguarsi al nuovo scenario digitale offrono un'opportunità che alcuni blogger hanno saputo cogliere. Ovviamente questo "affiancamento", nonostante sia basato su una affinità culturale e progettuale tra la testata e il committente, rischia di incrinare uno dei presupposti fondanti del rapporto tra testata e lettore, ovvero l'indipendenza del critico dall'oggetto della sua analisi. Si tratta di un problema di più ampia portata, viste le crescenti contaminazioni tra

informazione e pubblicità, sempre più diffuse nella stampa tradizionale e oggi endemiche in rete: basti pensare ai siti che consigliano mete turistiche, ristoranti, hotel. È dunque in atto un cambiamento profondo nella natura dell'informazione, che investe inevitabilmente anche il piccolo mondo della critica teatrale. Sulla autonomia e sull'indipendenza del critico, rispetto alla sostenibilità economica di questo mestiere nello scenario attuale, si gioca l'esperienza di molti giovani critici, più o meno militanti.

La critica come dialogo

Con la Rete 2.0 la trasmissione delle informazioni da verticale tende a diventare orizzontale. Non c'è più un soggetto emittente, un editore o una testata riconoscibile, che garantisca la credibilità e l'autorevolezza dei contenuti, e di conseguenza legittimi gli autori che vi collaborano. Questa orizzontalità consente l'emergere di quelle che vengono definite "comunità riflessive"¹⁹: gruppi di persone che si ritrovano a discutere intorno a tematiche, interessi e problematiche condivisi e che così facendo producono e diffondono nuovi contenuti.

La critica è costruzione di un pensiero coerente e compiuto, ma anche un'apertura al dialogo. La rete, nella sua dimensione partecipativa e riflessiva, facilita la conversazione e lo scambio di idee, anche se con inevitabili limiti. Secondo Katherine Viner, vicedirettore del *The Guardian* e editor-in-chief di *The Guardian Australia*, il giornalismo on-line è «la verità migliorata attraverso la conversazione»²⁰, anche se «lo scambio digitale non è né totalmente critica né totalmente dialogo/conversazione»²¹. In questo scenario, la «critica dialogica» delineata da Tzvetan Todorov ritrova la propria funzione e responsabilità, in un contesto reso ancora più complesso e difficile dalla molteplicità delle voci:

¹⁹ Vedi M. Castells, *La nascita della società in rete* (1996), tr. it. di L. Turchet, Egea, Milano 2008.

²⁰ K. Viner, "The rise of the reader: journalism in the age of the open web" [on-line], in *The Guardian*. Pubblicato in data 9 ottobre 2013, consultato in data 17 febbraio 2018. Disponibile all'indirizzo: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2013/oct/09/the-rise-of-the-reader-katharine-viner-an-smith-lecture> (tr. it. nostra).

²¹ M. Reason, "Conversation and Criticism. Audiences and Unfinished Critical Thinking", in D. Radosavljević (ed. by), *Theatre Criticism. Changing Landscapes*, Bloomsbury, London 2016, p. 250.

perché ci sia dialogo, bisogna che la verità sia posta come orizzonte e principio regolatore. Il dogmatismo porta al monologo del critico; l'immanentismo (e quindi il relativismo) al monologo interiore dell'autore analizzato; il semplice pluralismo, che si risolve nella somma aritmetica di molte analisi immanenti, sfocia in una compresenza di voci che è anche assenza di ascolto; numerosi soggetti si esprimono, ma nessuno tiene conto delle proprie divergenze con gli altri. Se si accetta il principio della ricerca comune della verità già si pratica la critica dialogica.²²

La critica teatrale in *crowdsourcing* non è immune dai difetti della critica tradizionale, ovvero la sua esclusività e il privilegiare voci egemoniche; ma gli studiosi non possono trascurare la sua capacità di favorire conversazioni più collaborative, allargate e ricche.

Perché le performance devono continuare a generare visioni e idee anche dopo che il momento in cui si svolge l'evento è passato? Le performance dovrebbero aver diritto a una vita eterna, che va oltre le tre ore alle quali hanno potuto assistere pochi critici privilegiati. Questo già accade nella memoria, ed è un prezioso processo culturale. In questo modo il blog diventa un archivio vivente, in continua evoluzione: può offrire nuove conclusioni a studiosi di letteratura, storici, registi e a un pubblico interessato alle diverse fasi della sua esistenza; grazie alla sua natura dialogica, può diventare qualcosa di più di una collezione di reazioni allo spettacolo isolate e avulse dal contesto.²³

La mediazione critica si pone nella cerniera tra reale e virtuale, tra “presente continuo” e memoria individuale e collettiva, tra espressione personale e dibattito pubblico. Il presente continuo della rete astrae dal contesto. Tutto è reale, tutto si fa virtuale, perdendosi in un flusso incessante che non si sedimenta in esperienza. Tuttavia,

l'azione si rivela pienamente solo al narratore, cioè allo sguardo retrospettivo dello storico, che quindi conosce sempre meglio dei partecipanti ciò che è accaduto. Tutti i resoconti degli stessi attori, benché possano offrire in rari casi una dichiarazione, del tutto degna di fede, di intenzioni, scopi e motivi, nelle mani dello storico diventano semplicemente delle fonti utili, e non possono mai competere con la sua storia in termini di significato e veridicità.²⁴

²² T. Todorov, *Critica della critica. Un romanzo di apprendistato* (1984), Einaudi, Torino 1986, p. 184. Vedi anche B. Dort, *Le Jeu du Théâtre. Le Spectateur en dialogue*, P.O.L., Paris 1995; e R. Jacques, *Le spectateur emancipé*, La Fabrique, Paris 2008.

²³ E. Collins, “Theatre Reviewing in Post-Consensus Society. Performance, Print and the Blogosphere”, in *Shakespeare*, VI/3, 2010, p. 334 (tr. it. nostra).

²⁴ H. Arendt, *Vita activa. La condizione umana* (1958), tr. it. di S. Finzi, Bompiani, Milano 1994, p. 140.

Il teatro può restituire la rappresentazione al racconto, recuperando o rilanciando la narrazione lineare: lo dimostrano il successo di una forma non rappresentativa come il “teatro di narrazione”, ma anche l’interesse per esperienze che in vario modo affrontano il tema della narrazione storica. Lo spettacolo teatrale può porre gli eventi in una prospettiva storica, ritrovando la profondità dell’esperienza. La critica teatrale inserisce un ulteriore indispensabile punto di vista, che arricchisce la prospettiva, dando consapevolezza di queste funzioni e stratificazioni: costruisce essa stessa un racconto che offre la possibilità di condividere l’esperienza.

Il qui e ora teatrale si scioglie nel qui e ora planetario. Le tecnologie della rete e i meccanismi di comunicazione partecipata hanno un fortissimo impatto sulla nostra percezione del qui e ora. Questo rimette in discussione ancora una volta la natura del teatro, il suo specifico. Proprio per questo, specularmente, la pratica teatrale e lo sguardo critico possono contribuire a chiarire il senso di questa mutazione antropologica. Secondo il filosofo francese Michel Serres,

le reti sostituiscono la concentrazione con la distribuzione. Da quando disponiamo, su una postazione portatile o sul telefonino, di tutti i possibili accessi ai beni o alle persone, abbiamo meno bisogno di costellazioni espresse. Perché anfiteatri, classi, riunioni e colloqui in un dato luogo, e perché una sede sociale, dal momento che lezioni e colloqui possono tenersi a distanza? Gli esempi culminano in quello dell’indirizzo. In tutto il corso della storia è stato riferito a un luogo, di abitazione o di lavoro, mentre oggi l’indirizzo di posta elettronica o il numero di telefono di un cellulare non indicano più un determinato luogo: un codice o una cifra, pura e semplice, basta. Quando tutti i punti del mondo godono di una sorta di equivalenza, la coppia qui e ora entra in crisi. Heidegger, filosofo oggi assai letto nel mondo, nel chiamare esserci l’esistenza umana, designa un modo di abitare o di pensare in via di estinzione. Il concetto di ubiquità – la capacità divina di essere ovunque – descrive meglio le nostre possibilità rispetto al funebre *qui giace*.²⁵

Come nota il teorico tedesco Hans-Thies Lehmann, la presenza dal vivo, prima di essere una realtà corporea, è fenomeno mentale, una questione di consapevolezza. I media non cancellano l’effetto di presenza, ne declinano

²⁵ M. Serres, “Le banche dati che ci obbligano a essere intelligenti” [on-line], in *la Repubblica*, Pubblicato in data 17 gennaio 2014, consultato in data 25 febbraio 2018. Disponibile all’indirizzo: http://www.repubblica.it/la-repubblica-delle-idee/societa/2014/01/17/news/le_banche_dati_che_ci_obbligano_a_essere_intelligenti-76178582/.

ulteriormente le possibilità. L'ampio uso di nuove tecnologie sulla scena dimostra che era infondata «la preoccupazione che l'ingresso dei media digitali potesse erodere una supposta *verità* del *qui e ora*. In poco più di un decennio, la pratica ha dimostrato che i media possono partecipare all'evento senza cannibalizzare la sua natura *dal vivo*, anzi arricchendo la scena e la drammaturgia dei codici propri dell'esperienza contemporanea»²⁶.

L'impatto delle nuove tecnologie e la diffusione di ambienti immersivi annullano la distanza dalle cose e quella tra le persone, ma anche la profondità dell'esperienza. Per la sua stessa natura, l'arte interattiva vuole abbattere il tabù su cui si è fondata da sempre la moralità dell'arte “dentro di sé”, e dunque “separata”. L'interattività rompe la cornice, abbatte la quarta parete, spinge verso il coinvolgimento. Viene da chiedersi quale sia il ruolo della presenza fisica nella relazione tra l'utente e l'opera, tra lo spettatore e l'evento. È davvero indispensabile? Oppure si tratta di una nostalgia per l'aura dell'opera, dettata da stratificazioni storiche che hanno finito per essere inglobate in questa relazione distorcendola?²⁷ In teatro questo meccanismo spinge a infrangere il limite tra la scena e la platea e la distanza tra l'attore e lo spettatore, per superare la rappresentazione a favore della partecipazione e dell'*audience involvement*. I meccanismi di interazione consentono lo sviluppo di nuove forme di partecipazione e produzione di contenuti.

«L'interattività è una *interazione intercettata*»²⁸, ovvero una interazione che lascia una traccia e diventa segno. La critica è la traccia lasciata sui media dall'interazione con l'opera. Questa traccia può diventare anche un valore, tanto che finisce per essere quotata in Borsa: è stato calcolato che ogni iscritto a Facebook vale per Zuckerberg e gli altri azionisti del social network da lui creato un centinaio di dollari.

Nuove architetture della partecipazione si stanno sviluppando per ricreare il sentimento comunitario, riscoprendo sensazioni che creino un senso di appartenenza collettivo e identitario. I nuovi spazi della partecipazione e

²⁶ A. Pizzo, *Neodrammatico digitale. Scena multimediale e racconto interattivo*, Accademia University Press, Torino 2013.

²⁷ Vedi W. Benjamin, *L'opera d'arte nell'era della sua riproducibilità tecnica* (1936), tr. it. di E. Filippini, Einaudi, Torino 1966.

²⁸ A. Balzola, P. Rosa, *L'arte fuori di sé. Un manifesto per l'età post-tecnologica*, Feltrinelli, Milano 2011, p. 93.

dell'interazione stanno giocando un ruolo fondamentale nella costruzione delle nuove città, perché «anche l'uomo “flessibile” del terzo millennio ha bisogno di comunità»²⁹. La città diventa quindi «quel commutatore che integra la conoscenza e la tecnica globali con i contesti d'azione locali»³⁰. Giovanni Boccia Artieri ipotizza che una funzione di orientamento possa essere svolta proprio dai pubblici connessi³¹: entra in gioco la dialettica tra comunità reali e virtuali. Anche i festival, intesi come manifestazioni definite e limitate nel tempo e nello spazio, possono essere occasioni in cui si aggregano micro-comunità di operatori e di spettatori competenti. Sono del resto riconducibili a modelli ideativi e organizzativi che riprendono il tema della festa e della ritualità, e soddisfano in parte quel bisogno primordiale di socialità che si sostanzia nell'emozione condivisa³². Non è un caso che a ricorrere sempre più spesso a forme di *audience development* collegate alla rete siano proprio i festival. La critica online può avere una funzione determinante nel catalizzare queste forme di nuova socializzazione e nel riconnettere problematicamente il virtuale con il reale.

Drammaturgie social

Anche lo spazio e le modalità della rappresentazione di sé si ampliano grazie alle opportunità offerte da disintermediazione, multimedialità e interazione. Ma questa auto-rappresentazione offre un'immagine autentica? Quale può essere il rapporto tra l'individuo atomizzato, con la sua identità insieme plurale e fragile, e una società dalla quale vengono cancellati i corpi intermedi e in cui le tradizionali forme della rappresentanza politica sono in declino? Secondo Andrew Keen il rischio è che si tratti di una falsa disintermediazione, che invece di democratizzare i processi conoscitivi rischia di condurre a un appiattimento culturale. Il consumo non equivale a una reale esperienza in comune: su internet si scambia una realtà personale che non diventa mai

²⁹ E. Fiorani, *Geografie dell'abitare*, Lupetti, Milano 2012, p. 65.

³⁰ Ivi, p. 67.

³¹ Vedi G. Boccia Artieri, *Stati di connessione*, cit.

³² Vedi A. Bollo, “Nuovi scenari e vecchie liturgie del consumo culturale”, in F. De Biase (a cura di), *L'arte dello spettatore. Il pubblico della cultura tra bisogni, consumi e tendenze*, FrancoAngeli, Milano 2009¹, pp. 143-155.

condivisa, perché nello scambio un «numero infinito di eremiti di massa comunica le vedute del mondo quale appare dal loro eremo»³³. La radio e la televisione avevano imposto una comunicazione unidirezionale, in cui il mezzo trasmette a un enorme numero di individui le informazioni che vengono recepite con atteggiamento solipsistico. Le immagini si offrono e attraversano il telespettatore senza che debba alzarsi dal proprio divano. Il filosofo Umberto Galimberti non usa mezzi termini:

la prima figura antropologica compromessa dai media è la *partecipazione*, ossia quell'*esperienza in comune* che troviamo come motivo fondante l'origine di tutte le culture [...]. Il monologo collettivo dei media, invece, istituendoci come spettatori e non come partecipi di un'esperienza o attori di un evento, ci consegna quei messaggi che [...] veicolano eventi che hanno in comune il fatto che *noi non vi prendiamo parte*, ma ne consumiamo soltanto le immagini.³⁴

Siamo ormai partecipi solo degli avvenimenti mediati da uno schermo. Il mondo è una proiezione, un fantasma. La rete 2.0, con i suoi meccanismi di interazione, consente a tutti noi di esibirci su questo palcoscenico fantasma, dove crediamo di agire in prima persona, mentre a salire sulla scena sono le nostre maschere digitali.

Performatività e interattività spingono verso quello che Lehmann definisce “teatro post-drammatico”, una tendenza che caratterizzerebbe le arti della scena a partire dalla metà del Novecento.

Il teatro drammatico era la formazione di un'illusione. Voleva costruire un cosmo fittizio e lasciare che il palcoscenico rappresentasse – fosse – un mondo astratto ma concepito affinché l'immaginazione e l'empatia dello spettatore seguissero e completassero l'illusione. Per questa illusione non è necessaria né la completezza né la continuità della rappresentazione. Ciò che è necessario, comunque, è il principio che ciò che percepiamo a teatro possa essere riferito a un “mondo”, quindi a una totalità. Interezza, illusione, e rappresentazione del mondo sono intrinseci al modello di “dramma”. Il teatro drammatico cessa di esistere quando questi elementi non sono più i principî regolatori ma semplicemente una delle possibili varianti dell'arte teatrale.³⁵

La rete 2.0, con la sua alta dose di interazione e con le drammaturgie sapientemente articolate dei social network, «non è rappresentativa, cioè non

³³ U. Galimberti, “La trasformazione antropologica indotta dai mass media”, in F. De Biase (a cura di) *L'arte dello spettatore*, cit., pp. 93-98.

³⁴ *Ibidem*.

³⁵ H.-T. Lehmann, *Postdramatic Theatre*, translated by K. Jurs-Munby, Routledge, London and New York 2006, p. 22 (tr. it. nostra).

riproduce, non simula, non emula, ma *genera* azioni, relazioni, dinamiche sociali»³⁶. Azzerando la rappresentazione, l'interattività tende a mettere in crisi, sul piano politico, anche i sistemi di rappresentanza, con tutti i rischi di plebiscitarismo e populismo che questo comporta. «Stare qui “a rappresentare” è un po' stare qui “a sostituire” altri, qualche altra cosa, o un'altra esperienza particolare. Spostarla e appropriarsene»³⁷.

Una critica transmediale?

In rete assume importanza crescente la multimedialità, con inserimento non solo di fotografie, disegni, bozzetti, *clip* audio o video, ma anche di *streaming* audio e video. Una performance teatrale continua a svolgersi nel qui e ora, ma si trova al centro di una complessa ramificazione informativa e performativa. Oltre al tradizionale corredo testuale, con programmi e materiali di sala, e iconografico, con manifesti e locandine, un evento genera ormai una produzione multimediale sempre più vasta, sia a livello di promozione e *marketing* sia a livello di documentazione. Ai materiali generati e diffusi dai produttori si affiancano quelli del pubblico, lo *user-generated-content*, che può essere anch'esso multimediale.

«In un contesto in cui la *liveness*, la natura effimera dell'evento e il processo di documentazione e ricostruzione sono diventate centrali per la nostra comprensione del teatro, il ruolo della critica teatrale è sempre più importante»³⁸. Per capire il nuovo contesto in cui agisce oggi la critica, può essere utile ricorrere a concetti come “crossmedialità” e “transmedialità”. La crossmedialità nasce dalla possibilità di mettere in connessione i diversi media, grazie allo sviluppo e alla diffusione di piattaforme digitali. Viene valorizzata dal flusso informativo in cui siamo immersi.

«La modalità crossmediale è quella che privilegiamo per ricercare l'informazione che diventa *in movimento*, che viene catturata attraverso lo *smartphone*, il *tablet* o qualsiasi altro dispositivo portatile. È uno strumento

³⁶ A. Balzola, P. Rosa, *L'arte fuori di sé*, cit., p. 83.

³⁷ R. Spregelburd, *Il teatro, la vita e altre catastrofi. Domande, ipotesi, procedimenti*, tr. it. di M. Cherubini, Bulzoni, Roma 2014, p. 40.

³⁸ W. McEvoy, “Performative Criticism and Creative Critical Writing”, in D. Radosavljević (ed. by), *Theatre Criticism*, cit., p. 292 (tr. it. nostra).

vincente per l'informazione generalista, lo è anche per quella culturale»³⁹. La “narrazione transmediale”⁴⁰ utilizza diverse piattaforme mediali ma può prevedere anche eventi dal vivo, offrendo a ogni passaggio nuove esperienze all'utente. I diversi media, veicolando varie informazioni, contribuiscono allo sviluppo della storia e alla comprensione del mondo in cui si svolge. La narrazione transmediale prevede dei “punti di entrata”, i *rabbitholes* che rimandano alla tana del coniglio attraverso cui Alice accede al Paese delle Meraviglie e attraverso i quali l'utente può immergersi nella narrazione transmediale.

La vicinanza dei siti di critica e informazione rispetto a chi produce e vende prodotti culturali e spettacoli va tuttavia contestualizzata, al di là dell'aspetto economico. Il teatro, e la cultura in generale, sono sempre più fatti di esperienze che non si riducono alla produzione e al consumo di prodotti culturali: la progettualità, il processo creativo assumono una importanza sempre maggiore. La semplice recensione non è più sufficiente, sono necessari nuovi tipi di analisi e di narrazione. Questo aspetto, che aveva già preso notevole importanza con le avanguardie storiche, risulta ancora più evidente nei processi di arte partecipata e nel teatro di interazione sociale, dove non si tratta solo e tanto di giudicare il risultato finale, quando di rendere conto del significato complessivo dell'operazione e del percorso che lo ha generato. Non è più sufficiente “sporcarsi le mani”. Nasce una nuova figura. O meglio, la complicità e la collaborazione tra artista e critico, che ha già una lunga storia, trova una nuova definizione. Il primo a parlare auto-ironicamente di “critico *embedded*”, sulla falsariga dei giornalisti *embedded* nei reparti dell'esercito al fronte, è Andrew Haydon, che nell'aprile 2012 segue la Actors Touring Company in Kurdistan. Il nuovo critico teatrale può e deve dunque essere molte cose insieme, intrecciando vecchie e nuove pratiche, senza necessariamente praticarle tutte: è un *dramaturg* che segue dialetticamente il processo artistico, un archivista che costruisce memoria, un documentarista che racconta un percorso, un reclutatore che cerca proseliti tra i potenziali spettatori, un *brand manager* che definisce l'identità culturale di un progetto

³⁹ L. Mazzoli, G. Raimondi, “Conoscere, condividere, partecipare”, cit., p. 61.

⁴⁰ Vedi H. Jenkins, *Cultura convergente*, cit.

e lo presenta al *target* adatto. Spiega agli artisti quello che stanno facendo e spiega al pubblico chi sono gli artisti. «Deve avere la memoria di un elefante e ricollegare quella memoria a quello che accade oggi e a quello che accadrà domani. Non è solo due occhi e due orecchie, ma è anche la voce della coscienza, un brontolone. È un cuore»⁴¹. La rete sta ridefinendo il ruolo dell'intellettuale, e insieme l'economia del lavoro intellettuale. Il nuovo mediatore culturale deve trovare un difficile equilibrio tra l'indipendenza e l'autonomia di giudizio da un lato, e dall'altro la sostenibilità del proprio progetto e la militanza culturale.

Lo spettatore e il testimone

C'è un teatro gastronomico, come lo definiva Bertolt Brecht, che è divertimento, evasione, esibizione virtuosistica. Per orientare verso questo tipo di consumo culturale, gli algoritmi degli assistenti digitali stanno diventando sempre più efficaci. Ma c'è anche un teatro vivo, come lo definisce Peter Brook; esiste una cultura viva, che richiede un altro tipo di fruizione e di partecipazione: in questi casi, lo spettatore può diventare testimone. Il cambiamento di prospettiva da spettatore a testimone rientra in quella che Thomas Keenan e Eyal Weizman hanno definito *forensic turn*, la “svolta autoptica” che alla fine del XX secolo ha investito i metodi di indagine di magistrati e polizia, e in parallelo ha portato all'avvento di una “estetica autoptica”⁴². Nelle investigazioni, grazie a nuove tecnologie e strumenti di indagine (prima tra tutte l'analisi del DNA), il tecnico – in Italia i RIS, per esempio – ha sostituito il testimone. Keenan e Weizman esemplificano questa svolta esaminando le differenze tra il processo contro Eichmann, che vide una lunga sfilata di testimoni, e l'indagine su Josef Mengele, morto in Sud America negli anni Settanta e identificato grazie all'analisi del cadavere. I tecnici, gli esperti, anche se non hanno assistito al crimine, sono quelli che testimonieranno (con competenza) al processo. Anzi, vengono considerati i

⁴¹ C. Goode, corrispondenza privata, in M. Costa, “The Critic as Insider: Shifting UK Critical Practice Towards ‘Embedded’ Relationships and the Route this Opens up Towards Dialogue and Dramaturgy”, in D. Radosavljević (ed. by), *Theatre Criticism*, cit., p. 201 (tr. it. nostra).

⁴² Vedi T. Keenan, E. Weizman, *Mengele's Skull. The Advent of a Forensic Aesthetics*, Sternberg, Berlin 2012.

testi migliori proprio perché non hanno assistito al crimine, perché danno voce (oggettivamente) alla realtà delle cose. Nel campo degli Audience Studies, la svolta autoptica porta in primo piano la presunta oggettività dei numeri. O meglio, utilizza una grandissima quantità di dati per accrescere l'autorevolezza dell'analisi e delle sue conclusioni. Una presentazione "scientifica" di uno studio sul lavoro dello spettatore garantisce neutralità, distacco, freddezza. Secondo questa "estetica autoptica", il meno qualificato a parlare dell'evento è proprio chi vi ha partecipato: parlano per lui i dati rilevati dai vari sensori, raccolti e accuratamente analizzati dai "tecnici". Lo spettatore, il pubblico, torna oggetto passivo: se non dell'evento spettacolare in cui magari viene spinto all'azione, almeno dell'analisi delle sue reazioni e del suo comportamento. Questa trasformazione del ruolo dello spettatore, che investe certamente altri media oltre al teatro, riguarda più in generale la nostra posizione all'interno del Grande Spettacolo. La violenza endemica del mondo post-coloniale, diffusa dai media su scala globale 24/7, ha trasformato l'intero pianeta in una gigantesca scena del crimine. Di fronte a questa mutazione, nel 1999 Peter Sloterdijk scriveva:

Se si chiede a un moderno "Dov'eri al momento del delitto?", la risposta suona: "Ero sul luogo del delitto", vale a dire all'interno di quel mostruoso generale che comprende i suoi correi e i suoi complici nel moderno insieme delle circostanze del crimine: la modernità è la rinuncia alla possibilità di avere un alibi. Il fatto di trovarci sulla scena del crimine globale non fa più di noi dei testimoni, ma dei complici (in genere silenziosi).

Prosegue Sloterdijk:

Il XX secolo pertanto gioca un ruolo eminente nell'ora del crimine della modernità, poiché in esso gli alibi storici e regionali vengono cancellati per poter incriminare potenzialmente tutti i contemporanei, come testimoni e complici del mostruoso compiuto dall'uomo.⁴³

Siamo sospesi tra curiosità morbosa e disgusto, tra paura ("Può capitare anche a me!") e senso di colpa ("Che cosa posso fare per impedire questo scempio! Non posso fare niente per mettere fine a questo orrore, a questa ingiustizia"). Nella scena del crimine globale,

⁴³ P. Sloterdijk, "L'ora del crimine mostruoso. Per una giustificazione filosofica dell'artificiale", in A. Calligaris, S. Crosara (a cura di), *Non siamo ancora stati salvati. Saggi dopo Heidegger*, tr. it. A. Calligaris, S. Crosara, Bompiani, Milano 2004, pp. 293-310.

ci sono rimasti solo tre ruoli: la *vittima* (chi è caduto, il torturato, lo scomparso, lo schiavizzato...); il *carnefice* (l'aguzzino, il killer, lo stupratore, il ladro...); e il *complice* (tutti gli altri, compresi noi due). Al di là di una formulazione così dura, è un altro modo per dire che nel nostro immaginario politico, giuridico ed estetico il testimone è diventato una figura più debole.⁴⁴

Nella sua analisi, André Lepecki contrappone due figure: lo spettatore, che si trova intrappolato nella logica descritta da Sloterdijk, e il testimone, «una figura che deve essere rivalutata, con urgenza». Ma che cosa deve fare questo “testimone”? Deve in primo luogo recuperare la sua funzione di narratore, nel senso in cui lo intendeva Walter Benjamin: quella di trasmettere “una intelligenza che arriva da lontano” ed “esperienza”. Sono le due componenti essenziali della narrazione. Lo “spettatore-testimone” ha dunque il compito di narrare la propria esperienza, di incarnarla mentre la racconta e di trasmetterla ad altri. In altre parole, deve dare alla propria esperienza una prospettiva politica, visto che solo il racconto può raccordare passato e futuro. In questo la critica, con la sua capacità di costruire racconto a partire dall'esperienza, continua a mantenere una funzione essenziale e costituisce una linea di resistenza indispensabile. Il teatro continua a restare uno strumento privilegiato per comprendere la profondità delle trasformazioni che stiamo attraversando, proprio perché appare intrinsecamente radicato, ancora così vicino a quella che può essere la natura profonda dell'essere umano.

⁴⁴ A. Lepecki, “Four Notes on Witnessing Performance in the Age of Di-Experience”, in D. Blanga-Gubbay, L. Kwakkenbos, *The Time we Share. Reflecting on and through Performing Arts*, Kunstenfestivaldesarts, Bruxelles 2015, p. 16 (tr. it. nostra).