



334R

centro di cultura DIGITALE romano



IPOTESI DI COSTITUZIONE DI UN CENTRO
DI CULTURA DIGITALE NEL PRIMO MUNICIPIO
DEL COMUNE DI ROMA

334R

Centro di Cultura DIGITALE Romano

sommario

IL CENTRO MULTIMEDIALE	pag. 02
LA RICERCA	pag. 02
COMITATO PROMOTORE	pag. 03
ATTREZZATURE E LOGISTICA	pag. 03
VALENZA POLITICO-CULTURALE	pag. 03
IL LUOGO	pag. 03
FONTI DI FINANZIAMENTO	pag. 03
SPONSOR E PARTNER	pag. 04
IL BUDGET	pag. 04
LA FORMA ASSOCIATIVA	pag. 04
FASI ATTUATIVE	pag. 04
IL NETWORK	pag. 05
I TARGET DI RIFERIMENTO	pag. 06
LO SCENARIO	pag. 06
ESTENSORI DEL PROGETTO	pag. 08

A cura di **Franco Zeri** e **Cristina Chiappini**

IL CENTRO MULTIMEDIALE

La creazione del Centro di Cultura Digitale permette di divulgare e documentare la cultura della comunicazione digitale in tutte le sue forme: espressioni visive, artistiche, scritte, video e audio. E' un'iniziativa per coinvolgere le fasce giovanili che oggi non hanno un punto di riferimento culturale (vedi casa delle letterature per scrittori, giornalisti, poeti, attori e cineasti).

L'attività che deve svolgere il centro si articola sulle seguenti direttrici:

- **DIFFONDERE**
la cultura digitale attraverso i media digitali con la creazione di un network su internet, una rete di scambio con gli altri centri digitali europei ed internazionali
- **DOCUMENTARE**
e archiviare tutto ciò che è espressione digitale (museo virtuale) dell'arte contemporanea
- **RACCOGLIERE**
in una biblioteca ed emeroteca digitale contributi di arte contemporanea
- **ESPORRE**
le opere in un centro espositivo, happening, installazione, performance, proiezioni
- **DIVULGARE**
attraverso seminari, convegni, incontri, conferenze i temi del digitale e dell'arte contemporanea
- **CREARE UNA CONSULTA**
per le attività culturali giovanili sul digitale
- **FORMARE**
giovani artisti nel settore della comunicazione digitale
- **CREARE ED ELABORARE PROGETTI**
innovativi nel campo dei linguaggi espressivi delle arti e della strumentazione HW e SW

Questo insieme di attività si configura come un modo per dare opportunità e per attrarre giovani talenti, in grado di diventare degli opinion leader nel settore e costruire le forme estetiche e di arte e comunicazione contemporanee.

Con questa azione il centro contribuisce alla formazione e alla occupazione giovanile.

OGNI ANNO VERRÀ PUBBLICATO UN RAPPORTO SULL'ATTIVITÀ DEL CENTRO.

LA RICERCA

Nel centro si svolgerà un'attività di ricerca e sviluppo nel campo della comunicazione digitale per sperimentare tutte le nuove possibilità espressive delle arti e del design con l'ausilio delle tecnologie digitali e della rete telematica.

Le aree di ricerca dell'arte e della comunicazione contemporanea sono:

- **Software art** (arti visive e design)
- **Net art e Hacker art** (arti multimediali)
- **Hardware art** (robotica e macchine digitali)
- **Web art e Interattività avanzata di rete** (java design, flash design, ecc)
- **Digital video** (cinema e tv)
- **Realtà virtuale** (design e architettura, teatro e scenografia, moda)
- **Iper testo e ipermedialità** (letteratura e poesia)
- **Digital music, digital sound** (musica digitale)

Nel centro si avvierà un'attività di learning online (corsi via internet) al fine di divulgare la cultura digitale e creare nuovi addetti dei settori creativi.

COMITATO PROMOTORE

Il centro avrà un coordinatore e 8 consiglieri (totale 9 membri) che si occuperanno di gestire i singoli comparti del digitale. A garanzia del l'alto livello scientifico e culturale delle iniziative il centro si avvarrà di un comitato così composto:

- 1 critico d'arte contemporanea
- 1 docente di storia del design contemporaneo
- 1 artista contemporaneo
- 2 esperti di new media
- 2 designer digitali
- 1 esperto di comunicazione informatica
- 1 rappresentante dell'ente promotore
- 3 rappresentanti europei del Network

Il comitato avrà il compito di dare le linee culturali e scientifiche, il quadro delle tendenze attuali della cultura. I membri del centro verranno suggeriti e nominati dall'ente promotore e dall'associazione culturale incaricata di gestire del centro.

ATTREZZATURE E LOGISTICA

Il luogo deve avere:

- una sala convegni per 50/100 posti
- un centro espositivo con 4 videoproiettori
- un centro formativo con 15 computer multimediali in rete e collegati con internet, con software grafici, uno di questi dedicato alla post-produzione video, audio e DVD
- un centro di documentazione con computer multimediali in rete e collegati con internet tramite digitale terrestre e con server autonomo
- un sito come luogo di confronto con la community di giovani, come vetrina per news ed esposizioni online di net-web-art, e infine come archivio storico delle attività.

Il centro dovrà disporre di almeno 400/600 metri quadri da individuare nel patrimonio immobiliare del Comune di Roma o presso l'ente promotore.

VALENZA POLITICO-CULTURALE

Solo chi comprenderà la forza rivoluzionaria del digitale, trasversale a tutte le culture e aree politiche, solo chi parlerà il linguaggio dei giovani potrà nel medio periodo acquisire il loro consenso.

IL LUOGO

Il primo Municipio, insieme alle altre istituzioni competenti, potrebbe farsi promotore di questa iniziativa mettendo a disposizione il luogo agibile per la realizzazione del centro digitale.

Il resto dei finanziamenti vanno reperiti nell'ambito dei fondi UE e di fondazioni culturali e bancarie.

FONTI DI FINANZIAMENTO

Saranno reperiti dai partner (aziende del settore digitale per le attrezzature) e fondi UE o forniti da aziende e fondazioni bancarie attraverso la T6, società specializzata in reperimento fondi nel campo culturale e tecnologico.

SPONSOR E PARTNER

Saranno reperiti nei seguenti ambiti: Istituti di Ricerca (CNR e affini), aziende informatiche di hardware e software (tipo IBM, Apple), Fondazioni Bancarie, Centri di Cultura digitali della Comunità Europea, la società T6 (specializzata in reperimento fondi nel campo culturale e tecnologico).

IL BUDGET

L'Ente promotore metterà a disposizione:

- la sede ristrutturata

I partner tecnologici e finanziari metteranno a disposizione del centro:

- la logistica e attrezzature di base
(tavoli, sedie, impianto elettrico a norma, attrezzature per biblioteca, ecc)
- impianto audio (impianto di amplificazione Surround e microfoni)
- 15 computer completi
- 3 videoproiettori e schermi
- 1 server completo (hardware, software)
- connessione internet banda larga
- attrezzature logistiche per computer
- manutenzione
- promozione

LA FORMA ASSOCIATIVA

Se necessario si può costituire una forma associativa (consorzio) senza fini di lucro (ONLUS) con la partecipazione dell'Ente promotore.

Il consorzio potrebbe essere composto da:

- l'ente promotore
- i Partner tecnologici e enti e fondazioni
- l'Associazione cultura digitale (costituita dal gruppo di ideatori del progetto)

FASI ATTUATIVE

Prima fase: acquisizione del luogo e sua sistemazione con le attrezzature

Seconda fase: inaugurazione con un evento

Terza fase: stesura e attuazione del calendario delle iniziative 2003 - 2004

In cantiere:

- conferenza organizzativa su "Digitale ecologico espressivo" dove far incontrare tutte le associazioni, i centri culturali, singoli artisti e designer per un dibattito sulla politica culturale e formativa nel campo del digitale;
- corso su Tecniche digitali per l'arte e il design;
- mostre tematiche: Ai confini delle discipline, Arte e design telematico, Foto e virtual design, Musica e teatro digitale, Poesia visiva, film e video digitale.

Quarta fase: avvio del centro di documentazione digitale.

IL NETWORK

Il network prevede contatti nazionali, europei ed internazionali.

Il network avvierà scambi culturali e collaborazioni con musei, istituti di cultura, università, manifestazioni del settore.

Soggetti del network nazionale:

- Museo d'arte contemporanea Pecci di Prato • <http://www.centropecci.it/htm/ho.htm>
- MACRO • <http://www.comune.roma.it/macro/>
- DARC • <http://www.darc.beniculturali.it/>
- IUAV Istituto Universitario di Architettura_Venezia - Facoltà di design e arti • <http://www.iuav.it/design-arti>
- Facoltà Scienze della Comunicazione - La Sapienza"- Roma • www.comunicazione.uniroma1.it
- Facoltà di Architettura - Cattedra di Arte Contemporanea "La Sapienza"- Roma
- Facoltà di Scienze Umanistiche - Corso arti e tecniche dello spettacolo digitale - La Sapienza"- Roma
- Museo Laboratorio d'Arte Contemporanea dell'Università "La Sapienza"- Roma
- ISIA Istituto Superiore per le Industrie Artistiche di Urbino • www.isia.org
- ISIA Roma • www.isiaroma.it
- Politecnico di Milano - Dipartimento di design • <http://www.polidesign.net/>
- Centro Culturale Candiani - Mestre • <http://www.comune.venezia.it/candiani/>

Soggetti del network europeo:

- ZKM Zentrum fur Kunst und Medientechnologie Karlsruhe - Germania • <http://www.zkm.de>
- Macros Center - Russia • http://www.macros-center.ru/read_me/abouten.htm
- Arts Electronica - Linz, Austria • <http://www.aec.at>
- Pinakothek der Moderne - Monaco, Germania • <http://www.pinakothek-der-moderne.de>
- Kunsthochschule fur Medien, Facoltà di Scenografia Elettronica - Colonia, Germania
- Centre Georges Pompidou, Paris - Francia • <http://www.cnac-gp.fr/Pompidou/Home.nsf/docs/fhome>
- Musée d'Art Moderne de la ville de Paris - Francia • <http://www.la-villette.com>
- Sonar - Barcellona - Spagna • <http://www.sonares/>
- Onedotzero - Londra, Gran Bretagna • <http://www.onedotzero.com>
- TATE Gallery - Londra, Gran Bretagna • www.tate.org.uk/webart
- ICA, Institute of Contemporary Arts - London, Gran Bretagna • <http://www.ica.org.uk/>
- Museum fur Gestaltung - Zurigo , Svizzera • <http://www.museum-gestaltung.ch>

Soggetti del network internazionale:

- Walker Art Center - Minneapolis, Minnesota • <http://www.walkerart.org/>
- Eyebeam Museum for Art and Technology - New York • <http://www.eyebeam.org/>
- Asian Net Art Community - Seoul, Korea • <http://www.blindsound.com/>
- Sfmoma - San Francisco • <http://www.sfmoma.org/crossfade/>
- Banff Centre for the Arts - Canada • <http://www.banffcentre.ab.ca/>
- ICC Inter-Communication Center - Giappone • <http://www.ntticc.or.jp/>
- MIT - Media Lab - Boston • www.media.mit.edu
- Institute for Technology & Aesthetics at Pasadena, California's
- Art Center College of Design • <http://www.artcenter.edu/>
- The Getty Information Institute - The Digital Experience - Los Angeles • <http://www.getty.edu/gigital>
- Digital Design Gallery - RMIT University • <http://www.rmit.edu.au/>

I TARGET DI RIFERIMENTO

L'iniziativa può coinvolgere un numero alto di studenti, di giovani artisti, designer, musicisti, poeti, attori e video e filmmaker, comunità e centri culturali, scuole artistiche e accademie.

Il centro può avvalersi di contatti con:

- studenti delle Facoltà di Scienze della Comunicazione, Architettura, Storia dell'Arte, Informatica
- scuole d'arte (licei artistici, accademie, istituti d'arte, ISIA design)
- istituti di design privati
- centri culturali
- artisti
- designer (grafici, illustratori, design industriale)
- musicisti e Dj
- poeti
- attori
- video e filmmaker
- scrittori
- stilisti
- fotografi
- studiosi d'arte contemporanea

L'indotto di questo tipo di iniziativa, intendendo con ciò il pubblico che entrerà in contatto con il centro in maniera indiretta, è molto vasto: galleristi, centri culturali, fondazioni, università, scuole d'arte ed estimatori della cultura.

LO SCENARIO

I media digitali si vanno sovrapponendo ai media tradizionali (carta, video, audio), differenziandosi per supporti e modalità di rappresentazione.

Nel caso dei mezzi e supporti analogici - come la carta, le materie pittoriche, le piste magnetiche per il video e l'audio - abbiamo a che fare con una rappresentazione materiale e tangibile, che si attua grazie alla rappresentazione di valori tratti da un continuum infinito.

Nel caso dei supporti digitali - nastri digitali Dat, Cd Rom e DVD, Internet - viceversa, la rappresentazione è ottenuta tramite numeri binari - composti di 0 e 1, valori discreti e finiti. Visivamente la rappresentazione discreta si traduce, nel **design** e nell'**arte**, in forma di pixel e vettori inglobati nei monitor dei computer.

Nella musica e nei segnali audio digitali, le informazioni memorizzate in formato binario possono essere riconvertite in suono nella riproduzione che avviene mediante strumenti digitali. Nella **scrittura** e nella **poesia**, il testo assume caratteristiche ipertestuali e valore d'immagine per realizzare una nuova cultura randomizzata e non lineare.

Nel **teatro** e nel **cinema**, il digitale si manifesta nell'incontro fra il corpo del performer-attore e le rappresentazioni virtuali del cyberspace, attraverso la fusione della scenografia digitale/elettronica con la scena reale. I diversi modi di rappresentazione, insieme ai supporti digitali, hanno la possibilità di generare linguaggi espressivi e creativi che ne determinano la qualità.

Il sistema attuale dell'arte e della comunicazione mostrano una certa stasi soprattutto nell'ambito della

ricerca. Ormai, si dice, tutto è stato sperimentato; assistiamo a riproposizioni di forme e contenuti consueti con esaurimento del filone di ricerca sulle avanguardie del novecento.

Nell'attuale circuito del sistema dell'arte un artista produce un'opera unica, un "artefatto" (il quadro, la scultura, la fotografia, il video, la performance), che viene vagliato da esperti del settore e quindi inserito nei circuiti del mercato attraverso l'esposizione in un museo o in una galleria d'arte. Ciò rappresenta un circuito comunicativo-espressivo che collega la creatività dell'artista all'opera, il sistema museale e delle gallerie ai critici che ne analizzano i contenuti e al pubblico fruitore dell'opera.

Nella produzione e fruizione dell'arte digitale si introduce un rapporto interattivo fra artista, pubblico ed opera d'arte. L'artista, generatore dell'opera presente nel network artistico, crea un circuito di comunicazione dove è previsto il feed-back del fruitore che attraverso l'interfaccia dialoga con i contenuti dell'opera (intesa come protesi comunicativa dell'artista stesso). Il fruitore può intervenire sull'opera per contribuire alla sua modifica diventando membro del network artistico.

In questo senso il digitale crea un nuovo linguaggio basato sulla possibilità di riprodurre e comunicare all'infinito messaggi e contenuti anche con l'ausilio della rete. La riproducibilità dell'originale in copie uguali permette la fruibilità a tutti indistintamente senza gerarchie.

Non a caso Benjamin ha messo in evidenza come la riproducibilità tecnica dell'opera d'arte ne abbia causato la trasformazione, con la perdita dell'"aura", dell'alone sacrale-religioso, dell'esistenza unica e irripetibile nel luogo in cui si trova (hic et nunc - qui ed ora), e con il valore culturale che ne deriva. Ma in questa trasformazione l'opera ha acquisito un valore espositivo, laico, favorendo l'avvicinamento del pubblico più ampio all'arte grazie all'accresciuta esponibilità delle opere (Walter Benjamin, L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica, 1936)

Oggi la rivoluzione informatica e telematica ha ulteriormente moltiplicato l'esponibilità dell'opera d'arte e l'ha definitivamente dematerializzata. Il digitale permette di passare dai molti media (singoli media accostati) alla multimedialità, che emerge dai media convergenti e integrati: testi, audio-video, animazione, foto e grafica. Dalla multimedialità si passa infine all'ipermedialità, coniugando il multimedia alle caratteristiche della rete telematica.

I vari settori dell'immagine, della comunicazione, dell'arte, del design e della moda, dell'arte contemporanea, soprattutto per quanto riguarda le fasce giovanili, utilizzano le potenzialità del linguaggio digitale con valenza visiva e contenutistica, per realizzare un'estetica e una filosofia di avanguardia adeguata ai tempi e ai nuovi mezzi di comunicazione (mobile, cable, satellite).

Il digitale ha fatto convergere non solo i media ma anche i contenuti, così come le professioni e l'arte contemporanea. Molti musei internazionali hanno già creato all'interno dei propri siti un'area di Art on the Net, Net Art, Web Art o Software art, a dimostrazione della maturità di queste forme di espressione da inserire nel quadro dell'arte contemporanea.

L'area della cultura giovanile è molto sensibile alla potenzialità democratica dei mezzi digitali per la libertà operativa (grazie ai software open source), per la facilità di accesso dei mezzi, per le potenzialità rivoluzionarie a livello di messaggio, e per l'innovazione linguistica che essi portano nei vari campi della comunicazione e dell'arte contemporanea. ■

ESTENSORI DEL PROGETTO

Franco Zeri

Designer, libero professionista e Art director

Consulente di Rai International per il settore Internet,
docente presso l'Istituto Superiore di Comunicazione e
Istituto Europeo di Design per le discipline Teoria del colore,
Web design, Storia della comunicazione visiva.

Membro dell'Associazione Tecnici Pubblicitari Professionisti
e dell'AIF - Associazione Italiana Formatori

Ha pubblicato per l'edizioni Hyperlab 3 e-book sulla Teoria del Colore

<http://www.francozeri.com>

zeri@openmedia.it

Cristina Chiappini

Designer, libero professionista e Art director

Consulente di Rai International per il settore Video, docente presso
l'Istituto Superiore di Comunicazione per la disciplina Web design.

Esperta nello studio e progettazione di sistemi interattivi.

Membro della giuria del Red Dot Award Communication Design 2003,
nelle categorie multimedia, televisione e electronic media.

I suoi progetti sono stati pubblicati sulle riviste 'Abitare'
e 'Page' (rivista tedesca di design).

Socia AIAP (associazione italiana per la comunicazione visiva).

<http://www.cristinachiappini.com>

cristinachiappini@libero.it