

# La performance ininterrotta

## Attori spettatori e Intelligenza Artificiale nello spazio fictional dei social media

*Maria Grazia Berlangieri*

### *Introduzione*

Qual è il ruolo dello spettatore sotto la pressione dei social media e delle tecnologie digitali?

Ho sottoposto questa domanda a ChatGPT, un prototipo di chatbot basato su intelligenza artificiale e machine learning sviluppato da OpenAI<sup>1</sup> specializzato nella conversazione con un utente umano che negli ultimi mesi sta suscitando, oltre che grande curiosità, molte polemiche. Segue la sua risposta:

Lo spettatore sotto la pressione dei social media e delle tecnologie digitali può avere un ruolo attivo o passivo. In molti casi, le tecnologie digitali consentono allo spettatore di diventare parte integrante della produzione e della diffusione di contenuti, ad esempio attraverso la condivisione di video, foto e altri tipi di media sui social media. In questo modo lo spettatore può diventare un produttore di contenuti e contribuire a plasmare la conversazione online. Inoltre, i social media e le tecnologie digitali possono anche essere utilizzati come mezzi di espressione creativa, permettendo agli utenti di condividere i loro pensieri, le loro opinioni e le loro idee con un ampio pubblico. Allo stesso tempo c'è il rischio che lo spettatore diventi passivo, consumando i contenuti senza riflettere criticamente su di essi e senza cercare fonti di informazione alternative. In questo modo, i social media e le tecnologie digitali possono avere un impatto negativo sulla capacità dello spettatore di pensare in modo critico e indipenden-

<sup>1</sup> OpenAI è un'organizzazione non a scopo di lucro di ricerca sull'intelligenza artificiale con lo scopo di promuovere e sviluppare un'intelligenza artificiale amichevole (*friendly AI*). Fondata nel tardo 2015, l'organizzazione, con sede a San Francisco, ha lo scopo di collaborare liberamente con altre istituzioni e ricercatori rendendo i suoi brevetti e ricerche aperti al pubblico. Tra i fondatori Elon Musk e Sam Altman. Fonte Wikipedia, <https://it.wikipedia.org/wiki/OpenAI> (ultima consultazione 7 gennaio 2023).

te. È importante che gli spettatori siano consapevoli di questi rischi e trovino un modo sano e bilanciato per utilizzare i social media e le tecnologie digitali.<sup>2</sup>

Appare evidente, seppur con perduranti limiti, il balzo in avanti dell'intelligenza artificiale (IA) nell'elaborare un testo compiuto e perfino equilibrato. Ma la sua capacità non si limita a questo; può infatti elaborare risposte ad esigenze creative come ad esempio scrivere un soggetto teatrale, o proporre le domande di una intervista. Altre IA come Midjourney<sup>3</sup> producono invece immagini molto elaborate partendo da descrizioni testuali. Chiaramente l'inizio di questo articolo è una provocazione, l'apertura a una necessaria riflessione critica. Ciò di cui tratta questo articolo sono brevi storie di frontiera, o per meglio dire di spazi liminali che hanno al centro come forza centrifuga la tecnologia e, come suo opposto, la forza centripeta dello *spectatòrem*<sup>4</sup> di "schermi luminosi" utilizzati grazie a interfacce utenti elaborate per distribuire ruoli, nuove forme di assegnazioni dei corpi, per mutuare un'espressione di Rancière.<sup>5</sup> Queste "storie protesiche", apparentemente marginali, sono in qualche modo fuori dalla performance e tuttavia la convocano continuamente nell'equivoco (presente perfino nella suddetta risposta di ChatGPT) della riduzione dello spettatore in "attivo e passivo", presupponendo che lo *spectàre* sia (ideologicamente) una forma passiva di concoscenza. L'uso delle tecnologie presuppone, a dispetto del nostro "attivismo", sempre una passività data dalla parziale o totale incomprendimento dei processi tecnici ed economici che le determinano.

La tecnologia dunque amplifica la partecipazione attiva dell'essere umano o "solleva" il nostro spettatore da una reale partecipazione? Riferendosi al concetto di società dello spettacolo di Debord, Maurizio Ferraris nel suo *Documanità* scrive che «il pubblico televisivo e in generale i fruitori dei mass media classici sono stati tradizionalmente assunti come paradigmi della passività. C'era già in quella valutazione un tasso di enfasi retorica e di vaghezza semantica. Infatti cosa significa "essere passivi"?». <sup>6</sup> Secondo Ferraris, Debord trascura il fatto che l'attività è condizione

<sup>2</sup> Risposta di ChatGPT Dec 15 Version, 7 gennaio 2023.

<sup>3</sup> Midjourney è un laboratorio di ricerca e il nome del programma di intelligenza artificiale che crea immagini da descrizioni testuali, <https://midjourney.com/home/?callbackUrl=%2Fapp%2F> (ultima consultazione 13 gennaio 2023).

<sup>4</sup> Utilizzo l'etimologia latina per sottolineare la dimensione del "guardare", dello "stare a vedere" senza prendere parte.

<sup>5</sup> Cfr. Jacques Rancière, *Lo spettatore emancipato* [2008], trad. it. di D. Mansella, DeriveApprodi, Roma 2018.

<sup>6</sup> Questa asserzione di Ferraris si riferisce principalmente a Guy Debord e al suo *Società*

## La performance ininterrotta

necessaria ma non sufficiente per ottenere la libertà. Seguendo il pensiero di Ferraris possiamo ritenere questo interrogativo ancor più valido se rapportato al comportamento degli umani sul web che è molto più “attivo” rispetto ai mass media classici in quanto il digitale è più “mobile” e non ancorato a un apparato tecnologico immobile quale per esempio la tv; inoltre gli utenti possono essere essi stessi (anche involontariamente) produttori a loro volta di contenuti.<sup>7</sup> Ma per Ferraris la vera differenza rispetto ai mass media classici risiede più profondamente nel fatto che ogni comportamento (attivo o passivo) sul web viene trasformato in capitale. Ciò risiede nella circostanza per la quale «in un ambiente capace di archiviazione, anche la passività o il bisogno, possono essere capitalizzati, cioè trasformati in attività».<sup>8</sup> Una nuova logica guida i nostri rapporti con le piattaforme digitali in cui rilasciamo immagini personali, comportamenti, azioni, perfino informazioni relative alla biosfera come il battito cardiaco. Queste informazioni vengono trasformate di fatto in documenti registrati e archiviati da un agente diverso da noi che li mutua in oggetti sociali, in un possibile capitale di cui siamo attori ma non reali costruttori, in quanto il vero costruttore è la piattaforma che effettua l'isteresi.<sup>9</sup> Questo è un punto dirimente.

Alla luce di quanto esposto fin qui, la diade passivo e attivo non esaurisce la complessità in cui è calata la biosfera dello spettatore contemporaneo nel contesto tecnologico attuale. Non è adeguata neanche la concezione di tecnologia come mero strumento. L'avvento della registrazione digitale e dell'archiviabilità diffusa, addirittura quantistica,<sup>10</sup> spingono l'essere

dello Spettacolo. Cfr. Maurizio Ferraris, *Documanità. Filosofia del mondo nuovo*, Edizioni Laterza, Bari-Roma 2021, p. 313.

<sup>7</sup> Fin qui la mia analisi propone la visione filosofica di Maurizio Ferraris il quale sposta l'attenzione dall'attivismo presunto dei *prosumer* alla capitalizzazione delle piattaforme digitali, vere costruttrici di senso dei miliardi di imput immessi nella rete da parte degli utenti. Chiaramente in merito alla questione delle culture partecipative nell'era digitale e del rapporto tra vecchi e nuovi media imprescindibili sono gli studi di Henry Jenkins. Tra gli altri si segnalano i classici, Henry Jenkins, *Convergence culture: where old and new media collide*, New York University Press, New York 2006; Henry Jenkins, *Confronting the challenges of participatory culture: media education for the 21st century*, MIT Press, Cambridge MA 2009; Henry Jenkins, Sam Ford, Joshua Green, *Spreadable media. Creating value and meaning in a networked culture*, New York University Press, New York 2013.

<sup>8</sup> Maurizio Ferraris, *Documanità. Filosofia del mondo nuovo*, cit., p. 313.

<sup>9</sup> Secondo il filosofo l'isteresi è la capitalizzazione dei significati e dei processi che si nascondono nella registrazione (digitale).

<sup>10</sup> La tecnologia quantistica si basa sui principi fondamentali della fisica e promette di superare i limiti dei tradizionali elaboratori che processano dati tradotti in bit binari (0 o 1).

umano a un nuovo passo nella sua naturale relazione con l'artificiale;<sup>11</sup> oggi, ancor più, con l'avanzamento dell'intelligenza artificiale che determinerà nei prossimi anni un'altra cruciale pagina del "digital turn". Nella prima fase della diffusione del digitale, tra la fine degli anni Novanta e il primo decennio degli anni Duemila, lo si riteneva un mero strumento di traduzione del mondo da analogico a digitale secondo il principio di copia e dematerializzazione della fonte originale. Ogni cosa può essere facilmente campionata e trasformata in un documento che però non è soltanto la mera funzione vicariale della fonte; bensì il digitale implica una potentissima capacità di ricavare plusvalore: cioè qualcosa che eccede per difetto o per eccesso la copia della fonte. I processi di digitalizzazione creano le condizioni tecniche affinché la fonte possa essere riaperta e manipolata.<sup>12</sup> Inoltre le nuove tecnologie e la diffusione della rete web hanno ulteriormente esacerbato quello che Marshall McLuhan ha definito collasso del rapporto causale,<sup>13</sup> al punto tale che la "registrazione" precede o convive con l'evento, in quanto la registrazione digitale lo codifica e lo diffonde in real-time sulle piattaforme web.<sup>14</sup> Il web infatti è il più grande apparato di registrazione esistente con 23 miliardi di dispositivi connessi e produce più documenti di qualsiasi fabbrica al mondo. Byung-Chul Han riprendendo il pensiero di Vilém Flusser<sup>15</sup> parla di «impero neoliberista della prestazione» in cui i social network rafforzano la costrizione alla comunicazione poiché maggiore comunicazione (digitale) equivale a maggiore capitale.<sup>16</sup> Questa iperproduzione e diffusione di informazioni è possibile grazie alla generale demedializzazione che «porta a compimento l'epoca della *rappresentazione*. Oggi ciascuno vuole essere *presente* e *presentare* la propria opinione senza alcun intermediario. La *rappresentazione* cede il posto alla *presenza* e alla

<sup>11</sup> Mi riferisco a quella corrente di pensiero che spazia da Arnold Gehlen ad André Leroi-Gourhan, da Walter Benjamin a Pietro Montani, per citarne in maniera parzialissima solo alcuni.

<sup>12</sup> Cfr. Maria Grazia Berlangieri, *Performing Space. Lo spazio performativo e l'hacking digitale, nuove tecnologie e transmedialità*, Bordeaux Edizioni, Roma 2021.

<sup>13</sup> Marshall McLuhan parla di collasso del rapporto causale originato dalla velocità dei mezzi di comunicazione di massa dell'era elettrica, cfr. Marshall McLuhan, *Understanding Media: The Extensions of Man* [1964], *Gli strumenti del comunicare*, il Saggiatore, Milano 1964, ripubblicato nel 2015.

<sup>14</sup> Cfr. Maurizio Ferraris, *Documanità. Filosofia del mondo nuovo*, cit. pp. 6-7.

<sup>15</sup> Si veda, tra gli altri, Vilém Flusser, *La cultura dei media* [1997], a cura di A. Borsari, trad. it. di T. Cavallo, Bruno Mondadori, Milano 2004.

<sup>16</sup> Byung-Chul Han, *Nello sciame. Visioni del digitale* [2013], Nottetempo, Milano 2015, pp. 48-51.

## La performance ininterrotta

co-presenza».<sup>17</sup> Claire Bishop parla invece di “performative turn of culture” e riprende il concetto di “performer virtuoso” di Paolo Virno:

the performative turn of culture more generally, through theories of post-Fordist labor. As Jon McKenzie argues in *Perform or Else* (2001), neoliberal economies are fixated on performance as an index of evaluation; performance has become the regulatory ideal of our time, replacing Foucault’s idea of disciplinary surveillance. [...] Paolo Virno, for example, has argued that post-Fordism turns us all into virtuoso performers, since the basis of labor is no longer the production of a commodity as end-product (as it was on the Fordist production line), but today is a communicational act, designed for an audience; it is the fulfillment of an action internal to the action itself. In his account, wage labor is based around the possession (and performance) of aesthetic tastes, affects, emotions, and – most importantly – «linguistic cooperation». Today we are all virtuosic performers.<sup>18</sup>

Grazie al fatto che la registrazione digitale utilizza un codice sostanzialmente unico per tradurre immagini, suoni, numeri, lettere, dati biologici, ecc. e che le interfacce software sono elaborate affinché gli utenti le utilizzino facilmente e per lo più gratuitamente, ogni persona ha una esponenziale capacità produttiva di documenti (nell’accezione fin qui esposta). I confini tra cosa è materiale e immateriale, naturale e artificiale, sono sempre più sfumati e il tempo che passiamo all’interno delle piattaforme per comunicare, mangiare, acquistare beni di consumo o esperienze di vita, è tale che si è letteralmente fuori dalla storia umana se si è fuori da questa registrazione perpetua della propria esistenza. Questa incessante richiesta di “capitale documediale” ridefinisce il perimetro della rappresentazione del mondo e di noi stessi. Anche in ambito artistico, i surrogati tecnologici, per così dire, competono con le competenze di sceneggiatori o attori, illustratori, ecc. Oltre a ciò, il lavoro di questi ultimi galleggia in un mare di post disan-

<sup>17</sup> Ivi, pp. 30-31.

<sup>18</sup> Claire Bishop, *Black Box, White Cube, Gray Zone. Dance Exhibitions and Audience Attention*, «The Drama Review», LXII, n. 2 (Summer 2018), pp. 22-42: 23; la Bishop cita Paolo Virno, *A Grammar of the Multitude. For an Analysis of Contemporary Forms of Life*, Semiotext(e), Los Angeles 2004, pp. 52-65. Per un approfondimento si veda inoltre Jon McKenzie, *Perform or Else. From Discipline to Performance*, Routledge, London 2001; In merito alla relazione tra economia capitalista, emozioni e cultura popolare, in particolare attraverso i media, si vedano gli studi di Eva Illouz, tra cui Eva Illouz, *Cold Intimacies, The Making of Emotional Capitalism*, Polity Press, 2007; *Saving the Modern Soul: Therapy, Emotions and the Culture of Self-Help*, University of California Press, 2008; Eitan Wilf & Eva Illouz, *Dynamic branding: The case of Oprah Winfrey*, «Women & Performance: a journal of feminist theory», 18, 1 (2008), pp. 71-84.

corati dagli eventi che li producono e tra milioni di contenuti di utenti *prosumer* disposti a inscenare o a esporre il proprio corpo in una sorta di rito collettivo senza precedenti nella storia dell'umanità. Registrati in tempo reale su miliardi di dispositivi elettronici in tutto il mondo, i singoli fenomeni di per sé trascurabili come la foto di una cena, o la danza virale di danzatori non professionisti, diventano parte di quello che Martina Panelli ha descritto come un unico rito di identificazione collettiva. Il pubblico da un lato subisce una uniformazione, dall'altro partecipa a un'intenzione condivisa, quella di somigliare ad un'unica immagine in perenne via di formazione.<sup>19</sup> La relazione centripeta e centrifuga tra tecnologie digitali ed essere umani è caratterizzata in qualche modo da quella che Rancière ha definito una redistribuzione di spazi e di tempi comuni, che sposta il confine "poliziesco" tra chi sa, sa fare, vedere, ecc. da quanti non ne sarebbero capaci. Ad esserne capaci oggi sono anche le "macchine" stesse e non solo il pubblico; anzi gli spettatori acquisiscono fenomenologicamente competenze proprio per le capacità algoritmiche della macchina e delle sue interfacce complesse: quanto più la macchina rende in grado il pubblico di agire, tanto più registra, e se registra impara creando plusvalore autonomamente. I dati, le azioni, i feedback e perfino i comportamenti passivi come il semplice "scroll" annoiato, allenano gli algoritmi dietro la macchina, incluso quelli degli apparati dei social media. Come già detto, questa relazione tra macchina e utente è mediata dall'interfaccia che per prima assegna nuovi ruoli ai corpi degli spettatori. Quando parlo di interfaccia estendo il significato ristretto di interfaccia utente (anche conosciuta come UI, dall'inglese *User Interface*) al significato generale del termine che indica l'area o la superficie sulla quale due entità qualitativamente differenti si incontrano. Non è quello che da sempre fa una performance attraverso le interfacce architettoniche, sceniche, ecc. con il suo pubblico? Ma lo spettatore contemporaneo per essere presente si "rappresenta" in un evento (che sia una cena, un concerto, un viaggio) con un "selfie", un'immagine di sé nell'evento. Cioè la "digitalizzazione di se stesso nell'evento" è la condizione minima per esistere in un ecosistema social (digitale) dove la presenza e l'esistenza sono certificate attraverso la pubblicazione di un post. Questa certificazione della propria presenza nell'evento è supportata da un editing del proprio corpo attraverso i tools messi a disposizione dalle

<sup>19</sup> L'editing del Sé nei nuovi media è oggetto di studio di Federica Villa. Cfr. Martina Panelli, *Souvenir*, in Federica Villa (a cura di), *Vite impersonali. Autoritrattistica e medialità*, Pellegrini, Cosenza 2012, p. 203-238.

## La performance ininterrotta

molte app, come ad esempio i filtri 2D e 3D in realtà aumentata. D'altro lato la "presenza" nelle reti social viene letteralmente gestita da algoritmi che tracciano e analizzano i contenuti pubblicati dagli utenti tenendo conto di tutti i metadati (incluse le didascalie e i testi applicati alle immagini), gli hashtag e le metriche di coinvolgimento.<sup>20</sup> Gli algoritmi delle piattaforme social hanno lo scopo di rendere facile l'accesso ai contenuti e aumentare "la presenza" delle persone sulla stessa piattaforma. Al contempo, come detto, gli utenti utilizzano le interfacce delle varie applicazioni editando i propri contenuti (e quindi loro stessi) per essere "leggibili" dalle piattaforme social e dalla loro "audience". È interessante per esempio la raccolta d'immagini del profilo @insta\_repeat<sup>21</sup> che ha clusterizzato i post di utenti diversissimi che producono nel tempo immagini quasi identiche e che hanno un'estetica comune (color palettes, inquadrature, ecc.).<sup>22</sup> Per quanto siano personali i nostri contenuti, questi ultimi sono fortemente influenzati dal linguaggio della piattaforma social le cui interfacce sono sofisticatissimi prodotti di design. Si può dire che è valido già quanto rilevava Marshall McLuhan sul linguaggio fortemente influenzabile dall'intrusione di un qualsiasi senso meccanicamente esteso.<sup>23</sup> L'azione dell'utente su queste piattaforme è duplice quindi: da un lato "digitalizza" attraverso la camera del proprio smartphone; dall'altro performa se stesso, aderendo all'estetica, quindi al linguaggio, della piattaforma che lo "pubblica". Peter Sokolowski, direttore del dizionario Merriam-Webster, parlando dell'inclusione nel loro dizionario del verbo "to instagram", ha dichiarato che tale inserimento è dovuto alla popolarità dei social media che rendono l'esistenza di molte persone "una specie di performance". *Instagrammare* è uno dei diversi canali attraverso i quali si esprime e definisce la propria identità.<sup>24</sup> Emerge quindi un nuovo "soggetto digitale", frutto del processo di dataficazione la cui esistenza online e offline è fortemente interconnessa. È

<sup>20</sup> Le metriche di coinvolgimento indicano quante volte si è verificata un'interazione con un video o un canale.

<sup>21</sup> @insta\_repeat, [https://www.instagram.com/insta\\_repeat/](https://www.instagram.com/insta_repeat/) (ultima consultazione 3 aprile 2023).

<sup>22</sup> Lev Manovich ha dedicato uno studio sulla relazione tra immagine e la piattaforma Instagram, cfr. Lev Manovich, *Instagram and Contemporary Image*, Creative Commons license, 2017, <http://manovich.net/index.php/projects/instagram-and-contemporary-image>.

<sup>23</sup> Cfr. Marshall McLuhan, *The Gutenberg Galaxy. The Making of Typographic Man*, University of Toronto Press, Toronto 1962.

<sup>24</sup> Simone Cosimi, *Instagram diventa verbo: è nel nuovo dizionario Merriam-Webster*, [https://www.repubblica.it/tecnologia/social-network/2018/09/05/news/instagram\\_diventa\\_verbo\\_e\\_nel\\_nuovo\\_dizionario\\_merriam-webster-205661721/](https://www.repubblica.it/tecnologia/social-network/2018/09/05/news/instagram_diventa_verbo_e_nel_nuovo_dizionario_merriam-webster-205661721/) (ultima consultazione 3 aprile 2023).

questo stesso soggetto digitale, come sostiene la studiosa Olga Goriunova, a immettere i dati digitali (volontariamente o non) i quali sono frutto di una mediazione algoritmica con le relative interferenze.<sup>25</sup> Questa mediazione algoritmica definisce l'identità contemporanea, quindi anche la nuova attorialità e spettatorialità digitale. Seguendo questa mediazione esploreremo ora alcuni casi studio che da un lato illustrano l'uso delle tecnologie, in particolare dell'AI, nell'ambito della performance attoriale; dall'altro, lo spazio delle piattaforme online come spazio *fictional* in cui i profili acquisiscono lo statuto di dichiarati *character*, interpretati da attori in carne e ossa, ma soprattutto da attori virtuali, come nel caso dei *fictional influencer*. Questi casi liminali vogliono far riflettere su come i micro processi tecnici determinano (da sempre) i macro processi di alterazione della "presenza" digitale che è fortemente mediata dagli algoritmi. Di contro e in qualche modo a margine, un accenno alla resilienza di spettatori e creativi nell'utilizzo dei social media come spazi narrativi, in una prospettiva più ampia di emancipazione dal concetto dicotomico di attivo-passivo in relazione al più complesso paradigma delle nuove tecnologie digitali.

### *IA e la performance attoriale*

L'artista Miltos Manetas parla di un impossibile ritorno per gli esseri umani a una unilaterale dimensione analogica: «To go fully analog would be impossible. It would require us to drop away from GDR (Global Description of Reality) which is based entirely on being digitalized».<sup>26</sup> Un'umanità non più "full analog" si declina anche nei processi teatrali e performativi, come in quelli cinematografici. L'esponenziale crescita dell'intelligenza artificiale (IA) rafforzerà questa tendenza.<sup>27</sup> L'IA ha le potenzialità per essere utilizzata in molti ambiti, dalla generazione automatica di testi alla creazione di personaggi.<sup>28</sup> Può essere usata per generare automaticamen-

<sup>25</sup> Olga Goriunova, *The Digital Subject: People as Data as Persons*, «Theory, Culture and Society», 36, 6 (2019), p. 129.

<sup>26</sup> Miltos Manetas, *Metascreen*, <http://timeline.manetas.com/texts/Metascreen/> (ultima consultazione 27 marzo 2023)

<sup>27</sup> Tra le altre cose la Commissione Europea nel febbraio del 2022 ha commissionato uno studio sulle opportunità e sfide che potenzialmente affronteranno anche i settori artistici e culturali in relazione allo sviluppo dell'AI. Commissione Europea, *Opportunities and challenges of artificial intelligence technologies for the cultural and creative sectors*, febbraio 2022, <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/359880c1-a4dc-11ec-83e1-01aa75ed71a1/language-en> (ultima consultazione 7 aprile 2023).

<sup>28</sup> Per un approfondimento rimando all'articolato lavoro interdisciplinare di Antonio Pizzo,



## La performance ininterrotta

te caratterizzazioni per personaggi in un'opera teatrale, inclusi tratti del loro carattere e del loro background. Utilizzando algoritmi di generazione di immagini e video si possono creare visualizzazioni virtuali del palcoscenico o può essere utilizzata per controllare i movimenti di personaggi animatronici o di robot, per creare esperienze teatrali interattive in cui il pubblico ha il controllo sull'evolversi della trama o l'esito finale dell'opera. Analizzando quanto già è in atto, si può ritenere che l'IA abbia la potenzialità di riscrivere perfino la performance attoriale. Negli ultimi anni sta rendendo in parte obsolete anche le tecnologie 3D che imitano digitalmente una modellazione scultorea di un volto e un corpo, quindi ancorata a un'abilità umana di disegnare e scolpire una figura, seppur virtualmente, lasciando in qualche modo traccia della sintesi CGI, quindi conservando una marca di artificiale. All'intelligenza artificiale basta un'istruzione e un database di riferimento dal quale attingere informazioni per sintetizzare in maniera automatizzata un volto di una persona dalle sembianze umane senza alcun segno fittizio evidente. I così detti deep fake sono il risultato degli studi sulla visione artificiale che si concentra sull'elaborazione al computer d'immagini e video digitali utilizzando prevalentemente l'IA e in particolare le reti neurali e il machine learning. Tra i primi esperimenti dobbiamo risalire al 1997 e al progetto *Video Rewrite* che utilizza filmati esistenti per creare automaticamente un nuovo video di una persona che recita parole che non ha pronunciato nel filmato originale. *Video Rewrite* etichetta automaticamente i fonemi nei dati di addestramento e nella nuova traccia audio. Riordina le immagini delle bocche nei filmati in modo che corrispondano alla sequenza di fonemi della nuova traccia audio mediante tecniche di morphing.<sup>29</sup> Oggi, la maggior potenza di calcolo fa sì che gli algoritmi possano processare meglio e più velocemente una maggior quantità di dati arrivando a risultati sorprendenti. A tal punto che la sostituzione di volti reali con volti totalmente sintetici prodotti dall'IA è diventato un tema complesso che investe moltissimi ambiti, dall'infor-

Vincenzo Lombardo e Rossana Damiano. Cfr. *Interactive Storytelling. Teorie e pratiche del racconto dagli ipertesti all'Intelligenza Artificiale*, Dino Audino, Roma 2020; Rossana Damiano, Vincenzo Lombardo, Antonio Pizzo, *Studying and designing emotions in live interactions with the audience*, «Multimedia Tools and Applications Journal», 80, 6711- 6736 (2021); Rossana Damiano, Vincenzo Lombardo, Giulia Monticone, *Artificial Intelligence for Dramatic Performance*, in: Alviano, M., Greco, G., Scarcello, F. (eds) *AI\*IA 2019 – Advances in Artificial Intelligence. AI\*IA 2019. Lecture Notes in Computer Science*, vol 11946, Springer, 2019, pp. 542–557.

<sup>29</sup> Christoph Bregler, Michele Covell, Malcolm Slaney, *Video Rewrite: Driving Visual Speech with Audio*, SIGGRAPH '97: Proceedings of the 24th International Conference on Computer Graphics and Interactive Techniques, 1997, pp. 353–360.

mazione al mondo dell'arte.<sup>30</sup> Si possono mettere alla prova le proprie capacità di distinguere un volto fake da una persona reale sul sito *Which face is real*.<sup>31</sup> Attraverso un gioco comparativo di foto di due volti, si è invitati a scegliere quali dei due siano per l'appunto reali. Se si sbaglia (come spesso accade) il sito lo segnala. Progetti del genere utilizzano un metodo di apprendimento automatico noto come generative adversarial network (o GAN) per generare i loro fake. Queste reti operano esaminando enormi quantità di dati (in questo caso, molti ritratti di persone reali), imparando i modelli al loro interno e cercando poi di replicare ciò che hanno visto. Il motivo per cui le GAN sono così efficaci è che si testano da sole. Una parte della rete genera i volti e l'altra li confronta con i dati di addestramento. E spesso siamo noi utenti a perfezionare, o meglio allenare queste reti neurali. In questo caso, per esempio se si riesce a notare la differenza, il generatore viene rimandato "al tavolo da disegno" per migliorare il suo lavoro: «Think of it like a strict art teacher who won't let you leave the class until you draw the right number of eyes on your charcoal portrait. There's no room for AI Picassos — realism only».<sup>32</sup> L'utilizzo dell'intelligenza artificiale ha apportato stravolgimenti anche nell'ambito dei vfx cinematografici.<sup>33</sup> Tra i diversi esempi, nella serie tv *The Mandalorian* (uno dei tanti spin off dell'universo Star Wars) nell'ultimo episodio appare un giovane Luke Skywalker ricreato sovrapponendo in CGI le immagini di repertorio al volto di una comparsa (il suo interprete Mark Hamill ha oggi quasi 70 anni). Ma cito questo caso soprattutto per rimarcare ancora una volta il continuo ribaltamento tra ruolo attivo e passivo di un pubblico

<sup>30</sup> James Vincent, *Can you tell the difference between a real face and an AI-generated fake?*, «The Verge», 3 marzo 2019, <https://www.theverge.com/2019/3/3/18244984/ai-generated-fake-which-face-is-real-test-stylegan> (ultima consultazione 4 gennaio 2023). In questo articolo tocco tangenzialmente il dibattito intorno l'IA *text-to-image* che coinvolge soprattutto il mondo dell'arte e alla possibile nuova arte del *prompt*, cioè appunto la capacità descrittiva e testuale dell'utente nel formulare una richiesta all'IA per elaborare una immagine complessa. Rimando tra gli altri all'interessante articolo di Vanni Santoni, *L'intelligenza artificiale divide gli artisti*, in «L'essenziale», <https://www.internazionale.it/essenziale/notizie/vanni-santoni/2023/02/17/intelligenza-artificiale-arte> (ultima consultazione 10 aprile 2023).

<sup>31</sup> *Which face is real* è stato sviluppato da Jevin West e Carl Bergstrom presso l'Università di Washington quale parte del Calling Bullshit project, <https://www.whichfaceisreal.com/>, (ultima consultazione 4 gennaio 2023). Per un approfondimento vedi anche Jevin West, Carl Bergstrom, *Calling Bullshit: The Art of Skepticism in a Data-Driven World*, Penguin Random House Trade Paperbacks, 2021.

<sup>32</sup> James Vincent, *Can you tell the difference between a real face and an AI-generated fake?*, cit.

<sup>33</sup> Marco Consoli, *Nuovo cinema algoritmo*, <https://www.wired.it/article/intelligenza-artificiale-cinema/> (questi e i successivi url sono stati consultati l'ultima volta il 9 gennaio 2023).

## La performance ininterrotta

che si stratifica in una community virtuale e che mette in circolo non solo opinioni e gusti, ma anche le proprie competenze. Infatti il risultato vfx del giovane Luke non è stato gradito da molti dei fan dell'universo narrativo di Star Wars, muovendo numerose critiche, tra queste quelle dell'utente You Tube: @Shamook, la cui pagina ha 127.000 iscritti e offre numerosi deep fake cinematografici diventati popolari per "innestare" e sostituire il volto di un attore con quello di un altro.<sup>34</sup> @Shamook ha caricato su You Tube un video con la comparazione di Luke Skywalker in CGI e la sua versione utilizzando il deep fake. Il risultato è stato così nettamente superiore alla produzione ufficiale che il video ha realizzato 3,8 milioni di visualizzazioni attirando l'attenzione di George Lucas che ha offerto un lavoro al suo "critico" fan come Senior Facial Capture Artist.<sup>35</sup> Un altro interessante esempio è quello realizzato per il documentario *Welcome to Chechnya*<sup>36</sup> – il racconto del tentativo di alcuni omosessuali di fuggire dalla Cecenia dove sarebbero arrestati e torturati – in cui i volti degli intervistati sono sostituiti tramite deep fake con quello di attivisti, al fine di proteggerne l'identità. Ma l'intelligenza artificiale si spinge fino alla performance attoriale. Il regista Scott Mann dopo aver diretto Robert De Niro in *Bus 657* si era accorto che nel doppiaggio, per aderire ai movimenti labiali, il significato di alcune battute veniva stravolto. In seguito il regista ha cofondato una start-up di nome Flawless che sfrutta l'intelligenza artificiale per sincronizzare i dialoghi tradotti al movimento reale delle labbra degli attori. Partendo da studi svolti da Christian Theobalt, direttore del Visual Computing and Artificial Intelligence Department Max Planck Institute for Informatics, Flawless ha sviluppato un proprio algoritmo che, a differenza del deep fake tradizionale, si concentra esclusivamente sul labiale. Il doppiatore recita le battute tradotte in maniera fedele all'originale, perché non deve più preoccuparsi dei movimenti labiali; è poi il software a ricrearli artificialmente per farli coincidere col parlato. Ma intervenire sulle espressioni facciali di un attore potrebbe non limitarsi a questo. Tra le altre, Deepdub, una start-up Israeliana di base a Tel Aviv, usa l'IA e il deep learning per analizzare una registrazione di una voce e ricostruirla. Deepdub infatti è capace di riprodurre digitalmente la voce

<sup>34</sup> @Shamook, <https://www.youtube.com/@Shamook>.

<sup>35</sup> Paolo Armelli, *Lucasfilm ha assunto un fan per un video deepfake di The Mandalorian migliore dell'originale*, <https://www.wired.it/play/televisione/2021/07/28/lucasfilm-assunto-fan-critica-mandalorian/> (ultima consultazione marzo 2023).

<sup>36</sup> *Welcome to Chechnya*, film documentario di David France, HBO 2020, <https://www.hbo.com/movies/welcome-to-chechnya> (ultima consultazione marzo 2023).

originale di un attore traducendola in un'altra lingua.<sup>37</sup> L'utilizzo del deepfake suscita chiaramente già diverse perplessità in ambito attoriale. L'attore Robert Pattinson ha dovuto denunciare un suo deepfake il cui profilo aveva raggiunto un milione di followers. L'attore Keanu Reeves ha inserito ormai da diversi anni una clausola nei suoi contratti che impedisce che la sua recitazione venga manipolata digitalmente senza il suo esplicito permesso poiché immettono espressivamente, secondo l'attore, qualcosa che non gli appartiene.<sup>38</sup> Gli esempi fin qui esposti illustrano alcuni confini che possono essere valicati nell'utilizzo dell'IA. Tuttavia l'esposizione continua (anche attraverso all'accesso di massa dell'utilizzo dell'IA) "allena" di contro una nuova audience ad accettare questa "artificialità" come contenuto fruibile e manipolabile.

*L'interferenza algoritmica delle piattaforme e lo spazio fictional*

L'IA negli ultimi anni è al centro dei processi produttivi delle piattaforme digitali. Viene utilizzata per analizzare i dati dell'utente per fornire contenuti personalizzati con il rischio di creare una "bolla di filtro" che limita la loro esposizione a opinioni diverse. Viene usata tra le altre cose per monitorare le attività dei concorrenti sui social media, come l'interazione con i clienti e la pubblicità, ma anche per modellare il comportamento degli utenti stessi attraverso tecniche di persuasione, cioè inducendoli a interagire con la piattaforma in modo specifico, ad esempio utilizzando le notifiche push o giochi interattivi. Questa forte interferenza si innesta in processi complessi avviati da decenni. Come abbiamo visto, il confine tra finzionale e reale, tra artificiale e umano, si assottiglia se non addirittura ibrida. Oltre a ciò, secondo la studiosa Nancy K. Baym, i nuovi media aumentano la richiesta di costruire e mantenere relazioni continue, sostituendo il concetto di clienti e di committenti con un'imitazione di una rete amicale e familiare.<sup>39</sup> In linea con questa riflessione possiamo inquadrare il lavoro dell'azienda statunitense FOURFRONT - Entertainment with a social life,<sup>40</sup> co-fondata dallo sceneggiatore Ilan Benjamin. La start-up ha creato

<sup>37</sup> Deepdub.ai, <https://deepdub.ai/> (ultima consultazione 10 gennaio 2023).

<sup>38</sup> *Keanu Reeves contro tecnologie IA e Deepfake*, [https://www.hwupgrade.it/news/web/keanu-reeves-contro-tecnologie-ia-e-deepfake-nel-suo-contratto-una-clausola-apposita\\_114195.html](https://www.hwupgrade.it/news/web/keanu-reeves-contro-tecnologie-ia-e-deepfake-nel-suo-contratto-una-clausola-apposita_114195.html) (ultima consultazione marzo 2023).

<sup>39</sup> Nancy K. Baym, *Connect With Your Audience! The Relational Labor of Connection*, «Communication Review», 18, 1, (2015) p. 20.

<sup>40</sup> FourFront - Entertainment with a social life, <https://www.fourfrontmedia.com/> (ultima consultazione 10 dicembre 2022).

## La performance ininterrotta

dei fictional characters interpretati da attori che recitano uno script e che possono essere seguiti sulla piattaforma TikTok. Ovvero degli attori professionisti interpretano persone comuni che attraverso le loro attività online diventando influencer, al fine di promuovere prodotti o servizi e per influenzare il pubblico. Gli account TikTok gestiti dall'azienda FourFront hanno totalizzato 1,93 milioni di follower e oltre 281 milioni di visualizzazioni. Secondo Benjamin, la narrazione di FourFront è progettata per far sì che gli spettatori si affezionino più ai personaggi che alle decisioni della trama, rifuggendo dal modello “scegli tu la tua avventura” che aziende come Netflix hanno adottato negli ultimi anni con speciali come *Black Mirror: Bandersnatch*.<sup>41</sup> Gli spettatori possono interagire con i personaggi nei commenti dei loro video, e a volte sono gli stessi account a rispondere: «We call it the evolution of motion pictures into living pictures. Stories that feel alive and live beyond your screen».<sup>42</sup> Per raggiungere questi obiettivi la startup ha un team di scrittura, produzione, post-produzione, social media e sviluppo (orientati in particolare alle esperienze interattive virtuali) che contribuiscono a creare contenuti per TikTok e a gestire gli account fittizi dell'azienda. Da un punto di vista produttivo, come già accennato, quanto esposto fin qui ricade in quello che Nancy K. Baym ha definito “relational labour”. «I define “relational labor” as the ongoing, interactive, affective, material, and cognitive work of communicating with people over time to create structures that can support continued work».<sup>43</sup> Il lavoro relazionale secondo la studiosa assomiglia al “performare un'affinità” a fini esclusivamente economici<sup>44</sup>. Per performare queste attività i contenuti devono essere strutturati dovendo tener conto dell'interferenza degli algoritmi delle piattaforme, cioè quell'insieme di regole che classificano i contenuti sulle piattaforme stesse, decidendo quali contenuti mostrare e in che ordine per tutti i feed, la pagina Esplora, i Reel, le pagine di hashtag ecc. di tutti gli utenti. È su questo territorio che la startup FourFront rielabora il proprio modello produttivo volto ad aumentare la capacità del

<sup>41</sup> *Black Mirror: Bandersnatch* è un film interattivo distribuito sulla piattaforma di streaming Netflix in cui gli spettatori possono scegliere come proseguire la trama attraverso scelte multiple.

<sup>42</sup> Ilian Benjamin, dichiarazione rilasciata a Palmer Haasch, *Your favorite TikTok influencer might be fictional*, «Insider», <https://www.insider.com/fictional-tiktok-characters-fourfront-influencers-2021-10> (ultima consultazione 10 dicembre 2022).

<sup>43</sup> Nancy K. Baym, *Playing to the crowd: Musicians, audiences, and the intimate work of connection*, New York University Press, New York 2018, p.19.

<sup>44</sup> Ivi, p. 20.

pubblico di interagire con i personaggi, ricorrendo anche alla tecnologia AI per automatizzare le comunicazioni. Ad esempio uno dei personaggi di FourFront ha invitato il pubblico a chattare con un chatbot programmato per rispondere nelle vesti di un altro personaggio immaginario. Ciò avviene su un server Discord, una piattaforma lanciata nel 2015 per condividere e comunicare con persone con interessi simili, popolare soprattutto tra la comunità di *gamers* in quanto offre ai giocatori di videogiochi un modo per comunicare tra loro e sviluppare una comunità al di fuori dei giochi stessi.<sup>45</sup> Il chatbot di Discord sono vari, uno si chiama Clyde e nei primi mesi del 2023 ha integrato l'AI di Chat GPT di Open AI, per meglio rispondere alle domande e chattare con gli utenti.<sup>46</sup> Sempre all'interno di Discord un altro chatbot che modella la relazione tra utenti e la piattaforma è IdleRPG il quale è capace di organizzare un gioco di ruolo testuale creando un mondo immaginario in cui gli utenti a loro volta possono creare personaggi, completare missioni e guadagnare ricompense. L'automazione della comunicazione online renderà sempre più personalizzabili e interattivi i contenuti su vasta scala attraverso l'uso dell'IA. Saranno le "macchine" a "performare le affinità" rendendo obsoleto in un istante il ruolo "degli attori online" che già si contendono lo spazio fictional delle piattaforme con i virtual influencer, cioè personaggi completamente realizzati in 3D che interpretano a loro volta persone reali in carne ed ossa e che permeano attraverso i loro post l'immaginario ibrido di una umanità che convive con la sua rappresentazione virtuale. È il caso per esempio di Miquela Sousa, conosciuta con il suo account @lilmiquela, una virtual influencer, ovvero un CGI character<sup>47</sup> ideato nel 2016 da Trevor McFedries and Sara DeCou per Brud, un'agenzia creativa di Los Angeles dietro alla quale ci sono grandi investitori della Silicon Valley. Un investitore anonimo della società Brud ha dichiarato al blog TechCrunch che nessuno avrebbe creduto che @lilmiquela fosse umana e così hanno scritto una storyline su una crisi di coscienza sulla finzionalità del suo essere riferendosi – quindi citando – l'immaginario degli spettatori di film quali *AI*, *Ex machina*, *Her*: «the

<sup>45</sup> KC Ifeanyi, *This company is revolutionizing TV through TikTok*, <https://www.fastcompany.com/90682632/this-company-is-revolutionizing-tv-through-tiktok> (ultima consultazione marzo 2023).

<sup>46</sup> All'interno di Discord, inoltre, sarà possibile creare dei riassunti delle chat generati dall'intelligenza artificiale e gli amministratori di Discord potranno moderare i server, <https://www.ceotech.it/discord-testa-il-chatbot-clyde-alimentato-da-chatgpt/> (ultima consultazione marzo 2023).

<sup>47</sup> Acronimo di computer-generated imagery.

self-aware android rebelling against her creator with a feminist and racial aware twist». <sup>48</sup> Oltre Miquela la più importante influencer virtuale è Shudu, creata dall'ex fotografo britannico Cameron-James Wilson. Dopo un decennio di lavoro nella moda, rimasto disincantato dal settore dove “niente rappresenta davvero la realtà”, realizza fotomodelle virtuali con strumenti di animazione 3D (per Wilson la fotografia è uno strumento “arcaico”). <sup>49</sup> Finzione e autenticità sono domini permeabili e perfino interscambiabili del “sensibile” tradotto da un potente ed universale metalinguaggio digitale. È chiaro che, come ha scritto Valerio di Paola, le strategie di rappresentazione dell'immagine del corpo di attrici e attori attraverso i social network utilizzano recuperi e sopravvivenze di pratiche di design già consolidate e collegabili al divismo classico. <sup>50</sup> Aggiungerei che non fa differenza se i corpi degli attori (o perfino degli spettatori) siano reali o artificiali, anzi l'interscambio tra queste dimensioni contribuisce ad un'unica, a volte equivoca, rappresentazione. Cioè i soggetti digitali, “attori” o “spettatori” che siano, hanno una valenza ontologica a sé stante. Secondo la studiosa Goriunova “la ‘rappresentazione’ della persona digitale non è una rappresentazione ed è rischioso “costruire la soggettività (umana) e il soggetto digitale in modo categorico e alla maniera di una corrispondenza uno-a-uno”. <sup>51</sup> Ancora una volta bisogna rifuggire dall'idea del digitale come copia immateriale, anche e soprattutto quando dobbiamo definire un'umanità non più *full analog*. Possiamo fare l'esempio delle *challenges* <sup>52</sup> che coinvolgono milioni di utenti da ogni angolo del mondo sul social TikTok, stereotipate danze su un'unica musica. Queste sfide prevedono che gli utenti creino e condividano brevi video di se stessi mentre ballano

<sup>48</sup> Alice E. Marwick, *The Algorithmic Celebrity: The future of Internet fame and Microcelebrity Studies*, in *Microcelebrity around the Globe, approaches to cultures of internet fame*, a cura di Crystal Abidin, Megan Lindsay Brown, Emerald Publishing, Bingley 2019, p. 162.

<sup>49</sup> Emilia Petrarca, *Body Con Job Miquela Sousa has over 1 million followers on Instagram and was recently hacked by a Trump troll. But she isn't real*, <https://www.thecut.com/2018/05/lil-miquela-digital-avatar-instagram-influencer.html> (ultima consultazione 4 gennaio 2023).

<sup>50</sup> Cfr. Valerio Di Paola, *Corpi condivisi: progettare l'immagine dell'attore per i contenuti promozionali transmediali*, BT, 137, (2022), pp. 207-228.

<sup>51</sup> Olga Goriunova, *The Digital Subject: People as Data as Persons*, cit., p. 129.

<sup>52</sup> Le *challenges* sono “sfide” che vengono lanciate su TikTok, si trovano nella *home* del social, nella sezione “Scopri”. Coprono una vasta gamma di argomenti e temi: *comedy*, *ballo*, *recitazione*, *cucina*, *sport* ecc. La descrizione di come partecipare alla *challenge* viene fornita direttamente da TikTok nella didascalia del titolo della *challenge* che corrisponde sempre a un hashtag #. Basterà quindi cliccare sull'hashtag in questione e seguire le indicazioni riportate. Ogni utente le interpreta e può crearne delle nuove.

una canzone o una coreografia specifica. Tra tutti i casi quello che mi sembra più interessante ai fini del discorso è la *Fortnite Dance*, una serie di *emotes*<sup>53</sup> (animated dance moves) introdotte nel popolare videogioco Fortnite. Possono essere usate per comunicare con i membri della squadra o per distrarre o ingannare gli avversari. Queste *emotes* hanno guadagnato una vasta popolarità sui social media e sono state utilizzate in una serie di tendenze di ballo virali. In Fortnite sono disponibili centinaia di *emotes* diverse, che vanno da semplici passi di danza ad animazioni più elaborate e creative. Alcune delle più popolari quali *Take the L*, *Hype* e *Orange Justice* sono diventate un fenomeno culturale, uscendo dalla virtualità del videogioco per essere utilizzate come piccole coreografie dalle persone: famoso il caso del calciatore francese Griezman che per festeggiare un goal mima l'*emotes Take the L*. Possiamo notare come anche in questo caso l'interscambio fra virtuale e reale sia pacificamente acquisito dagli utenti, mentre in prospettiva si può ipotizzare che l'utilizzo di chatbot sempre più raffinati o di IA text-to-image rivoluzioneranno da un lato la produzione artistica, dall'altro la modalità di fruizione di utenti o spettatori.

Se nell'ambito cinematografico e nell'economia culturale dei nuovi media abbiamo vagliato l'interscambio tra l'artificialità e l'organica presenza, vorrei ora accennare alle piattaforme social come spazi narrativi e come atti di "resistenza creativa" anche in ambito performativo. Un esempio virtuoso è il musical *Hamilton*. Mi limiterò qui a sottolineare l'efficacia nell'utilizzo dei nuovi media di Manuel Miranda, creatore del musical. L'aspetto più interessante è che egli ha utilizzato attivamente i social media per coinvolgere il pubblico durante i lunghi anni di scrittura precedenti la presentazione al grande pubblico. Con Twitter ha condiviso aggiornamenti sullo spettacolo, interagito con i fan e promosso la vendita dei biglietti. Attraverso Instagram ha condiviso le immagini dietro le quinte e i video esclusivi dello spettacolo. Inoltre, ha utilizzato i social media per coinvolgere la comunità creativa, per esempio invitando i fan e gli attori dello star system a creare e condividere le loro interpretazioni dei personaggi e delle canzoni. Questo ha contribuito a creare una forte base di fan e a costruire una community attorno allo spettacolo, come già scritto, prima che questo fosse presentato al grande pubblico e successivamente alimentandone il

<sup>53</sup> Le *emotes* di Fortnite sono danze animate 2D e 3D che i giocatori possono acquistare o guadagnare attraverso il gioco e possono essere utilizzate in partita o nell'area social del gioco.



## La performance ininterrotta

successo in varie tournée internazionali, fino alla pubblicazione nel luglio del 2020 sulla piattaforma Disney+ dello spettacolo registrato.<sup>54</sup>

Questo di *Hamilton* è un caso esemplificativo di come uno spettacolo possa trovare un pubblico diverso da quello abituale di Broadway, in questo caso. Nel conferire agli spettatori riuniti in una community un ruolo “partecipativo” attraverso app, giochi,<sup>55</sup> ecc. lo spettacolo ha prodotto una quantità di post e documenti medialti pari a una produzione seriale di successo, questo perché utilizza le tecniche di disseminazione della narrazione tipiche della transmedialità e di quella che Antonio Pizzo analizzando il libro di Andy Lavender, *Performance in the Twenty-First Century. Theatres of engagement*,<sup>56</sup> ha definito drammaturgia della partecipazione.<sup>57</sup> Solo un evento (uno spettacolo, ma anche una manifestazione politica, ecc.) innesca una drammaturgia della partecipazione che è qualcosa di diverso dalla mera “attività” del prosumer online. Come sappiamo il concetto di narrazione *spreadable*<sup>58</sup> è stato utilizzato per analizzare e comprendere la diffusione dei contenuti attraverso i social media, i fandom, e i movimenti di cultura partecipativa. Questo tipo di narrazione è diventato sempre più importante nell’era digitale, consentendo una maggiore partecipazione e collaborazione tra pubblico e produttori di contenuti. Per esempio come scrive Jean Burgess in *YouTube: Online Video and Participatory Culture*<sup>59</sup> i contenuti video su YouTube sono spesso creati, diffusi e interpretati attraverso una narrazione *spreadable*. Cercando quindi di lavorare criticamente su questi presupposti, da qualche anno ho intrapreso una sperimentazione

<sup>54</sup> La versione di *Hamilton* che è stata trasmessa su Disney+ è una registrazione dello spettacolo dal vivo che è stata effettuata nel 2016 al Richard Rodgers Theatre di Broadway da una troupe di film e ripresa durante tre giorni di rappresentazioni consecutive, e include tutte le canzoni e le performance della produzione originale di Broadway. *Hamilton*, Disney+, <https://www.disneyplus.com/it-it/movies/hamilton/3uPmBHWIO6HJ>, (ultima consultazione 17 marzo 2023).

<sup>55</sup> La produzione fornisce agli utenti un press kit da cui partire, inclusi i loghi da utilizzare per esempio; struttura l’attività degli spettatori in giochi, e lancia call per realizzare prodotti artistici da pubblicare sul canale Instagram di *Hamilton* che ha un fan-art sticker packs dedicato.

<sup>56</sup> Andy Lavender, *Performance in the twenty-first century. Theatres of engagement*, Routledge, New York 2016.

<sup>57</sup> Antonio Pizzo, *La drammaturgia della partecipazione nel mondo digitale*, «Mimesis Journal», VI, 1 (2017), pp. 89-115.

<sup>58</sup> La narrazione *spreadable* è un concetto sviluppato dai ricercatori Henry Jenkins, Sam Ford, e Joshua Green nel loro libro *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*, cit.

<sup>59</sup> Jean Burgess, *YouTube: Online Video and Participatory Culture*, Polity Press, Cambridge 2009.

come docente con gli studenti del corso di Multimedia Design e ora di Tecniche di scrittura intermediale per la performance dell'università di Roma Sapienza. A partire dal progetto #ShakespeareinInstagram con all'adattamento intermediale di *Romeo e Giulietta*,<sup>60</sup> abbiamo proseguito durante il lockdown causato dalla pandemia Covi-19 con un lavoro di scrittura collettiva sulla *La peste* di Camus, negli ultimi due anni sull'adattamento intermediale di *Ritorno ad Alphaville* di Falso Movimento. Il format che propongo è quello di creare una community intorno a un ipotetico reenactment di uno spettacolo, in questo caso *Ritorno ad Alphaville* di Mario Martone e Falso Movimento. Gli studenti ripercorrono l'accurato e stratificato processo di "sequel teatrale" del film *Alphaville* di Godard da parte di Falso Movimento. Oltre a studiare e visionare le fonti, vengono coinvolti in una riscrittura collettiva, vengono distribuite le parti tra gli studenti, compresi i ruoli produttivi. Si sviluppano quindi dialoghi, video, immagini pubblicate su profili dei personaggi e dello scenario riadattato. Lavorando sull'interdisciplinarietà, rievocano il concetto di "persona" nell'accezione latina di maschera, cioè di *ut personaret*, risuonare attraverso. Utilizzano quindi uno strumento derivato dal design thinking, vale a dire il lavoro sul personaggio mediante l'utilizzo di tecniche visive e di analisi delle *personas*, fictional characters creati sulla base di ricerche per rappresentare diversi tipi di utenti. La creazione di *personas* aiuta il designer a comprendere le esigenze e le esperienze dell'utente anche attraverso la scrittura di una storyline. Questo strumento viene utilizzato dagli studenti nell'adattamento di *Ritorno ad Alphaville* per lavorare sui personaggi e rappresentarli attraverso i nuovi media. Si forma una community abitata dai contenuti nuovi reinventati dagli studenti. Inoltre le fonti (testi, rassegna stampa, i rari frammenti video e soprattutto le foto di scena dello spettacolo originale) diventano un paesaggio visivo da abitare (gli studenti riproducono alcuni scatti fotografici iconici dello spettacolo); una superficie iconografica che riescono a riabitare come *spectatorè*m protesici declinandola secondo linguaggi mediali per loro abituali, ma facendo del "corpo collettivo" e del lavoro in gruppo il punto di partenza e di ritorno dell'esperienza intermediale che ha come scopo ultimo quello di promuovere la condivisione di un "evento" spettacolare nell'accezione larga adottata in questo articolo.

<sup>60</sup> Per un approfondimento cfr. Maria Grazia Berlangieri, *Performing Space. Lo spazio performativo e l'hacking digitale, nuove tecnologie e transmedialità* cit.

## La performance ininterrotta

### *Per un uso non “primitivo” delle tecnologie digitali*

La narrazione digitale riassegna ai nostri corpi nuove forme codificate dalle piattaforme che ne generano capitale e plusvalore; come scrive Federica Villa, le loro tracce tornano «a noi grazie all'incessante operosità degli algoritmi».<sup>61</sup> Per sfuggire a questi dispositivi di assoggettamento, sarebbe bene richiamarsi al concetto di *pharmakon*, termine che compendia in sé tanto il significato di “rimedio” quanto quello di “veleno”, ovvero nell'accezione articolata che ne ha dato Bernard Stiegler, il quale propone una battaglia d'intelligenza per sfruttare il potenziale sociale e cognitivo delle tecnologie digitali al fine di rieducare l'uomo moderno a “reincantare il mondo”.<sup>62</sup>

Come scrive Attilio Scarpellini è «un'illusione anestetica che tutto sia segno, finzione, interpretazione, spettacolo. [...] C'è un confine che salta, la scena e il mondo si confondono in un abbraccio letale per entrambi, perché se il mondo intero è spettacolo, non c'è più scena possibile».<sup>63</sup> La tecnologia oltre ad allargare le possibilità di iperproduzione di contenuti da parte degli utenti ha acquisito essa stessa la capacità autonoma di produrne. Queste abilità producono una performance collettiva e ininterrotta di macchine e di un “pubblico attore”, ma non del tutto “costruttore”, essendo ingranaggio suo malgrado di piattaforme gestite da multinazionali private.

Secondo Jean Baudrillard quando tutti diventiamo attori, non c'è più azione, non c'è più scena, è la morte dello spettatore in quanto tale, la fine dell'illusione estetica».<sup>64</sup> Jacques Rancière sostiene che il teatro ha luogo soltanto nella relazione tra performer e spettatori in uno spazio e tempo condivisi da entrambi,<sup>65</sup> per Erika Fischer-Lichte è la copresenza (corporea) di attori e spettatori «la condizione mediale degli spettacoli».<sup>66</sup>

<sup>61</sup> Federica Villa, *Il Sé permeabile. Automatismo e resistenza*, presentazione dello *speech*, Iuav Università di Venezia, 3 marzo 2020 (lo *speech* è stato poi annullato a causa della pandemia da Covid-19). Federica Villa dal 2012 dirige il Centro studi Self Media Lab. Scritture, Performance, Tecnologie del Sé.

<sup>62</sup> Cfr. Bernard Stiegler, *Reincantare il mondo. Il valore spirito contro il populismo industriale* [2008], Orthotes, Napoli 2012.

<sup>63</sup> Attilio Scarpellini, *Il tempo sospeso delle immagini*, Mimesis Edizioni, Milano-Udine 2020, p. 83.

<sup>64</sup> Cfr. Jean Baudrillard, *Il patto di lucidità e l'intelligenza del male*, Raffaello Cortina, Milano 2008.

<sup>65</sup> Cfr. Jacques Rancière, *Lo spettatore emancipato* cit., p. 77.

<sup>66</sup> Erika Fischer-Lichte, *Estetica del performativo. Una teoria del teatro e dell'arte* [2004], Carocci, Roma 2014, p. 67.

Abbiamo visto con il caso del musical *Hamilton* che questa copresenza di corpi può essere differita nello spazio mediale instaurando una relazione fortissima con lo spettacolo dal vivo. Infatti come ha scritto Andy Lavender «Theatre has become something other than an encounter between actors, or between actor and audience. There is no longer a separation between the space of performance and that of spectatorship».<sup>67</sup>

Ritengo, ed è questo il fine di una discussione aperta in questo articolo, che per quanto il teatro e la performance possano allontanarsi dalla tecnologia e dal suo “rumore” (ammesso che voglia farlo) non è quello che fa un pubblico in gestazione, soprattutto fra le nuovissime generazioni. È necessario superare la visione del digitale come copia del reale, e delle tecnologie come mero ausilio per poter meglio inquadrare la biosfera in cui è immerso quello “spettatore protesico” che usa la “visione” come superficie su cui esprimersi prima ancora che cali quell’«ultimo buio in cui la scena svanisce».<sup>68</sup>

Jon Mckenzie ritiene che analizzare quella che definisce era dell’informazione è una questione di ontologia e di esperienza esistenziale, oltre che di epistemologia e di conoscenza storica.<sup>69</sup> Stiamo quindi intravedendo lo sviluppo dell’IA sconfinare perfino nei processi creativi divenendo co-autore di arte (artisti come Quayola utilizzano ampiamente le tecnologie coinvolgendole nel processo come co-autori; esponendole e rendendole soggetti culturali al pari del corpo del performer nel caso del coreografo e media artist Marco Donnarumma). Al tempo stesso le tecnologie possono imporre anche un’innovazione distruttiva<sup>70</sup> e manipolare oltre il lecito il corpo degli attori o manomettere l’identità digitale di una persona. Il linguaggio alfanumerico che risiede dietro ogni dato digitale è ontologicamente aperto e manipolabile infatti. Il tutto e le sue parti (per esempio di un’opera, di un documento, perfino di una identità) si strutturano in un processo esposto che “ritiene” ogni forma possibile, “itera” e “altera” la produzione di senso. Quanto inciderà per esempio l’IA nella produzione di senso? Come scrive Lev Manovich:

<sup>67</sup> Andy Lavender, *Performance in the Twenty-First Century* cit. p. 9.

<sup>68</sup> Attilio Scarpellini, *Il tempo sospeso delle immagini* cit., p. 98.

<sup>69</sup> Jon Mckenzie, *Digitality, Transmedia Knowledge, and Collective Thought Action*, BT, 137, (2022), pp. 279-294.

<sup>70</sup> Nella teoria imprenditoriale, un’innovazione distruttiva crea un nuovo mercato e una rete di valori interrompendo quelli precedenti, sostituendo aziende, prodotti e alleanze leader del mercato. Il termine è stato definito e analizzato per la prima volta dallo studioso americano Clayton Magleby Christensen e dai suoi collaboratori a partire dal 1995.

## La performance ininterrotta

Il nostro periodo culturale è caratterizzato da una scala di produzione e circolazione senza precedenti, nonché da una integrazione globale nella produzione, nella ricezione e nel riuso culturale. Le persone in tutto il mondo creano, condividono e interagiscono con miliardi di artefatti digitali ogni giorno [...] L'IA gioca un ruolo cruciale in questo nuovo ecosistema culturale globale suggerendo alle persone chi seguire e cosa vedere [...]. Comprendere i principi basilari delle tecniche dell'IA nella cultura odierna è dunque importante per essere culturalmente alfabetizzati, ed è un passaggio essenziale per chi si definisce creativo.<sup>71</sup>

Ritornando sull'IA di ChatGPT, testandola per concludere questo articolo, ho richiesto l'elaborazione di un soggetto teatrale che potrebbe essere recitato da Carmelo Bene. Ecco un estratto di quanto ha elaborato: «Titolo: *Io, il sommo poeta*. Atto 1: Carmelo Bene è seduto su una sedia al centro del palco, di fronte a un pubblico immerso in un silenzio attento. Ha indosso un lungo mantello nero e tiene in mano una penna d'oro. Atto 2: Carmelo Bene è seduto di fronte a un tavolo, su cui è posata una vecchia macchina per scrivere. Ha l'espressione assorta e tamburella con le dita sul tavolo mentre fissa il vuoto.) Atto 3: Carmelo Bene è in piedi al centro del palco, di fronte a un pubblico in delirio. Ha indosso un abito bianco e tiene in mano un foglio di carta».<sup>72</sup>

Milioni di utenti stanno allenando (più o meno inconsapevolmente) questa intelligenza artificiale in questi primi giorni del 2023, mandando spesso in down la piattaforma per eccesso di richieste al server. Collegandosi al portale, in attesa del ripristino, l'IA scrive real time per quante volte si prova a entrare nella piattaforma un avviso diverso in vari format, ad esempio sotto la forma di: "a screenplay about the status of ChatGPT", oppure "a radio about the status of ChatGPT", o ancora "a TV about the status of ChatGPT" o "a poem about the status of ChatGPT". La capacità di declinare in maniera creativa un'informazione e il relativo testo è notevole, seppur nei limiti oggettivi perduranti. Inoltre ci sono questioni etiche e aspetti di regolamentazione che richiedono una urgente riflessione. Mentre si conclude l'iter di scrittura e revisione di questo articolo, il chatbot Chat GPT è stato messo offline in Italia dal Garante per la protezione dei dati personali in attesa di un chiarimento sul trattamento dei dati da parte della

<sup>71</sup> Lev Manovich, *AI Aesthetics* [2018] *Estetica dell'intelligenza artificiale, modelli digitali e analitica culturale*, a cura di Valentino Catricalà, Luca Sossela Editore, Bologna 2020, pp. 64-66.

<sup>72</sup> ChatGPT Jan 9 Version.

società Open AI.<sup>73</sup> Le prospettive future di quello che ad oggi appare quasi un *divertissement* sono di crescita esponenziale. Ridefinendosi i concetti di creatività e spettatorialità, rimodulando la forma di fruizione attiva e passiva, si ci può legittimamente chiedere se sia la macchina a servire noi, o noi a servirla allenandola continuamente con i nostri feedback e popolando le piattaforme dei nostri contenuti. Marshall McLuhan in *Gli strumenti del comunicare* metteva in guardia sul rischio di perdere diritti consegnando i nostri sensi e i nostri sistemi nervosi alle manipolazioni di coloro che cercano di trarre profitti prendendo in affitto i nostri occhi, le orecchie e i nervi.<sup>74</sup> Siamo di fronte a un altro “culture turn” determinato dall’avanzamento degli algoritmi e del calcolo computazionale. Se a livello scientifico, anche in ambito umanistico, sono moltissime le applicazioni possibili e l’avanzamento di cui potrà beneficiare il mondo della ricerca, bisogna riflettere sulle insidie della società della performance nell’accezione fin qui esposta. In Italia la cultura digitale deve crescere, vietare l’uso di Chat GPT è la strada più semplice ma anche tra le più miopi. In ambito umanistico e performativo bisognerebbe ampliare la conoscenza e lo studio delle nuove tecnologie<sup>75</sup> perché ritengo la “vera” performance un *pharmakon* possibile. Le parole acute e caustiche di Karl Kraus di un secolo fa appaiono ancora attuali: «La cultura è esausta [...] un giorno si vedrà l’umanità che si è sacrificata alle grandi opere che essa stessa ha creato per facilitarla la vita. Siamo stati abbastanza complicati da costruire la macchina e siamo troppo primitivi per farci servire da essa».<sup>76</sup>

<sup>73</sup> ChatGPT, *Garante Privacy blocca la piattaforma: raccolta illecita di dati personali*, «la Repubblica online», [https://finanza.repubblica.it/News/2023/03/31/chat\\_gpt\\_garante\\_privacy\\_blocca\\_la\\_piattaforma\\_raccolta\\_illecita\\_di\\_dati\\_personali-161/](https://finanza.repubblica.it/News/2023/03/31/chat_gpt_garante_privacy_blocca_la_piattaforma_raccolta_illecita_di_dati_personali-161/) (ultima consultazione 1 aprile 2023).

<sup>74</sup> Cfr. Marshall McLuhan, *Gli strumenti del comunicare*, cit.

<sup>75</sup> Un’iniziativa recente è quella promossa da Anna Maria Monteverdi e Antonio Pizzo che hanno fondato un collettivo di ricerca denominato Arti Digitali dal vivo.

<sup>76</sup> Karl Kraus, *Detti e contraddetti*, a cura di Roberto Calasso, Adelphi, Milano 2016, posizione 1490 di 4994 (ebook).