

POLITECNICO DI TORINO
I FACOLTA' DI ARCHITETTURA
Corso di Laurea Magistrale in Design del prodotto ecocompatibile
Tesi meritevoli di pubblicazione

Video, arte, design: percorsi artistici, formativi e progettuali legati alle immagini in movimento

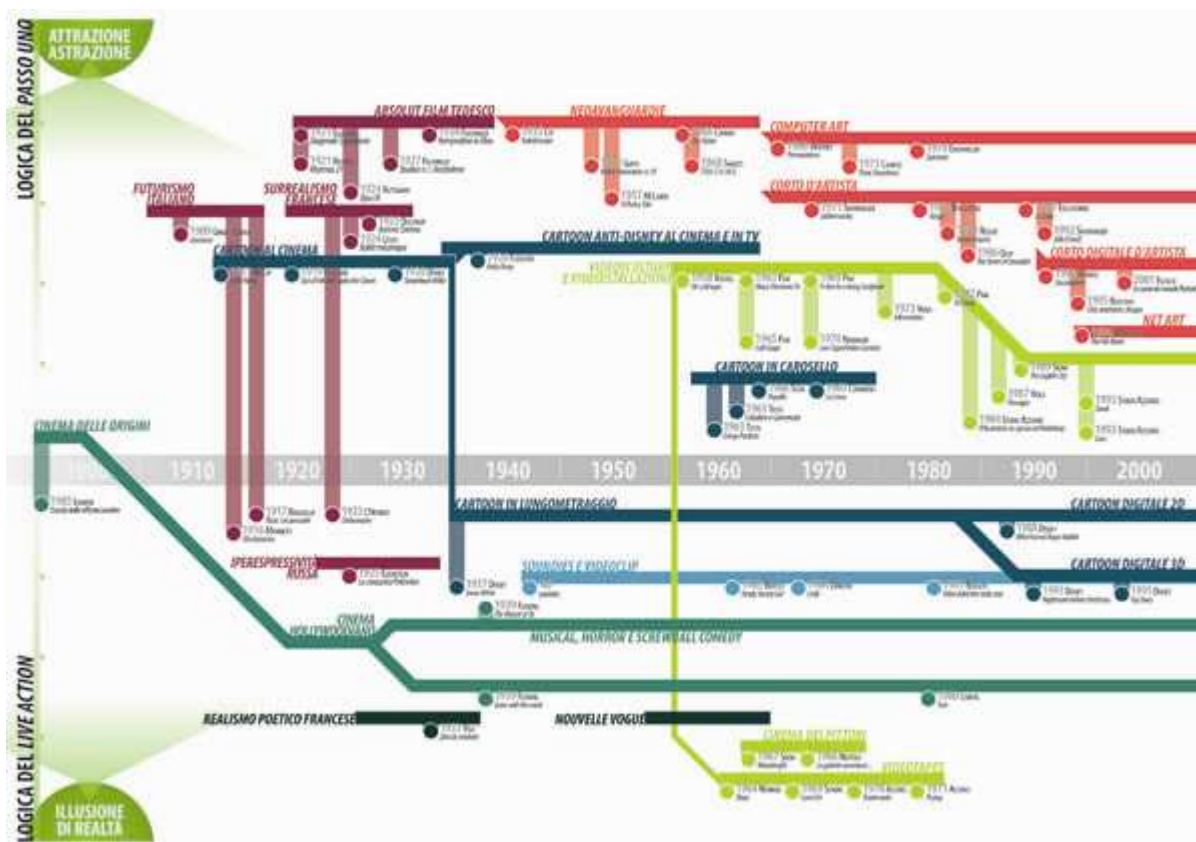
di Ruggero Blasi

Relatore: Pier Paolo Peruccio

Questa ricerca parte da una profonda curiosità verso il campo delle immagini in movimento sorta in occasione di una lezione del corso di Storia e Critica del Multimedia, materia curriculare del Corso di Laurea Magistrale in *Ecodesign*.

Il titolo della Tesi intende esprimere come VIDEO, ARTE e DESIGN, sviluppate come strade parallele autonome, hanno molteplici punti di contatto, che si è tentato di mettere in evidenza. L'obiettivo primario è stato perseguito con alcune differenti chiavi di lettura: l'aspetto progettuale del video e sul ruolo dell'utente nell'ultima frontiera dei mezzi di fruizione; le esperienze artistiche e formative di alcuni *videomaker*, che a seguito di una profonda ponderazione si è scelto di definire "creativi".

È stato considerato il periodo dal 1895 (anno della prima proiezione dei fratelli LUMIÈRE a Parigi) fino ad oggi, momento in cui, grazie alla informatizzazione, la fruizione di arte e video è resa quotidiana. La lettura storica ha consentito spiegare l'evoluzione del termine "video" tra cinema, grafica, arte e progetto, e ha incluso le pratiche artistiche della "videoarte", originata dal movimento *Fluxus* negli anni Sessanta – contrapposta alla generica "arte video", da noi definita per poter generalizzare sul video.

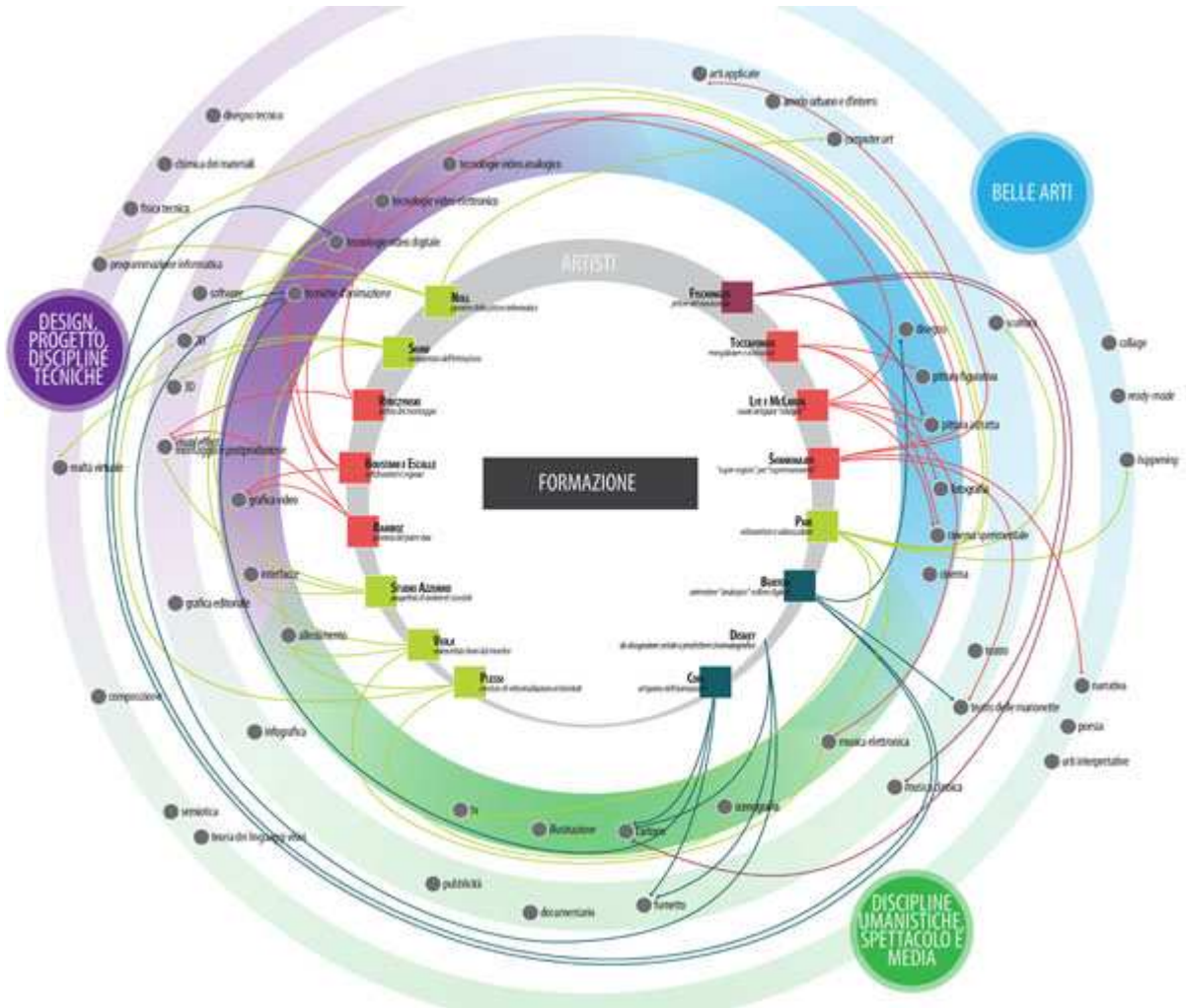


Letture storico-geografica dell'arte video

La riflessione si è spinta al video come mezzo di comunicazione, ovvero di stimolo visivo artificiale generato dalla volontà di comunicare e da un'attenta operazione di elaborazione, individuando, così, un obiettivo alla base di una qualsiasi produzione di video, amatoriale o professionale, commerciale o informativa. Mettere in evidenza la funzione alla quale si vuole che il progetto assolvano e effettuare scelte riguardo forme più appropriate al tipo di messaggio da veicolare equivale a realizzare un progetto, come nel *design*. Lo studio del *target* o l'*audience* (ABERCROMBIE – LONGHURST, 1998), ad esempio, fornisce alcune preziose indicazioni sulle caratteristiche, definite in ambito progettuale "*requisiti*" (GERMACK, 2008), in base alle quali si può concepire un progetto del *video*.

L'affermazione del *web 2.0*, inoltre, e l'accesso facilitato agli strumenti *open source* (VALPREDA in GERMACK, 2008), ai *free software* e ai sistemi di *Open Content*, stravolgono la fruizione dei *media*, sostituendo alla consolidata prassi unidirezionale la possibilità di scambi orizzontali di competenze tra gli attori del sistema e di "democratizzazione" dei mezzi. Il significato di *mass media* passa da mezzo per la "comunicazione alla massa" a mezzo per la "comunicazione dalla massa", come comunità attiva di soggetti poiché nella moderna fruizione mediale gli spettatori «perdono quasi totalmente le caratteristiche di parziale "passività"» (SORICE in COLOMBO, 2005) e tendono a trasformarsi in *performer*.

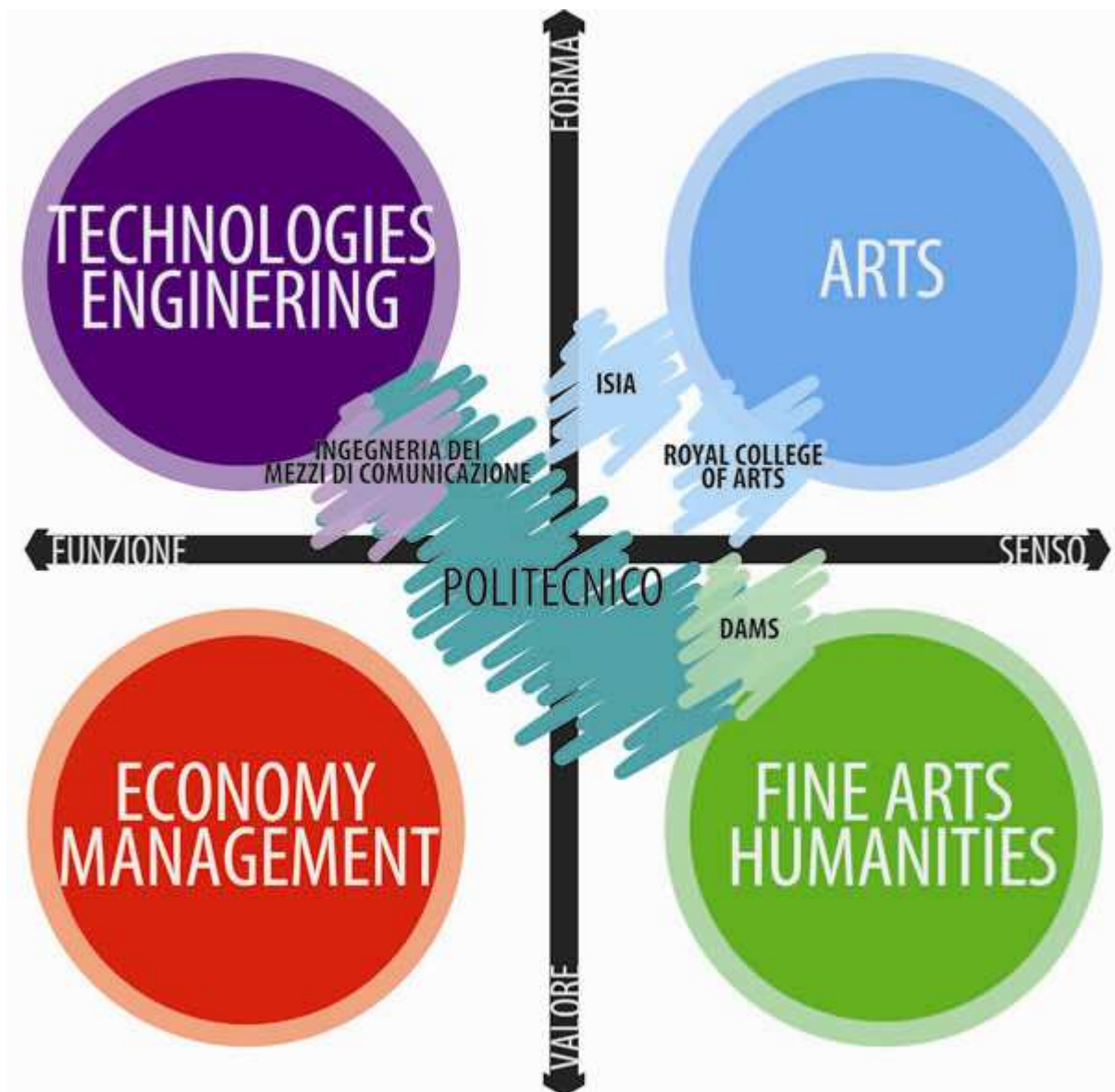
Questo fenomeno è più concretamente osservabile nell'ambito di interfacce (BONSIEPE, 1995) e *interaction design*, per esempio, negli ambienti museali. Di recente vi è uno sforzo nel combinare esibizioni orientate al visitatore e mezzi *videointerattivi* in grado di coinvolgerlo attivamente: stimoli sensoriali e meccanismi di *bio-feedback* trasformano il visitatore in soggetto attivo-reattivo e attore principale dell'esperienza.



I creativi del video e il loro *background* culturale

In conclusione, l'attenzione è stata concentrata sul "creativo del video", artista, progettista, regista e produttore, che realizza un prodotto video. L'osservazione dei *background* dei creativi ha dimostrato che in passato la loro formazione non sia affatto avvenuta esclusivamente nell'ambito accademico e che il diploma o la laurea non è un elemento sufficiente a intraprendere l'attività artistica nel settore del video.

La ricerca si è estesa ad una rassegna dell'offerta formativa di alcuni modelli accademici collocati poi all'interno di un quadrato delle conoscenze formato dagli assi *technologies-humanities* e *arts-management* (CELASCHI in GERMACK, 2008) distinguendo le *Accademie di Belle Arti*, sempre più spesso aperte ad ambiti tecnologici (VETTESE, 1998), dalle scuole di *Fine Arts*, improntate più sul modello *arts & craft*, e i modelli iberici e americani di *Engineering, Science and Technology* dalle esperienze dei politecnici. Infine altri tipi di istituti che, pur non conferendo allo studente titolo di laurea riescono spesso formare in maniera strategica professionisti e specialisti del settore.



Il quadrato della conoscenza e alcuni modelli formativi

Dalla disamina è emerso che a livello italiano sono scarse le realtà accademiche con un'offerta formativa completa riguardo il video, a causa dell'orientamento esclusivo verso l'uno o verso l'altro polo dell'asse del quadrato. Nonostante ciò, sebbene l'ambiente politecnico presenti alcune mancanze per quanto riguarda l'ambito disciplinare artistico, alle quali è possibile ovviare con collaborazioni "interuniversitarie", la cultura politecnica, grazie al rinomato approccio metodologico multidisciplinare che la contraddistingue, ci è sembrato offrire le condizioni più idonee all'istituzione di un corso di laurea in *videodesign*.

Per ulteriori informazioni, e-mail:
Ruggero Blasi: ruggero.blasi@gmail.com