



CARLO INFANTE

Managing Director Urban Experience

Carlo Infante è libero docente di Performing Media nelle Università, Accademie e altre agenzie formative che tendono ad interpretare l'Innovazione attraverso l'uso sociale e culturale dei nuovi media. Ha diretto, negli anni Ottanta, festival come Scenari dell'Immateriale a Narni dove è nato il fenomeno del videoteatro, condotto (anche come autore) trasmissioni radiofoniche su Radio1 e Radio3, televisive come Mediamente.scuola su RA13, satellitari-live set come FuturChannel su Stream e, nel 2009, la trasmissione Salva con Nome su Rai-news24. Come progettista culturale ha curato molteplici progetti sulle modificazioni antropologiche dettate dall'evoluzione tecnologica, con un'attenzione forte all'ambito educativo (ha collaborato, tra gli altri, con Ministero alla Pubblica Istruzione, TIN-webscuola, CNR, nel 1994 ha curato un MediaLab per la Biennale dell'Adolescenza a Cagliari e nel 1996 Il Futuro Digitale a Torino), alle mutazioni dei linguaggi (Scrittura Mutante al Salone del Libro, ADE-Art Digital Era al Festival In-teatro di Polverigi, ...) e alla creatività sociale delle reti (Palestre di cittadinanza digitale con Libera, nomi e numeri contro le mafie e Cantieri di urban experience). Autore, tra l'altro, di Educare on line (1997, Net-book), Imparare giocando. L'interattività tra teatro e ipermedia (Bollati Boringhieri, 2000), Edutainment (Cop Italia, 2003), Performing Media. La nuova spettacolarità della comunicazione interattiva e mobile (Novacentolibri, 2004), Performing Media 1.1 Politica e poetica delle reti (Memori, 2006) e di molti altri saggi e articoli per più testate (tra cui NOVA-Sole24ore).

EXPERIENCE LAB: FORMARE URBAN USER PER L'AZIONE MULTIMEDIALE LUDICO-PARTICIPATIVA

Urban Experience al Forum della Comunicazione Digitale ha presentato, ancora una volta, la Tag Cloud Live. Si tratta di un format di visual thinking che permette di visualizzare in una "nuvola" i flussi dei tweet e selezionare (attraverso una piattaforma dedicata) le tag-parole chiave in una sorta di "quarta parete" che esprime la dinamica partecipativa e cognitiva. Questo intervento si distingue dalle tante altre soluzioni (come il twitter visible che abbiamo usato per anni, quando twitter era sconosciuto ai più) per la selezione curata secondo una regia che permette di rilevare le tag più pertinenti l'evento in corso. Nel contesto del Forum della Comunicazione Digitale l'attività di twittering è stata condotta anche dall'Experience Lab che ha coinvolto gli studenti dell'Accademia di Comunicazione. L'Experience Lab forma urban user, utenti attivi, capaci di dinamizzare il web, attraverso agli interventi formativi sul campo, come quello che si è realizzato rilanciando l'hashtag #forumdigitale2012. L'Experience Lab durante il Forum Digitale ha seguito le varie sessioni dell'evento anche con un'azione: una passeggiata radioguidata che definiamo walk show, caratterizzata per l'utilizzo di radiocuffie che permettono l'ascolto immersivo in situazioni itineranti, in questo caso un evento pubblico come il Forum mentre spesso si svolge negli scenari urbani. L'obiettivo dell'Experience Lab è quello di creare le condizioni per progettare ed attuare interventi innovativi di comunicazione pubblica interattiva e partecipativa, coniugando comunicazione web e azioni nel territorio, secondo le poetiche e le politiche del performing media: giocare i media mettendosi in gioco. È un'opportunità per far convergere diverse competenze che nascono dall'esigenza di dare una forma compiuta alle azioni nel web, potenziando le dinamiche i-pertinenti (la pertinenza ipertestuale e interattiva) della rete con le attività di reporting sul campo. Si tratta di attitudini e competenze ormai diffuse ma che Urban Experience, catalizza e conduce in un modulo inedito. L'obiettivo dell'Experience Lab è quello di formare opinion-mediamaaker capaci di cogliere le peculiarità degli eventi attraverso una pratica di scrittura immediata, basata sulle proprietà di instant blogging come twitter, da rilanciare poi sui vari social me-

dia, con reporting fotografico e video scandito da un dinamico buzz i-pertinente. L'alchimia peculiare del progetto formativo comporta il fatto di coniugare questo approccio con eventuali happening (stile smart-mob) e, fondamentalmente, con i vari format di performing media già collaudati, come la tag cloud live (per la videoproiezione della cloud in tempo reale prodotta dai tweet); il geoblogging (per scrivere short story sulle geografie dei luoghi dove si agisce); il mobtagging (per marcare il territorio con i codici digitali che permettono, con gli smart-phone, di linkare a pagine web pertinenti, con un tocco di viral communication); l'editing serrato di audio e videotag (clip veloci innervati di tag-parole chiave da rilanciare sui social media); applicazioni per il mobile (web app per la georeferenziazione e realtà aumentata). La condizione originale su cui opera l'Experience Lab è quella di modulare le pratiche di linguaggio innovativo del performing media nei contesti più diversi, da quelli urbani per favorire lo sviluppo dell'idea strategica di smart city a quelle della comunicazione d'impresa per sollecitare le dinamiche dell'open innovation. Ciò che definiamo performing media non riguarda più solo la sperimentazione dei nuovi linguaggi performativi (espressa dai movimenti creativi del Novecento, come il Fluxus con l'happening) ma la progettazione di eventi attraverso piattaforme cross-media (radio, video, web, mobile) per l'interazione tra le reti e il territorio. L'attività di ricerca è quindi rivolta non solo al sistema culturale e a quello dei media ma alle peculiarità dei territori, con tutte le loro valenze, sia tradizionali sia d'innovazione. L'idea di performing media coniuga le poetiche e le politiche delle reti, intese come estensioni di una creatività sociale che sperimenta ed attua Società dell'Informazione, attraverso l'invenzione di nuovo spazio pubblico, esplicitando le potenzialità di auto-organizzazione del social network per progetti ludico-partecipativi, secondo la linea d'iniziativa dell'Urban Experience. In questo ambito si sono già svolte, in diverse città (tra cui Roma e Torino dove fu realizzato un geoblog per le Olimpiadi di Torino2006, progettato quando googlemaps non c'era ancora), azioni su più piani, happening radioguidati (tra cui i walk show: passeggiate d'esplorazione) per progetti di urbanistica partecipativa, palestre di cittadinanza interattiva e geoblogging per l'integrazione memoria-reti-territorio.