

## One & Other

One & Other was a live artwork by sculptor Antony Gormley, which took place over 100 days during the summer of 2009. No fewer than 2,400 people from as far afield as the Shetland Islands and Penzance occupied the plinth for sixty minutes each, picked at random from nearly 35,000 who applied. 1208 men and 1192 women aged between 16 and 84 took part. Lorry drivers and teachers, Morris dancers and lawyers, students and nudists – people from every walk of life, and every corner of the UK have become part of history and together created a collective portrait of humanity that is richer than anyone could have imagined. During the 100 day project, the website received over 7 million hits. The project became the subject of photos and blogs, tweets and newspaper articles. It provoked plaudits and vitriol – in short, it became part of the cultural fabric of the UK. The project will live on, although the 100 days are finished. A TV documentary by distinguished film-maker Mike Figgis is in production and is due to be screened on Sky Arts; a book, no less epic than the project itself, is being produced by Random House; and the Wellcome Library plans to store the photos, videos and interviews with every one of the participants for future historians and academics.

video index of the Plinthers

Some claim Antony Gormley's project is not art. I've been up there and I think they are wrong

I went up after a tall, grey-haired woman, named Gill, in a scary mask. She, in her turn, had followed a punk Britannia, wrapped in a sheet and brandishing a Union flag in the gusty breeze. And down there, waiting inside a cabin stationed in Trafalgar Square, was an intense young woman in a black evening dress who would take my place when my hour was up. It was Tuesday 14 July and we were halfway through what the twitterers who monitor activities on the four plinth were to dub "ladies' afternoon".

Antony Gormley's One & Other is barely a sixth of the way through its 100-day run and yet it has intrigued and infuriated the public in equal measure.

"What lazy, cheap art!" the guardians of culture have cried. "How can Gormley claim this is anything but a showcase for pointless exhibitionism?" When I told one writer I had won a place on the plinth in the online lottery, she said: "Maybe it is fun for those doing it, but what about those who have to watch?"

For me, if there is any proof that Gormley's idea was worth pursuing it is the fact that, even today, some pundits have been rubbed up the wrong way by it. Don't they understand that not all art has to be about the greatness of the artist, or in this case, even of those who want to get involved? Sometimes the point of art is to step outside – or above – daily life. To look differently at things.

In the quaint, village fete atmosphere of the project's temporary HQ next to Nelson's Column, I had been welcomed by a bevy of helpers in red sweatshirts, each keen to put an endless chain of nervy volunteers at ease. I was given a glass of water and a clipboard of forms to fill in to prove my identity and confirm my image could be used. Would I also please promise not to break the law? Also, was I, by the way, carrying weapons? And, if I did feel faint, would I please fall towards the terrace side of the square, where the drop was less deadly? Fair enough, I would try.

I was calm and collected, I thought, despite the strange situation, until I noticed I had begun to write down my childhood address on one of the forms. (Mummy, take me home.) Then, rather in the manner of TV's Mr Benn, I went through a small door into a changing room, only to emerge moments later in fancy dress.

And some dress it was. My allotted slot had fallen on Bastille Day, so I took up my place on the plinth

in the regal guise of Marie Antoinette and handed out cakes. I realise the ill-fated French queen may never, in fact, have made the callous remark: "Let them eat cake!" but it was a good enough excuse at teatime. My other ruse was to display a series of revolutionary slogans, culled from different periods of unrest down the ages. I had about 20 sheets that said things such as: "Boldness, and again boldness, always boldness", a favourite saying of French revolutionary Danton. I also had a salty quote from Germaine Greer, a good Nancy Mitford epigram and a remark or two from Chairman Mao and Che Guevara to excite the mob.

Decked out in a wig, feathered hat, sash and padded hips, I was very much prey to the winds up there. I nearly lost my hat, but then thank God I wasn't David

Rosenberg. He was up there on Thursday night cycling away in the thunder and lightning. "It was horrendous," he told me. "It just poured and poured. People were shouting at me to come down before I was electrocuted." All the same, he was glad he had done it.

Things on the plinth have gone smoothly so far and yet One & Other is, above almost everything else, an incredibly ambitious logistical feat. To keep a steady flow of people up there, hour by hour, day and night, staff are on the phone all the time. When someone fails to show up, they switch to a list of workers in the Whitehall area who have agreed to stand in. In the first week, they called up one named Sandy, who turned out to be the director of the National Portrait Gallery. He gamely agreed to an evening slot and spent it sketching the scene.

Critics are right that Gormley has ceded artistic control to his participants. They are right, too, to say some plinthers do little with their hour. But even these people are giving a performance of sorts. As it goes on, the project will inevitably develop. Mike Figgis, the film director making a documentary about it, has noted that although the biggest audience is actually watching online, those on the plinth find it hard not to focus on the crowd they can see in the square. Perhaps this will change as plinthers wise up to the cameras trained on them.

Whatever happens, I have had four times more than my allotted 15 minutes of fame and escaped, unlike the real Marie Antoinette, with my head intact. I tend to think that while life's lows come along unaided, you have to make your own highs. I just won't be going up quite that high again. **Vanessa Thorpe** (The Observer, 19 July 2009)

## Why I made an exhibition of myself on the plinth

**La Redazione:** hanno partecipato alla realizzazione di questo numero: giorgio degaspero per informazioni: [info@zeroteatro.it](mailto:info@zeroteatro.it)

**DIALOGANDO:** la rivista trimestrale sarà pronta per ogni equinozio e solstizio, si accettano volentieri i contributi di tutti e in qualsiasi forma: articolo, lettera, saggio, foto, recensione, testimonianza...



# the clouds



n° 38 - anno IX

rivista del rito teatrale, comunitario e interattivo

21 dicembre 2010

ROMA - Qualcuno li immagina come i monaci che nel medioevo copiarono a mano gli autori latini e greci salvando dalla scomparsa la cultura classica. Altri li vedono solo come parassiti che lucrano sul lavoro altrui. C'è chi li vede come gli eroi della diffusione libera della cultura, avanguardie

come l'ha definita il New York Times in un recente articolo. Negli anni Novanta, Napster fu il primo software per lo scambio di massa di musica digitale, progenitore di una lunga serie di servizi che, nonostante le battaglie legali lanciate (e spesso vinte) dalle case discografiche, hanno reso

## I pirati del libro guerre vere guerre sante

facilissimo ottenere tutta la musica del mondo gratuitamente. L'industria del disco non ha saputo reagire, se non tardivamente, alla sfida lanciata degli mp3, con perdite pesantissime. Gli editori di libri, che operano in un mercato non altrettanto prospero, temono di fare una fine anche peggiore. L'ultimo libro di Dan Brown, "The Lost Symbol", a meno di un mese della pubblicazione è già disponibile in 166 versioni sui siti per lo scambio illegale di file. "Ci sono artisti che accettano di diffondere gratuitamente online le proprie canzoni perché questo è un

formidabile traino pubblicitario per i loro concerti", spiega Fernando Folini, responsabile della Commissione Editoria Digitale della Associazione Editori (Aie). "Ma per i libri il paragone non funziona, i modelliscono diversi". Certo, per i lettori la digitalizzazione apre prospettive allettanti. Da alcuni anni Google offre un servizio per cercare testi e citazioni all'interno di milioni di libri con la stessa facilità con cui si cerca una parola su internet, una risorsa inestimabile per studenti e ricercatori. Il digitale è indicato anche come risposta al problema del caro libri, con i manuali di scuola gratuitamente consultabili online. In generale, la rete potrebbe diventare la "biblioteca totale", dove trovare qualunque volume, anche quelli antichissimi o fuori

catalogo. "La digitalizzazione è un'opportunità, ma i consumatori devono sapere che tutto questo non può avere un giusto prezzo", chiosa Folini. "L'alternativa è un mercato senza spessore culturale, invaso solo da titoli alla moda e usa e getta di Alessio Balbi ("La Repubblica del 7 ottobre 2009)

La pirateria associata ai libri è un fenomeno relativamente recente e tutto sommato ancora marginale. Ma la nascita di dispositivi che agevolano la lettura su monitor, rendendola in qualche modo paragonabile a quella delle pagine stampate, crea terreno fertile per i pirati proprio mentre spinge in alto le vendite di libri elettronici. Secondo gli ultimi dati, il mercato dei cosiddetti e-book è cresciuto in un anno, negli Stati Uniti, del 228 per cento. Si tratta del 2% delle quote del fatturato, ma molti dei titoli, 52mila, sono già disponibili nei siti di scambio (quattro sono i principali). E se fino a pochi mesi fa, gli utenti si mostravano scettici rispetto alla possibilità di leggere un libro sullo schermo del pc, ora, da quando sul mercato si sono affacciati lettori digitali sempre più simili ai libri per peso, leggibilità e formato, la situazione è cambiata. Amazon ha lanciato Kindle, un dispositivo portatile che vuole essere l'iPod della letteratura. Il mercato si è presto riempito di concorrenti: Stanza, un'applicazione che permette di leggere e-book sull'iPhone, è stata scaricata due milioni di volte. E altri attori di peso si preparano a entrare in competizione. Ma proprio mentre si apre la prospettiva di un nuovo mercato, gli editori affrontano un incubo: la "napsterizzazione dei libri",



Da alcuni anni Google offre un servizio per cercare testi e citazioni all'interno di milioni di libri con la stessa facilità con cui si cerca una parola su internet, una risorsa inestimabile per studenti e ricercatori. Il digitale è indicato anche come risposta al problema del caro libri, con i manuali di scuola gratuitamente consultabili online. In generale, la rete potrebbe diventare la "biblioteca totale", dove trovare qualunque volume, anche quelli antichissimi o fuori catalogo. "La digitalizzazione è un'opportunità, ma i consumatori devono sapere che tutto questo non può avere un giusto prezzo", chiosa Folini. "L'alternativa è un mercato senza spessore culturale, invaso solo da titoli alla moda e usa e getta di Alessio Balbi ("La Repubblica del 7 ottobre 2009)

**Cresce l'interazione tra il piccolo schermo e i siti di networking. Sempre più spesso la visione sarà un'esperienza collettiva. L'idea è riportare la televisione ai tempi in cui ci si incontrava per vederla**

I popcorn, le caramelle e una stecca di cioccolato, nel caso la love story dovesse finire male. Silenzio assoluto, Jenny è pronta per l'inizio del suo telefilm preferito. Il televisore è collegato al computer, sintonizzato su *Qlipso.com*. Con pochi click verifica quante delle sue amiche stanno seguendo lo stesso rituale. "Bene, non siamo sole", commenta soddisfatta mentre si appollaia a gambe incrociate sul divano. Di lì a poco inizierà a chattare, parlare a voce e collegarsi in video con la sua "community" (altre teenager americane che vivono da un capo all'altro degli Stati Uniti). Potrà addirittura interagirci via avatar, nel caso tutto il resto le non dovesse bastare.

Signori e signore, siamo di fronte al modo in cui, secondo alcuni, si vedrà la televisione nel futuro.

Un'esperienza sociale che, nelle intenzioni di chi ci sta puntando, dovrebbe ricalcare i sentimenti di quando, più di mezzo secolo fa, la gente usciva per andare nei bar o nelle case dei vicini che se la passavano meglio per vedere un po' di "scatola magica".

**Verso la "social vision".** La stessa scena potrebbe ripetersi con una partita di football (ebbene sì, ci si scambia "il cinque" anche così) o per un canale di approfondimento (come la Newsroom della Cnn): persone distanti fisicamente che si ritrovano in rete per condividere la visione di un video sul web o, come nel

caso di Jenny, sulla cara vecchia televisione. Il settore, ancora relativamente nuovo, è quello dei social network e delle applicazioni dedicate all'intrattenimento, in particolare nella sua forma video. Negli Usa il fenomeno sta crescendo rapidamente, al punto che numerosi blog e giornali specializzati hanno annunciato l'inizio di una nuova era: quella della "social vision". La rivista Technology Review del Massachusetts Institute of Technology, ad esempio, ha inserito la social tv nella lista delle dieci tecnologie emergenti più rilevanti del 2010, al fianco di innovazioni come il cloud computing, l'elettronica impiantabile e le cellule staminali pluripotenti indotte.

**Il canale di Facebook.** A far intravedere agli addetti al settore le potenzialità di questo approccio è stato il successo della condivisione di video sul social network per eccellenza. E l'abitudine di molti utenti ad aggiornare il loro status, qui come su Twitter, con una sorta di "telecronaca" dei propri consumi mediatici. Del tipo: "Sto vedendo l'ultimo film di Woody Allen", piuttosto che "Grande documentario sull'heavy metal su American Music Channel". Lo stesso gigante di Palo Alto è interessato al concetto di web-social-tv, come ha dimostrato con il lancio la settimana scorsa di *Facebook Live*, primo canale in streaming dell'azienda. Al momento l'applicazione, simile ad altre piattaforme video con messengerie integrate, è ancora scarsa e dedica esclusivamente alle comunicazioni interne al social network, con la possibilità per gli utenti di discutere sui contenuti (non sono mancati i commenti pungenti: "Avete bisogno di persone creative?", o un più diretto "A cosa serve?"). Al di là delle critiche, tuttavia, il canale è rappresentativo di quanto il

mercato dei social media e quello dei video on e offline stiano cercando sempre più spesso dei punti di contatto.

**Un film in compagnia.** Una delle piattaforme che meglio rendono l'idea di cosa potrebbe accadere in futuro è Qlipso.com, opera dell'omonima startup israelo-americana. Il sito è cresciuto notevolmente dall'aprile scorso, quando ha acquistato *Veoh*, servizio di tv via internet che fa concorrenza a YouTube. Il sito consente di selezionare un video (film o show televisivo che sia) e invitare i propri amici a vederlo insieme in una sorta di stanza virtuale. Gli invitati possono essere scelti dai propri contatti sui social network, da Facebook a Twitter, da MySpace a Digg. Una volta creato il gruppo (come nel caso di Jenny e le sue amiche) la visione ha inizio, e con essa l'incontro virtuale degli spettatori. Il livello di interazione può variare da una semplice chat tra avatar a un filo audio diretto e continuo, per una pioggia più o meno intensa di commenti, risate o singhiozzi collettivi nel caso di film drammatici. Volendo ci si può spingere oltre attivando la funzione di videoconferenza: nella parte bassa dello schermo, accanto al video principale, appariranno le facce degli amici, così che anche le loro espressioni non abbiano più segreti. Lo sberleffo, poi, è totale se qualcuno viene pizzicato con la palpebra calante: un lusso non concesso a chi pratica la social tv.

**Il cineforum virtuale.** Come nella vita reale, a completare il rito della visione c'è tutta la fase del pre e del post. Quale film merita davvero? E qual è l'opinione di amici ed esperti sull'ultimo serial in uscita? Le risposte, in questo caso, vengono da una serie di applicazioni web disponibili anche sugli smartphone. *GetGlue*, ad esempio, promette di aiutarti a scoprire cosa potrebbe piacerti rovistando tra i gusti e le scelte tue e dei tuoi contatti. A questa dimensione la social tv aggiunge la possibilità del collegamento in contemporanea con amici o perfetti sconosciuti, tutti però sintonizzati sullo stesso canale. Commenti in diretta -per ora solo via chat -sono disponibili tramite servizi come *Tunerfish*, *Philo* e *Miso*. Aggiornando il proprio status, si riesce a sapere non solo chi dei propri conoscenti sta vedendo la stessa cosa, ma anche chi nel mondo ha gusti più o meno simili.

**Come allo stadio, o quasi.** I fan della social tv non hanno dubbi su quale sarà il settore destinato a rivoluzionare l'esperienza del video: lo sport. Negli Stati Uniti un esempio è *Fanvibe.com*, aggregatore di fan degli sport più vari, dal football americano al calcio, dal baseball alla pallacanestro. Il sito consente di fare il check-in a ogni partita a cui si è interessati, per poi entrare in contatto via chat con tutti i "presenti" allo stadio virtuale. E se la chat può non soddisfare i tifosi più calienti, per loro c'è *Sofanatics* (un'idea finlandese nata con le ultime Olimpiadi invernali), piattaforma a metà strada tra social network e social tv. Previa registrazione, il sito permette di affidarsi alla squadra del cuore, anche qui spaziando in un'ampia rosa di discipline. Per godere al massimo dell'esperienza online il requisito è che il team abbia raggiunto i mille fan: a quel punto la ola si alza e si ha la possibilità di vedere la partita in collegamento video con i propri amici. Uno scenario che se da un lato promette di ricreare almeno in parte l'atmosfera di un match in compagnia, dall'altro non potrà mai eguagliare la gioia di un abbraccio dopo un goal, magari in zona Cesarini. (in **"La Repubblica del 19 agosto 2010"**)

**Appena uscito sull'app store, è già un culto sul web. Un magazine elettronico per il tablet di Apple che prende i contenuti da Facebook e Twitter. E permette di sfogliare un giornale sempre nuovo**

## Il magazine diventa 2.0 E' il fenomeno Flipboard

di TIZIANO TONIUTTI

Si chiama Flipboard ed è un'applicazione per iPad che si potrebbe facilmente liquidare con la definizione di "magazine digitale", come ce ne sono già tanti. Ma, se così fosse, sarebbe difficile spiegare perché questo software, appena lanciato, sia già un culto sul web. In realtà, Flipboard è molto di più: una rivista di carta inizia e finisce, e poi il lettore aspetta il numero successivo. Flipboard scardina il concetto di periodicità portando sul tablet Apple un magazine fluido, che prende i suoi contenuti dal web sociale, li spoglia della loro tecnicità estetica e funzionale e li impagina in un layout da periodico patinato. Ancora meglio: Flipboard capisce cosa piace al lettore dal suo flusso di scambi e preferenze sui social network, seleziona temi, articoli e aggiornamenti e li presenta al lettore sotto forma di rivista. Da sfogliare in digitale, come già si fa sull'iPad con altri prodotti editoriali. Un vero magazine. Flipboard non è un semplice aggregatore di fonti sparse per il web. All'origine c'è una selezione dei contenuti, operata da Flipboard.com, che va a pescare tra i blog più autorevoli e di tendenza, divisi per argomenti. La sezioni in questa fase dell'applicazione comprendono politica, news, tech, photo, style, gossip, cinema, un po' di tutto come un vero magazine generalista. All'apertura dell'applicazione, Flipboard mostra quella che chiameremmo una "copertina". Ma anche questa è mutevole, e si compone di un'immagine presa da internet e un titolo principale, estratti da una delle fonti attive. Girando pagina si trova il sommario, completamente modulare, composto da un insieme di box manipolabili dall'utente-lettore. Flipboard presenta delle sezioni tematiche e delle fonti specifiche, e si può scegliere come organizzare l'indice in base alle proprie preferenze di lettura.

Il ruolo dei social network. La sorpresa sta nei primi due box, che sono Facebook e Twitter. Flipboard è in grado di integrare l'offerta di contenuti con le attività svolte dall'utente sui social network. Temi, discussioni e contenuti audiovisivi diventano così parte del sommario della rivista, che di fatto offre un "timone aumentato", realizzato su misura per il lettore. Al momento non è possibile inserire i propri feed preferiti. La selezione editoriale è curata da Flipboard.com, che comunque sembra sempre "sul pezzo". Quando arriverà la versione italiana, ci saranno con ogni probabilità contenuti rilevanti per gli utenti locali. Scelti i contenuti, sfogliare Flipboard è semplice come compiere la stessa azione sui vari magazine per iPad. Quando si sceglie un articolo, c'è una bella sorpresa per il lettore che ama l'approfondimento: la pagina si allarga a tutto schermo, e su un lato appaiono tutti i post di Twitter inerenti all'argomento. Per non perdere un articolo, è sufficiente inviarselo per e-mail da Flipboard stesso.

Successo nonostante i limiti. Flipboard è stato appena aggiornato alla versione 1.0.1, dopo una serie di problemi riscontrati dagli utenti nell'aggiungere i contenuti sui social network. Difficoltà tecniche che l'azienda ha imputato allo straordinario numero di download dell'applicazione e relative centinaia di migliaia di reindirizzamenti ai server di Flipboard. Un carico di richieste che ha fatto oscillare la qualità del servizio. Dopo l'aggiornamento, l'applicazione appare stabile e funzionante.

Qualche limite non manca, al momento è possibile leggere solo i primi due paragrafi di ogni articolo. Per leggerne uno interamente però basta sfiorare il tasto "Guarda sul web", che apre direttamente la pagina della fonte. Un limite, ma anche un accettabile escamotage per rendere l'applicazione più snella e non togliere visibilità ai contenuti originali. Più rilevante tra i difetti l'impossibilità di scegliere e aggiungere le proprie fonti, ma probabilmente è un impedimento destinato a sparire.

(in **"La Repubblica del 25 luglio 2010"**)

**appello romantico...**

è la prima volta che mi rivolgo dalle pagine di questa rivista direttamente a coloro che la leggono...

ed è anche la prima volta che mi presto a lanciare un appello...

per quello che mi riguarda di per sé un appello è romantico perché vuole richiamare l'attenzione su fatti, cose o persone che, evidentemente, da sole non riescono ad avere la necessaria attenzione...

cosa dunque necessita di un appello???

andrei direttamente al cuore della questione senza passare per le convenevoli frotte sulla crisi del teatro e nell'analisi delle sue possibili cause...

no, qui l'appello è tutto ispirato da una visione che mi accompagna da più di un decennio...

il teatro popolare rituale nell'epoca del nuovo linguaggio della *interrete*...

devo essere onesto e ammettere che mi sono fatto travolgere da subito dalla forza di questo linguaggio e pur non essendomi trasformato in un essere digitale, utilizzo e godo continuamente di quello che comporta essere nelle connessioni del microchip...

questo non ha significato tradire il teatro per sue possibili ibridazioni high tech, o nel preferire l'androide all'performer...

no il teatro che mi ha occupato è rimasto fedele al rapporto diretto tra persone e, anzi, quasi per contrappeso nelle ns opere la tecnologia informatica non ha mai avuto uno spazio alcunché rilevante...

quello che è stato, dunque, il fuoco si potrebbe riassumere in una visione: dall'unidirezionale al policentrico...

oggi il nuovo linguaggio, che è incessante interazione, ha messo in discussione la radice stessa dell'atto creativo...

la creazione è per tutto un flusso in cui i contorni dell'opera/prodotto stanno scomparendo inesorabilmente...

si va verso una società caratterizzata da un'estetica diffusa, in cui si mescolano migliaia di possibili segni pronti ad emergere per un tempo sempre meno lineare e poi ad immergersi in uno spazio memonico di spirali immaginative intersecanti...

il meanstream a lasciato il posto a una dimensione carsica della creazione, in cui i ruoli canonici di artista e fruitore stanno scomparendo sullo sfondo di un continuo scambio di ruoli...

torriamo, però, all'appello, visto che non sono certo nuove le considerazioni sulla nostra società globale...

chiedo a tutti voi di dare un segnale forte: che all'ostentata e pretestuosa crisi del teatro si risponda con una messa in gioco, rinunciando per sempre alla proprietà dell'opera d'ingegno e consegnando la creazione all'incontro umano, dentro il rifondato cerchio delle relazioni visionarie del coro...

giorgio degaspero