



Comune di Roma
Assessorato alle Politiche Culturali
e della Comunicazione
Sovrintendenza ai Beni Culturali

musei in Comune
Museo dell'Ara Pacis

Zètema
progetto cultura



Ars in Ara

Arte e comunicazione nell'era di Second Life

5-6 Giugno
Auditorium dell'Ara Pacis Roma
Lungotevere in Augusta

ABSTRACT INTERVENTI

Venerdì 5 giugno 2009

Giuseppe Granieri

UMANITÀ ACCRESCIUTA. COME LA TECNOLOGIA CI STA CAMBIANDO

"La parola chiave è accelerazione. Spesso siamo portati a considerare il cambiamento che stiamo vivendo come una rottura con il passato, come uno scarto improvviso. Il 'digitale', il nome che diamo a quanto ci sta cambiando intorno, è probabilmente il primo cambiamento che si può osservare in maniera così netta all'interno di una sola generazione, tanto che noi nati nella seconda metà del XX secolo veniamo definiti migranti. Migranti da una cultura all'altra." Giuseppe Granieri racconta come internet e le reti stanno trasformando il modo in cui ci si percepisce in quanto esseri umani e stanno ridisegnando la vita sociale, affettiva ed emozionale.

Giuseppe Granieri è uno dei maggiori esperti italiani di comunicazione e culture digitali. Scrive di tecnologia e società da molti anni. Attualmente collabora con diverse testate, tra cui "L'Espresso". È docente di Laboratorio Web 2.0 all'Università di Urbino Carlo Bo. Ha curato, tra l'altro, il manuale di scrittura Istruzioni per un racconto (Potenza 2000), raccolta di narrazioni brevi Racconti rubati (Potenza 2001), La società Digitale (2006), Blog Generation (2007).

Mario Gerosa

LIVESONDEMAND.COM, VITE IMMAGINARIE IN ABBONAMENTO

Un progetto di Mario Gerosa

Marketing strategy di Veronica Squizzato

Oggi, con la diffusione capillare dei personal computer, la gente ha ridotto drasticamente il tempo che dedica alla lettura di un libro, alla visione di un film o di un varietà in televisione, e tende a frequentare sempre meno cinema e teatri. Si tende a vivere e a divertirsi attraverso il computer. Anche la narrazione viene veicolata sempre più dai nuovi media. A questo proposito nasce Livesondemand.com, che rappresenta un'evoluzione del modello del racconto e del romanzo e per certi versi del film.

Questa idea si lega a questi mesi di web 2.0 (web partecipativo, dove gli utenti creano i contenuti) e addirittura 3.0 (web dove si tende a seguire direttamente la vita delle persone, con forte sovrapposizione tra virtuale e reale).

Il web 2.0 ha puntato sulla creazione di contenuti da parte degli utenti, invitati a raccontarsi, a creare storie, a diffondere esperienze vere o fittizie attraverso i vari canali della Rete. Ma non tutti hanno seguito questo invito, semplicemente perché diventa un lavoro. Essere utenti attivi del web è faticoso e non sempre si ha voglia e tempo di inventarsi delle storie. A questo proposito, Second Life docet.

E' bello essere partecipi delle vite altrui, soprattutto quando queste vite sono ricche di spunti interessanti. Però, perché ciò avvenga, ovviamente deve esserci un serbatoio di esperienze esistenziali continuamente alimentato e rinnovato.

La gente si racconta sempre di più, su Facebook, Twitter, Myspace (e ora anche con la tv lifecasting (tipo canale Justin). La gente racconta ad altri quello che fa quotidianamente: cose che interessano gli altri ma non troppo. Insomma, non sono le cose che gli altri vorrebbero sentire e vedere.

E allora nasce "Livesondemand.com", un progetto dove uno si abbona a una o più vite fittizie, raccontate attraverso i canali del web. Per esempio, ti abboni alla vita di un supereroe, o alla vita di uno scienziato, o di un outsider, e lo segui su Facebook, Myspace, Twitter, ecc. Le vite fittizie sono gestite da un pool di scrittori e creativi.

A questo punto viene spontaneo pensare a una serie di vite fittizie da inserire nei circuiti del web, vite da romanzo raccontate via Twitter, via Facebook e via Myspace in tempo reale.

Nascono così delle "real time novels", dei romanzi scritti e letti in tempo reale.

Questo progetto consiste nell'abbonarsi a una o più vite di personaggi fittizi, che esistono soltanto virtualmente nel web. Sono personaggi che si possono seguire con diverse frequenze, scegliendo tra varie opzioni. Esistono varie tipologie di personaggi, che a seconda dell'abbonamento possono essere più o meno rispondenti alle proprie esigenze.

Ci si abbona alla vita di un personaggio che, a seconda della formula di abbonamento scelta, può essere un personaggio standard prestabilito o un personaggio creato ex novo.

L'utente che sceglie l'abbonamento costoso più costoso non solo ha diritto a ricevere molti più aggiornamenti, ma può definire in modo più specifico il proprio personaggio, con molteplici dati.

Livesondemand.com è una **TALES FACTORY** che offre all'utente la possibilità di seguire in tempo reale una vita altrui.

Livesondemand.com è un'**OFFICINA LETTERARIA** dove, grazie agli strumenti offerti dal web 2.0 (creazione di contenuti da parte degli utenti) e del web 3.0 (sovrapposizione tra virtuale e reale), le storie nascono, si sviluppano, si raccontano attraverso pillole quotidiane di narrazione e di immagini, servendosi di un linguaggio spot e immediato.

Livesondemand.com offre all'utente la possibilità di seguire una vita a scelta, di intervenire nel suo svolgimento e di **INTERAGIRE CON IL PERSONAGGIO**.

Livesondemand.com non è un social network, è un **TERRENO DI NARRAZIONE ALTERNATIVA** che si sviluppa attraverso l'ordinario, il probabile, l'impossibile.

www.livesondemand.com (coming soon)

Mario Gerosa. *Giornalista, laureato in architettura con una tesi sui luoghi d'invenzione della Recherche di Marcel Proust, studia da anni le architetture immaginarie e i mondi virtuali. Nel 1988 ha curato la mostra Proust au Grand Hotel de Balbec (Palazzo Sormani, Milano), nel 1991 Le camere del delitto (Mystfest, Cattolica), dedicata agli interni legati ai delitti della camera chiusa di John Dickson Carr, e Rinascimento virtuale. L'arte in Second Life e nei virtual worlds (Museo di Storia Naturale, Firenze).*

Ha pubblicato i libri Rinascimento virtuale (Meltemi, 2008), Second Life (Meltemi, 2007), Mondi virtuali (con Aurélien Pfeffer, Castelvecchi, 2006) e ha curato con Alfredo Castelli Le dimore misteriose e La cineteca misteriosa. Nel 2006 ha lanciato la Convenzione per la salvaguardia del patrimonio architettonico virtuale e ha fondato Synthravels, la prima agenzia di viaggi per compiere tour nei mondi virtuali.

Attualmente è caporedattore di AD Architectural Digest e insegna Multimedia e paesaggi virtuali al Politecnico di Milano.

Marco Minghetti

WEB OPERA PROJECT

Il romanzo "Le Aziende In-Visibili", ispirato a "Le Città Invisibili" di Italo Calvino, è una riflessione narrativa collettiva sulla vita contemporanea in un momento di enormi trasformazioni socio/tecnologiche, in cui l'azienda diviene metafora della condizione attuale (come lo era la città in Calvino). L'opera è stata ideata e realizzata da Marco Minghetti e dalla Living Mutants Society, che raccoglie 99 personalità eccellenti, rappresentative del Made in Italy nel campo dell'arte, dell'economia, della cultura e dello spettacolo, quali Alessandro Zaccuri, Paolo Savona, Enrico Bertolino, Aldo Bonomi, Valeria Rossi, Alessio Bertallot, Gianpietro Vigorelli, Gloria Bellicchi, Francesco Morace, Armando Massarenti, Pier Aldo Rovatti, Giulio Sapelli.

Va inoltre sottolineato che:

- Le immagini di Luigi Serafini arricchiscono pregevolmente lo spirito visionario dell'opera, orientando l'immaginazione verso scenari surreali
- L'opera costituisce l'ultima realizzazione di un movimento culturale nato 15 anni fa, lo Humanistic Management (<http://www.humanisticmanagement.it/>), cui hanno contribuito artisti come Milo Manara e il Premio Nobel per la Letteratura Wislawa Szymborska
- Il romanzo ha già trovato una prima declinazione qui nel blog-network di Nova100

(<http://marcominghetti.nova100.ilsole24ore.com/>)

La grafica del volume richiama quella di una Intranet Aziendale, in particolare di uno di quei Tableau de Bord a supporto dei processi decisionali, ricchi di dati, grafici e tabelle, aggiornati in tempo più o meno reale, che i manager delle grandi aziende ben conoscono. La parte larga di ogni pagina accoglie il testo del romanzo, mentre in quella più stretta una "In-Visible Scorecard" segnala alcuni indicatori per la sua gestione (lettura ed interpretazione): il numero progressivo dell'episodio, la posizione in Astrogramma dell'Azienda In-Visibile ivi descritta, l'Esagramma correlato nella versione Boaz o Jakin, il link con l'originale calviniano, eccetera. In particolare, al percorso narrativo scritto si affianca un percorso musicale, per cui ogni episodio ha una sua "colonna sonora" che ne definisce il mood.

Anche grazie all'inserimento di questo elemento, ognuno dei 128 episodi del romanzo si configura come base dati da cui ricavare una piccola sceneggiatura: da qui l'idea, su cui alcuni artisti di SL hanno lavorato, di realizzare Le Aziende In-visibili: la Web-Opera (ibrido fra la Rock Opera musicale e la Soap Opera televisiva, nello spirito dell'Opera Totale di wagneriana memoria, da veicolare attraverso qualche canale tv in Rete) così concepita: 128 video, uno per ogni episodio, durata massima 3 minuti l'uno.

Una Wiki-Opera "Manifesto" di tutti gli artisti che, pur nella diversità dell'ispirazione e delle estetiche, si riconoscono nella necessità di proporsi unitariamente al "mondo esterno", riconoscendosi nei valori etici del "Wiki-romance" Le Aziende In-Visibili.

Marco Minghetti. *Già Direttore della Scuola di Management ENI Enrico Mattei, è attualmente Responsabile di ideaTRE60 il social network di Fondazione Italiana Accenture che sarà on line nelle prossime settimane. Blogger (fa parte del gruppo di NOVA100 de Il Sole 24 ore), docente universitario presso l'Università di Pavia, VicePresidente dell'associazione The Renaissance Link, ha al suo attivo una vasta produzione editoriale.*

Alberto Cottica/Cristina De Luca

KUBLAI

PERSONE. PROGETTI. SVILUPPO

Kublai è una comunità di 750 persone che discute di 90 idee progettuali, al momento. Promossa dal Ministero per lo sviluppo economico con il fine di portare alla realizzazione iniziative nelle industrie della creatività.



A multichannel collaborative design environment

Le prassi: 1) "policy come conversazione", 2) monitoraggio delle dinamiche sociali P2P come indicatore della qualità dei progetti, delle persone e dei contributi, 3) uso consapevole della rete (blog, social network, Second Life).

Dal comunicato del convegno: " ...La capacità immersiva ed interattiva di second life, intesa come piattaforma mediatica con un alto standard comunicativo, è un ottimo terreno su cui la sperimentazione creativa ed artistica si sta misurando, permettendo alla espressività dei singoli di potersi liberare all'interno di una esperienza sociale di tipo globale".

Questa frase riassume come e perché viene utilizzato Second Life in qualità di piattaforma mediatica e comunicativa. In particolare le modalità di utilizzo in Kublai nel Porto dei Creativi si riferiscono a:

- ✓ Dinamiche comunicative definite di Help Desk: ausilio e supporto da parte dello staff ai vari progetti presenti (processo conoscitivo di empowerment; comunicazione molti verso uno)
- ✓ Dinamiche comunicative di seminari e conferenze con alcuni dei protagonisti italiani e stranieri della creatività: (conoscenza - top down - comunicazione uno verso molti)

- ✓ Dinamiche comunicative circolari all'interno dello staff: analisi e rielaborazione della situazione generale o di alcuni aspetti specifici (conoscenza condivisa e circolare dello staff stesso - autopoietica)
 - ✓ Dinamiche comunicative spontanee e casuali: generatesi da richieste di elementi della community per fruire degli spazi immersivi del Porto dei Creativi a titolo artistico, culturale, creativo, ricreativo e relazionale (conoscenza casuale e autorganizzata; comunicazione molti a molti)
- Dalla mossa "Cinque" di Kublai: "I progetti crescono molto meglio negli ambienti aperti al confronto, allo scambio di idee, anche alla copiatura creativa. Non avere paura di condividere le tue idee; puoi solo guadagnarci".
- www.progettokublai.net – www.progettokublai.ning.com

Pierluigi Casolari

KOINUP: CONNETTERE GLI UTENTI DEI MONDI VIRTUALI

Koinup srl è lieta di presentare Koinup <http://www.koinup.com> il social network che connette tra loro tutti gli utenti dei mondi virtuali e rende più semplice l'accesso e la scoperta dei mondi virtuali. Dopo il boom mediatico del 2006-2007, l'industria dei mondi virtuali ha cominciato a crescere vertiginosamente. Secondo una recente ricerca della *Gartner Research*, entro il 2011, l'80% degli utenti attivi internet avrà una presenza all'interno di mondi virtuali (come Second Life, et altri).

Secondo *Kzero* (società di consulenza per i mondi virtuali) 100 milioni di persone sono già registrati all'interno di mondi virtuali e una parte di essi è attiva contemporaneamente in più mondi. *Koinup* è il social network e web gateway che connette tra loro gli utenti dei mondi virtuali e consente loro di condividere contenuti, frequentare gruppi e incontrare amici del loro o di altri mondi virtuali. A partire dal suo lancio, il sito ha attratto più di 20000 utenti registrati e sta generando più di 1 milione di impressions mensili.

L'obiettivo di *Koinup* è connettere tutte le persone di tutti i mondi virtuali e consentire agli utenti di gestire con un unico account le molte identità e amici che hanno contemporaneamente in più mondi virtuali. La semplificazione della propria vita virtuale è uno dei principali obiettivi di Koinup. I mondi virtuali sono tecnologie immersive, ma presentano un "low retention rate" per i nuovi utenti che si registrano. L'obiettivo di *Koinup* è rendere più semplice l'accesso e la scoperta dei mondi virtuali, fornendo agli utenti la possibilità di scoprire i luoghi più interessanti da visitare, gli utenti più cool da incontrare e gli eventi più eccitanti a cui partecipare. Il web 2.0 ha come obiettivo la condivisione di contenuti e la collaborazione tra persone. Koinup ha come propria "mission" la condivisione di contenuti collegati ai mondi virtuali, oltrechè il mettere in contatto persone che condividono gli stessi interessi. Se i fotografi sono su Flickr e i professionisti sono su LinkedIn. Da ora, anche gli utenti dei mondi virtuali hanno un proprio luogo di incontro. *Koinup* è il social network di tutti gli utenti dei mondi virtuali. I fondatori di Koinup sono Pierluigi Casolari ed Edoardo Torelli.

<http://www.koinup.com>

Guido Scorza

IL DIRITTO D'AUTORE NELL'ERA DIGITALE: UN'OCCASIONE DA NON PERDERE

La tecnologia digitale abilita nuove forme di arte e creatività mentre Internet consente agli artisti – in digitale e non – di rivolgersi ad un pubblico sino a ieri inimmaginabile per dimensioni, gusti e cultura. Le nuove tecnologie costituiscono, dunque, per il mondo dell'arte e della cultura una straordinaria opportunità: finalmente, dopo secoli, l'arte e la cultura possono gettarsi alle spalle la fastidiosa etichetta di "fenomeno di elite" e divenire appannaggio dell'intera comunità globale. E', tuttavia, forte il rischio che leggi e regole – nate, ironia della sorte, proprio per promuovere creatività e cultura – rappresentino vincoli e legacci capaci di precluderci di cogliere tale straordinaria opportunità. Il diritto d'autore non dovrebbe essere nemico della cultura digitale ma, al contrario, il suo migliore alleato: a tratti, tuttavia, negli ultimi anni si è avuto il sospetto che Governi e Parlamenti non la pensino allo stesso modo...

Guido Scorza. *Avvocato, Dottore di ricerca in informatica giuridica e diritto delle nuove tecnologie, è docente presso il Master di diritto delle nuove tecnologie della facoltà di Giurisprudenza dell'Università di Bologna, presso il Master in Sicurezza dei sistemi e delle reti informatiche dell'Università La Sapienza di Roma, presso la Scuola Ufficiali dell'Arma dei Carabinieri e presso il Corso di Laurea in tecnologie informatiche dell'Università La Sapienza.*

E' membro del Consiglio scientifico e del Consiglio dei docenti del Master di diritto delle nuove tecnologie dell'Università degli Studi di Bologna. Tiene lezioni e seminari in numerosi corsi di specializzazione, di laurea e master presso i quali cura prevalentemente l'insegnamento delle materie connesse alla tutela giuridica del software, alla proprietà intellettuale nella società dell'informazione, ai contratti ad oggetto informatico nonché al diritto della concorrenza e dei consumatori in internet.

E' Presidente dell'Istituto per le politiche dell'innovazione.

Collabora con le riviste Computer Business Review, Internet Magazine, Quale computer, Idea Web e Punto Informativo e già membro del comitato di redazione della Rivista di Diritto dell'Internet (IPSOA).

E' giornalista pubblicista.

Biagio Francia

INTERACTIVE MUSIC PERFORMANCE

Biagio Francia, presenta una breve introduzione alle possibilità dell'utilizzo di Second Life, come mezzo per creare e suonare musica, attraverso la sua esperienza di collaborazione con l' AVATAR ORCHESTRA METAVERSE.

L'AVATAR ORCHESTRA METAVERSE (AOM) rappresenta una novità ed avanguardia nel campo della sperimentazione sonora-musicale. L'AOM può essere definita come una collaborazione globale di musicisti, artisti multimediali e sound artist che si incontrano nello spazio virtuale di Second Life per esplorare i confini della cultura, della geografia e della tecnologia creando insieme musica da ascoltare e vedere!

La novità principale della sperimentazione portata avanti da questo gruppo è il suonare in tempo reale, live, utilizzando la piattaforma di SL come ambiente, non si ricorre allo streaming ed i suoni, sono creati da samples che vengono importati e suonati da Second Life. Nasce un nuovo modo di fare musica attraverso una realtà virtuale, con strumenti musicali propri, di questa nuova dimensione. L'AOM utilizza il nuovo mezzo virtuale come uno strumento di per sé, è unisce alla generazione del suono, l'immagine. Immagine e Generazione del suono si completano ed intersecano, influenzandosi vicendevolmente, generando se possibile un nuovo nesso causale tra le due cose. Il discorso si completa ed ha nuovi spunti, con la possibilità di creare delle "mixed performance" dove musicisti dal vivo in reale interagiscono con i propri strumenti tradizionali, con i musicisti e gli strumenti musicali, del gruppo virtuale.

L'AOM non nasce con l'intenzione di replicare un'orchestra convenzionale, il significato di orchestra nella sua accezione classica si riferisce al solo fatto di suonare insieme, al complesso di strumenti musicali che uniti producono musica. Il risultato di questa esperienza è una nuova audio-esperienza visiva, in cui la musica è vissuta visivamente ed acusticamente.

La presentazione verrà completata con una breve esibizione della Avatar Orchestra Metaverse.

Biagio Francia, è un batterista, percussionista e compositore. Fin dall'inizio il suo percorso musicale è stato improntato e diretto verso la ricerca e la sperimentazione. Le sue composizioni, sono state suonate in diversi paesi del Mondo, ed utilizzate per la realizzazione di corto metraggi e lavori teatrali. Partecipa a diversi progetti musicali in diversi ambiti, jazz, world-music, elettronica, sperimentale.

Affianca all'attività di musicista live e performer, quella di insegnante di percussioni afro-cubane e batteria, ed istruttore di tamburi medievali presso gli Sbandieratori dei Comuni e Feudi Cilentani.

Inoltre in qualità di Dottore Commercialista, segue l'organizzazione di spettacoli musicali e la gestione fiscale-amministrativa, di musicisti ed eventi.

L'interesse per il mondo della percussione anche dal punto di vista della tradizione e della cultura, l'ha portato ad approfondire gli strumenti suonati, non fermandosi al solo aspetto tecnico-musicale.

Influenzato ed affascinato in modo significativo dall'uso dell'elettronica in musica e dal suono sintetizzato, ha focalizzato la sua personale esplorazione musicale e sonora, miscelando i suoni elettronici con i suoni di natura ed i ritmi delle tradizioni delle aree del Sud Italia, dell'Africa, del Medio Oriente e dell'America Latina. I pattern e le figure ritmiche ed armoniche tipiche del folklore e della tradizione, vengono rivisitati e filtrati, armonizzati ed uniti, in un unico patrimonio sonoro-culturale. Gli stessi strumenti musicali, tipici quali congas, berimbau, didgeridoo, vengono filtrati e metabolizzati attraverso strumenti elettronici, cercando delle nuove sonorità, ed una nuova forma espressiva.

Collabora e suona con l'AVATAR ORCHESTRA METAVERSE (sperimentazione musica elettronica), con la cantante SYLWIA BIALAS (jazz/world music), con il TRIO JAZZ MINIMALE (jazz/elettronica) e i DONNALUNA (musica popolare del Sud Italia)

www.myspace.com/blaisedelafrence; drbiasco@gmail.com

Mario Savini

POSTINTERFACE

L'EVOLUZIONE CONNETTIVA E LA DIFFUSIONE DEL PENSIERO PLURALE

Può l'infosnacking essere un metodo per ragionare sulle trasformazioni paradigmatiche che stiamo vivendo? Questo libro, dedicato al superamento delle interfacce che finora abbiamo conosciuto, è una proposta in tale direzione, attraverso una tag cloud che funziona come un'esperienza cognitiva nata dall'interno della Rete. Si parte dalla copertina dove un codice interattivo consente tramite un telefono cellulare l'accesso al sito Internet di Postinterface (www.postinterface.com), per proseguire con la descrizione di azioni Critical mass, E-learning, creatività Hacking e arte relazionale. Attraverso questo nomadismo mediatico, il libro configura un habitat comunicativo mobile, caratterizzato da un sistema mediale aperto dove soggetti sociali dalle appartenenze fluide riutilizzano in maniera performativa i media, riproponendo comportamenti estetici che richiamano l'artista bricoleur delle avanguardie. Come spilli segnaletici, gli argomenti che si susseguono e che strutturano il libro, coprono alcune delle principali superfici della nuova morfologia sociale, luogo simbolico del movimento dove la partecipazione diventa attivismo concreto.

Mario Savini insegna "Net Art" e "Cultura digitale" all'Accademia di Belle Arti di Macerata e "Applicazioni digitali per l'arte" all'Accademia di Belle Arti di Catania. I suoi interessi riguardano gli aspetti sociali legati ai New Media e le relazioni tra cultura visiva contemporanea e nuove tecnologie. Collabora a *Il Sole 24 Ore - CentroNord*. È direttore responsabile della rivista d'arte contemporanea *Extrart*.

Stefano Lazzari **2LIFECAST**

2lifecast ha prodotto, da settembre 2008 più di 200 ore di streaming di eventi live da SecondLife, real world e internet, ottanta fra eventi e manifestazioni, costituendo un network di produttori di contenuti di qualità su architettura, design, cultura digitale e arte, attivando progetti e produzioni, e facendo da incubazione di attività in avvio.

In questa occasione verranno presentati i risultati di 10 mesi di attività, i progetti sviluppati e le iniziative e i progetti in progress.

<http://www.2lifecast.com> stefano.lazzari@gmail.com

Gino Flore

CYBERLANDIA: UN MONDO VIRTUALE OPENSOURCE ITALIANO

Second life, creato da Linden Lab, viene utilizzato dai residenti installando un software (client) che si collega ad una controparte remota (server). Il server è il simulatore vero e proprio (sim) il quale, oltre a fornire le funzionalità di base, permette di memorizzare (su delle basi di dati) gli oggetti che vengono mano a mano creati dagli utenti.

Linden Lab ha rilasciato circa due anni fa il codice sorgente aperto del client; questo ha permesso grazie all'impegno di un gruppo di sviluppatori indipendenti (<http://www.opensimulator.org>) di ricostruire un software server gratuito con sorgente aperto (opensim) per costruire mondi simulati in 3 dimensioni.

Opensim attualmente riproduce tutte le funzioni di Second Life e lo si può utilizzare sia in installazioni isolate che unito in rete ad altri simulatori con creazione di "grid" di isole simili a quelle di Second life.

Il progetto opensim è presente in rete da oltre due anni e numerose sono le grid attive: Osgrid, Francogrid, Science sim, Metropolis, Legend city e l'italiana Cyberlandia .

Cyberlandia (<http://www.cyberlandia.net>) è una grid Opensim italiana con una popolazione di circa 1600 utenti e quasi 200 simulatori collegati tra loro.

Su Cyberlandia attualmente stanno sperimentando i principali gruppi italiani presenti anche su Second life.

Apparentemente l'utente che si collega per la prima volta su Cyberlandia non trova differenze significative nell' interfaccia di utilizzo rispetto a Second life. Come client, si adotta un viewer derivato dal client ufficiale con il quale si possono costruire oggetti e script con identiche modalità operative. Le modalità di interazione con gli altri utenti sono altresì identiche ed esiste un supporto al voice integrato nel client stesso.

Su Cyberlandia i residenti possono inserire delle nuove isole effettuando un download gratuito del simulatore dal sito ed avviandolo in un qualunque computer connesso via adsl o in alternativa utilizzando un server con requisiti base di memoria e spazio disco in grado di consentire un ottimo funzionamento del simulatore.

L'isola viene automaticamente posizionata nella mappa del metamondo estendendolo all'infinito.

Le regioni possono anche godere di autonomia rispetto alla grid accedendovi in locale o in ambiente protetto dal resto della rete consentendo l'archiviazione dei contenuti o lo scambio tra diversi simulatori.

Il controllo sul software permette inoltre di registrare su file quanto costituito in modo da avere copie delle isole mano a mano che vengono realizzate garantendo una "memoria storica".

L'utente che intenda inserire una nuova isola sulla grid deve provvedere al funzionamento e alla

manutenzione della stessa, realizzando una sorta di peer to peer di mondi virtuali.

Cyberlandia supporta gli utenti utilizzando strumenti tradizionali web 2.0 ed è presente nei principali Social network (Facebook, Twitter, Flickr, Mogolus) e utilizza il sito <http://www.opensimulator.it> dove i residenti vengono automaticamente inseriti al momento dell'iscrizione per consentire scambi e supporto. Sul sito è possibile interagire, creare dei gruppi, calendari eventi, accedere a dei forum tematici rappresentando uno strumento di condivisione e di integrazione al mondo 3d.

Cyberlandia è un'iniziativa no profit con l'obiettivo di creare un'infrastruttura di interconnessione tra simulatori opensim al fine di realizzare un network di isole 3D collegate, simile concettualmente al world wide web (www) attuale. Non a caso il server opensim viene definito il corrispondente del software "apache" (noto software opensource per servizi web) per i mondi virtuali.

I server opensim sono interoperabili tra loro, è consentito lo spostamento tra le varie grids esistenti senza necessità di ulteriore autenticazione.

Utilizzando l'"Hhypergrid" un modulo di opensim che permette di interoperare tra grid differenti, è sufficiente muoversi nella rete di isole digitando in chat l'indirizzo del simulatore di destinazione.

Cyberlandia è inoltre collegata con le grid francesi Newworldgrid e Francogrid e vi sono continui scambi con Osgrid. Non è invece consentito lo spostamento di avatars tra Second life e Opensim mentre è invece possibile esportare facilmente oggetti tra le grid e second life stessa.

Rispetto a Second Life, Opensim è una notevole evoluzione, si passa da una grid di tipo monolitico e chiuso ad un'architettura totalmente aperta e sotto il controllo totale da parte degli utenti. Pur essendo un software relativamente giovane ed in via di perfezionamento si può utilizzare per infinite applicazioni che spaziano dall'arte, alla formazione alla socializzazione alla integrazione immersiva di siti tradizionali. Infine il relativamente basso se non nullo costo da sostenere, permette a tutti di sperimentare in maniera semplice ed immediata.

Giovanni Dalla Bona

CREATIVITÀ E FORMAZIONE 2.0

Formazione e creatività hanno trovato in Second Life lo strumento che permette loro di contaminarsi e di stimolarsi a vicenda.

La creatività non è più intesa solo come argomento formativo, ma entra a far parte del metodo di progettazione didattica, può essere usato come stile di apprendimento o adottato come metodo di indagine e di esplorazione. E creativo, infine, può essere anche il risultato della formazione.

Inoltre con l'entrata in campo della creatività, la didattica non può più basarsi sulla semplice trasmissione di dati e informazioni, ma lascia spazio a percorsi ed esplorazioni personali ed originali, ridando agli allievi il piacere di un ruolo attivo.

Giovanni Dalla Bona (aka Imparafacile Runo). *Formatore e progettista didattico, laureato in Musicologia e Master per "Instructional Designer". Lavora prevalentemente nella formazione aziendale e professionale. Collabora con scuole, università, enti pubblici ed aziende private. Owner dell'isola Imparafacile, land italiana dedicata alla formazione, alla ricerca didattica e alla divulgazione culturale. Socio del Club per le Tecnologie dell'Informazione e di Informatici Senza Frontiere*
<http://imparafacile.ning.com/>

Marco Longo

PSICOLOGIA E ARTE AL TEMPO DEI SOCIAL NETWORKS

Cercando di pensare e portare un contributo, da un punto di vista psicologico, a proposito dell'incontro, conflittuale a volte, ma più spesso molto fruttifero, tra arte e social networks, mi sembra importante mettere in evidenza il momento psicologico della "con-nessione": da una parte come ricerca, dentro di sé, confluenza, focalizzazione e con-correnza o con-coerenza di "nuovi nessi", evocati o re-suscitati proprio dall'utilizzo delle relazioni mediatiche; e dall'altra parte come "connessione alla rete", quindi con altre persone, o a volte con i loro "rappresentanti mediatici", ovvero, comunque sia, ad "altri" come "portatori di nessi", fuori di sé, raggiunti proprio grazie e attraverso attraverso l'immersione nelle relazioni mediatiche.

Metterei dunque l'accento sulla doppia dimensione di "con-giunzione" (interna ed esterna), in cui si articolano, sovrapponendosi o divaricandosi, per poi con-fluire di nuovo, in un nuovo momento creazione o con-fusione, vari aspetti dell'identità e della personalità: "persona real life", "profilo-social network", "icon-avatar-personaggio", "friendship-contatti", "libera espressione-blog", ecc; quindi come nell'atto creativo mediatico si articola un nuovo modo di pensare e realizzare opere o progetti, cioè il valore dei social network e in particolare di second life come fucina creativa, oltre che con-laborativa.

Cercando poi di pensare e portare un contributo a tutto questo anche da un punto di vista psicoanalitico, come non mettere maggiormente in evidenza, oltre agli "aspetti creativi" (come base per la creazione di un nuovo tipo di opere d'arte, a partire dai suddetti momenti di "con-nessione" e "con-giunzione"), anche gli "aspetti con-flittuali" o "con-fluttuali", direi meglio forse, di tale incontro-scontro? parlando quindi della "confusione ri-creativa", della messa in scacco degli schemi personali predefiniti, del ritrovamento di nuove dimensioni rappresentazionali e creative ecc; ma anche della dinamica, interna ed esterna, tra caos e riscoperta, che sta alla base di aspetti ri-creativi, utili per raggiungere un nuovo sentire e un nuovo equilibrio nella personalità.

Marco Longo (aka *Mind Clarit, in Second Life*) Medico-Psicologo e Psicoanalista SPI. Analista di Gruppo IIPG e COIRAG. Fondatore e Direttore di *Psychomedia.it* e di *Psychocity.it*. Co-Fondatore e Segretario della SIPTECH, Soc. Ital. Psicotecnologie e Clinica dei Nuovi Media, www.siptech.it, www.psicotecnologicamente.it

sabato 6 giugno 2009

Rosanna Galvani

UQBAR. MEDIA ART CULTURE - MUSEO DEL METAVERSO

Museo del Metaverso

<http://museometaverso.blogspot.com/> - <http://museodelmetaverso.ning.com/>

<http://www.facebook.com/home.php#/group.php?gid=44239830014&ref=ts>

Il Museo del Metaverso (MdM), da circa due anni è presente in World, caratterizzandosi come luogo "antropologico", in continua evoluzione, dove sono esposte le opere di circa 30 artisti di Second Life.

Le opere, le installazioni, l'architettura stessa del museo, le performance, gli eventi, gli artisti, gli amici, l'owner costituiscono un'unica opera concettuale, immersiva e performante, che ha dato vita ad un'esperienza di successo, con riflessi nel mondo reale.

Un obiettivo accarezzato, ma non ancora compiuto, è la realizzazione dell'ARCHIVIO, che mira alla conservazione della produzione artistica in 3D e all'esportazione della medesima nel mondo reale.

Le attività del museo si contraddistinguono per un nuovo modo di presentare e promuovere l'arte, attraverso laboratori, immagini, testi, video e performance, ma anche mediante le molteplici iniziative che direttamente si organizzano nel sito stesso e nelle land affini.

E' spazio aperto a tutti coloro che abbiano contenuti da proporre e che vogliano realizzarli insieme a noi, è altresì incontro di culture, di linguaggi espressivi e di idiomi.

attualmente il museo è tra le esperienze fondative di uqbar media culture di cui è parte integrante

Uqbar. media art culture.

<http://uqbar-mediaartculture.ning.com>

<http://www.facebook.com/home.php#/group.php?gid=44239830014&ref=ts>

È un progetto cross mediale che da second life passando per la rete si estende sino allo spazio fisico. Consiste in un luogo immersivo ed interattivo, dove persone e contenuti possono incontrarsi sulla base di un interesse specifico relativo all'arte ed alla creatività.

Una sovrastruttura concepita per l'arte e per l'immaginazione, dove vedere in un solo momento tutta la produzione artistica in second life e non solo.

Una community che seleziona e indica eventi, programmi, progetti, attività, attraverso l'interazione tra gli attori (protagonisti e non) che sull'arte e la creatività focalizzano il proprio interesse sia da un punto di vista concettuale, che da quello emozionale.

Tra le principali attività si ricorda:

Arena Call for Artist (<http://uqbararena.blogspot.com/>) un evento-esposizione, dove 50 artisti hanno esposto le loro opere succedendosi al ritmo di uno tre giorni per circa 5 mesi. Un evento unico nel suo genere in che si è articolato nella dimensione di second life come in quella delle rete sino ad una esposizione immersiva realizzata al tempio di Adriano a Roma in occasione della notte Futurista.

Grande è stato il riscontro del numero dei visitatori, in second life le presenze sono state più di 5000, nella rete intorno alle 8.000, mentre quelle che fisicamente hanno partecipato all'evento di Roma più di 2000).

<http://uqbar-mediaartculture.ning.com>

L'organizzazione di Arena. Second Life artist's experience. Spazio immersivo FUTUROMA 2009. Piazza di Pietra. Tempio di Adriano. Roma, in data 20 Febbraio 2009 (<http://arcosca.blogspot.com/search/label/FUTUROMA>)

Patrizia Nofi
Sonia La Rosa
VIRTUAL FASHION

Veloce panorama del cambiamento del Fashion sul Web attraverso l'uso dell'avatar, del modelling e di come un vasto numero di utenti giocano un ruolo trasformandosi in creativi in alcuni casi. Nuove emergenze, nuove modalità di approccio, nuovi protagonisti da indagare. Un pensiero che accomuna alcuni designers di Second Life potrebbe essere: *inizi a lavorare per passione o per gioco delle ore che poi diventano, man mano che cresci nella tua esperienza, giorni, sull'idea di una creazione, sulle sue texture, ombre ed effetti, sulle sue linee, per far sì che prenda forma in SL, poi ti rendi conto che lo fai non solo per gioco ma per simulare qualcosa che*

va al di là della grid di SL. Quando scopri di avere la vocazione, allora nasce una grande esigenza: ti apri al confronto e porti fuori dal contesto di Second Life quello che tu stesso hai esteso al suo interno ... chissà magari in te nasce e ti viene riconosciuta una nuova reale professionalità.

L'azione del disegno, del comporre, è un'estensione del proprio pensiero, una simulazione di una realtà interiore o una riproduzione della realtà stessa: azione più facile nel mondo di Second Life caratterizzato da un'interfaccia semplice e soprattutto dalla libertà di potersi esprimere senza rigidi e consueti canoni.

Alla scoperta di storie ed esperienze diverse attraverso interviste condotte in diretta da SL ad alcuni designers. Presentazione degli eventi che hanno visto la fusione tra arte e fashion: "In quelle trine Morbide", "Futurismo Manifesto 100x100" e "SolidArt, insieme per l'Abruzzo".

FashionArt su Second Life

Un viaggio interattivo con Patrizia Blessed alla scoperta di esperienze vissute attraverso la presentazione per Musei in Comune 2.0 di alcuni creativi del fashion su Second Life.

Per un professionista della comunicazione impegnato a diffondere in forma visiva e creativa messaggi complessi utili a stabilire un efficace livello di interazione con il "destinatario", l'utilizzo dell'ambiente Second Life apre nuovi spazi alla creatività e alla sperimentazione convergendo le proprie attenzioni verso uno dei settori che maggiormente identificano la creatività italiana nel mondo: "la moda" (abiti, calzature, acconciature, gioielli, accessoristica, arredamento ecc...)

Internet è oggi uno dei mezzi di comunicazione che più si avvicina alle esigenze di vita quotidiana delle persone e questa "piattaforma", presenta una caratteristica di carattere sperimentale ed "immersivo" potendo senz'altro favorire un pratico esempio di utilizzo che abbraccia molte delle attività quotidiane di noi tutti.

La collaborazione nata con Marina Bellini e con Musei in Comune 2.0 mi ha offerto la possibilità di lavorare con 42 designer italiani presenti attualmente su Second Life insieme ai quali, ho avuto la sensazione di vivere un'esperienza simile a quella di Giovanni Battista Giorgini (Firenze 1951) che iniziò a diffondere il concetto di "Made in Italy" che racchiude in se molte sfaccettature ma che nella moda, sia essa reale o virtuale, può riassumersi in tre fondamentali elementi: classe, unicità e prezzi più competitivi.

Dagli abiti digitali realizzati partendo dalle immagini dei prestigiosi merletti della antica collezione "Caprai" fino alla celebrazione del movimento Futurista, interpretando le opere di grandi artisti contemporanei italiani ed europei quali Marinetti, Klee, Mirò, Picasso, Van Gogh, Balla, Depero ed altri.

"Ci impegniamo nel contribuire attraverso la rete internet e Second Life, alla diffusione di un ambiente virtuale ed immersivo cercando di allontanare in chi non lo conosce da vicino, la sensazione diffusa della "distanza" dalla nostra vita quotidiana, concreta e reale; ne evidenziamo gli aspetti che lo caratterizzano e crediamo nella possibilità di condividere esperienze sociali, artistiche, culturali, creative e lavorative".

Patrizia Nofi. Titolare di Ardigraf, agenzia di immagine, comunicazione, sviluppo web e consulenze informatiche; attività che svolge in collaborazione con il suo attuale compagno per l'Ordine dei medici Chirurghi ed Odontoiatri della sua provincia. Graphic designer sia in forma cartacea che per il web, sfrutta le sue conoscenze in Second Life dove risiede dal Novembre 2007, attraverso un percorso sperimentale di marketing e diffusione del suo Brand denominato **PB Collection**. Dopo un primo evento di presentazione delle sue creazioni a soli tre mesi dal suo ingresso in Second Life, viene presto a contatto con il mondo delle agenzie fashion internazionali dove a tutt'oggi riscuote pieno consenso. Ha partecipato sia come designer che in veste di coordinatrice a tre eventi fashion di rilievo nella land di Experience Italy assieme a Marina Bellini e Micaela Cini.

www.patriziablessed.it; <http://www.flickr.com/photos/30953578@N06>

Sonia La Rosa. Architetto, vive e lavora a Roma. Oltre alla professione svolge attività di ricerca nel campo della rappresentazione del progetto dalla scala architettonica a quella urbanistica, prestando costante attenzione alle nuove tecnologie e piattaforme operative.

Dal 1999, ha insegnato come professore a contratto "Rappresentazione dell'Architettura" nel Corso di laurea

in Tecniche dell'Architettura e dell'Urbanistica dell'Università degli Studi Mediterranea di Reggio Calabria e dal 2005, "Analisi e rappresentazione dell'architettura, del territorio e dell'ambiente" nel Corso di Laurea in Progettazione e Gestione dell'Ambiente, Facoltà di Architettura, Università degli studi "La Sapienza" di Roma. Attualmente impegnata in un Dottorato di Ricerca presso la Facoltà di Architettura la Sapienza di Roma. In Second Life dal 2007 con il nome Maya Thor. Blog: <http://mayathordesign.blogspot.com/>

Luca M. Spoldi

IL MERCATO DELL'ARTE IN SECOND LIFE: VALUTAZIONI, PROSPETTIVE, PROBLEMATICHE

Second Life è un metaverso, un mondo virtuale caratterizzato da un ambiente grafico tridimensionale in cui agli utenti è concesso di interagire tra loro e con l'ambiente che li ospita, arricchendolo di propri contenuti. Solo in parte assimilabile al fenomeno del "foreverism" che vede molti social network caratterizzarsi per un collegamento pressoché costante dei propri utenti, Second Life ha sviluppato in questi anni almeno due livelli di partecipazione, ludica e di business. In particolare alcune tipologie di attività sono apparse interessanti fin dall'inizio alla stessa azienda sviluppatrice, la californiana Linden Lab, ovvero oltre all'entertainment anche le attività educative, quelle di promozione di attività "business" propriamente dette e quelle artistiche.

Se molto è possibile dire delle tendenze artistiche e della rilevanza che il "movimento" ha ormai assunto, oltre che dei problemi tecnici (oltre che artistici) strettamente interconnessi all'utilizzo della Grid, poco è stato finora analizzato delle tendenze che emergono in termini di dati quantitativi della rilevanza economica del fenomeno dell'Arte di Second Life. La ricerca svolta dal Dott. **Luca M. Spoldi**, analista finanziario fondatore e responsabile di **6 In Rete Consulting**, oltre che ideatore di www.sltnn.it (dedicato alle esperienze della comunità italiana in Second Life) vuole dunque essere un primo tentativo di gettare luce sul fenomeno, in attesa che ulteriori indagini più sistematiche possano far sviluppare un database omogeneo di dati micro e macro economici.

Per cercare di capire quanto possa valere il mercato dell'arte in SL si è partiti dal dato reso pubblico dalla stessa **Linden Lab** circa le transazioni tra "residenti" (utenti) che nel corso del primo trimestre dell'anno hanno toccato quota **120 milioni di dollari** (+65% rispetto al primo trimestre 2008) e che potrebbero raggiungere o forse superare i **450 milioni di dollari** entro fine anno (dai 360 milioni di dollari segnati nell'intero 2008). Quanta parte di questa cifra riguarda oggetti "artistici"? Alla domanda è possibile provare a rispondere solo tramite alcune ipotesi. Se si guarda al marketplace **XStreetSL** (nato dalla fusione di **Xstreet** e **OnRez**, entrambi da pochi mesi acquisiti da Linden Lab) il numero degli oggetti "d'Arte" è circa pari al 4% del totale degli oggetti in vendita. Non è dunque improbabile che al peso in volume possa corrispondere grossomodo lo stesso peso in valore, dunque il mercato dell'arte in tutta Second Life potrebbe aver prodotto transazioni tra "residenti" per circa **4,8 milioni di dollari** nei primi tre mesi del 2009, la maggior parte delle quali dovrebbe aver riguardato oggetti quali dipinti, fotografie e arte murale.

Ma quanto può guadagnare mediamente un artista in SL? Alla domanda è difficile dare una risposta univoca, cosa del resto altrettanto difficile parlando del mercato dell'arte reale, vista la sostanziale unicità di ogni espressione artistica. Se tuttavia consideriamo i "residenti" che nel trimestre hanno registrato flussi di cassa positivi si può giungere ad una prima cifra: poco più di 200 dollari al mese a testa. Cifra che in realtà pare nascondere casi molto diversi tra loro, come sembrerebbe confermare la differente dinamica delle varie classi di ricavi registrate negli ultimi due anni su Second Life. La sensazione è che, almeno nel caso di un nucleo di artisti già affermati, i ricavi medi procapite possano essere superiori mediamente ai **500 dollari** al mese.

Che l'arte in Second Life non sia (solo) un gioco ma possa essere un'attività assolutamente seria lo dimostra del resto la crescita costante delle gallerie d'arte presenti nel metaverso, ormai pari a 500 (659 se si sommano anche le gallerie unicamente fotografiche o dedicate alla sola arte erotica). Ma che genere di eventi riescono a intercettare con maggiore efficacia in termini di audience e di eventuali incassi questa crescente attenzione per una nuova forma d'arte? A giudicare da alcuni casi italiani oltre che da quanto riportato dalla stampa internazionale, l'arte in Second Life acquista maggior valore quando è associata ad eventi ben strutturati, legati magari ad installazioni collegate a manifestazioni reali, oppure nel caso di eventi benefici. In quel caso la disponibilità a riconoscere ai manufatti artistici virtuali un valore non meramente simbolico tende a crescere in misura anche consistente, tanto che in alcuni casi, testimoniati dalla stampa mondiale, si è arrivati a quotazioni di qualche centinaia di dollari o euro, non così distanti dunque dalle cifre del mondo reale, considerando la giovane età del movimento artistico in oggetto. Un movimento che dovrà fare tesoro non solo dell'esperienza acquisita nell'utilizzo di Second Life, ma anche dei problemi, dei vincoli, dei conflitti d'interesse che da anni contraddistinguono il mercato dell'arte reale. Onde non ripeterne gli stessi errori.

Roberta Cirillo

I MONDI VIRTUALI COME STRUMENTO CREATIVO PER LO SPETTACOLO E LA COMUNICAZIONE

L'intervento si pone come obiettivo quello di oltrepassare la visione "comune" dei mondi virtuali come luogo di intrattenimento generico, spiegando invece le grandi potenzialità di queste piattaforme come mezzo di espressione creativa, in grado di realizzare con maggior semplicità ed immediatezza rispetto alle tecniche tradizionali di produzione video o di grafica 3D, qualunque idea o virtuosismo concepibile dalla mente umana.

Verrà dunque approfondito l'aspetto tecnologico che consente di produrre film e fiction all'interno dei mondi virtuali, specificando le peculiarità di questa nuova forma di linguaggio audiovisivo, chiamata MACHINIMA. Se ne presenterà poi il potenziale espressivo anche in altri ambiti (oltrepassando i margini del virtuale), ad esempio nel Teatro e nella Televisione, mostrandone le modalità e l'efficacia attraverso alcuni esempi, emblematici degli ottimi risultati che possono essere raggiunti con questa sorta di "contaminazione multimediale".

Verranno visitati i set realizzati in second life, per questa "Arte del Cinema Virtuale", in una land interamente dedicata a questa forma espressiva, una Cinecittà Virtuale piena di richiami alla storia del Cinema reale, e al grande maestro Federico Fellini.

Roberta Cirillo. *Art Director di TECHNICONCONSULT MULTIMEDIA. Laureata e Dottorata in Arti e Scienze dello Spettacolo (Università La Sapienza), da 10 anni si occupa di Regia, Montaggio, Grafica 3D e Web Design. Da 2 anni è specializzata in Machinima, o Cinema Virtuale. In ambiente reale ha realizzato corti e lungometraggi, fiction, videoclip musicali, spot pubblicitari e documentari, ottenendo riconoscimenti autorevoli come il primo Premio per il festival di Cinecittà (2004). Nel 2000 ha frequentato il Master di Formazione al Linguaggio Cinematografico e Audiovisivo presso la SCUOLA NAZIONALE DI CINEMA. Nel 2001, presso MEDIASET, ha conseguito il diploma del Master MEDIATRADE per la fiction, di Maurizio Costanzo. Si è specializzata in regia e recitazione TEATRALE, con i laboratori di Psicodramma di Ferruccio Di Cori. Ha realizzato il lungometraggio: "L'Animale del Tempo", con Roberto Herlitzka. Il suo Dottorato di Ricerca in Arti e Scienze dello Spettacolo, ha permesso di ricostruire in grafica e animazione 3D professionale (Maya e Motion Capture) L'Amleto concepito da Gordon Craig nel 1908.*

Nei mondi Virtuali, grazie all'esperienza acquisita nella realizzazione di filmati d'animazione 3D, oltre al building e sviluppo di land, cura la realizzazione di filmati pubblicitari e Fiction, in Machinima, tra cui la prima fiction italiana girata interamente in Second Life, patrocinata dal Ministero per le Pari Opportunità. Nel 2008 ha realizzato in Machinima il Lungometraggio "La Storia di Paula", per la lotta contro il tumore al seno, che ha ottenuto il plauso e la presentazione presso la Presidenza del Consiglio dei Ministri, per il valore Sociale.

Giampiero Moioli

THE BUBBLE-MAKING MACHINE. ARTE E MULTIMEDIA FRA BLENDER E SECOND LIFE

Il video presenta le "macchine per fare le bolle", realizzate da Albertini e Moioli.

Brevi filmati delle sculture a variazione luminosa installate in spazi reali si alternano ad animazioni ed installazioni interattive realizzate dai due artisti fra Blender e Second Life.

Il tentativo è cercare l'unione di due realtà: quella tridimensionale scultorea -fisica e tangibile- e quella virtuale -illimitata e interattiva- in un mondo che le unisca entrambe. Questo mondo presto, attraverso gli ologrammi e le tecnologie contemporanee del suono e della luce, potrebbe invadere la realtà, quella vera e tangibile.

Luca Lisci

MACHINIMA: VIVE DI CIBO VIRTUALE IL SOGNO

Si spalancano le porte verso la realizzazione ubiqua degli immaginari collettivi e privati, nei quali la socialità trova una nuova forma di realizzazione, coincidente per la prima volta nella storia con la sua rappresentazione: il mondo virtuale.

La rappresentazione diventa il mercato al world wide web, realizzando merci digitali dalle pieghe del corpo globale. Machinima è il primo prodotto elementare, un primo passo, si dirà nell'archeologia virtuale: l'integrazione verticale dell'immaginario informale all'immagine testimone e poi via alla distribuzione istantanea. L'antico e il futuro remoto sono in cortocircuito: l'uomo diviene avatar, incarnazione senza carne, e in quella forma racconta di sé attraverso apparati ambientali, totali ed interattivi come templi. L'inconscio collettivo diviene esperibile collettivamente e si evolve, diventando industria, una industria senza numeri seriali, intangibile, effimera, post-digitale, virale e reale, generata da una nuova generazione onirica - post ludica che si ciba, che si evolve, consumando parti di se stessa. Di questo percorso ritrovo alcune tracce nei

passaggi recenti: dalla live multimedia oratoria di Peter Greenaway 'The Blue Planet', fino alla trasformazione da icona della modernità ad avatar di Valentina di Guido Crepax nel machinima 'Riflesso', alle forme collettive di produzione di immaginari come nel cosiddetto Wikinima experiment e nel gruppo Episode:100, ai solchi dei graffiti virtuali su scultura antica nel progetto di allestimento crossmediale 'Prometeo_Cuore Sacro'. Se Vive di cibo virtuale il sogno, machinima è uno dei ricordi di quello.

Luca Lisci, artista e designer, realizza progetti di comunicazione non convenzionale applicando tecnologie digitali ad ambienti fisici e realtà virtuali. Attualmente ha carica di responsabile creativo strategico per "the Maison", atelier multidisciplinare di interaction design del gruppo Visiant. Nel suo percorso ha curato la direzione creativa della comunicazione per Stratton Foundation of London sulle collezioni private di Pablo Picasso, Salvador Dalì, Marc Chagall. Ha realizzato campagne di promozione BTL, fra gli altri, per Diageo Worldwide, Carlsberg Group, Heineken Group. Recentemente coinvolto in progetti di sperimentazione crossmediale inerenti ai mondi virtuali e' stato direttore artistico dell'iniziativa Style Magazine Island in Second Life, per conto di RCS Corriere della Sera, ha lavorato con Peter Greenaway alla realizzazione dell'opera live 'The Blue Planet per l' Expo Internazionale di Zaragoza 2008. E' ideatore e fondatore di Wikinima, community collaborativa operante in ambito di mondi virtuali digitali."

Fabio Fornasari

PAESAGGI CONNETTIVI: COSTRUIRE MONDI

Una cosa della quale non si parla mai è la natura dell'accoglienza dei luoghi: la grande qualità del mondo costruito all'interno i Second Life è l'accoglienza, il desiderio di condivisione delle esperienze. Non sono mondi chiusi ma mondi che offrono le chiavi per essere usati dall'interno.

In qualche modo costruire una land, pensare ad una land è come applicare il pensiero ad un problema che forse non aveva bisogno di disegni, nel senso di un progetto pensato in senso tradizionale ma ha più bisogno di uno sceneggiatore che attribuisce ruoli alle cose da usare, agli oggetti da porre e agli spazi da coinvolgere. LucaniaLab e il Romanzo Collettivo, la Torre di Asian, sono due progetti nati in Second Life ma che col tempo sono migrati in altri spazi e in altri social network. Tessono il loro racconto tra diversi atti di costruzione e di narrazione. Ancora meglio direi che sono il risultato di una "procedura": un continuo rimando di atti di costruzione, di descrizione e di messa in ruolo del proprio agire in relazione agli altri e infine sono sempre e comunque progetti che stanno su una soglia tra la rete e gli spazi esterni alla rete.

Questa procedura di condivisione dei contenuti all'interno dei diversi aspetti del web 2.0 è un modo per costruire prima di tutto un paesaggio connettivo; sono progetti che si costruiscono unendo intelligenze e migrando su tutti i social-network, incorporandoli nella scrittura e usandoli per la diffusione in funzione delle loro specifiche caratteristiche.

Dopotutto sono piccole storie di accoglienza.

Il paesaggio descritto e rappresentato con **LucaniaLab** nasce da un paesaggio reale che viene concettualizzato nella rete, in Second Life. Richiama una progettualità che porta all'interno del mondo virtuale contenuti per contribuire alla sua costruzione in chiave narrativa. Sono contenuti che mostrano il livello di innovazione investito nel territorio reale.

Per la **Torre di Asian** si tratta di un paesaggio che si costruisce a partire da Second Life aggregando intorno a se persone che si riconoscono in un progetto narrativo comune: la scrittura di un romanzo collettivo. Questo ha la caratteristica di essere spaziale, tridimensionale, verticale; è l'esperienza di questo spazio che fornisce il primo materiale per la scrittura del romanzo. L'esperienza dei social network e del metaverso più in generale fornisce l'occasione affinché fiction e non-fiction, narrazione e realtà, si possano fondere insieme.

Adelchi Battista

L'intervento si pone come obiettivo la differenziazione tra il Machinima (inteso nel suo senso classico) e il Cinema in Second Life, differenza di metodi compositivi, di strutture interpretative, di meccaniche produttive. In maniera rapida analizzeremo alcune tecniche del cinema in Second Life, l'importanza della sceneggiatura, la scelta degli attori (casting) il sistema di gestione del set e della scenografia, il controllo del lag, le modalità del girato (presa diretta – previsione di doppiaggio – animazioni – scripting dell'oggettistica) Evidenzieremo alcuni limiti tecnici presenti per ora nella piattaforma di Second Life (che si spera e si prevede verranno risolti nelle prossime versioni del Viewer, come la gestione fisica della luce e dell'ombra, la totale mancanza della profondità di campo) per poi far vedere altre possibilità invece presenti (gestione della luce atmosferica, nuvole, mare, colori dell'aria ecc ecc.) L'intervento prevede inoltre una dimostrazione sul campo di alcune tecniche di ripresa, dolly elettronici, movimenti di macchina, tipi di obiettivi, camere, ecc. Durante

l'intervento (tempo permettendo) verrà proiettato il film girato in Second Life intitolato 'Test Attitudinale'.

Anita Carloni

aka Biancaluce Robbiani

Commissione web IRC – Italian Resuscitation Council

Coautore del Progetto IRC in Second Life – Corporate presence in the Virtual World, dove sono state approntate aree per conferenze virtuali, presentazioni procedure anestesia-rianimazione, cohosting dei gruppi correlati in Facebook, altri social networks e blog post informativi, oltre alla compartecipazione nella scelta di pubblicazioni sul sito.

Progetto lezioni in Second Life sulla Gestione terapie del dolore in collaborazione e per conto dell'Ordine dei Medici di Bergamo.

2 pubblicazioni all'attivo riguardanti l'uso delle nuove piattaforme tecnologiche per l'informazione medico-scientifica in Pubmed e articoli sulle potenzialità della formazione a distanza mediante immersività virtuale.

In Second Life: *Builder, Manager, Insegnante, Capo Mentori italiani, Mentor ufficiale LL, Solution Provider autorizzata LL, responsabile della traduzione italiana del viewer.*

*Insegnante di Building presso la scuola americana TUI – Technical User Interface. Capogruppo numerosi gruppi specifici per la **medicina** in Second Life. Convegni, conferenze, lezioni universitarie dal 2007/2009 per la presentazione di Second Life in Italia e dell'uso dell'interfaccia, uso integrato del virtuale insieme ai social networks/blogs, web press, fenomeno meshup e marketing virale.*

Creazione eventi legati al mondo scientifico in Second Life Education Faire della LL in Second Life: presentazione dei progetti di "Formazione degli educatori sia per la formazione a distanza generica sia in materia di medicina in ambiente virtuale".

Blogger e buzzer at <http://biancalucerobbiani.blogspot.com>

Laboratorio creativo per la realizzazione di progetti di interior design e trasformazione/restauro sia di ambienti abitativi sia di oggetti.

- ✓ *Background universitario in Sociologia, Psicologia clinica e Medicina e Chirurgia*
- ✓ *Collaborazioni lavorative con numerose aziende fra le quali American Express Co, TBWA Italia (pubblicità), Infocamere.*