

Pagine Inattuali

I nuovi media,
tra apocalissi, integrazioni e iperoggetti

A cura di
Roberto Colonna

Federico II University Press



fedOA Press

Numero 11 della rivista elettronica «Pagine Inattuali»

ISSN 2280-4110

«Pagine Inattuali»

I nuovi media, tra apocalissi, integrazioni e iperoggetti

Ottobre 2024

Direzione:

Roberto Colonna

Comitato Scientifico:

Tommaso Ariemma (Accademia di Belle Arti di Lecce); Giancarlo Alfano (Università degli Studi di Napoli, Federico II); Daniele Barbieri (Accademia di Belle Arti di Bologna); Horacio Cerutti Guldberg (Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)); Fabrizio Chello (Università degli Studi di Napoli, Suor Orsola Benincasa); Didier Contadini (Università degli Studi di Milano-Bicocca); Serge Gruzinski (École des hautes études en sciences sociales (EHESS)); Stefano Lazzarin (Université-Jean Monnet Saint-Etienne); Mario Magallón Anaya (Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)); Armando Mascolo (Istituto per la storia del pensiero filosofico e scientifico moderno (ISPF)); Stefano Santasilia (Universidad Autónoma de San Luis Potosí (UASLP)); Giovanni Sgrò (Università degli Studi eCampus)

In copertina:

Lo strumento essenziale per la manipolazione della realtà è la manipolazione delle parole. Se siete in grado di controllare il significato delle parole, sarete in grado di controllare le persone che devono utilizzarle (P.K. Dick, *Come costruire un universo che non cada a pezzi dopo due giorni* (1978, 1985), in *Se vi pare che questo mondo sia brutto*, trad. it. di G. Pannofino, Milano: Feltrinelli, 2000, pp. 103-104).

Tutto il materiale pubblicato è distribuito con licenza “Creative Commons - Attribuzione” (CC-BY 4.0).

DOMENICO QUARANTA

Kitsch digitale: Arte e kitsch nel milieu informativo

TRADUZIONE ITALIANA DI ROBERTO COLONNA

Questo articolo, che nelle prossime pagine viene proposto per la prima volta in lingua italiana, è stato pubblicato originariamente in lingua inglese con il titolo *Digital Kitsch: Art and Kitsch in the Informational Milieu* in M. Rynänen, P. Barragán, *The Changing Meaning of Kitsch*, Palgrave Macmillan, 2023 pp 205-228 (https://doi.org/10.1007/978-3-031-16632-7_8, ISBN di stampa 978-3-031-16631-0; Online ISBN 978-3-031-16632-7), <
https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-16632-7_8#citeas >
(data di ultimo accesso 30 ottobre 2024).

L'editore della pubblicazione originale è stato contattato in più occasioni, senza tuttavia dare riscontro; la redazione di *Pagine Inattuali* e l'autore dell'articolo restano comunque disponibili per fornire chiarimenti o apportare qualsiasi modifica sarà ritenuta necessaria.

Il kitsch, sia dal punto di vista tecnologico, sia estetico, è uno dei prodotti più tipici della modernità¹.

Questo saggio è un tentativo di capire come l'avvento e l'uso diffuso dei media digitali abbia influenzato la nostra comprensione del kitsch e come questo si relazioni all'arte, alla luce del modo in cui i media digitali hanno plasmato e riconfigurato la produzione creativa in qualcosa che potrebbe essere descritto con il termine "kitsch digitale". In questo articolo, il "kitsch digitale" è inteso come la modalità predefinita per gli sforzi creativi che utilizzano i media digitali: strumenti che hanno reso l'alfabetizzazione visiva accessibile a tutti e le strategie e i linguaggi dell'avanguardia banali e comuni; strumenti che suscitano tecnofilia, piuttosto che un uso critico e informato, e sono caratterizzati da limitazioni e ideologie incorporate che condizionano i loro risultati creativi. Il kitsch digitale comprende quindi tutto, dalle creazioni amatoriali su Internet ai contenuti professionali, dalle "immagini povere" a bassa risoluzione alle produzioni dei media mainstream, dalla grafica a pixel alla CGI ad alta risoluzione, dagli sfondi per desktop agli ambienti immersivi, dalla realtà virtuale all'intelligenza artificiale. Se il kitsch è il prodotto più tipico della modernità, il kitsch digitale è il prodotto più tipico dell'epoca postmoderna, postmediale, postdigitale e postumana in cui viviamo. In modo non esaustivo,

¹ M. Calinescu, *Faces of Modernity*, Bloomington- London: Indiana University Press, 1977, p. 226.

questo articolo esamina dunque come l'arte possa esistere in questa arena, in relazione al kitsch digitale, ma senza identificarsi con esso.

L'artista, spettatore del kitsch

*Mi piace guardare le creazioni che le persone hanno realizzato senza l'intenzione di chiamarle arte. Mi riferisco a quelle creazioni fatte con una certa ingenuità da persone che sono semplicemente entusiaste di creare cose. E credo che questo entusiasmo sia condiviso da molti miei coetanei. C'è un aspetto di *Second Life* che è grottescamente kitsch, e non posso fare a meno di amarlo. Credo che la mia generazione sia arrivata a un punto in cui non sappiamo più se stiamo celebrando qualcosa, dicendo che è fantastico oppure se stiamo facendo una critica ironica e lo stiamo deridendo. Abbiamo finito per confondere quasi del tutto le due cose².*

Il video mostra una giovane ragazza che guarda in una webcam. Alle sue spalle si intravede un ambiente bianco e neutro, una via di mezzo tra un dormitorio e una galleria d'arte. Non ci guarda direttamente, ma sembra distratta, persino assorbita da qualcosa che accade nell'angolo in basso a destra, come se stesse leggendo o scorrendo una pagina web. Una monotona colonna sonora elettronica che ricorda vagamente i Kraftwerk accompagna una serie di grafiche animate e colorate che appaiono sulla superficie dello schermo: un'ape che ronza intorno a dei fiorellini, una pallina da tennis che rimbalza in un angolo, un cuoricino che batte in un altro, un ragno che cade dal soffitto, un lampo che attraversa la fronte della ragazza, una coccinella che si arrampica sul vetro, una fila di fette di pizza che ballano, e poi gattini, cuccioli, coniglietti, pesci, effetti neve, UFO, strumenti musicali, attrezzature sportive, pappagallini, coni gelato e, naturalmente, caramelle.

Intitolato VVEBCAM (2007), questo video di un minuto e quarantatré secondi dell'artista di Los Angeles Petra Cortright è

² J. Rafman, "Conversation with Nicholas O'Brien, Kool-Aid Man in Second Life," 2009. Video visibile tramite registrazione in < <https://vimeo.com/11689565> > (data di ultimo accesso 30 ottobre 2024. Da questo momento in poi, tale indicazione sarà considerata sottintesa per tutti i link riportati).

entrato a far parte della collezione permanente del MoMA nel 2020. È presentato su un piccolo schermo 4:3 racchiuso in una cornice nera, anche se non è così che bisognerebbe farne esperienza: come spiega la didascalia a parete, il video è stato realizzato per YouTube, «dove l'artista ha inizialmente sfruttato sia la sezione commenti del sito web, sia il video stesso, utilizzando le parole chiave per attirare spettatori alla ricerca di contenuti erotici o offensivi, per poi sabotare le loro aspettative»³. Questo materiale non è più disponibile poiché YouTube ha rimosso il video nel 2010 proprio a causa di queste parole chiave ingannevoli, pur essendo proprio tale elemento a fare di VVEBCAM qualcosa di diverso dal tipico pezzo di video arte. In realtà, esso è l'unico frammento sopravvissuto nella sua forma originale⁴ di una performance durata tre anni e svoltasi nello spazio pubblico online di una piattaforma di condivisione video. Nel 2007 YouTube aveva solo due anni di vita e non aveva canali di media tradizionali, censura o filtri per il copyright. Il materiale pirata e gli NSWF⁵ erano la norma, piuttosto che l'eccezione. Il suo slogan, "Broadcast Yourself", attirava un numero crescente di persone interessate a produrre e caricare contenuti video amatoriali, con l'obiettivo di costruirsi un pubblico e un'identità online. Le cosiddette camgirls erano un sottogenere di successo: giovani ragazze attraenti che si esibivano per la webcam, di solito dalla loro camera da letto. L'opera di Cortright

³ *Petra Cortright*, MoMA, New York in < www.moma.org/collection/works/401436 >.

⁴ Una versione restaurata / ricostruita del pezzo nel suo aspetto originale è stata realizzata da Rhizome, New York, per la mostra online *Net Art Anthology (2016 – 2019)* ed è disponibile online a questo link: < <http://archive.rhizome.org/anthology/vvebeam/> >. Si veda anche *Net Art Anthology*, Rhizome, in < <https://anthology.rhizome.org/> >. Cortright non ha mai caricato nuovamente il video su YouTube, anche se è stato successivamente condiviso da altri utenti sulla piattaforma.

⁵ *NSWF*: NSWF è un acronimo che sta per "Not So Work Friendly" usato per segnalare contenuti, video o pagine web inappropriati per ambienti pubblici o lavorativi, spesso perché pornografici, violenti o offensivi.

gioca chiaramente con questo stereotipo, ma attraverso un “ribaltamento”: c’è la musica, ma lei non balla; non si rivolge alla telecamera, non parla, non è spiritosa e non cerca di essere sexy; al contrario, sembra annoiata e distaccata. In un certo senso, VVEBCAM potrebbe essere descritto come l’autoritratto dell’artista da giovane *web surfer*, che cavalca l’onda della grafica kitsch.

Tuttavia, il rapporto di VVEBCAM con la categoria estetica del kitsch è molto più sfumato di così e non può essere ridotto al semplice atto spettatoriale di un artista che osserva il kitsch. Cortright, nata nel 1986, appartiene alla generazione di artisti che ha vissuto il passaggio dal web della fine degli anni Novanta, a bassa larghezza di banda, costruito da zero da accademici, attivisti, designer amatoriali e dai primi netizen⁶, al web 2.0, in cui il web design è diventato sempre più professionale e la grande maggioranza dei non professionisti ha non solo accesso a strumenti avanzati e a modelli di pubblicazione facili da usare, ma viene anche incoraggiata a usarli. Internet si è rapidamente evoluto in un “mondo mainstream”⁷ e in un “vero mezzo di comunicazione di massa”⁸, in cui gli utenti non sono consumatori passivi di contenuti mainstream, ma “prosumers” (ossia “produttori” più “consumatori”). Questo cambiamento ha ridimensionato le categorizzazioni tradizionali come quelle di “professionista” e “dilettante”, introducendo nuove categorie come “pro-am”⁹ e

⁶ *NdT*: La parola inglese “netizen”, importata anche nell’italiano contemporaneo, è la composizione di *net* (“rete”) e *citizen* (“cittadino”) e si riferisce a una persona che partecipa attivamente alla vita di Internet talvolta con lo scopo di migliorarlo.

⁷ Cfr., G. McHugh, *Post Internet*, Brescia: Link Editions, 2011, p. 5.

⁸ Cfr., L. Cornell, E. Halter (a cura di), *Mass Effect. Art and the Internet in the Twenty-First Century*, Cambridge- London: MIT Press, 2012, p. XV.

⁹ *Pro-Am: Art and Culture on the Internet* è il titolo di una serie di conferenze organizzate dal Western Front di Vancouver nel settembre 2012. La documentazione video è disponibile online all’indirizzo: *Pro-Am: Art and Culture on the Internet*, Western Front, in <

“sub-amateur”¹⁰. Le nozioni esistenti (“bricoleur”, “remix”) sono state rispolverate per descrivere i produttori che utilizzano strumenti di livello professionale con le impostazioni di base predefinite, al fine di partecipare a un’*economia dell’attenzione* in cui chiunque può avere successo, ma in cui gli utenti sono diventati la merce.

La generazione di artisti emersa durante questo drammatico cambiamento – la cosiddetta generazione Post Internet – ha reagito con opere che spesso mostrano una consapevolezza critica di questi sviluppi¹¹. Si sono riuniti intorno a “surfing club”, blog di gruppo in cui i contenuti trovati su Internet venivano condivisi, rielaborati e commentati; hanno esplorato, raccolto e archiviato materiale, trasformando la navigazione su Internet in un’attività professionale, oltre a un punto di partenza per una qualsiasi operazione creativa; e quando hanno creato contenuti originali, hanno imitato gli atteggiamenti stilistici, i tropi, i generi e i formati dei contenuti generali di Internet, aggiungendo uno strato di consapevolezza concettuale, piuttosto che cercando di far apparire il loro lavoro più professionale, elegante o tecnicamente sofisticato.

Tutto questo va tenuto presente quando si guarda VVEBCAM di Petra Cortright. L’opera si appropria di contenuti internet trovati, ma questi contenuti non appartengono allo stesso arco temporale del video. Non si tratta di kitsch contemporaneo, ma di una sorta di “vernacolo web” del decennio precedente, quindi di un’altra era di Internet; prendendo a prestito un termine introdotto dagli artisti Olia Lialina e Dragan Espenschied in quel

<https://legacywebsite.front.bc.ca/events/pro-am-art-and-culture-on-the-internet/>>.

¹⁰ Questi concetti sono stati utilizzati da Ed Halter in *After the Amateur: Notes*, in «Rhizome», 29 aprile 2009.

¹¹ La vasta bibliografia sul Post Internet va oltre gli obiettivi che questo articolo si pone. Pertanto, per ulteriori riferimenti bibliografici, si rinvia a D. Quaranta, “Situating Post Internet”, in R. Smite, R. Smits e A. Medosch (a cura di) *Renewable Futures. Art, Science and Society in the Post-Media Age*, Riga: RIXC Center for New Media Culture, 2017, pp. 81-92.

periodo, si potrebbe definire come “folklore digitale”¹²: il risultato di forme di creatività spontanea e amatoriale che non sono più possibili, e che sono state amorevolmente e nostalgicamente dissotterrate da forum online e siti personali con una precisione “archeologica” e “archivistica”. Se da un lato questo fa luce sull’atteggiamento di Cortright nei confronti dei contenuti di cui si appropria, dall’altro ciò che porta questi materiali di scarso valore nel regno dell’*arte alta* è un’operazione tradizionale e familiare di appropriazione e rielaborazione che può essere fatta risalire al collage d’avanguardia, alla pop art e al postmodernismo.

Anche le parole chiave utilizzate da Cortright sono frutto di appropriazione, copiate e incollate avidamente da altri account YouTube, da e-mail di spam e da una varietà di fonti. Tuttavia, non sono state inserite tanto per lo sguardo del pubblico medio dell’arte: la loro funzione principale era quella di dirottare un “pubblico accidentale”¹³ di persone non interessate all’arte e di manipolare il contesto in cui il video veniva visto. VVEBCAM non è stato realizzato per un museo: è stato realizzato per internet e per una piattaforma di social media in cui l’artista cerca di infiltrarsi senza soluzione di continuità. Il video è stato prodotto facendo un uso standard di quegli strumenti disponibili su qualsiasi dispositivo elettronico di consumo: è piccolo e a bassa risoluzione; termina bruscamente; non c’è postproduzione, montaggio o effetti speciali; è stato registrato con un software base per webcam, interagendo in tempo reale con i suoi effetti. Non esibisce alcuna maestria tecnica.

Inoltre, se da un lato Petra Cortright non assomiglia alla camgirl media di YouTube, dall’altro evita qualsiasi

¹² Cfr., O. Lialina, D. Espenschied (a cura di), *Digital Folklore*, Stoccarda: merz&solitude, 2009.

¹³ Questo concetto è stato introdotto dall’artista Brad Troemel nel 2013 per descrivere il pubblico online che «condivide immagini e video inizialmente concepiti come opere d’arte senza alcuna preoccupazione per la paternità, il contesto o la proprietà - senza alcuna particolare consapevolezza di essere impegnato con l’arte» (B. Troemel, *The Accidental Audience*, in «The New Inquiry», 14 marzo 2013, in < <https://thenewinquiry.com/the-accidental-audience/> >).

caratterizzazione come artista. La sua biografia presenta il già citato elenco di parole chiave, che inizia con “tits vagina sex nude boobs britney spears” e termina con “crash bandicoot hedgehog metroid tasvideos bisquit speedruns tool assisted”. Queste parole chiave determinano il tipo di “video correlati” che rinviano a celebrità del porno, fenomeni da baraccone, adolescenti che ballano e contenuti legati al sesso; inoltre alimentano le interazioni sui social network nella sezione dei commenti, spesso offensivi e aggressivi. Il titolo del video è tutto minuscolo e scritto male. Questi elementi hanno caratterizzato la presenza di Cortright su YouTube negli anni successivi¹⁴ e sono quelli che rendono ancora difficile contestualizzare i suoi video su YouTube come arte: per quanto lontani dal mainstream, questi video hanno come contesto di origine quella “palude” di contenuti dei social media, senza la dicitura “arte”. D'altronde, evitando le consuete strategie adottate dall'arte per portare il popolare, il banale e l'abietto nel mondo dell'arte (appropriazione, dislocazione, assemblaggio) o per penetrare i media mainstream (provocazione, parodia), questi video si collocano in un punto cieco tra arte alta e il “low brow”, e forgiando un rapporto dinamico e in evoluzione con entrambi. Solo riconoscendo ciò che c'è di diverso in loro possiamo isolarli dal “milieu informativo”¹⁵ di cui fanno parte e dunque comprenderli come arte.

¹⁴ Cfr., *Petra Cortright*, in YouTube, < www.youtube.com/user/petracortright >).

¹⁵ Ispirato al concetto di “milieu” di Gilbert Simondon, il termine “milieu informazionale” è stato introdotto da Tiziana Terranova nel 2004 e adottato da Ceci Moss nel 2019 per descrivere l'ambiente in cui si svolge la maggior parte della media art digitale. Pertanto, su questo concetto si rinvia a T. Terranova, *Network Culture: Politics for the Information Age*, New York: Pluto Press, 2004; e C. Moss, *Expanded Internet Art. Twenty-First-Century Art Practice and the Informational Milieu*, New York e Londra: Bloomsbury Publishing, 2019.

Il kitsch è tutto ciò che gli uomini chiamano kitsch¹⁶

Scrivendo di VVEBCAM, ho usato le categorie di “arte” e “kitsch” senza alcuna riserva, come se fosse un dato di fatto. Partendo dal presupposto che Petra Cortright è un’artista, ho cercato di mostrare il significato artistico di un’opera d’arte che non solo si appropria di immagini kitsch, ma cerca anche di camuffarsi da kitsch, infiltrandosi senza soluzione di continuità nel suo ambiente e rivolgendosi al suo pubblico. E, senza ulteriori spiegazioni, ho usato il concetto di kitsch come sinonimo di “contenuto generale di Internet”, un’equivalenza che potrebbe legittimamente essere considerata problematica. I contenuti generici di Internet sono una categoria ampia e generale che comprende i contenuti amatoriali e i meme, ma anche l’offerta dei media mainstream e professionali, dalle immagini di stock alla pubblicità, dal fotogiornalismo al web design, dal porno alle immagini 3D iperrealistiche: un vasto regno non caratterizzato da alcun tipo di coerenza estetica. Tutto ciò potrebbe sembrare piuttosto lontano dall’idea comunemente diffusa di kitsch come forma convenzionale di bellezza al limite della stucchevolezza.

Ma a cosa si riferisce oggi il termine kitsch? Scorrendo la vasta letteratura sul kitsch, è difficile non pensare che la nozione contemporanea di kitsch non sia il risultato di un’evoluzione o di un progresso, ma piuttosto della sovrapposizione e della coesistenza di idee diverse. Benché le sue caratteristiche si siano chiaramente sviluppate a partire dall’originario rifiuto modernista del kitsch – inteso come antitesi del concetto di avanguardia – per arrivare alla fascinazione degli anni Sessanta per esso sia nell’arte che nella teoria d’avanguardia, fino al suo attuale apprezzamento o, in certe occasioni, addirittura, alla sua celebrazione; e nonostante il fatto che il suo ambito si sia nel contempo ampliato – dall’idea di una pseudo-arte pretenziosa che si limita a copiare gli effetti

¹⁶ Parafrasando una citazione del filosofo e studioso di estetica italiano Dino Formaggio, “L’arte è tutto ciò che gli uomini chiamano arte” (Cfr. Dino Formaggio, *L’arte*, Milano: Isedi, 1973).

dell'arte, fino all'intera sfera della cultura popolare – e ristretto: Hermann Broch considerava kitsch la musica di Wagner, mentre per Umberto Eco erano kitsch i racconti di Ray Bradbury e la *Rapsodia in blu* (*Rhapsody in Blue*); nessuna di queste teorie del kitsch può essere considerata in definitiva inadatta, antiquata o obsoleta, e di nessuna si può dire che abbia sostituito le precedenti. Tutte, in qualche misura, sono ancora valide oggi e, nel loro insieme, danno forma alla nostra idea contemporanea di kitsch, contraddittoria, stratificata, vaga ma chiara.

Questa coesistenza non è solo il risultato di una sorta di relativismo postmoderno, della fine della grande narrazione del modernismo, della globalizzazione, delle “oscillazioni del gusto” discusse da Gillo Dorfles¹⁷, o dell'ampio uso del kitsch fatto da coloro che, a tutti i livelli della produzione culturale, contestano l'arte alta come infrastruttura patriarcale e coloniale. Oltre a questo, dobbiamo anche tenere conto di due fattori che definiscono la cultura contemporanea: la mancanza di una definizione stabile e condivisa di arte e l'impatto dei media digitali sui mezzi di produzione e diffusione dei contenuti culturali.

C'è sempre stato un rapporto dialettico tra kitsch e arte. Da Hermann Broch a Celeste Olalquiaga, per definire il kitsch è necessario avere un'idea (e una storia) dell'arte; e per definire l'arte è necessario avere un'idea del kitsch. Tuttavia, nel contesto dell'“arte alta” che ha preso forma a partire dagli anni Novanta – senza idee dominanti, con molti centri e altrettante periferie, multiculturale e ibrida, costantemente impegnata a rivisitare stili, linguaggi e tradizioni antiche e recenti, e prodotta da e per attori che rifuggono da ruoli codificati – è abbastanza naturale che l'idea contemporanea di kitsch abbia caratteristiche simili. Le due arene sono diventate reciprocamente permeabili a diversi livelli e in diversi punti della sottile membrana che le divide, ma questa sottile membrana deve essere mantenuta: se si dissolvesse non sarebbe

¹⁷ Cfr., G. Dorfles, *Le oscillazioni del gusto. L'arte d'oggi tra tecnocrazia e consumismo*, Torino: Einaudi, 1970.

più possibile identificare l'arte nel flusso della cultura contemporanea, separare il grano dalla pula, l'oro dalla sabbia. È qui che le "vecchie" definizioni di kitsch possono aiutarci a relazionarci con l'arte. Come tracciare una linea di demarcazione tra le sculture *Banalities* e gli oggetti di "cattivo gusto" a cui si è ispirato Jeff Koons? Perché le seconde si trovano nei parchi giochi dei bambini o sulla credenza della nonna, mentre le prime sono esposte alla Tate o a Versailles? E come faccio a distinguere i video di Petra Cortright dai milioni di contenuti simili che circolano su YouTube? Non bastano le definizioni istituzionali o contestuali dell'arte, né il fatto che Koons e Cortright si definiscano artisti e che le loro opere siano esposte nei musei; occorre qualcosa che vada oltre i linguaggi, i materiali, le dichiarazioni d'artista e il fatto che le loro opere contengano, come ha detto Danto, «un'atmosfera di teoria artistica, una conoscenza della storia dell'arte: un *artworld*»¹⁸. È qui che, inaspettatamente, possono venirci in aiuto le idee di Broch, Greenberg o Eco: «L'artista che si limita alla ricerca di nuove aree di bellezza crea sensazioni, non arte. L'arte è fatta di intuizioni sulla realtà ed è superiore al kitsch solo grazie a queste intuizioni»¹⁹, scrive Broch. L'arte crea «qualcosa di valido solo nei suoi termini, come la natura stessa è valida», dice Greenberg: è dinamica e sempre in movimento, mentre «il kitsch è meccanico e opera per formule. Il kitsch è esperienza vicaria e sensazioni falsificate. Il kitsch cambia a seconda dello stile, ma rimane sempre lo stesso»²⁰. E se il kitsch, secondo Eco, manifesta un'arte finalizzata a scopi eteronomi, e «si pavoneggia sotto le spoglie di altre esperienze, e si vende come arte senza riserve»²¹, l'arte segue

¹⁸ A. Danto, *The Artworld*. in «The Journal of Philosophy» 61, no. 19, 1964: pp. 571-584.

¹⁹ H. Broch, *Notes on the Problem of Kitsch*, 1950-1951, in G. Dorfles (a cura di), *Kitsch. An Anthology of Bad Taste*, London: Studio Vista, 1969, pp. 49-76.

²⁰ C. Greenberg, *Avant-Garde and Kitsch*, 1953, in C. Greenberg, *Art and Culture. Critical Essays*, Boston: Beacon Press, 1989, pp. 3-33.

²¹ U. Eco, *Apocalittici e integrati. Comunicazioni di massa e teorie della cultura di massa*, Milano: Bompiani, 1977, p. 112.

una strategia inversa, appropriandosi della banalità del kitsch (Koons) o seguendo la spinta dell'arte concettuale verso la dequalificazione e il rifiuto dell'artigianato accademico – qualcosa che Ivan Illich ha chiamato “descolarizzazione”²² –, mascherando la propria presenza nello spazio nativo del kitsch (Cortright).

Kitsch digitale

In che modo la cultura dei media digitali influenza il nostro rapporto contemporaneo con il kitsch? E dove si colloca l'arte dei media digitali in questo scenario? Per rispondere a queste domande, dobbiamo necessariamente considerare la storia dei media digitali; chi li ha progettati e quale scopo aveva in mente; come gli strumenti software, gli algoritmi e i processi influenzano l'estetica di ciò che può essere prodotto con essi; come i comuni dispositivi elettronici di consumo, così come i software concepiti per scopi di intrattenimento, appartengono alla cultura di massa contemporanea e l'hanno plasmata; come le interfacce, il software, le reti e i dispositivi abbiano portato all'emergere di un “milieu informativo”, in cui i flussi di informazione senza massa «diventano l'ambiente in cui si svolge la cultura contemporanea», stabilendo «relazioni dinamiche e mutevoli»²³ tra di essi; e infine, come l'arte dei media digitali si qualifichi come uno di questi “flussi senza massa”, in un dialogo continuo e mutevole con altri flussi che possiamo variamente qualificare come tendenze, sottoculture, pratiche sociali, estetiche vernacolari e memi.

I media digitali sono emersi tra la fine degli anni Cinquanta e l'inizio degli anni Sessanta. Sebbene l'idea di una macchina universale sia stata introdotta da Alan Turing negli anni Trenta, i computer sono stati utilizzati principalmente per l'elaborazione di numeri fino agli anni Sessanta, quando gli ingegneri si sono resi conto che le macchine digitali potevano essere utilizzate anche per

²² Cfr., I. Illich, *Deschooling Society*, New York: Harper & Row, 1970.

²³ T. Terranova, *op. cit.*, p. 8.

generare musica, elaborare testi, programmare immagini e animazioni e codificare sistemi interattivi. L'idea del computer come "metamedium attivo", «il cui contenuto sarebbe una vasta gamma di media già esistenti e non ancora inventati», è stata successivamente formulata da Alan Kay e Adele Goldberg nel loro saggio fondamentale *Personal Dynamic Media*²⁴ del 1977. Questo saggio illustra le potenzialità del Dynabook, il prototipo del PC del futuro, la cui "versione provvisoria", programmata con il linguaggio di programmazione Smalltalk, poteva essere utilizzata per scrivere, disegnare, dipingere, fare musica e persino produrre grafica tridimensionale. Mentre le prime immagini e la grafica generate al computer, realizzate da artisti o ingegneri interessati all'arte, avevano inevitabilmente estetiche minimaliste, con forme geometriche per lo più astratte prodotte da algoritmi e talvolta stampate con primitivi sistemi di disegno a plotter, le illustrazioni presentate nel saggio di Kay e Goldberg mostrano un'estetica genuinamente kitsch, creata dagli stessi programmatori o dagli studenti delle scuole superiori che testavano il sistema.

Il Dynabook anticipa tre importanti caratteristiche dei media digitali emerse nei decenni successivi. In primo luogo, il "metamedium" è stato concepito per democratizzare e rendere accessibile il fare arte attraverso una automatizzazione parziale. Non solo il Dynabook rendeva il lavoro più facile e veloce per i professionisti, ma rendeva anche le pratiche creative accessibili a un numero crescente – e, a partire dagli anni Novanta, a un numero esponenzialmente crescente – di persone che non si consideravano artisti, ma che amavano avere accesso a strumenti e conoscenze. Se siamo d'accordo con Greenberg, quando sostiene che «il kitsch è un prodotto della rivoluzione industriale che ha urbanizzato le masse dell'Europa occidentale e dell'America e ha stabilito quella

²⁴ Cfr., A. Kay, A. Goldberg, *Personal Dynamic Media*, in «Computer» 10 (3) marzo 1977: pp. 31-41. Ripubblicato in N. Wardrip-Fruin, N. Montfort (a cura di), *The New Media Reader*, Cambridge-London: The MIT Press, 2003, pp. 393-404.

che viene chiamata alfabetizzazione universale»²⁵, dobbiamo riconoscere che, contribuendo all'*alfabetizzazione universale* ed estendendola a qualsiasi tipo di media, il computer digitale ha aperto a una marea di “kitsch generato dagli utenti”.

In secondo luogo, i primi utilizzatori del “metamedium” sono spesso più interessati a padroneggiare lo strumento, a ricercare e a mostrare le potenzialità del mezzo, che a fornire «intuizioni sulla realtà»²⁶ o a produrre «qualcosa di valido solo nei suoi termini»²⁷. Questo atteggiamento nei confronti del mezzo (tutt'altro che universale ma diffuso quando il computer non era ancora considerato un mezzo artistico legittimo e richiedeva un'alfabetizzazione alla programmazione, l'accesso ai laboratori e un'attitudine alla collaborazione) trasforma una nozione malintesa di formalismo artistico in semplice tecnofilia e ha condizionato – e in parte condiziona ancora – la produzione di molta digital media art, che il mondo dell'arte contemporanea spesso rifiuta come kitsch e pura celebrazione della tecnologia²⁸.

In terzo luogo, il modo in cui uno strumento digitale è stato progettato e i limiti della tecnologia di un dato momento condizionano l'estetica di ciò che si può realizzare con esso. Se in alcuni casi questo stimola la creatività e la ricerca di soluzioni originali, il più delle volte, tra coloro che utilizzano gli strumenti così come sono stati progettati e in modo acritico, porta a risultati convenzionali ed esteticamente omogenei. Anche se si è già accennato a questi due aspetti, è necessario sottolineare che la problematica dei limiti tecnici e dell'etica progettuale aprono a questioni, atteggiamenti e approcci completamente diversi. Le limitazioni tecniche possono costringere il creatore ad adattarsi a

²⁵ C. Greenberg, *op. cit.*, p. 9.

²⁶ H. Broch, *op. cit.*

²⁷ Greenber, *op. cit.*, p. 9.

²⁸ Si veda a questo proposito, A. Collins Goodyear, *From Technophilia to Technophobia: The Impact of the Vietnam War on the Reception of “Art and Technology”*, in «Leonardo», vol. 41, no. 2, 2008, pp. 169-173.

un'estetica specifica. Come si è visto, la prima computer art era minimalista di *default*. Quando la grafica computerizzata ha iniziato a consentire risultati più complessi (una tavolozza di colori, immagini in 3D, un certo livello di realismo), alcuni dei primi artisti del computer, come Charles Csuri, si sono adattati di conseguenza e hanno continuato a estendere i limiti del mezzo, dimostrando che il loro lavoro iniziale non era alimentato da necessità o scelte estetiche. Non sorprende che quanto realizzato da Csuri a partire dalla fine degli anni Ottanta rasenti il kitsch degli sfondi per desktop e degli screensaver animati. Altri artisti, come Manfred Mohr, sono rimasti fedeli al loro stile geometrico astratto e hanno ottenuto il riconoscimento del mondo dell'arte.

Per tutti gli anni Ottanta e i primi anni Novanta, i progettisti di interfacce hanno dovuto lavorare con i vincoli di schermi piccoli e pixelati e con memorie, schede grafiche e potenza di calcolo limitate. Ciononostante, le icone da 32 x 32 pixel di Susan Kare per il Macintosh (1984) sono un capolavoro di eleganza minimalista e di design intelligente dell'interfaccia che è entrato immediatamente nella cultura popolare. I primi progettisti di videogiochi si sono trovati di fronte a limitazioni simili: se confrontiamo la grafica, a volte cartoonesca e a volte realistica, visualizzata sulle macchine da sala giochi o sulle confezioni dei giochi a 8 bit con ciò che vediamo effettivamente sullo schermo, possiamo avere una misura del divario tra il tipo di immersione e di intrattenimento che le aziende di videogiochi volevano ottenere e i limiti di visualizzazione del motore di gioco. Eppure, escogitando soluzioni creative per aggirare questi limiti, designer come Tōru Iwatani e Shigeru Miyamoto riuscirono a sviluppare uno stile visivo classico che, sebbene reso obsoleto dai nuovi standard industriali e dalla corsa dei videogiochi verso il fotorealismo, è sopravvissuto come paesaggio della memoria e della nostalgia; inoltre, come linguaggio visivo è molto apprezzato e utilizzato per la sua purezza ed economia di mezzi, sia nella scena underground che nel mondo delle arti visive.

D'altra parte, la progettazione degli strumenti digitali è influenzata dalle ideologie che vi sono incorporate. Come è stato ampiamente discusso nel campo dei Software Studies, il software non è mai uno strumento neutro: incarna le idee e i pregiudizi di chi lo progetta, nel bene e nel male, a più livelli: dalla logica binaria del suo codice sorgente, che richiede sempre scelte binarie, al modo in cui è concesso in licenza (software proprietario/open source), alle metafore utilizzate nella sua interfaccia, alla sua funzione primaria, ai pregiudizi (*bias*) degli algoritmi di intelligenza artificiale, che sono spesso addestrati su insiemi di dati e database che possono restringere artificialmente l'insieme delle opzioni disponibili²⁹.

Prendiamo un semplice esempio: Photoshop. Progettato nel 1988 dai programmatori ed esperti di effetti speciali Thomas e John Knoll, che nello stesso anno vendettero la licenza ad Adobe, Photoshop fu concepito come strumento di postproduzione per i fotografi. Rilasciato per Macintosh nel 1990, è diventato presto lo standard del settore per l'editing della grafica raster. I suoi strumenti e filtri consentono ai photo editor di manipolare (cioè migliorare) le immagini e questa ideologia è talmente radicata che il termine "photoshoppato" è entrato nell'uso comune. Naturalmente, grazie alla sua vasta gamma di strumenti, Photoshop può essere utilizzato per molti altri scopi, ma sempre all'interno di una gamma limitata di possibilità. Nel 1999, l'artista e programmatore Adrian Ward ha rilasciato Autoshop, una versione generativa del programma che parodiava l'interfaccia e gli strumenti familiari di Photoshop, introducendo un'automazione imprevedibile e casuale (random). Ritenendo che «la creatività non risieda nella modifica delle regole, ma nella definizione dei criteri

²⁹ Sui pregiudizi dei sistemi di formazione dell'intelligenza artificiale, si veda: K. Crawford, T. Paglen, *Excavating AI. The Politics of Images in Machine Learning Training Sets*, 19 settembre 2019, in < <https://excavating.ai> >.

per le regole, un po' come avviene nell'arte concettuale»³⁰, Ward ha dimostrato che se questi criteri vengono adattati, il software può produrre risultati completamente diversi.

Nelle prime dimostrazioni del software, John Knoll ha usato le sue stesse foto per dimostrare il potenziale del suo strumento. Una di queste ritraeva la sua fidanzata Jennifer, in vacanza, seduta su una spiaggia di Bora Bora. Nel 2010, per celebrare l'anniversario di Photoshop, Knoll ha rivisitato queste prime dimostrazioni in un video su YouTube³¹. La prima versione alterata di *Jennifer in Paradise* è puro kitsch: Knoll clona la sua futura moglie e l'isola di fronte a lei, e modifica l'immagine per far sembrare naturale questa aberrazione. Nel 2013, l'artista Constant Dullaart ha recuperato l'immagine originale dal video e l'ha restaurata, facendone il punto di partenza di un progetto più ampio, in cui ha manipolato l'immagine sia digitalmente che fisicamente, utilizzando la stampa lenticolare e il vetro smerigliato. Il progetto indaga lo status ambiguo della prima immagine “photoshoppata” che, se da un lato ha aperto un regno di possibilità, dall'altro ha distrutto quello che Roland Barthes ha definito il “noema” della fotografia, e ha, incidentalmente, abusato e mercificato il corpo di una giovane donna³².

³⁰ A. Ward, G., *How I Drew One of My Pictures: * or, The Authorship of Generative Art*, 1999. Questo articolo è stato presentato al “Generative Art international conference”, Politecnico di Milano, ed è consultabile in < www.generativeart.com/on/cic/99/0399.htm >.

³¹ Cfr., *Photoshop. The first demo*, canale YouTube di Adobe Photoshop, < <https://youtu.be/Tda7jCwwSzg> >. Si veda anche Gordon Comstock, *Jennifer in paradise: the story of the first Photoshopped image*, in «The Guardian», 13 giugno 2014, e consultabile in < www.theguardian.com/artanddesign/photography-blog/2014/jun/13/photoshop-first-image-jennifer-in-paradise-photography-artefact-knoll-dullaart >.

³² Il progetto è iniziato con una lettera aperta a Jennifer Knoll: C. Dullaart, *A Letter to Jennifer Knoll*, in «Rhizome», 05 settembre 2013, < <https://rhizome.org/editorial/2013/sep/05/letter-jennifer-knoll/> >.

Photoshop ci permette anche di ampliare il concetto di alfabetizzazione universale (visiva) a cui si accennava in precedenza. Secondo il teorico dei media Lev Manovich, «un effetto generale della rivoluzione digitale è che le strategie estetiche d'avanguardia sono state incorporate nei comandi e nelle metafore dell'interfaccia del software del computer. In breve, l'avanguardia si è materializzata in un computer»³³. Manovich fa l'esempio della tecnologia del cinema digitale, che traduce la strategia avanguardistica del collage nel comando “taglia e incolla”, permettendo di dipingere sulle riprese, di combinare animazioni, testi stampati e filmati live action e, persino, di fondere immagini diverse in un unico fotogramma: «ciò che prima era un'eccezione per il cinema tradizionale è poi diventato una tecnica normale e prevista per il cinema digitale, incorporata nel design stesso della tecnologia»³⁴.

Manovich lo scriveva nel 2001. Nei due decenni successivi, l'ascesa dei social media e l'esplosione della cultura digitale amatoriale hanno messo a nudo la prodigiosa conseguenza della traduzione delle strategie dell'avanguardia in strumenti creativi ampiamente disponibili: tutti le usano. Ciò che l'istruzione e lo studio della storia dell'arte non sono riusciti a fare, il software commerciale, la tecnologia di consumo e le applicazioni per smartphone sono riusciti a farlo in pochi anni, mettendo l'avanguardia nelle mani di tutti. L'utente medio di Internet può ancora affermare di amare l'Impressionismo e di non capire Duchamp, ma è l'avanguardia che gli ha fornito gli strumenti per i suoi meme su Internet e i suoi video su TikTok; il suo linguaggio è il collage, non la pittura *en plain air*.

A questo proposito, secondo Greenberg, «quando è trascorso abbastanza tempo, il nuovo viene saccheggato per trovare nuovi “colpi di scena”, che vengono poi annacquati e serviti come

³³ L. Manovich, *The Language of New Media*, Cambridge-London: The MIT Press, 2001, pp. 306-307.

³⁴ *Ibidem*.

kitsch»³⁵; Eco afferma che «il kitsch si rinnova e prospera solo sfruttando continuamente le scoperte dell'avanguardia»³⁶. L'avanguardia è stata digerita e resa accessibile attraverso strumenti creativi, e un numero crescente di utenti per lo più anonimi stanno ora utilizzando questi strumenti per sfornare la versione appetibile e facilmente digeribile dell'avanguardia che stiamo voracemente consumando e utilizzando per comunicare.

Arte e kitsch nell'ambiente informativo

Nelle pagine precedenti il kitsch digitale è inquadrato come il risultato predefinito dell'uso creativo dei media digitali. Riguardo a ciò è importante sottolineare ancora una volta che la categoria di “kitsch digitale” qui discussa non comprende solo gli artefatti digitali che possono essere facilmente riconosciuti come kitsch a causa della loro estetica (dalle animazioni scintillanti alle immagini eccessivamente post-prodotte, dai video di “gatti carini” ai remix di dipinti surrealisti). Tutti gli artefatti digitali appartengono infatti di diritto a questa categoria, in quanto sono il risultato di un processo di democratizzazione della produzione che ha sancito una vera e propria alfabetizzazione universale, incorporando e automatizzando le strategie e gli strumenti tipici delle avanguardie; d'altronde, il più delle volte, tali artefatti sono il risultato degli sforzi compiuti per padroneggiare questi strumenti, che impongono a ogni creazione la propria estetica e le proprie ideologie. Tale aspetto potrebbe essere più evidente nella versione ritagliata, manipolata e filtrata di una foto che avete appena pubblicato su Instagram, ma è presente anche nell'immagine originale memorizzata sul vostro telefono, non ritoccata e apparentemente immediata, ma realizzata con uno strumento che vi mostra in anticipo la realtà sotto forma di immagine, correggendo l'illuminazione e scattando la foto quando tutti sorridono; e si nota

³⁵ C. Greenberg, *op. cit.*, p. 11.

³⁶ Eco, *op. cit.*, p. 76.

ancor di più in una ricetta pubblicata in “Comic Sans”, o anche nel testo stesso che state leggendo, scritto con una macchina copia-e-incolla che permette all'autore di scegliere tra una varietà di caratteri sapientemente realizzati e preselezionati.

Alcuni degli esempi sopra riportati, tuttavia, dimostrano come l'arte possa resistere a un mezzo che è incline a generare kitsch digitale. Manfred Mohr rappresenta tutti quegli artisti che rimangono coerenti con la propria estetica e la propria ricerca, realizzando qualcosa di valido “solo alle sue condizioni” invece di inseguire gli sviluppi e le potenzialità emergenti del mezzo. Adrian Ward ha ideato una macchina concettuale che, mettendo da parte la promessa di utilità solitamente incorporata nei software, riesce a rivelare i limiti codificati dietro la sua interfaccia scintillante. Sfruttando e rendendo visibili le impostazioni predefinite di Photoshop, Dullaart ha rivelato come il suo uso acritico abbia cambiato il mezzo fotografico e il nostro rapporto con le immagini. Entrambe le opere esprimono “intuizioni sulla realtà”.

Una fenomenologia completa – o almeno provvisoria – di come l'arte dei media digitali operi in questo contesto informativo fluido, mutevole e stratificato va ben oltre lo scopo di questo saggio. Come abbiamo già visto, gran parte dell'arte basata su Internet tenta di raggiungere un pubblico occasionale, nascondendo la propria natura di arte e adottando strategie di dirottamento. Quando questo ha successo, le reazioni possono andare dalla semplice riproposizione, all'ammirazione sincera fino a un feroce attacco³⁷. Per i nostri scopi, è importante notare che, in questo ambiente, il rapporto che si forma tra avanguardia e kitsch è simultaneo piuttosto che sequenziale, esso è più un dialogo che uno sfruttamento; per quanto lo sfruttamento si verifichi ancora, si pensi per esempio a quando i media mainstream prendono in prestito l'estetica dalle comunità online o dagli artisti contemporanei, come è successo nel 2007, quando i produttori di

³⁷ Si veda anche D. Quaranta, *Response. Contemporary Art and Online Popular Culture*, in «Artpulse», 20, dicembre 2014: pp. 34-37.

Kanye West hanno usato effetti di datamoshing (una forma di glitch di compressione che molti artisti stavano sperimentando in quel momento) in un video; oppure quando nel 2011, la cantante pop Rihanna si è appropriata dell'estetica del seapunk in una performance live al *Saturday Night Live*, facendo infuriare la comunità online, di nicchia eppure globale, che lavora su questo immaginario, caratterizzato da sfumature di colore, modelli 3D, iconografia acquatica come onde, sirene, palme e delfini, gif animate e allusioni nostalgiche alla cultura visiva degli anni Novanta³⁸.

L'utilizzo di varie forme di kitsch digitale come materiale di partenza è un'altra strategia artistica comune. La generazione cresciuta sui social media ha fatto largo uso di contenuti generati dagli utenti (video su YouTube, immagini su Flickr, post su Twitter), producendo mash-up di video, playlist, libri d'artista, blog su Tumblr e installazioni. Un esempio popolare è *Drei Klavierstücke op. 11* di Cory Arcangel (2009), in cui l'artista ricrea la composizione musicale di Arnold Schoenberg unendo decine di video di YouTube di gatti che suonano il pianoforte³⁹. A volte gli artisti operano come antropologi o archeologi dei media, come si può vedere nelle videoinstallazioni di Natalie Bookchin, che esplora fenomeni online come le camgirl o l'uso confessionale dei social media, o che scava nelle homepage perdute di GeoCities degli anni Novanta, come nel progetto di Olia Lialina e Dragan

³⁸ Prendendo in prestito il termine da Mark Fisher, è possibile definire questa forma di incorporazione accelerata nel mainstream con "precorporazione" (cfr., D. Quaranta, *Between Hype Cycles and the Present Shock*, in «Docs #06», NERO Editions, Roma, 2020, < www.neroeditions.com/docs/between-hype-cycles-and-the-present-shock/ >).

³⁹ Cfr., C. Arcangel, *Drei Klavierstücke op. 11*, 2009, < <https://coryarcangel.com/things-i-made/2009-003-dreiklavierstucke-op-11> >. Ho offerto una panoramica di questo tipo di pratiche nella mia mostra itinerante *Collect the WWWorld. The Artist as Archivist in the Internet Age* (2011 – 2012). A questo proposito si veda D. Quaranta (a cura di), *Collect the WWWorld. The Artist as Archivist in the Internet Age*, Brescia: Link Editions, 2011.

Espenschied, *One Terabyte of Kilobyte Age* (2010 - in corso). Spesso gli artisti si procurano anche contenuti tradizionali, dagli archivi di immagini stock (Katja Novitskova) al cinema piratato (Nicolas Maigret). In tutti questi casi, l'estetica è quella del materiale di partenza.

Le opere che vanno sotto il nome di “Game Art” offrono un altro interessante caso di studio. Sotto forma di viaggi fotografici, video machinima⁴⁰, motori di gioco modificati, performance in-game e giochi d'arte indipendenti, questo tipo di arte ha spesso preso in prestito linguaggi e pratiche dalle comunità e dalle sottoculture online (hacker, modder, scener e appassionati di videogiochi) e ha abbracciato l'estetica dei media mainstream su cui si basava⁴¹. Per quanto radicale, una performance messa in scena in “The Sims” sembrerà sempre appartenere a una casa di bambole. “Second Life”, un mondo virtuale fondato nel 2003, ha guadagnato presto una popolarità mainstream e per alcuni anni ha raccolto una grande e attiva comunità di artisti. Tutta l'arte che vi è stata creata ha la stessa estetica 3D e cartoonesca, che si tratti della rievocazione di una pietra miliare della performance art (Eva e Franco Mattes), di una forma di performance codificata che

⁴⁰ *NdT*: I video machinima sono film o video creati utilizzando motori grafici di videogiochi. Il termine “machinima” deriva da una combinazione di “machine” (macchina) e “cinema” e si riferisce a una tecnica che sfrutta i motori grafici di giochi esistenti per produrre contenuti visivi animati. In altre parole, anziché creare animazioni da zero, gli autori di machinima registrano sequenze di gioco, utilizzando i personaggi e gli ambienti del videogioco per raccontare storie. Possono essere utilizzati sia per scopi artistici, sia narrativi, spesso esplorando nuove forme di espressione attraverso i mondi virtuali. I video machinima hanno radici nelle comunità di videogiocatori e hanno contribuito a sviluppare una forma di narrazione cinematografica che unisce il mondo dei videogiochi con quello del cinema. Su questo tema si veda H. Lowood, *High-Performance Play: The Making of Machinima*, in «Journal of Media Practice», 7 (1): pp. 25-42; H. Lowood, M. Nitsche (a cura di), *The Machinima Reader*, Cambridge: The MIT Press, 2011.

⁴¹ Cfr., M. Bittanti e D. Quaranta (a cura di), *GameScenes. Art in the Age of Videogames*, Milano: Johan & Levi, 2006.

hackera il motore del gioco (Gazira Babeli) o di un diario di viaggio attraverso i luoghi più strani di questo spazio virtuale completamente generato dagli utenti (Jon Rafman). Tutti questi lavori sono caratterizzati dall'estetica kitsch del gioco, ma non appartengono al kitsch come categoria di artefatti culturali: la loro estetica è il default della piattaforma o il fulcro della loro indagine, una patina prefabbricata che si sovrappone a pratiche che sono rispettivamente un tentativo di misurare la distanza tra realtà e simulazione, uno sforzo di rompere l'incantesimo dell'immersione e un'esplorazione delle comunità online.

In alcuni casi, la digital media art contribuisce attivamente, volente o nolente, all'implementazione del kitsch digitale online, producendo contenuti che vengono trasformati in meme popolari, prendendone in prestito una manifestazione specifica come linguaggio codificato che può essere usato e abusato, o ideando strutture destinate ad arricchire il dominio pubblico e a offrire alle folle online nuovi strumenti e materie prime. Quando Matthias Fritsch ha aggiunto il suo video *Kneecam No 1* (2000) a YouTube, il suo intento era mostrare parte di un documentario ispirato a Dogma 95. Scaricato da altri utenti e ridistribuito con il nuovo nome di *Technoviking*, il video – con un muscoloso maschio bianco a una parata techno – è diventato popolarissimo, generando una progenie di tributi, variazioni e remix⁴². *DIS Images* (2013) è una piattaforma ideata dal collettivo artistico e curatoriale DIS, che vende immagini di installazioni e servizi di moda ambientati nello spazio white cube di gallerie e musei come immagini di stock, con versioni a bassa risoluzione visibili sul loro sito web, opportunamente filigranate. Il progetto utilizzava l'estetica delle immagini di stock per commentare ironicamente le analogie tra queste immagini e la documentazione artistica, e anche per sfruttare le economie delle immagini digitali mercificate come

⁴² Cfr., D. Quaranta, *My Life Without Technoviking: An Interview with Matthias Fritsch*, in «Rhizome», dicembre 05, 2013, < <https://rhizome.org/editorial/2013/dec/05/interview-matthias-fritsch/> >.

nuovi canali di distribuzione⁴³. Nel suo progetto in corso su [threedscans.com](https://www.threedscans.com) (attivo dal 2012), Oliver Laric valorizza il dominio pubblico, pubblicando gratuitamente modelli 3D di sculture, reperti archeologici e vari manufatti nascosti nei musei e nelle collezioni pubbliche. Questi modelli sono scaricati e utilizzati da una vasta gamma di utenti interessati alla tecnologia 3D, per gli scopi più diversi: dagli appassionati che sperimentano strumenti di 3D sketching⁴⁴, ad artisti, studenti, designer professionisti, creatori, scenografi per i media tradizionali, al fine di usarli per gif animate, rendering, stampa 3D, videogiochi, videoclip, scenari, eccetera. Laric effettua regolarmente ricerche online e raccoglie tutto ciò che è stato fatto con questi manufatti museali trascurati a cui ha ridato nuova vita realizzandone una versione digitale⁴⁵.

NFT, “Crypto Art” e Kitsch

Il kitsch non potrebbe, in effetti, né emergere né prosperare senza l'esistenza del “kitsch-man”, l'amante del kitsch; come produttore d'arte,

⁴³ Una copia di questo progetto è disponibile: L. Boyle, S. Chase, M. Roso, D. Toro, *Dis Images*, in «Rhizome», 2013, < <https://anthology.rhizome.org/dis-images> >.

⁴⁴ *Ndt.* Il 3D sketching è una tecnica che permette di creare modelli tridimensionali in modo rapido e intuitivo, utilizzando strumenti digitali. A differenza della modellazione 3D tradizionale, che richiede più precisione e tempo, il 3D sketching si concentra su abbozzi o bozze veloci di forme e concetti, consentendo agli artisti o ai designer di esplorare idee e visualizzare volumi nello spazio in modo immediato. Gli strumenti di 3D sketching sono infatti pensati per essere semplici e accessibili, simili al disegno su carta, ma con l'aggiunta della terza dimensione. Questa tecnica viene spesso utilizzata come fase preliminare nel processo di design, per progettare modelli di oggetti, ambienti o personaggi prima di rifinirli con dettagli più complessi. Su questo tema si veda C.A. Leclercq, J. Vanderdonckt, *Sketch-Based 3D Modeling: A Review*, in «Journal of Computational Design and Engineering», vol. 3, no. 3, 2020: pp. 286–303.

⁴⁵ Cfr., *Three D Scans*, in < <https://threedscans.com/> >.

*egli produce kitsch e come consumatore d'arte è disposto ad acquisirlo e a pagare somme piuttosto considerevoli per esso*⁴⁶.

Nel corso di questo saggio, si è visto come l'arte dei media digitali e il kitsch digitale coesistano e circolino all'interno dello stesso contesto informativo. L'arte spesso prende spunto dal kitsch, si presenta come kitsch e arricchisce il kitsch con nuovi contenuti e strumenti. Entrambi utilizzano spesso gli stessi strumenti e la stessa *tavolozza*. Si può dire che fino a ora abbiano seguito percorsi sostanzialmente paralleli. Negli ultimi tempi, tuttavia, la loro relazione è diventata molto più promiscua, generando così una grande confusione nel mondo dell'arte. Dietro a questo sviluppo c'è una tecnologia, relativamente nuova, concepita per generare scarsità digitale artificiale e certificare la proprietà, che ha rapidamente dato vita a un mercato in espansione: gli NFT. NFT, che sta per "Non-Fungible Token", è un pezzo di codice registrato su una blockchain, ossia un registro digitale permanente, sicuro e distribuito, protetto dalla crittografia, utilizzato per generare e scambiare criptovalute. Mentre le valute sono "fungible tokens" – vale a dire che ogni token può essere scambiato con un altro di valore equivalente – ogni NFT è unico e può quindi essere associato a un bene digitale per rendere quest'ultimo unico⁴⁷.

Gli NFT hanno iniziato a essere utilizzati nel 2017 per qualsiasi oggetto da collezione: beni digitali utilizzabili in un gioco (avatar, skin, gadget), terreni virtuali, carte collezionabili, meme rari, memorabilia sportive e opere d'arte. Sono emerse diverse piattaforme e marketplace. Poiché gli NFT sono acquistati principalmente utilizzando criptovalute e sono dunque più "comprensibili" per coloro che hanno una certa familiarità con le blockchain e le stesse criptovalute, i loro primi creatori sono state

⁴⁶ H. Broch, *op. cit.*, p. 49.

⁴⁷ Per una trattazione più ampia di questo argomento, si veda D. Quaranta, *Surfing with Satoshi. Art, blockchain and NFTs*, Milano: Postmedia Books – Ljubljana: Aksioma, 2022.

le aziende del settore (come Larva Labs, che ha realizzato CryptoPunks, e Dapper Labs, che ha creato CryptoKitties), o programmatori, ingegneri, creatori di meme e artisti che lavoravano con i media digitali; mentre i collezionisti erano (e sono) spesso investitori di criptovalute e imprenditori di blockchain.

L'uso dei termini "artisti" e "collezionisti" in questo contesto richiede una nota a margine. Solo pochi dei primi creatori provenivano dal mondo dell'arte, e solo pochi dei primi investitori erano collezionisti d'arte tradizionali. La maggior parte di questi "artisti" erano designer professionisti o creatori amatoriali abituati a condividere gratuitamente le loro creazioni su piattaforme di social media come Instagram e in comunità online come Deviantart; essi appartenevano alla vasta, informe e anonima schiera responsabile della maggior parte dei contenuti generati dagli utenti online, ossia una gran parte di ciò che è in questo articolo è stato definito kitsch digitale. La maggior parte dei "collezionisti" si era arricchita facendo investimenti avveduti e facendo profitti con le criptovalute, il che significava che possedevano molto denaro ma scarse risorse da investire per mostrare il proprio status, e un interesse personale nel far funzionare questo gioco. Pertanto, se gli "artisti" avevano poco da perdere, a parte il costo delle transazioni, i "collezionisti" avevano molto da investire. Senza il mondo dell'arte a fare da contraltare (niente gallerie, istituzioni, critici d'arte o curatori), il denaro e i gusti (di solito pessimi) degli investitori divennero gli arbitri di ciò che era significativo e di valore in questo campo. Non deve, dunque, sorprendere che essi abbiano iniziato a riferirsi ai loro acquisti come "crypto art".

Il mercato degli NFT è cresciuto rapidamente tra il 2017 e il 2020, e quando la casa d'aste Christie's decise di sfruttare questi enormi flussi di criptovaluta (il 12 dicembre 2020, una collezione di immagini di un illustratore noto come Beeple venne venduta per 777.777 dollari), gli investitori in criptovalute furono pronti a

seguirne l'esempio. L'11 marzo 2021, Christie's vendette *Everydays. The First 5000 Days* – una compilation di cinquemila illustrazioni precedentemente diffuse da Beeple gratuitamente, sotto forma di .jpg ad alta risoluzione – per sessantanove milioni di dollari, guadagnando una commissione di nove milioni di dollari. Nei mesi successivi, il mercato degli NFT esplose, artisti e operatori del mondo dell'arte vi si unirono, e le riviste d'arte iniziarono a parlarne. Tuttavia, alla fine del 2021, con poche eccezioni, le posizioni di vertice nel mercato dell'arte NFT, che molti considerano una sorta di schema piramidale⁴⁸, erano ancora saldamente occupate dagli stessi primi utilizzatori.

Per decenni, l'arte digitale e il kitsch digitale hanno condiviso lo stesso ambiente, spesso abitando le stesse piattaforme; la sottile membrana che li separava veniva occasionalmente violata da una parte o dall'altra, ma in generale teneva. La nuova variabile introdotta dal mercato degli NFT è il valore economico. Da un lato della membrana il mondo dell'arte, confondendo il valore economico per quello culturale e rinunciando al suo ruolo storico, ha iniziato a scambiare il kitsch digitale per arte; mentre dall'altro lato, un gruppo aggressivo di investitori in criptovalute che si spacciano per collezionisti e si compiacciono del loro nuovo ruolo di guardiani della cultura (e del denaro che ne deriva) sta sfruttando le debolezze del mondo dell'arte. Il risultato sembra essere l'alba di una nuova era per il kitsch digitale, in cui esso diventa più ricercato e prezioso dell'arte, con mercati e persino musei a esso dedicati⁴⁹.

⁴⁸ Cfr., M. O'Leary, *The Case Against Crypto*, in «Watershed», dicembre 3, 2021, < www.watershed.co.uk/studio/news/2021/12/03/case-against-crypto >; D. Gerard, *NFTs: crypto grifters try to scam artists, again*, in «Attack of the 50 Foot Blockchain», marzo 11, 2021, < <http://davidgerard.co.uk/blockchain/2021/03/11/nfts-crypto-grifters-try-to-scam-artists-again/> >.

⁴⁹ Si veda il Museo di Crypto Art, fondato dall'investitore Colborn Bell, che potrebbe essere descritto come un grande inventario del kitsch digitale. “The Museum of Crypto Art”, < <https://museumofcryptoart.com/> >. Si rinvia a B. Davis, *Colborn Bell, Founder of the First Museum of Crypto Art, Isn't Worried About*

A causa della loro struttura decentralizzata e peer-to-peer, le blockchain sono spesso descritte come un meccanismo di consenso: le transazioni possono essere accettate e convalidate solo quando tutti i nodi della rete le verificano. Anche il mondo dell'arte ha sempre funzionato come un meccanismo di consenso: alcuni nodi possono essere più potenti di altri, ma nessuno è mai stato abbastanza potente da solo da garantire a un artista una posizione stabile nella storia dell'arte: nessuna istituzione, nessun curatore, nessuno studioso, nessuna galleria, nessun collezionista. L'interazione tra tutti i nodi è sempre stata cruciale nel determinare il valore culturale. In particolare, i nodi con pochi o con nessun interesse economico hanno spesso agito come un meccanismo di controllo contro gli eccessi del mercato dell'arte, ossia contro quegli elementi più propensi ad abbracciare mode, tendenze e clamore, e a cadere nella trappola del kitsch. È un sistema imperfetto, che spesso resiste all'innovazione e tende a convertire l'avanguardia in nuove forme di accademismo, e quindi in kitsch. Ma è l'unico strumento che abbiamo per salvaguardare quella sottile membrana e continuare a godere del kitsch senza scambiarlo per arte.

Wooing the Traditional Art World: A Q&A, in «Artnet News», dicembre 17, 2021, < <https://news.artnet.com/market/interview-colborn-bell-museum-of-crypto-art-2049578> >.